

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN PARA INVESTIGAR LA COMUNICACIÓN

Enfoques, Problemáticas & Metodologías

CREATIVITY AND INNOVATION IN COMMUNICATION RESEARCH

Approaches, Issues and Methodologies



**III Congreso Nacional de la Asociación Chilena
de Investigadores en Comunicación Social**

Concepción, 3 y 4 de noviembre de 2016

Chile

Título: Creatividad e innovación para investigar la comunicación (Enfoques, Problemáticas & Metodologías)

Compilador: Raymond Colle De S.

Editor: INCOM Chile, Asociación Chilena de Investigadores en Comunicación

Lugar y fecha de edición: Santiago de Chile, noviembre 2016

Ilustración de portada: Universidad Católica de la Santísima Concepción, lugar del evento (Fotos UCSC)



Licencia Creative Commons*

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginable, salvo en el caso de ediciones con ánimo de lucro, señalando siempre la fuente. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

TABLA

Conferencias - Conferences

Raymond Colle: Bases para la creatividad en los medios de comunicación p.12

Bases for Creativity in the Media

Ricardo López Pérez: Creatividad e Innovación: Personas, Interacciones, Contextos p.12

Creativity and Innovation: People, Interactions, Contexts

Carlos Ossandón: La prensa periódica: un decir que es más que su decir p.13

A periodical: speaks louder than its words

Ponencias - Papers

*Ordenadas por "eje temático" y por orden
alfabético del apellido del primer autor:*

Each paper has an English summary

EJE TEMÁTICO: ESTUDIOS DE PERIODISMO E HISTORIA DE MEDIOS

SUBJECT AREA: JOURNALISM STUDIES AND MEDIA HISTORY

Laureano Checa, Cristian Cabalin p.15

La construcción de la esfera pública política: Un estudio de los cuerpos de reportajes de la prensa chilena

The construction of the political public sphere: A study of the feature stories' sections in the Chilean press

- Rayén Condeza, Cristóbal Edwards, Paz Vásquez y Alonso Lizama p.27
 Los países iberoamericanos en la prensa chilena
Ibero-American countries in the Chilean Press
- Antoine Faure p.41
 La crisis mediática durante la Unidad popular (1970-1973): ¿hacia una historia discontinua del periodismo chileno?
Media crisis during Popular Unity (1970-1973): Toward a discontinuous history of Chilean journalism?
- Gustavo González p.56
 Ética y libertad de expresión: Conflictos de Bachelet con la prensa
Ethics and freedom of expression: Bachelet's conflicts with the press
- María Jesús Ibáñez Canelo p.66
 Subterráneas e invisibles: Aborto en noticiarios televisivos
Underground and invisible: abortion on television news
- Eduardo Santa Cruz Achurra p.80
 La prensa obrera feminista en Chile: el caso de La Alborada (1905-1907)
Feminist working-class journalism in Chile: the case of "La Alborada" (1905-1907)
- Mónica Suárez y Jaime Otazo p.92
 Estilos de reporteo proactivo y reactivo en el contexto de la cobertura del escándalo político en la prensa de referencia nacional. Un estudio comparativo Chile-Colombia
Proactive and reactive reporter styles in the context of political scandal coverage in the reference national press. A comparative study Chile-Colombia.
- Francisco Javier Tagle p.108
 Casos Caval y Penta: Encuadre y análisis a la prensa chilena
Caval and Penta cases: Frame and Analysis of the Chilean press

Daniel Torrales Aguirre p.121

Hacia un protocolo de cobertura periodística en prensa escrita en situación de terremotos y tsunamis: Comunicación de Riesgo en Iquique (1 de marzo a 1 de abril 2014)

Towards a protocol for print media coverage during earthquakes and tsunamis: Risk Communication in Iquique (March 1 to April 1, 2014)

EJE TEMÁTICO: COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍAS DIGITALES

SUBJECT AREA: DIGITAL TECHNOLOGIES AND COMMUNICATION

Sebastián Basso, Matías Vega, Javier Henríquez, Joaquín Arriagada p.133

Relación entre el uso de videojuegos y la sociabilidad en jóvenes de 14 a 21 años de la ciudad de Concepción

Relationship between the use of video games and sociability in 14- to 21 years olds in Concepcion, Chile

Cristóbal Benavides y Kenton Wilkinson p.147 (In English)

Audiovisual consumption in Santiago de Chile: Millennials jumping from one screen to another

Consumo audiovisual en Santiago de Chile: Millennials saltando de una pantalla a otra

Guillermo Bustamante p.171

¿Qué esperan obtener los jóvenes chilenos de las marcas que siguen en Redes Sociales?

Chilean young people: What do they expect to get when they follow a brand on social networks?

Juan Del Valle Rojas p.182

Una lectura semiótico-decolonial en la producción discursiva sobre el tópico territorio presente en el periódico digital mapuche Werken.cl

A semiotic-decolonial reading of the discursive production about territory in the Mapuche digital newspaper Werken.cl

- Juan José Guerrero Cortés p.193
 The Orange, método de investigación de percepciones desde las redes sociales
The Orange, a research method about perceptions from social media
- Oscar Jaramillo Castro p.203
 Medios de comunicación y las redes sociales como un espacio de discusión ciudadana
Media and social media as a space for citizen discussion
- Daniel Jiménez y Rodrigo Agurto p.212
 Mujeres y teléfonos móviles: de la maternidad remota al cordón umbilical
Women and mobile phones: From remote maternity to umbilical cord
- Guillermo Pereira p.231
 Narradores 2.0: El Transmedia como herramienta creativa para dar vida a experiencias inmersivas
Storytellers 2.0: Transmedia as a creative resource for immersive experiences (Work in Progress)
- Ángel Rodríguez Torres p.241
 El uso de las tecnologías de la información y comunicación (tic) y el ejercicio de ciudadanía de las personas con discapacidad: Sistema de vigilancia implementado por la asociación pro derechos humanos (APRODEH)
The use of information and communication technologies and the exercise of citizenship rights of people with disabilities: a surveillance system implemented by the Human Rights Association (APRODEH)
- Marcelo Santos p.252
 Claves para investigar en Twitter: potenciales y desafíos operativos de un medio digital como objeto de estudio
Keys to Twitter research: potentialities and operational challenges of a digital media as an object of study

Karen Vergara y Cecilia Ananías p.266

Tratamiento informativo del feminicidio en los medios de comunicación digitales chilenos en marzo del 2016: Horizonte actual y nuevos desafíos para una información periodística con enfoque de género

Informative treatment of femicide in Chilean digital media in March 2016: current situation and new challenges for gender-oriented news reporting

EJE TEMÁTICO: COMUNICACIÓN Y DESARROLLO SOSTENIBLE

SUBJECT AREA: COMMUNICATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Leonardo Díaz Bouquillard p.286

Estrategias Comunicacionales para reducir el riesgo en salud: el caso de la Alerta Sanitaria por Marea Roja en la Región de Los Lagos

Communicative Strategies to Reduce Health Risk: the case of the Red Tide Alert in Los Lagos region

Macarena Peña y Lillo p.297

Exposición a información sobre hábitos de vida saludable vía búsqueda y escaneo y su asociación con la adopción de estas prácticas

Exposure to Information about Healthy Lifestyle Habits via Seeking and Scanning and its Association with the Adoption of these Practices

EJE TEMÁTICO: ANÁLISIS DEL DISCURSO Y ESTUDIOS CULTURALES

SUBJECT AREA: DISCOURSE ANALYSIS AND CULTURAL STUDIES

Camila Paz Alcaíno Monsalves p.310

Tecnologías de la información y las comunicaciones en el proceso migratorio: El colectivo de la Radio Renaissance

Information technologies in the migratory process. The collective of the Renaissance's radio

- Karla Palma Millanao p.324
Comunicación y Tecnología en los Museos Mineros
Communication and Technology in the Mining Museums
- Valentín Palomé Délano p.337
Del giro lingüístico al giro economicista: Retórica y Economía
From the linguistic to the economicista twist: Rhetoric and Economy
- William Porath, C. Labarca, E. Vergara, P. Gómez-Lorenzini p.349
Representación de la Mujer y los Cambios Sociales en la Publicidad del Retail Chileno - Un Análisis de los Años 1980, 1997 y 2013
The evolution of women's image in Chilean retail ads (1980, 1997 and 2013)
- Claudia Ramírez Friderichsen p.366
La construcción semiótica de actores y personajes en el discurso periodístico. La transformación de la realidad en show. El caso del bosón de Higgs
Semiotic construction of actors and characters in journalistic discourse. The transformation of reality into show. The Higgs boson case
- Ricardo Ramírez Vallejos p.376
La Unión Civil como Consenso: Diversidad Sexual Normativa en la Prensa Chilena
The Civil Union as Consensus: Normative Sexual Diversity in the Chilean Press
- Paulina Salinas p.389
Discurso y Género: Competencias para la Empleabilidad de las Mujeres en la Minería del siglo XXI
Discourse and Gender: Competencies for female employability in Mining in the 21st century

EJE TEMÁTICO ASPECTOS POLÍTICOS, CORPORATIVOS Y ECONÓMICOS
SUBJECT AREA: POLITICAL, CORPORATE, AND ECONOMIC ASPECTS

Alejandro Lagos Peralta p.405

Breve cartografía de rutinas periodísticas: el uso de fuentes no identificadas
en secciones económicas de los diarios El Mercurio y La Tercera

*Brief mapping of journalistic routines: the use of unidentified sources in
economic sections of El Mercurio and La Tercera newspapers*

Ximena Orchard p.418

La mediatización de las elites políticas chilenas y la conformación de
circuitos de comunicación de elite

*The mediatization of Chilean political elites and the formation of elite
communication circuits*

EJE TEMÁTICO: EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA

SUBJECT AREA: EPISTEMOLOGY AND METHODOLOGY

Lorena Antezana Barrios p.432

Diversos y cambiantes: reconociendo al público de la ficción televisiva
chilena

*Diverse and changing: Recognizing the public of the Chilean television
fiction*

Oscar Basulto p.446

El oficio de script doctor en Chile: iniciación al estudio de la evaluación de
guiones en cine y televisión

*The skill of script doctor in Chile: initiation to the study of film and
television scripts evaluation*

Rubén Dittus p.459

El guion como dispositivo: el régimen invisible del cine chileno

The script as a device: the invisible regime of Chilean cinema

Larissa Conceição dos Santos p.474

Contribuciones de la perspectiva narrativa al estudio de la comunicación
organizacional

Contributions of narrative perspective to the study of organizational communication

Vicente Fenoll p.484

Estudios de framing mediante análisis textual asistido por computadora
Framing studies using computer-aided text analysis

Constanza Gajardo y Tabita Moreno p.499

Consumo de noticias en contextos de movilidad y convergencia: una propuesta metodológica para la recolección y análisis de datos
News consumption in contexts of mobility and convergence: a methodology for collecting and analyzing data

Viviana Gamboa Salinas p.516

Factores que inciden en la comunicación para la resolución de conflictos en la dinámica Familia-Escuela de establecimientos Municipal y Privado en la comuna de Valparaíso
Factors Influencing Communication for Conflict Resolution in Family-School dynamics of Municipal and private establishments in the municipality of Valparaiso

Raúl Herrera Echenique y Raúl Bendejú Untiveros p.528

Plataforma de Decisiones Estratégicas: Modelo de estudio de la comunicación estratégica desde una perspectiva comprensiva
Platform for Strategic Decisions: a model for the study of strategic communication from a comprehensive perspective

Eileen Hudson Frías p.544 (In english)

Gender equality in the Chilean traditional press (2015)

La equidad de género en la prensa tradicional chilena (2015)

Daniela Lazcano Peña p.557

La Comunicación y su enseñanza universitaria. Reflexiones sobre su debate disciplinario desde el caso español
Communication and its teaching at university. Thoughts on its disciplinary debate from the Spanish case

- Jimena Maiz Sáenz-Villarreal p.580
Propuesta metodológica para el estudio semiótico de la crónica neotelevisiva
Methodological Proposal for the Semiotic Study of "Neotelevision"
Programming
- Ximena Orchard y Ana María Castillo p.590
Periodismo de datos como método de investigación: ¿puente en la división
práctica/academia?
*Data journalism as a research method: Bridging the practice/academy
divide?*
- Elizabeth Parra Ortiz y Nicolás Barría González p.602
La abducción como el motor de la investigación científica: una perspectiva
que privilegia otro modo de construir conocimiento en el campo de la
comunicación
*Abduction as the engine of scientific research: a perspective that favors
another way to build knowledge in the field of communication*
- Carolina Pesce Elias p.623
Concepciones de los estudiantes de comunicaciones respecto de la
matemática en el contexto de la evaluación del rediseño de un taller de
razonamiento matemático y Excel
*Communications students' conceptions regarding mathematics in the context
of assessing the redesign of a workshop on Mathematical Reasoning and
Excel*
- Claudio Salinas, Hans Stange y Carlos Ossandón p.640
La idea de "ciencia" tras la investigación en comunicación en América
Latina
*The idea of "science" underneath the field of communication in Latin
America (1980-2013)*

Bases para la creatividad en los medios de comunicación ***Bases for creativity in the media***

Dr. Raymond Colle
Ex-profesor Pontificia Universidad Católica de Chile
y Universidad Diego Portales

El autor ofrece una visión general de la problemática de la creatividad en los medios, partiendo por el conocimiento a considerar (y evaluar), pasando a algunas técnicas creativas para terminar con el proceso de evaluación y algunos consejos generales.

(Se publicará aparte el texto completo de esta conferencia)

*

Creatividad e Innovación: Personas, Interacciones, Contextos ***Creativity and Innovation: People, Interactions, Contexts***

Ricardo López Pérez
Dr. en Filosofía
Académico Universidad de Chile

La creatividad como campo de investigación, objeto de preocupación académica y aplicación práctica, tiene un fuerte impulso hacia la mitad del siglo pasado especialmente con los aportes de la psicología. A partir de entonces, la literatura especializada se inclina por privilegiar a la persona, dejando en un lugar secundario los aspectos situacionales, sociales y culturales. Este reduccionismo se ha traducido en una comprensión necesariamente incompleta, porque así como importan las personas, también importan las interacciones y los contextos. No existen personas aisladas, ni existen sociedades y culturas sin personas. Es preciso escapar de las tentaciones dicotómicas. No es razonable enfrentar a

las personas con su entorno. La creatividad y la innovación surgen de la sinergia de muchas fuentes, y en ningún caso de una mente solitaria. Se trata de fenómenos multidimensionales y ciertamente complejos. Por ello, se requiere una consideración psicosocial que enfatice la trama de relaciones comprometidas. Es preciso un pensamiento más integrador, la perspectiva de una articulación, de una trama, de un movimiento en varios planos.

*

La prensa periódica: un decir que es más que su decir *A periodical: speaks louder than its words*

Carlos Ossandón B.
Universidad de Chile

Sobre la prensa periódica han circulado distintos conceptos y aproximaciones. Para Nietzsche, por ejemplo, el periódico y su lectura representa un estrechamiento de la experiencia o “consuelo”. Para Habermas, en cambio, desde una mirada más histórica y política, la prensa es un factor decisivo en la constitución del “público lector” moderno y de un espacio de “opinión pública”. Ha sido definida también como “literatura bajo presión” (S. Rotker), como condición para “pensar la ciudad” (J. Ramos), como “mapa” o “guía”, o como un dispositivo de creación y control del “tiempo” (A. Faure), entre otros conceptos o aproximaciones.

Cualquiera que sea la opción que se tome, me interesa recalcar que la prensa es algo más que un “medio”, el espacio sin más de las noticias o comentarios del día. Desde esta perspectiva, busco subrayar la capacidad de significación de su “cuerpo”, de sus estructuras, lenguajes o relaciones entre códigos, preguntando sobre los vínculos que mantienen estas superficies con la sociedad, con ese “común sensible” que destaca Jacques Rancière. Es en este espacio de intercambio entre prensa y sociedad donde he creído comprobar que *la prensa dice siempre más de lo que dice*.

NOTAS

Las ponencias se reprodujeron aquí tal cual se recibieron, aunque los autores tuvieron una oportunidad de revisión de errores. El traspaso se hizo en forma semi-automática y solo se verificó el formato de la tipografía y de las ilustraciones. Puede haber espacios en blanco producidos por la ubicación de las ilustraciones, aunque se han tratado de evitar y algunas cursivas pueden haber sido pasadas a texto normal.

Algunas tablas fueron traspasadas como imágenes para conservar su aspecto.

Algunos expositores han solicitado no publicar el texto de su ponencia, reservando éste para alguna revista científica. Así, pueden aparecer en el programa (Anexo 2) sin que el texto esté incluido.

EJE TEMÁTICO: ESTUDIOS DE PERIODISMO E HISTORIA DE MEDIOS

SUBJECT AREA: JOURNALISM STUDIES AND MEDIA HISTORY

La construcción de la esfera pública política: Un estudio de los cuerpos de reportajes de la prensa chilena

The construction of the political public sphere: A study of the feature stories' sections in the Chilean press

Laureano Checa
Universidad de Chile
lcheca@uchile.cl

Cristian Cabalin
Universidad de Chile
ccabalin@uchile.cl

Abstract

Features Stories' section of Sunday newspapers are interpretive spaces that contribute to build the news agenda and pluralism in the political public sphere. In this paper, we show the results of a research project whose overall objective was to analyze the content, discourses and images of the bodies of reports from national and regional coverage from Chilean newspapers through a mixed methodological design (a quantitative content analysis and a qualitative thematic analysis). Our results indicate that a small, elitist and centralist political public sphere is constructed, with scant presence of alternative voices to the large blocks of power in Chile. In addition, a focus on game and conflict in the treatment of politics prevail, undermining the possibility to widely discuss public policy issues.

Keywords: *Public sphere, journalism, content analysis*

Resumen

Los suplementos de reportajes son sitios de construcción de la agenda periodística y de producción y circulación de discursos sobre los asuntos públicos que circulan en la esfera pública política. En este paper presentamos los resultados de un proyecto de investigación, cuyo objetivo general fue

analizar los contenidos, discursos e imágenes de los cuerpos de reportajes de diarios chilenos de cobertura nacional y regional a través de un diseño metodológico mixto (análisis de contenido cuantitativo y análisis temático cualitativo). Nuestros resultados indican que se construye una esfera pública política reducida, elitista y centralista, con escasa presencia de voces alternativas a los grandes bloques de poder en Chile. Además, prima el enfoque de juego y conflicto en el tratamiento de la política, menoscabando la posibilidad de deliberar ampliamente sobre temas de políticas públicas.

Palabras clave: Esfera pública, periodismo, análisis de contenido

Introducción

“La semana política comenzó con una entrevista del ex ministro del Interior, Jorge Burgos, con la periodista Pilar Vergara, publicada en El Mercurio. Se armó una tole-tole, una batahola, una serie de comentarios... Hasta hace unos minutos Isabel Allende, la presidenta del Partido Socialista, comentaba los dichos de Jorge Burgos. Así que parece pertinente, razonable, oportuno y le agradecemos muchísimo la gentileza, que Jorge Burgos termine la semana aquí en Mesa Central Tele13 Radio, comentando la semana que ha pasado”.

Con esta introducción, el periodista Iván Valenzuela, presentaba a su invitado de ese segmento del programa matutino radial el viernes 12 de agosto. Burgos, tras dos meses de silencio después de dejar la cartera, había marcado la pauta de la semana por declaraciones hechas al cuerpo de reportajes del buque insignia del grupo Edwards.

Es imposible rastrear el momento exacto en que se estableció que “la semana política” se iniciaba los domingos. Durante la transición a la democracia, “una llamada de [la periodista] Raquel Correa concertando una entrevista [para el cuerpo D de El Mercurio] era más cotizada que una cita con [la cantante norteamericana] Madonna una noche en Cancún” (Otano, 2006: 286). Esa importancia –señalada irónicamente por Otano– radica en que los cuerpos de reportajes establecen los enfoques políticos y marcan la agenda de la discusión de los días venideros. Además, ahí se ponen en circulación los distintos discursos sobre los hechos políticos y, supuestamente, se contienen las diversas posturas en pugna en la construcción de la esfera pública política (Habermas, 1998).

Los cuerpos de reportajes se asocian a los espacios periodísticos destinados a desplegar las funciones interpretativas y de tratamiento en profundidad de los hechos políticos relevantes (Parratt, 2007). En ese sentido, dichas *separatas* tienen particularidades en sus modos de producción y circulación, y de consumo. En la primera dimensión, son productos de un mayor tiempo de reporteo, redacción y edición del reportaje; supone incorporar más aristas y dimensiones, así como mayor profundidad al tema o problema; recurre a otros lenguajes complementarios al textual (fotografía, ilustración, infografías, tipografía al servicio del texto, por mencionar algunos) y se publican los días con mayor circulación de la prensa chilena: los domingos. En la dimensión de las audiencias, los suplementos de reportajes suelen construirse con mayor precisión respecto al tipo de público al que va dirigido y se leen con fines no solo informativos, sino también interpretativos y políticos, debido a su segmentación (Bermúdez, 1998) e impacto en las élites.

En esta ponencia, presentaremos los resultados preliminares del proyecto de investigación: “Cuerpos de reportajes y pluralismo en la prensa chilena: Contenidos, discursos e imágenes en la construcción de la esfera pública política”, cuyo objetivo general es analizar los contenidos, discursos e imágenes de los Cuerpos de Reportajes de diarios chilenos de cobertura nacional y regional, en tanto espacios interpretativos que contribuyen a la construcción de la agenda noticiosa y al pluralismo en la esfera pública política. En este estudio, asumimos que los suplementos de reportajes son sitios de construcción de la agenda periodística y de producción y circulación de discursos sobre los asuntos públicos.

Considerando lo anterior, con esta investigación hemos pretendido profundizar el análisis de la prensa chilena, ya que generalmente los estudios de este tipo se han preocupado de la cobertura noticiosa tradicional (notas informativas) y de las páginas editoriales, descuidando los suplementos de reportajes, donde se desarrolla el periodismo interpretativo. Por lo mismo, los posibles resultados de esta investigación son: conocer la estructura de estos suplementos, sus contenidos, sus fuentes más recurrentes y sus discursos dominantes, para así evaluar su contribución al pluralismo en la esfera pública política.

Para desarrollar el objetivo mencionado, empleamos una estrategia metodológica mixta. Primero, caracterizamos los suplementos y sus reportajes principales a partir del análisis de

contenido cuantitativo. Luego, a través del análisis crítico del discurso y de las fotografías, analizamos los discursos políticos que se producen y circulan en estos suplementos.

Nuestra ponencia se desarrollará en cuatro partes a continuación. En la primera presentaremos los conceptos fundamentales que han orientado nuestra investigación, centrándonos en la constitución de la esfera pública política, ya mencionada. Luego detallaremos la metodología utilizada para el estudio y las matrices teóricas que inspiran nuestra aproximación al objeto. Tras eso, mostraremos algunos resultados para, finalmente, elaborar conclusiones preliminares de nuestro trabajo.

La esfera pública política

Una de las aproximaciones teóricas más influyentes en el estudio sobre la prensa y su lugar en la configuración de las sociedades modernas es la idea de esfera pública, propuesta por Jürgen Habermas como aquella esfera que media entre la sociedad y el Estado. En ella, los ciudadanos se comportan como un cuerpo articulado atendiendo a asuntos de interés general (Habermas, 1986). El enfoque habermasiano se construye los supuestos de la participación de individuos racionales en la vida pública, la deliberación plural motivada por el interés general y un consenso que surgiría del debate racional (Benson, 2009).

La noción de la esfera pública política nos refiere a una red para “la comunicación de contenidos y tomas de posturas, es decir, de opiniones, y en ella los flujos de comunicación quedan filtrados y sintetizados de tal suerte que se condensan en opiniones públicas agavilladas en torno a temas específicos” (Habermas, 1998: 440). Es decir, la esfera pública como el sitio de la discusión pública-política sobre temas de interés social. Asumimos que este espacio está constituido, entre otros actores, por la prensa escrita y, en especial, por su sección interpretativa: los cuerpos de reportajes (Santibáñez, 1995).

Nos interesó estudiar esta sección de los periódicos (reportajes políticos), pues consideramos que es ahí donde se genera el mayor nivel de construcción interpretativa de los hechos políticos relevantes del país, se establecen las narrativas y se marca la agenda de la discusión de los días venideros en la cobertura política. Además, ahí se ponen en

circulación los distintos discursos sobre los hechos políticos relevantes y, supuestamente, se contienen las diversas posturas en pugna en la construcción de la esfera pública política. Por lo tanto, por un lado, existe construcción de agenda y, por otro, hay pretensiones de una discusión plural y deliberante.

Siguiendo a Charaudeau (2005), el espacio público es un discurso social en constante producción y reproducción, donde los medios de comunicación participan activamente, ya que “no son agencias de información neutrales que proveen un foro para otros actores ni actúan con independencia del ámbito político. Por el contrario, son ‘actores políticos’ con intereses y metas genuinos -y con derecho a expresarlos en el discurso público- que procuran encontrar resonancia de sus opiniones tanto en las audiencias como en la política” (Aruguete, 2015: 105). En otras palabras, sus decisiones condicionan los temas, el tipo de debate y la perspectiva a través de la cual se enfocan los asuntos públicos. Por lo tanto, tienen una responsabilidad en la extensión y profundización del pluralismo en la sociedad. En este sentido, la prensa escrita es uno de los principales promotores de opiniones influyentes, ya que tiene la capacidad de seleccionar los temas más relevantes de la discusión política y a los líderes de opinión a los que dará tribuna, incidiendo también en la agenda de los otros medios (televisión y radio, por ejemplo). Por ello, es posible concebirla como “un medio decisivo para aproximarse a la opinión pública” (Mora y Araujo, 2012: 62) en el sentido que recoge el clima social y alimenta la conversación en un sistema democrático de administración del poder.

Apuntes metodológicos: Un diseño mixto

En este estudio empleamos una estrategia metodológica mixta, que es “un tipo de investigación, donde el investigador mezcla o combina técnicas, métodos, enfoques, conceptos y lenguajes cuantitativos y cualitativos en un solo estudio” (Johnson y Onwuegbuzie, 2004: 19). Para operacionalizar nuestra decisión metodológica, optamos por un diseño concurrente. Esto quiere decir que aplicamos un método cuantitativo (análisis de contenido) para caracterizar los cuerpos de reportajes y analizar una muestra de reportajes

políticos, y en paralelo aplicamos métodos cualitativos (análisis temático y de imágenes) de una submuestra de los reportajes y entrevistas.

Establecimos como unidades de análisis los cuerpos de reportajes de los diarios de mayor circulación a nivel nacional (El Mercurio de Santiago, con 200.905 ejemplares, y La Tercera, con 147.483), y de medios regionales. Para estos últimos se consideraron los territorios más pobladas (del Biobío, con 2.114.286 habitantes, y la de Valparaíso, con 1.825.757) y las regiones con mayor y menor Producto Interno Bruto per cápita (la mayor es Antofagasta, con US\$ 24.972, y la menor es la de la Araucanía, con US\$ 3.129).

Ante la falta de estadísticas de circulación que permitan hacer la selección de los medios regionales a estudiar, se designaron los medios impresos afiliados a la Asociación Nacional de la Prensa que circulen en las capitales de las regiones mencionadas y que cuenten con Cuerpos de Reportajes identificados como tal. Los medios que cumplen con estos requisitos son: El Mercurio de Antofagasta, El Mercurio de Valparaíso, El Sur de Concepción y El Austral de Temuco.

De acuerdo con el diseño de esta investigación, desarrollamos un análisis estadístico descriptivo de los datos producidos por el análisis de contenido cuantitativo aplicado a los 240 cuerpos de reportajes seleccionados y también aplicado a los 124 reportajes políticos principales de la muestra cuantitativa. Posteriormente, analizamos temáticamente, tanto en las dimensiones de discurso como de imagen, los 25 reportajes y 5 entrevistas, correspondientes a la muestra cualitativa¹.

Principales resultados: Una esfera pública política reducida

Un primer hallazgo del estudio fue que no todos los diarios estudiados publican dominicalmente un reportaje político principal. Al inicio de la investigación asumíamos que

1

Las ediciones analizadas se sitúan entre el domingo 8 de marzo y el domingo 6 de diciembre de 2015. Las fechas fueron seleccionadas por tratarse de la publicación previa al inicio del periodo legislativo ordinario (11 de marzo) y la edición posterior a la fecha de despacho del presupuesto de la Nación (30 de noviembre), época que concentra la mayor actividad política, que fue el foco del estudio.

se iban a analizar 240 piezas informativas, pero éstas quedaron limitadas a 121. De las 40 ediciones revisadas por cada diario, en El Mercurio fue posible identificar 39 piezas informativas que se ajustaban a la definición, seguido de La Tercera, con 38, y El Mercurio de Valparaíso con 26, mientras El Austral de Temuco tiene la menor cantidad con sólo 3.

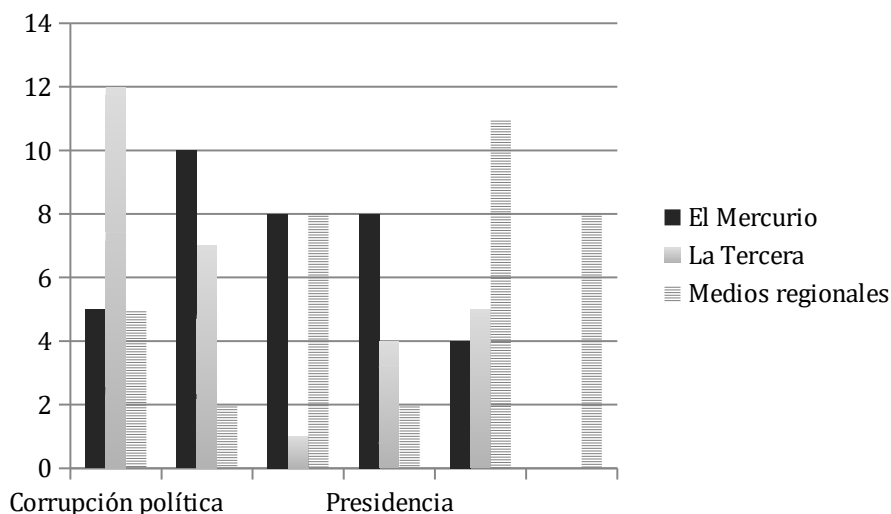
En segundo lugar, fuimos capaces de identificar los enfoques predominantes en el tratamiento periodístico de los asuntos del campo político. El “enfoque” se relaciona con la noción de *frame* o encuadre, que es un marco de sentido que proveen los medios de comunicación para explicar los eventos sociales. Esta operación de *framing* es “un proceso omnipresente en la política. Este proceso incluye la selección de algunos aspectos de la realidad percibida para conectarlos en una narrativa particular que promueve una interpretación particular” (Entman, 2010: 231). Por lo anterior, nos detendremos en la “narrativa” (temas, enfoques y fuentes) de los reportajes y entrevistas políticas.

Un tema (*issue*) se puede definir como “un problema social, a menudo conflictivo, que ha recibido la cobertura de los medios de masas” (Dearing y Rogers, 1992: 3). Los ejes temáticos² más presentes fueron: “Corrupción política” (28%, 22 registros), “Nueva Mayoría” (16%, 19 registros), “Elecciones” y “Otros temas” (14%, 17 notas), “Presidencia” con un 12% y “Problemas locales” con 1%.

Para los diarios nacionales los temas más representativos son: “Nueva Mayoría” y “Corrupción Política”, con el 22% de las notas, “Presidencia” (15%) y “Elecciones” y “Otros temas” (12%). En el caso de los regionales, un cuarto de la muestra analizada tiene como eje temático principal “Problemas Locales”, seguido de “Elecciones” y “Otros temas”(18%) y “Corrupción Política” (11%).

2 Para esta investigación, definimos en nuestro libro de códigos 11 ejes temáticos: reformas, corrupción política, elecciones, representación, relaciones internacionales, Nueva Mayoría, oposición, problemas locales, Presidencia, economía y otros.

Gráfico 1: Temas en diarios nacionales y regionales



Considerando que diversos “estudios han demostrado que las noticias de los medios tienen una fuerte tendencia a enmarcar la política como un juego estratégico más que a enfocarla en los temas políticos” (Aalberg, Strömbäck y de Vreese, 2011: 163), nuestra investigación contempló variables para identificar la presencia de tres tipos de *frames*. En este caso, tomamos el modelo presentado por Aalberg, Strömbäck, y de Vreese (2011) respondiendo a la necesidad de validar metodologías comunes para los distintos análisis de *framing*.

El primer *frame* se refiere a la representación de la política como un juego. Es decir, se enfoca en quién gana o pierde en los debates legislativos, en las elecciones, o en las distintas manifestaciones de la opinión pública (por ejemplo, las encuestas). Dentro de este tipo de *frame* se considera también la aprobación o desaprobación de grupos de interés involucrados en la construcción de las políticas públicas, en la especulación electoral y en los resultados políticos de estos procesos (Aalberg, Strömbäck, y de Vreese, 2011).

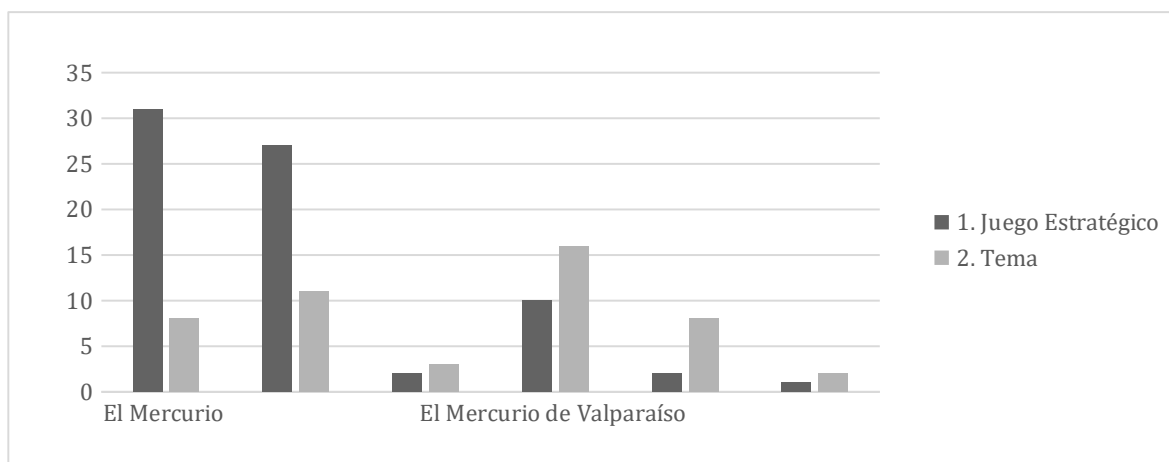
El segundo tipo de *frame* representa la política como una estrategia, y se centra en interpretaciones sobre los motivos de los personajes y grupos políticos para emprender ciertas acciones o defender ciertas posiciones. Asimismo, este tipo de *frame* enfatiza en las

tácticas utilizadas para alcanzar logros políticos; en el modo de hacer campaña durante período de elecciones, y en las conductas y decisiones de los personajes políticos, en relación al trato personal, su liderazgo y su integridad (Aalberg, Strömbäck, y de Vreese, 2011).

Por último, en el caso del *frame* de *issue* o tema, consideramos la definición de Lawrence (2000) de acuerdo a la cual este encuadre se centra en los problemas y soluciones de políticas públicas, así como en las descripciones y explicaciones en torno a las partes esenciales de un proyecto legislativo o programa de gobierno. También se consideran parte de este *frame* las referencias a los argumentos y posiciones de los políticos en relación a temas de preocupación pública, y a las historias sobre los impactos de estas medidas gubernamentales y legislativas, en la sociedad en general.

En un nivel agregado cada reportaje se clasificó a partir de dos categorías: la de Juego Estratégico, es decir, donde prima un tratamiento del contenido en la línea de los dos primeros *frames*; y la de Tema, donde el reportaje destaca más por el desarrollo de problemáticas políticas de fondo. Los datos coinciden con el *framing* general de los reportajes codificados, en los que prima en un 60 por ciento el enfoque de “Juego Estratégico” por sobre el de “Tema”.

Gráfico2. *Frames* por diario



Por último, al analizar las fuentes vale la pena destacar dos aspectos. Llama la atención la baja participación de las fuentes ciudadanas, los centros de estudios y los

representantes de movimientos sociales, sobre todo considerando que el eje temático más predominante de la muestra es “Corrupción Política”. En relación a este tema, destaca además que fuentes asociadas al poder empresarial y al grupo de los expertos, sean más importante que las voces asociadas al “Poder Judicial” y al de “Otras Fuerzas Políticas”, que se ven directamente implicadas en un debate de estas características.

En segundo lugar, al analizar cualitativamente una muestra de reportajes de los diarios nacionales, hay una marcada presencia de trascendidos bajo la forma de: “*se dijo*”, “*en el entorno de*”, “*según confirmaron cercanos a*”, y un largo etcétera de recursos similares.

Con este tipo de fuentes se construyen artículos completos y donde no hay rastros de qué, cómo y por qué se optó por garantizar reserva a las fuentes, a quién y por qué se protege su identidad, o por qué razones no había otras fuentes disponibles que pudiesen estar identificadas. En ese sentido, opera un pacto desde el periodista/medio hacia su(s) fuente(s) (pues les garantiza anonimato) en vez de operar en relación a las audiencias, en el sentido de poder garantizar los procedimientos y decisiones en torno a estos (Becerra, 2007).

Conclusiones preliminares del estudio

El estudio de los reportajes políticos analizados nos permite sostener que la construcción de la esfera pública política está restringida a la contingencia, es decir, a los temas que ocupan la mayor parte de la discusión política clásica (conflicto entre bloques y discusión de asuntos del propio sistema). La apertura hacia temas de política pública es escasa y la ciudadanía está ausente de los reportajes políticos principales.

Además, nos interesa enfatizar que la estructura narrativa de los reportajes políticos desde el *frame* del Juego Estratégico tiene consecuencias para el funcionamiento del sistema político en su conjunto. Esto nos acerca a lo propuesto por Cappella y Jamieson (1997), para quienes encuadrar la política de esta manera lleva a perder el foco sobre los problemas de interés público, disminuyendo la posibilidad de informar adecuadamente a la ciudadanía, en el marco de un sistema democrático de gobierno.

En resumen, de nuestro análisis mixto se desprende que la esfera pública política construida a través de los cuerpos de reportajes de diarios nacionales y regionales es un sitio de discusión limitado a las voces tradicionales del sistema político. No existe la teórica mayor amplitud e interpretación que supone el género del reportaje ni tampoco hay una deliberación intensa sobre los asuntos de interés público. Simplemente, se replica el esquema clásico de cobertura política, enfatizando el conflicto político desde una perspectiva centralista y con poco espacio para nuevas voces o fuerzas ciudadanas.

Bibliografía

Aalberg, T., Strömbäck, J. y de Vreese, C. (2011). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 162-178.

Aruguete, N. (2015). *El Poder de la agenda: Política, medios y público*. Buenos Aires: Biblos.

Becerra, M. (2007). Práctica periodística y práctica científica en investigación. En M. Becerra y A. Alonso (Eds.), *La investigación periodística en la Argentina* (pp. 97–110). Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.

Benson, R. (2009). Shaping the public sphere: Habermas and beyond. *The American Sociologist*, 40, 175-197.

Bermúdez, M. (1998). Suplementos culturales y rentabilidad. *Chasqui*, 63, 17-19.

Cappella, J. y Jamieson, K. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. Nueva York, NY: Oxford University Press.

Charaudeau, P. (2005). *Les médias et l'information. L'impossible transparente du discours*. Bruselas: De Boeck & Larcier s.a. Institut National de l'audiovisuel.

Dearing, J.W., y Rogers, E.M. (1992). *Communication Concepts 6: Agenda· Setting*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Entman, R. (2010). Media framing biases and political power: Explaining slant in news of Campaign 2008. *Journalism*, 11(4), 389–408.

Guerrero, M. (2012). Pensar lo social desde los juegos del lenguaje como posibilidad de democracia: El momento wittgensteiniano en el pensamiento social y político de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe. *Revista Trabajo Social*, 81, 7-20.

Habermas, J. (1986). Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: Gustavo Gili.

----- (1998). Sobre el papel de la sociedad civil y de la opinión pública política. En *Facticidad y validez* (pp. 407-468). Madrid: Trotta.

Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational Researcher*, 33(7), 14-26

Lawrence, R. (2000). Game-framing the issues: Tracking the strategy frame in public policy news. *Political Communication*, 17(2), 93-114.

Mora y Araujo, M. (2012). El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública. Tucumán: La Crujía.

Otano, R. (2006). Nueva crónica de la transición. LOM: Santiago.

Parratt, S. (2007). El reportaje, ¿decadencia o apogeo?. *Chasqui*, 97, 38-43.

Santibáñez, A. (1995). Periodismo interpretativo. Santiago: Editorial Andrés Bello.

Los Países Iberoamericanos en la Prensa Chilena

Ibero-American countries in the Chilean Press

Rayén Condeza (rcondeza@uc.cl),
Cristóbal Edwards (cedwards@uc.cl),
Paz Vásquez (pvvasque@uc.cl)
Alonso Lizama (aflizama@uc.cl)

Facultad de Comunicaciones
Pontificia Universidad Católica de Chile

Abstract

This study is part of a comparative research network (PUC Chile, University of Sevilla, PUC Ecuador, Mexico Ciudad Juárez University and University EAFIT Colombia) named "Ibero-American Relations in Printed Media." The study analyzes how two prominent newspapers in each country process information related to Ibero-American countries. In the case of Chile, El Mercurio and La Tercera were selected because they have nationwide circulation and certified readership levels, a requirement for this study. The methodology consists of a constructed week sampling between March 16 and September 16, 2015, to do a quantitative content analysis that systematizes news by kind and approach (positive, negative or neutral), as well as by type of news sources. Among the main findings we observed a scant and rather superficial information processing (few, brief news), focusing on domestic policy (leaning toward a negative connotation) and foreign policy (with a tendency to a positive-neutral connotation). We will show and discuss the finding specifics.

Keywords: *Comparative Journalism- Content Analysis-Iberoamerica-News- Quality Journalism*

Resumen

Este estudio es parte de una red de investigación comparada, constituida por investigadores en comunicaciones de la PUC de Chile, Universidad de Sevilla, PUC Ecuador, Universidad Ciudad Juárez México y Universidad EAFIT de Colombia, titulada “Las relaciones iberoamericanas a través de la prensa”. En cada país se analiza el tratamiento informativo en dos periódicos relacionado con países de Iberoamérica. En el caso de Chile se seleccionaron El Mercurio y La Tercera, según los criterios de circulación nacional y niveles de lectoría reportados y exigidos para los países participantes. La metodología consiste en un análisis de contenido cuantitativo que sistematiza el tipo de noticias tratadas, las connotaciones positivas, negativas o neutras, así como el tipo de fuentes informativas utilizadas. Se recurrió a la metodología de la semana construida (entre el 16 de marzo y el 16 de septiembre de 2015). Se describen y discuten los resultados obtenidos en el corpus y en las distintas dimensiones estudiadas. Se observa un tratamiento informativo escaso y más bien superficial (pocas noticias, extensión breve) que refieren a política interior (tendencia a la connotación negativa en el tratamiento) y exterior (tendencia a la connotación positiva-neutra). En esta exposición se dan a conocer los datos del capítulo chileno.

Palabras clave: Prensa comparada—Análisis de contenido—Iberoamérica—Noticias—Periodismo—Calidad periodística.

*

Las investigaciones comparadas sobre las noticias han sido abordadas por distintos autores y perspectivas. Schoemaker & Cohen (2006) analizan cómo se define lo que es noticia en diez países, entre los cuales Chile (estudiado por Puente & Mujica, 2004) es la única nación hispanohablante considerada. Maronna y Sánchez (2005) coordinaron una red universitaria que analizó las representaciones de la infancia y de la adolescencia en las noticias de la prensa y de los telediarios en ocho países de América del Sur (Argentina, Brasil, Bolivia, Chile (capítulo a cargo de Condeza, 2005), Colombia, Paraguay, Perú y Uruguay). El continente africano también ha sido analizado desde su representación en las noticias en los medios de comunicación de los países occidentales (Moumouni, 2003),

mientras Retis & Benavides (2005) estudian la representación de los inmigrantes latinoamericanos en la prensa española y estadounidense. Asimismo, Gallardo-Pauls & Enguis (2014) comparan encuadres en un corpus de titulares políticos publicados en la prensa escrita mediante un análisis de discurso. Por su parte, Kendall (2011) subraya la importancia de analizar la representación, así como el encuadre de las noticias sobre temáticas específicas, como la pobreza y la riqueza. Igartúa & al. (2004) analizan los encuadres noticiosos de Latinoamérica y de los latinoamericanos publicados en la prensa española. Observan diferencias significativas en función del país de origen de la información, en desmedro de Venezuela y Colombia, estos últimos representados con un encuadre negativo. La idea de que “cada nación forma ahora parte de otra nación (...) y de que el mundo continúa volviéndose cada vez más interdependiente” (Mc Bride, 1984, p.11) está detrás de las distintas investigaciones citadas. Reguillo (2002) afirma, en la misma línea, que “la comunicación mediática es fundamentalmente un espacio social que autoriza o desautoriza otros” (p.62) y que según el tipo de representaciones los medios han incluso contribuido a fortalecer la idea de lo que es un país, por ejemplo peligroso.

La investigación aquí descrita, tuvo por objetivo analizar las relaciones iberoamericanas a través de las noticias publicadas en la prensa escrita en Ecuador, España, Chile, Colombia y México³. Su objetivo general fue conocer en qué medida la prensa de los países participantes contribuye, a través del tratamiento noticioso, a formar lazos entre las naciones iberoamericanas o, por el contrario, si sus mensajes periodísticos reducen la conexión entre estos países. El equipo del capítulo chileno optó por limitar el estudio a sus aspectos descriptivos, es decir sin proyectar los posibles efectos de los mensajes periodísticos buscados en los tres objetivos específicos siguientes: 1) Analizar si el contenido de la prensa escrita de los respectivos países tiende a fomentar en sus audiencias actitudes favorables o desfavorables hacia los otros países iberoamericanos participantes en el proyecto; 2) Observar los temas abordados en sus mensajes periodísticos (ámbitos político, económico, jurídico, cultural, social, deportivo, etc.) que contribuyan a tender

3 Coordinadores: Chile (Rayén Condeza, Cristóbal Edwards, PUC Chile); Colombia (Universidad EAFIT); Ecuador (María del Carmen Cevallos, PUC); España (María Ángeles López Hernández y Dr. Rubén Domínguez Delgado, Universidad de Sevilla); México, coordinadoras generales de la investigación (Martha Patricia Álvarez Chávez y Dra. Gloria Olivia Rodríguez Garay, Universidad Ciudad Juárez México). Título: Las relaciones iberoamericanas a través de la prensa escrita.

puentes y a crear lazos entre los ciudadanos iberoamericanos y 3) Evaluar si la prensa escrita de los respectivos países centran su atención sólo en determinados países de Iberoamérica, dejando fuera de manera sistemática información del resto de los países participantes.

Metodología

La cobertura noticiosa en cada país se analizó en dos periódicos, cuya selección apuntó a dar cuenta de medios con circulación nacional y con altos índices de lectoría. En el caso chileno se seleccionaron los diarios El Mercurio y La Tercera, por cumplir ambos criterios⁴, además de pertenecer a los dos principales consorcios periodísticos del país. Entre ambos grupos El Mercurio S.A. y COPESA (La Tercera) concentran el 80% de la lectoría y el 83% de la inversión publicitaria en la prensa (Observacom, 2016).

Las variables estudiadas fueron: frecuencia de aparición de noticias sobre Iberoamérica, autores y tipo de fuentes de las noticias, connotaciones de las noticias acerca de los países participantes en el estudio (positivas, negativas o neutras), áreas temáticas y temas clave desde los que los países son noticia en cada país (política, economía, sociedad, tribunales, sucesos, medio ambiente, ciencia y tecnología, cultura y deportes), además de diversidad en cuanto a actores noticiosos y extensión de la noticia. Se empleó la metodología de la semana construida y se revisaron bajo esa modalidad los ejemplares de diarios entre el 16 de marzo de 2015 y el 16 de septiembre de 2015. En cuanto a las connotaciones positivas, se referían a dar una imagen favorable de cada país; cuando negativa sugieren una imagen desfavorable. Por último, cabe mencionar que la presente investigación tiene dos sesgos en su muestra, relacionadas a eventos de actualidad ocurridos en Chile. La primera de ellas dice relación con el conflicto judicial de Chile y Bolivia ante la Corte Internacional de Justicia en La Haya -cuyo proceso coincidió con el periodo de levantamiento de información- y el segundo el evento deportivo de la Copa América que tenía como sede a Chile, de la que el equipo nacional resultó campeón.

4 Fuente: <http://www.elmercuriomediacenter.cl/wp-content/uploads/ESTUDIO-DE-LECTOR%C3%8DA-a-enero-2015.pdf>

Resultados

El total de menciones a países iberoamericanos durante el periodo estudiado fue de un corpus de 484 noticias (N= 484). El Mercurio predomina, con 304 de las menciones (62.8%) y La Tercera con 180 (37.2%). Si se desagregan las cifras por país, como lo muestra el gráfico 1, las diferencias más notorias se manifiestan en países como Argentina, España, Brasil, México, Venezuela y Perú, considerados por ambos medios. Al respecto, es importante señalar que según la muestra analizada, el diario La Tercera tendió a considerar como referente en el ámbito internacional a Estados Unidos y no tanto a los países iberoamericanos, mientras que El Mercurio muestra una tendencia contraria.

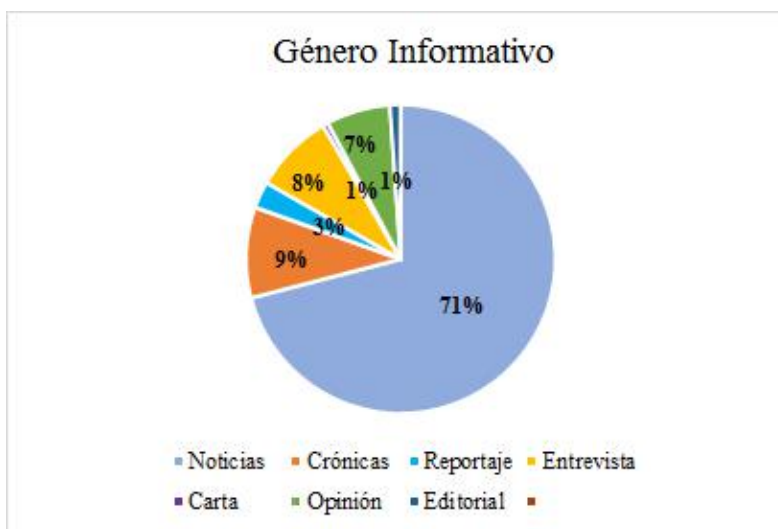
Gráfico 1: Noticias de países iberoamericanos cubiertos por El Mercurio y La Tercera

Igual comportamiento entre ambos medios se observa al considerar únicamente las noticias referidas a los países que participan de esta investigación conjunta, a saber, Colombia, Ecuador, España y México. De las 484 menciones a países iberoamericanos, sólo 198 pertenecen a los países finalmente estudiados (lo que equivale a 40% del universo total). El diario El Mercurio lidera las menciones, con 69% y La Tercera alcanza sólo 31%.

Indicadores del interés informativo

Respecto de la extensión de las menciones a los países iberoamericanos estudiados, El Mercurio, para empezar, publica el triple de Breves y el doble de noticias menores a una página que el diario La Tercera, mientras que La Tercera supera a El Mercurio el triple de veces con notas de una plana entera y el doble de notas de más de una página. De esto se puede inferir que si bien El Mercurio realiza más menciones, La Tercera lo hace en mayor profundidad. Sin embargo, este dato debe considerarse con cautela, puesto que la diferencia en el tamaño de ambas páginas puede influir en las decisiones editoriales de los medios respectivos⁵.

En cuanto a los géneros informativos, tal como lo muestra el gráfico 2, existe una preponderancia a referirse a los países iberoamericanos estudiados en términos noticiosos (71% de las notas seleccionadas). Ver gráfico 2: Género informativo.



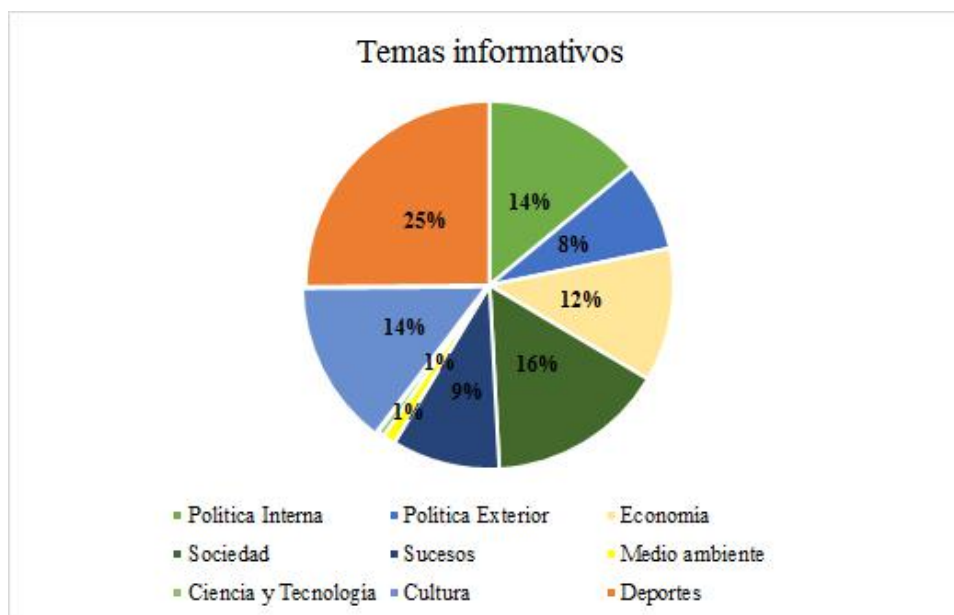
Diferenciado por medio, llama la atención que El Mercurio triplica las menciones de La Tercera en artículos de opinión, mientras que La Tercera realiza el doble de entrevistas. La mayor diferencia se observa, no obstante, en cuanto a las crónicas, en que El

⁵ El tamaño *tabloide* de La Tercera no suele permitir más de una noticia, lo que podría influir en la decisión de tratar un tema a mayor profundidad en más de una página. Por otra parte, La Tercera tiene un marcado interés por la visualidad, por lo que suele preferir imágenes atractivas y grandes reduciendo la extensión misma del texto.

Mercurio registró en total 15 durante el periodo estudiado y La Tercera apenas 2. Lo anterior refuerza la idea que El Mercurio podría tener una mayor injerencia en las percepciones sobre los países iberoamericanos estudiados. En cuanto a la proporción de notas firmadas, se da de manera relativamente equivalente, aunque la mayoría (53%) son notas sin autoría. Si se distribuyen según el medio (Gráfico 9), entre El Mercurio y La Tercera hay una proporción similar de notas firmadas (50 y 44, respectivamente). Pero, al revisar las notas sin autoría, hay una gran diferencia entre ambos medios. El Mercurio, por lejos, tiene mayor cantidad de notas sin firmar (66) y La Tercera apenas 17.

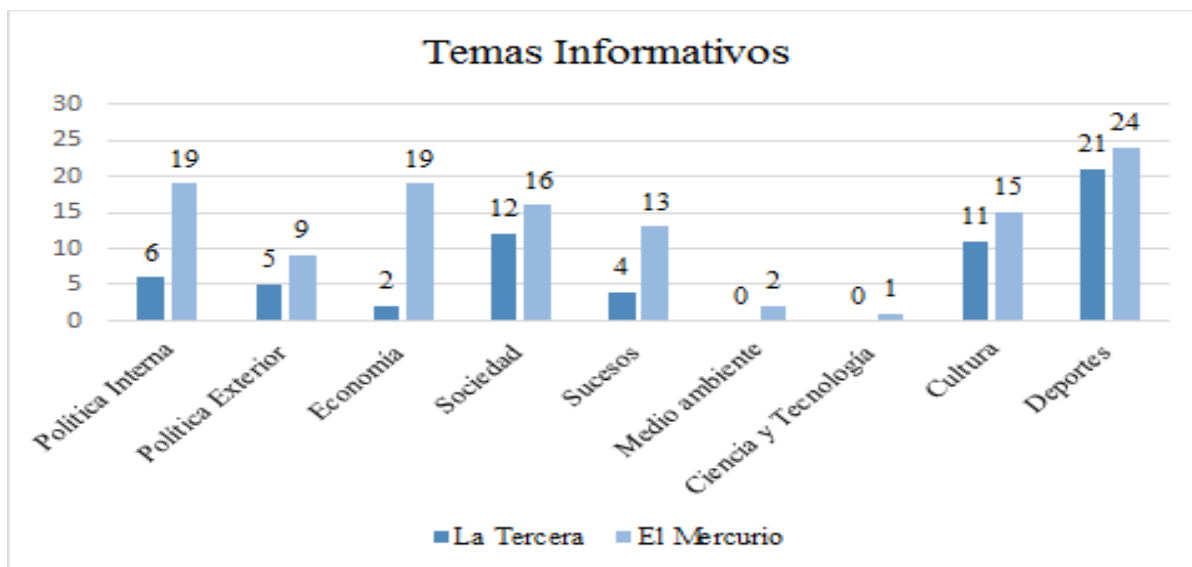
Temas informativos preferentes

Los temas que aluden con mayor frecuencia a los países iberoamericanos se refieren a Deportes (25%), Sociedad (16%), Política Interna (14%) y Economía (14%), tal como se desglosa en el gráfico número 3.



Si se desagregan estos datos según el medio analizado (Gráfico 4) existe una cierta homogeneidad en la cantidad de las menciones en Política Exterior, Sociedad, Cultura y Deportes. Sin embargo, existe una clara diferencia entre las menciones en temas de Política Interna (19 menciones en El Mercurio y 6 en La Tercera). En Economía la diferencia es

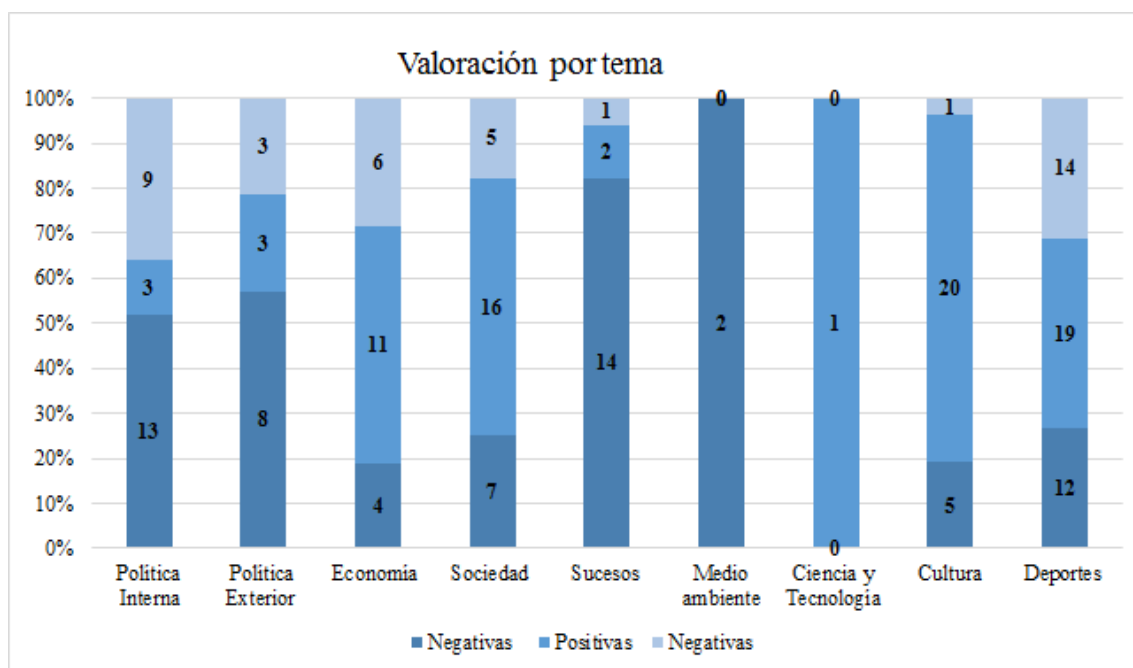
más notoria, pues en El Mercurio hay 19 menciones, versus 2 en La Tercera. Algo similar ocurre con la categoría propuesta de Sucesos (El Mercurio: 13; La Tercera: 4).



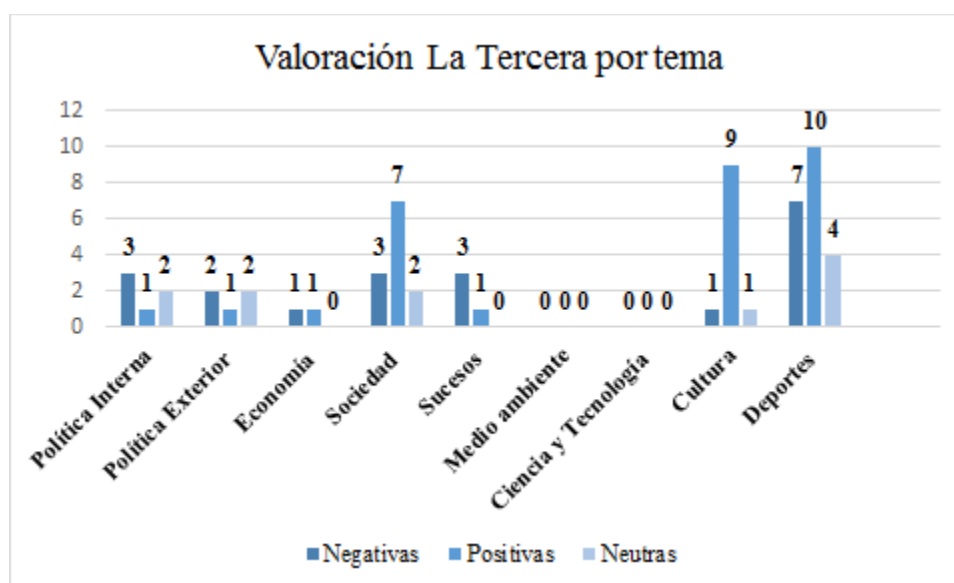
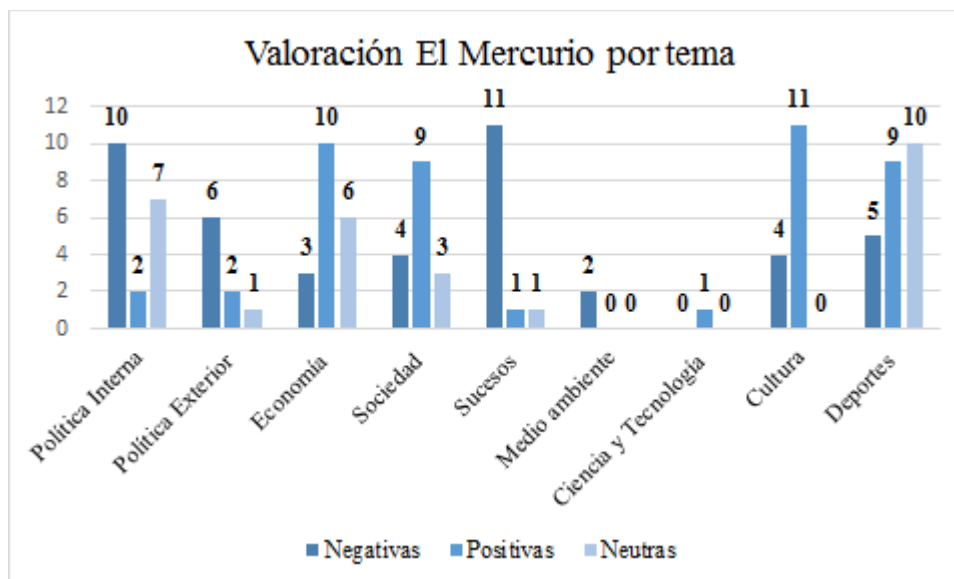
Valoración de las noticias

En lo que respecta a la valoración de la información de los países estudiados, el 42% es positiva y 36 % positiva (36%). Un 22% de los mensajes periodísticos tiene expresión neutra. En este punto es importante destacar que estos porcentajes pueden no ser del todo representativos de la apreciación que tiene la prensa escrita chilena sobre los otros países de la región. Esto porque quedan fuera del análisis los países que en la prensa nacional tienen una mayor presencia en el período de estudio, como Argentina, Brasil y Venezuela y que durante 2015 vivieron procesos complejos en su política interna. Un caso paradigmático es el de Bolivia, país con que Chile mantiene una disputa geopolítica y una demanda en la Corte Internacional de Justicia, tema que ocupó varias páginas y hasta ediciones especiales en ambos medios. El gráfico siguiente ilustra que las noticias positivas se agrupan en torno a los temas de Cultura, Deportes, y Sociedad y, en el caso de El Mercurio, excepcionalmente en los temas de Economía. Por otro lado, las valoraciones

negativas están más bien relacionadas con las noticias de Política Interna, Sucesos y Política Exterior.



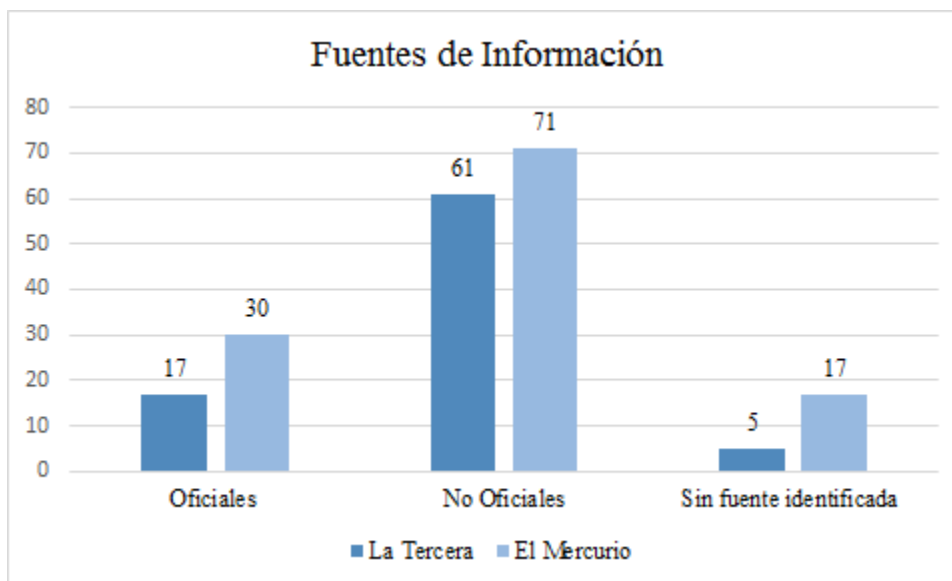
Para el caso del diario La Tercera, no obstante, esta tendencia debe considerarse con cautela debido a la poca cantidad de noticias analizadas, por lo que una conclusión generalizada a partir de estos datos sería inadecuada. Para el caso del diario La Tercera, no obstante, esta tendencia debe considerarse con cautela debido a la poca cantidad de noticias analizadas, por lo que una conclusión generalizada a partir de estos datos sería inadecuada.



Fuentes de información

De acuerdo con las categorías propuestas por esta investigación conjunta, las fuentes del mensaje se debían clasificar en dos: fuentes oficiales y fuentes no oficiales. El primer grupo consideraba a las fuentes de Gobierno, partidos políticos y otras fuerzas institucionales, mientras que para el segundo aplicaban las ONGs, las plataformas

ciudadanas, asociaciones vecinales, sindicatos obreros, etc. Sin embargo, entre las noticias analizadas, había noticias sobre diferentes temas (Cultura, Deportes, Sucesos) en los que no necesariamente estaban involucrados fuentes oficiales de gobierno. Si hubiésemos seguido el criterio propuesto, no habría sido posible recoger esta información. Como sugerencia para futuras investigaciones, sería interesante distinguir entre fuentes directas (cuando se cita a los involucrados) e indirectas (cuando se alude genéricamente a otras fuentes no identificadas). Para el caso chileno, no obstante, se resolvió considerar las fuentes primarias de una noticia como fuentes oficiales, aun cuando no fueran estrictamente de gobierno. Esta información quedó recogida en la sistematización que realizó el equipo de investigación para futuros análisis más acuciosos en caso de ser necesario. Considerando lo anterior, entonces, predominan las fuentes no oficiales por sobre las oficiales, y las fuentes no identificadas se distancian de las demás. El diario El Mercurio tiene mayor cantidad de noticias con fuentes no oficiales que La Tercera (71 y 61, respectivamente), pero esto debe considerarse en términos relativos, puesto que El Mercurio es el que tiene más noticias publicadas sobre los países analizados. Podemos observar, no obstante, que El Mercurio sí tiende a publicar casi el doble de noticias con fuentes oficiales y el triple con fuentes no identificadas, respecto del diario La Tercera.



A modo de conclusión

1. **De los dos diarios estudiados, el Mercurio es el que más informa sobre los países analizados.**
2. **España recibe un tratamiento informativo importante en ambos diarios estudiados.** Sin embargo, es necesario considerar que los medios chilenos también se refieren en gran medida a Argentina y Brasil -que quedaron excluidos de la muestra de análisis-, por lo que no se podría asegurar la hegemonía absoluta de España. La presencia de España en términos de cobertura noticiosa tiene que ser matizada, además, con el gran interés nacional por la Copa BBVA y la Liga española en general, así como con la vinculación de empresas españolas con que operan o que tienen sus filiales en Chile. Por otra parte, el interés por las elecciones presidenciales en España y el conflicto independentista con Barcelona, bien pueden ser factores influyentes para que los medios nacionales hayan puesto los ojos en particular sobre este país.
3. **Hay una clara tendencia a tratar las noticias con poca profundidad,** lo que se manifiesta en la preponderancia de notas breves o menores de una página.
4. **El género informativo que más predomina es la noticia.** Le sigue la Crónica y la Entrevistas, siendo éste último, el único caso donde La Tercera aventaja en publicaciones a El Mercurio.
5. **No hay diferencias significativas entre las notas firmadas y las que no, considerando los datos totales de ambos medios analizados.** Sin embargo, de manera desagregada, se puede ver una diferencia entre El Mercurio y La Tercera, en donde el primero tiene significativamente más notas sin firmar que el segundo, lo que se relaciona con que también tiene mayor cantidad de Breves.
6. **Los temas que más predominan en la cobertura periodística son Deportes, Sociedad, Política Interna, Cultura y Economía.** Uno de los factores que puede incidir en este resultado es la realización de la Copa América en Chile, torneo en el

que participaron Colombia, Ecuador y México. Los otros temas podrían explicarse por ser de interés general de los países estudiados, de acuerdo con el criterio noticioso de relevancia.

7. **La expresión del mensaje que predomina en ambos medios es positiva** (42% de las menciones versus el 36% que es negativa). Las noticias positivas se agrupan en torno a los temas de Cultura, Deportes, y Sociedad y, en el caso de El Mercurio, excepcionalmente en los temas de Economía. Por otro lado, las valoraciones negativas están más bien relacionadas con las noticias de Política Interna, Sucesos y Política Exterior.
8. **Respecto de las fuentes informativas y considerando ambos medios, predomina el uso de fuentes no oficiales.** No obstante, El Mercurio por sí solo tiende a publicar casi el doble de noticias con fuentes oficiales y el triple con fuentes no identificadas, en comparación con La Tercera.

Referencias

- Alvarez, M. & Rodríguez, G. (Coord.) (2015). *Proyecto de Investigación: Las relaciones iberoamericanas a través de la prensa escrita (Términos de referencia para las universidades de los países participantes)*. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- Condeza, R. (2005). *Infancia, Violencia y Medios. Conocer para intervenir*. Montevideo: Bureau International Catholique pour l'Enfance.
- Gallardo-Paúls, B.; Enguix, S. (2014). Estrategias de encuadre discursivo en periodismo político: análisis de un corpus de titulares. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 58, 90 -109
- Igartúa, J.J; Humanes, L.M. & al. (2004). Imágenes de Latinoamérica en la prensa española. Una aproximación empírica desde la teoría del encuadre. *Comunicación y Sociedad*, 17, (1), 47-75.

- Kendall, D. (2011). *Framing Class. Media Representations of Wealth and Poverty in America*. New York: Estover Road.
- Maronna, M. & Sánchez, R. (2005). *Narrativas de infancia y adolescencia*. Montevideo: Bureau International Catholique pour l'Enfance.
- Mc. Bride, S. (1984). *Un sólo mundo, voces múltiples. Comunicación e Información en nuestro tiempo*. México : Fondo de Cultura Económica.
- Moumouni, Ch. (2003). L'Image de l'Afrique dans les médias occidentaux : une explication par le modèle de l'Agenda-Setting. *Les cahiers du journalisme*, 12, 152-169.
- Observacom. Org (2016). Concentración de medios en Chile, agosto 2016. Consultado en www.observacom.org.
- Puente, S. & Mujica, C. (2004). ¿Qué es noticia (en Chile)? *Cuadernos de Información*, 16-17, 86:100.
- Reguillo, R. (2002). Pensar el mundo en y desde América Latina. Desafío intercultural y políticas de representación. 23 Conferencia AIERI, Asociación internacional de estudios en Comunicación social (Barcelona, 21-26 de julio)
- Retis, J. & Benavides, J. L. (2005). Miradas hacia Latinoamérica: la representación discursiva de los inmigrantes latinoamericanos en la prensa española y estadounidense. *Palabra Clave*, 8, 2 (13), 94-114.
- Shoemaker, P. & Cohen, A. (2006). *News Around the World*. New York: Routledge.

La crisis mediática durante la Unidad popular (1970-1973): ¿hacia una historia discontinua del periodismo chileno?

Media crisis during Popular Unity (1970-1973): Toward a discontinuous history of Chilean journalism?

Antoine Faure
CIDOC – Universidad Finis Terrae
antoinelucienfaure@gmail.com

Summary

The originality of the results stands in the historical counter-reading disclosed: when the history of media and the journalists' memory conclude in an ideological disorder period, a practical continuity is observed between 1970 and 1973. This way, we propose to talk about another discontinuity, not ideological but temporary: the emergence of the political crisis puts pressure upon the institutionalized journalistic temporalities that subsequently un-configure and trigger the opening of a new professional order. This hypothesis implies a new reading of the history of the profession in Chile.

Keywords: Journalism, Routines, Norms, Temporality, Crisis

Resumen

La originalidad de los resultados se ubica en la contra-lectura histórica que se devela: cuando la historia de los medios y la memoria de los periodistas, concluyen en un momento de desorden ideológico, se observa una continuidad práctica entre 1970 y 1973. Así, proponemos discutir sobre otra discontinuidad, ya no la ideológica sino temporal: la emergencia de la crisis política ejerce presión sobre las temporalidades periodísticas institucionalizadas que en consecuencia se des-configuran y gatillan la apertura de un nuevo orden profesional. Esa hipótesis implica una lectura novedosa de la historia de la profesión en Chile.

Palabras clave: Periodismo, Rutinas, Normas, Temporalidad, Crisis.

Con cierta hegemonía, el trabajo de los medios de comunicación durante la Unidad popular (1970-1973) ha sido analizado como una época de ideologización. Se afirma la contribución de los periodistas de instalar las condiciones para el Golpe de Estado, en un relato re-activado por las conmemoraciones del 11 de septiembre (entre muchos: Bernedo, Porath, 2003; Navarro, 2013; Tironi & Sunkel, 1993). Circula también a través del *mea culpa* de los profesionales (por ejemplo, Baltra, 2012; Cárdenas, 2012; Santibañez en Dooner, 1989).

Esa “culpa histórica” se formula con la articulación de dos argumentos. Bajo la perspectiva de la economía política, se constata la polarización editorial del mercado mediático (Rojo de la Rosa, 1976; Tironi & Sunkel, 1993). Y el estudio de las prácticas comunicacionales evidencia las relaciones de fuerza (Bernedo & Porath, 2003), las técnicas de propaganda empleadas (Tupper, 2003) y el maniqueísmo de los contenidos (Dooner, 1989; Uribe, 1979; Joignant, 2012). El relato adscribe a la tesis de la polarización ideológica que desborda las instituciones y provoca la ruptura del centro político regulador del Estado de compromiso (Valenzuela, 1989). La principal discontinuidad de la historia mediática chilena de las últimas cinco décadas residiría entonces en un regreso hacia un periodismo ideológico de otro tiempo que desembocaría sobre la reducción drástica del pluralismo.

Sin embargo, cuando se leen los diarios de la época en su integralidad, hay zonas donde la ideología se hace aparente, pero también, otras que calzan con un periodismo clásico. La ideologización de la prensa no parece tan fuerte. Pese a la radical politización, se reconoce empíricamente la dicotomía liberal clásica entre opinión e información. De hecho, esas lógicas son tan fuertes que, como ya ha sido mostrado junto a Claudio Salinas y Hans Stange (2013), el quehacer periodístico sigue las mismas normas antes y después del 1973.

Esa paradoja revela por lo menos dos problemas: el análisis se centra sobre la variable política, como si una politización extrema llevase la inestabilidad a todos los campos sociales de manera sistemática. El resultado (el Golpe de Estado) explica el

desarrollo anterior (Gottraux, 2002), lo que parece sospechoso. Para esto, se construye también un vínculo discutible entre economía política y conflicto editorial, como si la posición socio-cultural de los dirigentes de una empresa periodística asegurara una línea política uniforme a la complejidad del diario.

Con el objeto de sobrepasar esos sesgos, nos preguntamos ¿en qué consistía el periodismo durante la Unidad popular? ¿Cómo se ejercía el periodismo en medio de la crisis política? ¿Qué significaba ser periodista durante esos tres agitados años?

Interrogar las prácticas y el discurso periodísticos

Buscamos entonces reconstruir las rutinas periodísticas y la cultura profesional de la época de la Unidad Popular (UP), sin preconcebir la ideologización de la prensa ni caer en las trampas del “mediacentrismo” (Schlesinger, 1990). Para lo anterior, se opera un trabajo sobre tres dimensiones imbricadas: los aspectos estructurales (mercado mediático, recursos tecnológicos, transportes...), los aspectos prácticos (reuniones de pauta, diagramación, relaciones con las fuentes...) y los aspectos discursivos (normas éticas, regulación del campo, formación al quehacer...).

En el presente artículo, se realiza por una parte un análisis formal de los productos mediáticos (frecuencia de publicación, paginación, pauta, número de notas publicadas, fuentes convocadas...). Por otra parte, se reconstituye el proceso de fabricación de los diarios, y se caracterizan las prácticas periodísticas como las normas a las que responden (Tuchman, 1978). Para completar el análisis se estudia también la regulación institucional del campo para entender a qué orden remite la cultura profesional (Mercier, 1994). Para contrastar lo observado, se han utilizado datos de segunda mano sobre el periodismo anterior a 1970, que muestran las herencias y las diferencias con la UP, y finalmente se esbozan las evoluciones posteriores a 1973.

¿La emergencia de una nueva temporalidad periodística?

Este análisis sugiere la hipótesis de que las rutinas y las normas de ejercicio del periodismo no viven un desorden ideológico durante la UP, sino más bien existe una

transformación de la temporalidad profesional, que prioriza un flujo de noticias voluminoso y acelerado por sobre la función de *agenda-setting*.

Esa hipótesis implica que, en 1970, ya se había instalado el profesionalismo de la *agenda-setting*. Supone también que la función de *gatekeeper* se mantenía operada en el proceso de fabricación de los diarios pese a la crisis política. Finalmente, todo esto conlleva a que la urgencia de la crisis asentara un nuevo orden de prioridades en el ejercicio de la profesión: la lógica de circulación del flujo de noticias supera su selección. La crisis política, entonces, ejercería presión sobre las temporalidades periodísticas institucionalizadas que, en consecuencia, se des-articularán y gatillarán un nuevo orden profesional.

La de-sincronización entre la historia del periodismo y la historia política

Desde esta perspectiva, el golpe de Estado no constituye una ruptura en la historia del periodismo chileno. Observar los indicios prácticos y discursivos de las temporalidades periodísticas a lo largo del tiempo implica plantear el desafío de llevar a cabo una historia del periodismo que no esté sincronizada a la historia de los regímenes políticos.

La Unidad Popular es el periodo en donde emerge una rearticulación de las temporalidades periodísticas bajo la presión de los eventos cotidianos. El conflicto político acelera el tiempo mediático, lo que fuerza a los periodistas a acomodarse a esta realidad durante el proceso de fabricación de los diarios. Esas transformaciones son visibles en los arreglos, las contra-prácticas y los enunciados competitivos que se articulan a las rutinas, provocando un desorden formal de los diarios y el debilitamiento del discurso sobre el rol social del periodista. La urgencia mediática dilata los criterios de la *newsworthiness* (la importancia periodística de una noticia; Gans, 1980) y desarregla el “*management* de las *deadlines*” (Schlesinger, 1977). Los periodistas empiezan a privilegiar el flujo de noticias a su filtro.

Arqueología de las prácticas periodísticas

Para llevar ese proyecto a cabo, nos dedicamos a estudiar los archivos de la prensa en circulación entre la elección de Allende y el Golpe de Estado. Revisamos cuatro diarios de circulación nacional: *El Siglo*, *Clarín*, *La Tercera* y *El Mercurio*. Ese corpus responde a

tres criterios. Por una parte, tenemos una muestra política de las líneas editoriales de la época⁶. Por otra parte, contamos con dos tabloides (*Clarín* y *La Tercera*) y dos diarios de prensa seria (*El Siglo* y *El Mercurio*) (Sunkel, 1985). Finalmente esos diarios permiten convocar elementos de segunda mano anteriores y posteriores dado que están todos en circulación desde 1954⁷, cuando la actividad periodística asume su profesionalización en Chile (Mellado, Castillo, 2012). Por otra parte, estos diarios siguen publicando hoy en día a pesar de que *Clarín* y *El Siglo* fueron prohibidos durante la dictadura, y pese a los cambios de formato y de frecuencia de sus publicaciones experimentados actualmente.

No solo interrogamos las narrativas periodísticas sino que indagamos sobre las “materialidades”⁸ de la prensa. Esa “arqueología” apunta a buscar los indicios de las técnicas y las tecnologías periodísticas empleadas, considerando “las culturas mediáticas como sedimentadas en diferentes capas, según los surcos del tiempo y de la materialidad” (Parikka, 2012, p. 2-3). Así, buscamos en los archivos los signos del proceso de fabricación de los periódicos, las rutinas y los ajustes cotidianos (Verón, 1988). Reconstruimos las prácticas empleadas y el discurso enunciado sobre las prioridades del oficio, como discurso en acto (Salinas, Stange, 2009). De este modo, hemos podido observar las evoluciones del tratamiento del espacio en los cotidianos chilenos entre 1970 y 1973, enfocándonos en las formas, comparando las evoluciones de las pautas, de la diagramación y de los bloques-artículos (es decir el artículo escrito con el título, el lead, la ilustración, la leyenda, etc.).

Una vez las regularidades e irregularidades establecidas, las comparamos con los testimonios de unos 30 periodistas acerca de su cotidianidad laboral entre 1970 y 1973, a través de entrevistas no-estructuradas, para rastrear la memoria de los practicantes sobre la organización del proceso de fabricación de los diarios. Y fuimos a indagar los archivos de

6 No detallamos, induciendo que el sentido común asocia, en la época, cada título con una línea partisana.

7 *El Mercurio* fue creado en 1901; *El Siglo* circula desde 1940 con periodos de cierre y otras de clandestinidad; *La Hora* toma el nombre de *La Tercera* en 1949; *Clarín* se lanza en 1954.

8 Lo definen como « El conjunto de elementos que entran en juego para hacer existir físicamente el texto periódico: (...) los datos relativos al soporte (papel, libro, hoja, volumen, pantalla), así como las que más bien remiten a la página (tipografía, diagramación, secciones, inserción de anuncios [comerciales]). Hasta están incluidos en esta “materia” del diario factores más exteriores al texto periódico, cuando influyan directamente su fabricación y su difusión: precio de venta y condiciones de comercialización, plazos de transporte, relaciones entre periodistas e informantes” (Lévrier & Wrona, 2013: 8). Traducción propia.

las instituciones operando en el medio periodístico, es decir las escuelas de periodismo y el gremio para entender cómo se discutió una acción normativa en el campo.

La discontinuidad de las temporalidades periodísticas

Nuestro primer resultado pone en evidencia la continuidad práctica del periodismo chileno durante la UP. La institucionalización del campo mediático resiste a la tormenta política.

En el momento de la victoria electoral de Allende, en 1970, el sistema mediático chileno ya se encontraba mercantilizado desde hace más de 50 años (Ossandón, Santa Cruz, 1998). Esto se evidencia con el apareamiento de empresas mediáticas que cuentan con estrategias de rentabilidad propias. El mercado era segmentado, imponiendo sus ritmos y demandas. Se había asentado la liberalización del periodismo, que opera por la separación entre opinión e información. Las novedades y el anuncio comercial ganan un espacio mayoritario como las « narrativas estandarizadas o géneros propiamente periodísticos ».

Como lo intuimos de la lectura, la ideología no se disemina en el espacio del diario durante la UP: la política se queda donde está acostumbrada a alojarse desde los principios del siglo XX. Para llegar a tal resultado, es necesario observar, más allá de los títulos y las portadas de la prensa, la pauta del diario. Durante la UP, la línea editorial de la prensa aparece al principio y en sus últimas páginas, cuando son de reportaje (hasta 4 páginas el domingo, en *El Siglo* y *El Mercurio*). También la organización temática de los diarios guarda continuidad. Los cambios en la pauta corresponden a rituales ya rutinarios (*Te Deum* o 21 de mayo). A pesar de las distintas apelaciones, se puede hacer un esquema tipo de esas pautas: Opinión, Política y Sociedad, Policiales, Internacional, Culturas y Espectáculo, Deportes. Lo único que varía es el espacio de las rúbricas (más sindicalismo en *El Siglo*, más economía en *El Mercurio*; más policiales y deportes en la prensa tabloide). Las lógicas liberales de separación espacial entre opinión e información resisten al conflicto político.

Ese orden se institucionalizó con la co-regulación del campo periodístico de parte del gremio y el Estado de Bienestar. El *lobbying* de una franja joven del Círculo de periodistas reivindica la profesionalización del oficio. Desemboca sobre la creación del

Colegio de Periodistas de Chile (1956), que negocia la gestión de la población profesional con el Estado. Este hecho conduce a la creación de las escuelas de periodismo (Universidad de Concepción y de la Universidad de Chile en 1953, Universidad Católica en 1956). Las distintas mallas curriculares de la Universidad de Chile muestran un enfoque cada vez más orientado hacia la técnica y la buena práctica, a pesar de su carácter generalista. Los testimonios colectados sobre la Universidad Católica revelan una lógica de redes y la importancia de la práctica final. La formación se articula con la socialización para transmitir el quehacer periodístico. El gremio organiza también la atribución de la tarjeta de periodistas como instrumento de reconocimiento y de protección (1968). El organismo vigila finalmente las actividades profesionales en instancias de juicio (puede retirar la tarjeta de periodista), y colabora en la protección social de los profesionales. Si la colegiación y la formación universitaria son obligatorias para ejercer el periodismo, no se encontrarán evidencias de una actitud “represiva” del gremio durante la crisis política.

El campo profesional se institucionaliza, lo que se observa cuando los periodistas recuerdan la existencia de una solidaridad corporativa que va más allá del conflicto ideológico. Uno de ellos, trabajando en *El Siglo* en aquel momento, afirma que informaba a sus colegas del *Mercurio* cuando le llegaba una noticia importante (toda la duda reside en el criterio de importancia)⁹. Otro periodista, de *Clarín*, asegura que no hay línea ideológica única y que la cohesión profesional asegura la credibilidad de los periodistas y de diario¹⁰.

La institucionalización del periodismo construye la profesión a través de un discurso de responsabilidad social operando en la selección y jerarquización de las noticias. Las *deadlines* del proceso de fabricación de los diarios siguen organizando las rutinas cotidianas. Los periodistas describen su día de trabajo a través de distintas etapas: reunión de pauta, contactos con fuente (si es posible), reportaje y relaciones con las fuentes, escritura, negociaciones del espacio de publicación (tamaño del artículo y posibles ilustraciones), lugar de publicación en la pauta y título. En su relato, se observa cómo, de

9 “(...) Entonces, incluso a veces yo me quedaba hasta más tarde, y había una noticia: que el Ministro dijo no sé qué. Entonces yo llamaba al tipo del *Mercurio*, por teléfono del diario, y le decía: ‘Mira, ocurrió esto’. Porque yo... si no lo tenía, al otro día lo iban a... a amonestar por lo menos, entonces ése era el espíritu que había en el gremio en esa época, de camaradería de trabajo, eso cambió brutalmente con el Golpe” (Entrevista en Faure, 2014)

10 “Es decir que había la credibilidad hacia el otro periodista, en donde se le hacía confianza, era un hombre que entregaba pa’ el periódico”.(Entrevista en Faure, 2014)

manera clásica, la reunión de pauta apunta a planificar y anticipar la pauta del diario. Un periodista de *Clarín* comenta su llegada en la redacción: “Empiezas a aprender la cotidianidad del diario. Todos los días, llega una noticia que el periodista tiene que seguir” (entrevista con Faure, 2014).

En su secuenciación rutinaria, la fabricación del diario activa un trabajo de jerarquización entre las noticias (diagramación) y entre los elementos de cada noticia (pirámide invertido). La regla de repartición espacial y el trabajo de enunciación de la importancia mediática, revelan el anclaje de la *newsworthiness* como norma del quehacer periodístico. Esto se traduce en una política del espacio: la verticalidad de la importancia visual distribuye la superficie horizontal de las noticias. Durante la UP, los periodistas siguen entonces trabajando a canalizar el flujo de noticias, bajo la figura clásica del *gatekeeper*.

Esos elementos de continuidad muestran las resistencias periodísticas al conflicto político. En la gestión cotidiana del espacio de publicación, aparece una temporalidad institucional centrada sobre el trabajo de *agenda-setting* (McCombs, Shaw, 1972). El profesionalismo periodístico fabrica un discurso en actos (el periodismo liberal) a partir de rutinas -es decir prácticas normalizadas, socializadas e internalizadas-, que tratan de manejar el flujo de noticias a pesar de lo imprevisto. Para entender en qué consiste el periodismo durante la Unidad Popular, es entonces necesario tomar en cuenta la variable temporal de la crisis.

Nuestro segundo resultado es que la urgencia política desarrolla otra temporalidad en el quehacer periodístico. En efecto, la institucionalización del campo toma otra orientación. La urgencia mediática de la crisis política ejerce presión sobre la temporalidad periodística, des-configurando las rutinas y las normas. La *agenda-setting* no desaparece, pero se vuelve secundaria. Lo importante es la circulación de un flujo de noticias acelerado.

A nivel estructural, el mercado mediático chileno no puede absorber el flujo dilatado de noticias. En efecto, las numerosas cronologías sobre esos tres años testifican de la multiplicación de los eventos (Gaudichaud, 2005; Seguel Boccara, 2007). La descripción del conflicto chileno relata el tiempo de las decisiones y su bloqueo; el ritmo de los

cambios de gobierno; la rítmica del conflicto social. Por ejemplo, la cantidad anual de huelgas crece fuertemente: desde 977 en 1969 a 3652 en 1973 (Marini, 1976: 152).

En ese contexto sobre-cargado de eventos, la prensa y los medios conocen un cierto éxito. Las audiencias son las más altas de la historia: con 7.884.768 habitantes, se compra casi 850.000 diarios cada día (Santa Cruz, 1988). El mercado mediático cuenta con numerosas publicaciones y medios de comunicación que siguen creándose, por ejemplo con Quimantú. Los diarios en sus páginas difunden cada día noticias en un volumen considerado como el más elevado de la historia de la prensa chilena. En promedio, 106 notas por diario en 1971¹¹. Ese volumen aumenta hasta que en 1973, 132 noticias estén publicadas en promedio.

En términos prácticos, la multiplicación de la oferta acelera la competencia con la posibilidad de tomar en cuenta sus pares de manera más regular (según la lógica de circulación circular” de la información, cf. Bourdieu, 1996). Un periodista rememora: “Cada uno de nosotros tenía los diarios, la radio y la televisión. (...) Cuando había algo, salíamos corriendo, uno detrás del otro. El que tenía la información era el mejor” (Entrevista en Faure, 2014) .

En esas condiciones, las rutinas periodísticas cotidianas están bajo presión. La paginación de los diarios no crece con la crisis, sino que oscila entre 12 y 48 páginas según el título, pero no se ven cambios durante los tres años. Sus variaciones tienen que ver con el día de la semana (los diarios son más voluminosos el domingo) o la época del año (para la Navidad cuando hay muchos comerciales que integrar). Y los conflictos espaciales entre publicidad comercial y espacio de redacción son fuertes. Un publicista menciona esa presión: « (...) Las empresas de publicidad decían “queremos la página de derecha, después la política o antes de la política”. Y es aquí que teníamos muchos problemas con el director. (...) Pero vendíamos esa página, y había que defenderla para que se mantenga su número (...). Entonces tenía que quedarme hasta el cierre del diario para que no cambien la página de derecha. Era una lucha constante” (Entrevista en Faure, 2014) . Pese a la eventualización del cotidiano, o por su mismo efecto, el espacio redaccional sigue siendo estable lo que dificulta el trabajo de *gatekeeper*.

11 119 en *El Mercurio*, 108.5 en *Clarín*, 93.3 en *El Siglo* y 127 en *La Tercera*.

En términos tecnológicos, no existe un cambio en la difusión de la prensa: la inercia de las *deadlines* no permite absorber el flujo noticioso. Una válvula aparece sin embargo con la primera rotativa *offset* del país en *Horizonte* (1971)¹². Esa tecnología redefine las etapas del ciclo de producción, permite un aumento de la paginación (que no ocurrirá) como una estandarización de las pautas, y favorece el uso de ilustraciones. Se abren posibilidades temporales y nuevas posibilidades de gestión del espacio de los diarios.

Pero a pesar de esas innovaciones, los hábitos periodísticos no contienen el flujo desenfrenado de noticias, desarreglando la organización espacial con ajustes y excepciones en las páginas. La organización visual se desordena, lo que muestra la densidad del flujo de noticias y los intentos de adaptación al ritmo de los eventos. Se observa el desarreglo de la cuadrícula de los diarios: hay cada día más columnas que desbordan el bloque-artículo adyacente, y se multiplican las noticias breves y blandas que reducen también la cantidad de fuentes usadas (apenas 1,05 en promedio). Esos ajustes permiten adaptarse a la urgencia mediática a pesar de la estabilidad del espacio de publicación¹³.

En la misma lógica, el conflicto político lleva a tomar precauciones temporales, atrasando la *deadline* de la sección política. En *Clarín*, “todo lo que era de nivel internacional, economía, sindical cerraba primero, y se guardaba siempre la política y la portada por el último momento”. También abre espacios de discusión, por ejemplo durante reuniones de pauta poco jerarquizadas: “Lo que era increíble, en Clarín más que todo, es que participábamos todos a la reunión de pauta. (...) Hasta los linotipistas que trabajan con el plomo, (...) venían y escuchaban, tomaban la palabra, participaban” (Entrevista en Faure, 2014).

El periodismo liberal es claramente cuestionado. Por ejemplo, los dos hitos periodísticos más conocidos son los cambios de diagramación de la portada del *Mercurio*, los 15 de junio y 5 de septiembre 1973 (Tupper, 2003). Verdaderas tácticas propagandísticas, esas portadas superan las normas del periodismo profesional que el mismo *Mercurio* contribuyó a instalar (Santa Cruz, 1988). Las experiencias de prensa

12 Gracias al don de Neruda después de ganarse el premio Lenin por la paz y el premio Nobel de literatura (1971).

13 En ese sentido, no es una casualidad si en el seno de la crisis, Armand Mattelart planteó el problema de la táctica comunicacional en la urgencia revolucionaria (Mattelart, 1972).

alternativa rompen también con el trabajo clásico de *agenda-setting* integrando otras voces en los diarios. Pensamos tanto en *Mañanita* o *Surazo* como en las publicaciones de los Cordones Industriales (*Nueva Habana*, etc.). Las contra-prácticas juegan con formas visuales múltiples y poco codificadas (el dibujo, por ejemplo), la variabilidad del tamaño de los textos y una diagramación que no respecta la cuadrícula clásica. La mediación del *gatekeeper* está truncada dado que las fuentes tienen un acceso directo a las páginas de los diarios. Los fundamentos del *ethos* son finalmente discutidos durante la Asamblea de los periodistas de izquierda (abril 1971) que agrupa 320 profesionales, hombres políticos (incluido Allende) y académicos (A. Mattelart entre otros¹⁴). En ese espacio, se discute acerca de la autonomía y de las fronteras de la profesión, como de sus buenas prácticas, denunciando la objetividad.

Para sintetizar, todas esas contra-prácticas y contra-conductas muestran que las temporalidades de las rutinas profesionales son cuestionadas, esquivadas e invertidas. En otras palabras, la reactividad periodística cambia de sentido.

Problematizar la relación del periodismo al tiempo

Durante la UP, la función de *gatekeeper* no desvanece, sino que se re-articula según otra prioridad: nutrir un flujo de noticias voluminoso y acelerado. Con el cambio de sentido de la reactividad periodística, se abre otra etapa histórica del oficio. Así, planteamos la presencia de continuidades y discontinuidades periodísticas de-sincronizadas de la historia del pluralismo. En efecto, en términos estrictamente periodísticos, se observa una continuidad de las prácticas más allá del Golpe de Estado. No obstante, el profesionalismo está cambiando de lógica: el ritmo del flujo suplanta el tiempo de la agenda.

La rearticulación de la *newsworthiness* ya no opera en la urgencia, sino en las prolongaciones de un “estado de urgencia”, en el que el periodista no está autorizado a volverse *gatekeeper*. Como pistas de investigación, la consolidación de la lógica de fluidificación pasa por los mecanismos jurídicos y policiales de control que imposibilitan la selección en el flujo de noticias. El mercado se reduce a las empresas autorizadas

14 Cuyas críticas teóricas van en el sentido de las contestaciones gremiales (Mattelart, Mattelart & Piccini, 1969, Mattelart, 1972, etc.).

(Geoffroy, Sunkel, 2001)¹⁵. El Estado interviene los medios y amenaza, reprime o censura el trabajo periodístico engendrando auto-censura. El libro blanco « La política cultural del gobierno de Chile » (1974) fija las reglas del buen ejercicio de la actividad... Tantas decisiones que reducen la autonomía periodística mientras comprimen el flujo de noticias¹⁶.

En términos institucionales, el régimen autoritario cierra la escuela de periodismo de la Universidad de Chile y toma el control de las otras escuelas. El gremio pierde un lugar central de operacionalización de su autonomía. A partir de 1981, el *Colegio* enfrenta la política de comunicación del régimen, pero dado que la colegiación ya no es obligatoria, el organismo no regula el campo, más bien trata de garantizar la existencia de una autonomía a través de la mera existencia de un flujo de noticias. Converge con la oposición mediático-política que trata de publicar frecuentemente a pesar de las presiones y la represión.

Estas breves pistas develan que las operaciones de selección y jerarquización todavía se ejercen en el cotidiano periodístico, sin embargo, éstas se encuentran subordinadas a la urgencia y la expansión del flujo de noticias. Lo anterior hace pensar que la temporalidad que emerge durante la Unidad Popular se estabiliza bajo el régimen autoritario.

Conclusión

Hacer la hipótesis de una continuidad periodística entre la época de la Unidad Popular y el periodo del régimen autoritario nos llevó a una historia de las temporalidades periodísticas en Chile. Llegamos finalmente a interpretar la crisis de una temporalidad periodística entre el corto plazo y el largo plazo, es decir, a observar cómo evolucionan los hábitos de fabricación y el realismo de los mensajes en un momento de urgencia.

En términos teóricos, proponemos entonces enfocarnos en cómo la actividad periodística regula el “tiempo de la actualidad” (la temporalidad mediatizada de las relaciones comunes y cotidianas), al cruce de los materiales mediáticos y las narrativas periodísticas.

15 La Junta Militar cierra números medios de comunicación bajo criterios políticos anti-marxistas (entre ellos, *El Siglo*, *Las Noticias de Última Hora*, *Puro Chile*).

16 En 1981, los diarios publican unas sesenta noticias en promedio, con excepción de *La Tercera* (114 noticias diarias en promedio). Se observa “una relación inversamente proporcional entre la aumentación de las páginas de los diarios y la disminución de las noticias publicadas” (Salinas, Stange, 2009).

Bibliografía

- Arancibia J. P., 2005. *Comunicación política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile*, Santiago de Chile, Universidad ARCIS.
- Balra L., 2012. *La prensa chilena encrucijada*, Santiago de Chile, LOM.
- Beaud P., 1989. « La Nonchalance et le Sérieux : sur les médias et le temps », *Degrés*, 17 (57), p. 1-21.
- Bernedo P., Porath W., 2004. “A tres décadas del golpe: ¿Cómo contribuyó la prensa al quiebre de la democracia chilena?”, *Cuadernos de información*, 16, p. 114-124.
- Cárdenas J.P., 2004. “Periodistas, conflictos sociales y reconciliación”, *Comunicación y Medios*, 16, p. 112-117.
- Corrales O., Sandoval J., 2004. “Concentración del mercado de los medios, pluralismo y libertad de expresión”, *Documentos de trabajo*, CECOM, n° 1, p. 67-93.
- Dobry M., 1987. *Sociologie des crises politiques*, Paris, FNSP.
- Dooner P., 1989. *Periodismo y política: la prensa en Chile 1970-1973*, Santiago de Chile, Editorial Andante.
- Faure A., Salinas C., Stange H., 2013. “The dominance of common sense. The influence of the media system on professional practices of journalists in Chile, 1970-2000” in Puppis M., Künzler M., Jarren, O. [ed.], *Media structures and media performance: state of and perspectives for communication research*, Zurich, IMPZ (Series “Relation”), p. 283-301.
- Geoffroy E., Sunkel G., 2001. *Concentración Económica de los Medios de Comunicación*, Santiago de Chile, LOM Ediciones.
- Joignant A., 2012. « Sens, masse et puissance. Dégradations cérémonielles et représentations de la puissance sous l'Unité Populaire au Chili, 1970-1973 » in Crettiez X., Sommier I., *Les dimensions émotionnelles du politique. Chemins de traverse avec Philippe Braud*, Rennes, PUR.

Kaciaz N., 2013. *Les pages « politique ». Histoire du journalisme politique dans la presse française (1945-2006)*, Paris, PUR (« Res Publica »).

Lagneau E. et al., 2013. « La dynamique sociale des sources et flux de nouvelles.

Introduction », *Sur le journalisme*, vol. 2, n° 1. URL :

<http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/67>

Lévrier A., Wrona A., 2013. *Matière et esprit du journal. Du Mercure galant à Twitter*, Paris, Presses de l'Université Paris-Sorbonne (Histoire de l'imprimé).

Mac Combs M., Shaw D., 1972. “The agenda setting function of the mass media”, *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, p. 176-187.

Mattelart A., 1974. *Mass media, idéologie et mouvement révolutionnaire : Chili 1970-1973*, Paris, Anthropos.

Mattelart A., Mattelart M., Piccini M., 1970. “Los medios de comunicación de masa. La ideología de la prensa liberal en Chile”, *Cuadernos de la realidad nacional*, n° 3, marzo de 1970, Pontificia Universidad Católica de Santiago de Chile.

Mellado C., Castillo M., 2012. “Estructura de la asociatividad profesional en el campo periodístico: el caso de Chile”, *Comunicación y Sociedad*, Nueva época, n° 17.

Moloch H., Lester M., 1974. “News as purposive behaviour: on the strategic use of routine events. Accidents and scandals”, *American Sociological Review*, Vol. 39, p. 101-112

Munizaga G., Rivera A., 1983. *La investigación en comunicación social en Chile*, Santiago de Chile, Centro de Estudios y Promoción de Desarrollo.

Ossandón C., Santa Cruz E., 1998. *Entre las alas y el plomo. La gestación de la prensa moderna en Chile*, Santiago de Chile, Universidad ARCIS, LOM Ediciones.

Rojo de la Rosa J., 1976. “Manipulación de información y conflicto ideológico: Chile 1970-1973”, *Nueva Sociedad*, julio-agosto 1976, Caracas.

Santa Cruz E., 1988. *Análisis histórico del periodismo chileno*, Santiago de Chile, Nuestra América Ediciones.

Schlesinger P., 1977. "Newsmen and their time-machine", *British Journal of Sociology*, vol. 28, n° 3, p. 336-350.

Stange H., Salinas C., 2009. "Rutinas periodísticas. Discusión y trayectos teóricos sobre el concepto y su estudio en la prensa chilena", *Cuadernos de trabajo del ICEI*, CECOM, Santiago de Chile, Universidad de Chile.

Sunkel G., 1985. *Razón y Pasión en la Prensa Popular. Un Estudio sobre Cultura Popular, Cultura de Masas y Cultura Política*, Santiago de Chile, Estudios ILET.

Tironi E., Sunkel G., 1993. "Modernización de las comunicaciones y democratización de la política. Los medios en la transición a la democracia en Chile", *Estudios Públicos*, n° 52, primavera 1993, p. 215-246.

Tuchman G., 1978. *Making news*. New York, The Free Press, 1978.

Tupper P., 2003. *Allende, la cible. Des médias chiliens et de la CIA (1970-1973)*, Paris, Editions de L'Amandier.

Uribe Ortega H., 1979. "Los medios: armas de la guerra encubierta", en "Argentina, Cuba, Chile: realidad política y medios masivos", *Comunicación y dependencia en América Latina*, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Ética y libertad de expresión: Conflictos de Bachelet con la prensa

Ethics and freedom of expression: Bachelet's conflicts with the press

Gustavo González Rodríguez
gustavo.gonzalez.r@vtr.net
Universidad de Chile

Abstract

This essay analyzes three conflict situations in the second government of Michelle Bachelet with the press : 1) versions of his resignation spread by the commentator and interviewer Thomas Mosciatti . 2) Article of the electronic newspaper El Mostrador on the "power vacuum" and rumors of alcohol consumption by the president . 3) The lawsuit against the magazine Que Pasa. Based on these three episodes a necessary analysis is developed to establish the axes of conflict, in terms of freedom of expression, custody and / or ethical self-regulation of the media and the absence of government policies regarding ethics and rights to information and communication.

Key words: *Ethics, Freedom of Expression, Government policies, Right to Communication.*

Resumen

Este ensayo aborda tres situaciones conflictivas del segundo gobierno de Michelle Bachelet con la prensa: 1) Las versiones sobre su renuncia propaladas por el comentarista y entrevistador Tomás Mosciatti. 2) El artículo del diario electrónico El Mostrador sobre el "vacío de poder" y los rumores de consumo de alcohol por parte de la presidenta. 3) La querrela contra la revista Qué Pasa. Sobre la base de estos tres episodios se desarrolla un necesario análisis para establecer los ejes de los conflictos, en términos de la libertad de expresión, las buenas prácticas periodísticas, la tuición y/o autorregulación ética de los medios y la ausencia de políticas gubernamentales en cuanto a la ética y los derechos a la información y la comunicación.

Palabras clave: Ética, Libertad de Expresión, Políticas gubernamentales, Derecho a la Comunicación.

*

En abril de 2015, cuando el llamado caso Caval gravitaba fuertemente en la situación política chilena, el entrevistador y comentarista Tomás Mosciatti sostuvo a través de sus entrevistas en el canal CNN-Chile y sus comentarios en radio BíoBío que la presidenta Michelle Bachelet había “insinuado la posibilidad de renunciar” a su cargo, según fuentes que no reveló, pero que en última instancia aludían a una reunión de la mandataria con directivos de la Asociación Nacional de Canales de Televisión (Anatel). La propia Bachelet negó la veracidad de esos rumores, pese a lo cual Mosciatti insistió en que la información era cierta e invocó tanto la libertad de expresión como la reserva de la fuente para validar su actuación ante quienes lo acusaron de propalar rumores sin fundamento.

El 27 de agosto de 2015 el diario electrónico El Mostrador publicó una nota firmada por la periodista Marcela Jiménez bajo el título “El Estado Mayor del oficialismo o la estrategia para contrarrestar el vacío de poder”, en la cual se sostenía que Michelle Bachelet estaba sin capacidad de reacción ante los problemas que enfrentaba su gobierno y la persistente baja de sus índices de popularidad en las encuestas, en un virtual escenario de desgobierno agravado por una dependencia creciente del consumo de antidepresivos y de alcohol por parte de la gobernante. La publicación mereció numerosos cuestionamientos éticos, pero el medio y su director, Mirko Macari, alegaron que El Mostrador ejercía el derecho a informar al público sobre asuntos trascendentales, amparado en la libertad de expresión y el deber fiscalizador de la prensa.

El 26 de mayo de 2016 la revista Qué Pasa difundió en su versión electrónica dichos obtenidos de una interceptación telefónica de Carabineros a Juan Díaz, operador político de la UDI e intermediador financiero, que pretendían involucrar a la presidenta Michelle Bachelet en el caso Caval¹⁷. La publicación fue calificada como una “infamia” por Bachelet, quien cinco días después presentó una querrela contra el director de Qué Pasa, su

¹⁷ En un diálogo con Edison Lanza, relator interamericano de la libertad de expresión, en la Universidad de Chile, un periodista de El Mostrador sostuvo que el escándalo que involucra a Natalia Compagnon, nuera de Bachelet, debería denominarse más adecuadamente caso Luksic-Caval, por la intervención del magnate Andrónico Luksic, propietario del Banco de Chile.

editor y dos periodistas. Una medida que concitó diversas reacciones, la mayoría de desacuerdo con la decisión de la mandataria por un supuesto atropello a la libertad de expresión.

El 30 de septiembre, cuando se terminaba de redactar esta ponencia, Bachelet anunció el retiro de la querella, sosteniendo que se daba por satisfecha con la resolución que el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación emitió a ese respecto, sancionando a la revista.

Aspectos generales

Estos tres episodios han marcado conflictos de la presidenta de Chile con la prensa y en todos ellos se suele invocar la libertad de expresión, ya sea para apoyar a Tomás Mosciatti y a El Mostrador, o para calificar de abuso de poder o intimidatoria la querella de la mandataria contra Qué Pasa.

Un común denominador de esas reacciones es la poca importancia que se le da a la ética periodística, que constituye la esencia de estas colisiones a juicio del autor de esta ponencia. Se invoca la libertad de expresión para soslayar la ética, en una validación de malas prácticas periodísticas. Asistimos así a un círculo vicioso, porque en última instancia el rigor ético es lo que da sustento a un periodismo de calidad.

Como se verá más adelante, en los tres conflictos que abordamos hubo de parte de sus protagonistas periodísticos y de los medios involucrados ostensibles falencias a la hora de aplicar criterios profesionales básicos, ya sea para reportear una información (rumor, versión o declaración), como para verificarla y validarla, además de dimensionar sus alcances a la hora de difundirla. La apuesta irresponsable al “golpe” queda en evidencia cuando está condimentada de sensacionalismo o de una inconfesable intencionalidad política.

La degradación de la ética conlleva la degradación del quehacer de los periodistas, desde visiones supuestamente eruditas que en los hechos ignoran el deber ser del periodismo. Así, en relación al affaire Bachelet-Qué Pasa, el columnista y rector universitario Carlos Peña reflató a través de El Mercurio su peregrina teoría de que la mayor obligación de la prensa, más que decir la verdad, es “no mentir de manera

deliberada”. Un postulado peyorativo y superficial que en última instancia da sustento a la instrumentalización del periodismo y los periodistas por parte de los poderes¹⁸.

Una instrumentalización que descansa igualmente en el intrincado entramado institucional y legal en que se desenvuelven en Chile el periodismo y las comunicaciones. Y este es otro denominador común en los tres episodios que dan pie a esta ponencia. En otras palabras, si este país contara con una legislación avanzada en este frente, acorde a estándares propuestos por organismos internacionales, las vías de tratamiento y resolución de los conflictos serían más transparentes y armónicas. Del mismo modo, la falta de voluntad política de los gobiernos y partidos políticos para restituir potestades en el plano ético a los colegios profesionales, es otro factor que gravita negativamente, particularmente en el periodismo.

Mosciatti y la “renuncia” de Bachelet

El caso de la “renuncia” de Bachelet protagonizado por Tomás Mosciatti es ilustrativo de un conjunto de vicios en la práctica periodística, que consisten sobre todo en la manipulación de entrevistas como recurso de validación de rumores y en aplicaciones acomodaticias del “off the record” y del derecho a la reserva de la fuente¹⁹.

En síntesis, el conflicto se generó a través de entrevistas de Mosciatti al entonces presidente del Partido Socialista, el diputado Osvaldo Andrade, y al expresidente y exsenador de la misma colectividad Camilo Escalona, en las que los interrogó acerca de rumores de que Bachelet estaba dispuesta a renunciar a su cargo de presidenta de la República, luego del destape del caso Caval y de su tardía reacción ante este escándalo que involucraba a su hijo Sebastián Dávalos y a la esposa de este, Natalia Compagnon.

El entrevistador de CNN-Chile imita en su *look* al periodista estadounidense Larry King, también de la cadena CNN, de gruesos lentes y que exhibe sus suspensores apareciendo sin chaqueta ante las pantallas. El estilo incisivo de King es otro de sus rasgos

18 Ver: Columna de Carlos Peña en <http://www.elmercurio.com/blogs/2016/05/28/42098/Informaciones-sobre-la-Presidenta.aspx> y columna de Gustavo González Rodríguez en <http://www.icei.uchile.cl/noticias/122080/carlos-pena-el-guru-de-la-desinformacion>

19 Para un análisis más pormenorizado de este episodio, ver: González Rodríguez, Gustavo “El Larry King criollo y la crisis ética”, en <http://noesnalaferia.cl/geopolitica/el-larry-king-criollo-y-la-crisis-etica/>

característicos, que Mosciatti replicó en este caso con reiterados e inquisitivos emplazamientos a Andrade y Escalona acerca de si sabían de los rumores de renuncia de Bachelet. Ambos fueron entrevistados en diversas ocasiones y ambos manifestaron que desconocían tales rumores.

El entrevistador dio así patente de “información” a lo que en sus orígenes recogió como rumor. En apariencia cumplió con el requisito de buscar fuentes confiables (en esta caso Andrade y Escalona), del mismo partido de la mandataria, para contrastar la versión que llegó a su poder. Pero trasgredió normas periodísticas elementales. Más que entrevistador, que interpela al entrevistado para profundizar en determinadas temáticas o hacerlo develar algo oculto, fue en este caso un inquisidor que busca extraer “su verdad” (la posible renuncia de Bachelet) a como dé lugar. Terminó instalando así un peregrino método para que el periodismo cumpla con su deber de búsqueda de la verdad: “lo que no se desmiente es cierto”.

Bachelet negó los rumores propalados por Mosciatti en una rueda de prensa con corresponsales de la prensa internacional, donde criticó el “periodismo del rumor, un poquito preso de las redes sociales”. Este desmentido dio lugar a otra desafortunada columna de Carlos Peña²⁰. Por su parte, el entrevistador se hizo cargo de las palabras de Bachelet en un comentario audiovisual difundido el 10 de mayo por radio BíoBío, donde afirmó que la mandataria había insinuado “la posibilidad de renunciar” y que eso no era un rumor, sino una información. Preciso que esa “insinuación” tuvo lugar en un encuentro de la gobernante con directivos de Anatel y calificó de falso el desmentido al respecto de los directivos de los canales de televisión en una carta al diario La Tercera.

Mosciatti admitió que Bachelet pudo hacer la referencia a su posible renuncia en “un tono de jolgorio”, lo cual para él no restaba trascendencia al hecho y defendió su proceder invocando dos cuestiones básicas del periodismo: la validez del *off the record* y el derecho a la reserva de la fuente.

Ambos planteamientos son discutibles. El *off the record* no es per se un certificado de veracidad de una información, sino apenas un dato “fuera de registro”, confidencial, que

20 Ver al respecto la columna ya citada “Carlos Peña, el gurú de la desinformación”, del autor de esta ponencia.

puede a lo más ser el inicio de una investigación para buscar fuentes confiables y públicas que permitan concluir si la versión recogida permite generar una información de interés público es en un simple rumor irresponsable. Ejercicio que Mosciatti no hizo, más allá de interpelar inquisitivamente a Escalona y Andrade.

La reserva de la fuente, a su vez, apunta precisamente al resguardo de la fuente y en ningún caso puede ser invocada, como lo hizo el entrevistador de CNN, para mantener en la nebulosa del *off the record* un rumor de extrema gravedad, referido a la estabilidad del sistema institucional en Chile.

“Vacío de poder” y vacío de información

“El Estado Mayor del oficialismo o la estrategia para contrarrestar el vacío de poder”, fue el título del reportaje interpretativo que, con la firma de la periodista Marcela Jiménez, publicó el diario electrónico El Mostrador el 27 de agosto de 2015, en un escenario de agudización del desprestigio de la política y los políticos en el país. Los casos Caval, Soquimich, Penta, Corpesca y otros escándalos golpeaban no solo a la oposición derechista, sino también a la Nueva Mayoría y al gobierno, que seguía cuesta abajo en las encuestas mientras arreciaba las dificultades económica.

El reportaje, que pretendía dar una panorámica de los diagnósticos y posibles soluciones ante la crisis en el seno de la coalición gobernante y del poder Ejecutivo, cobró mayores bríos al enfocarse en la figura de Bachelet (cuestionada también por Mosciatti en el episodio anterior cuando la calificó de “taimada”), como una suerte de protagonista central limitada para tomar decisiones, no solo por razones políticas, sino también por un excesivo consumo de antidepresivos y de alcohol.

Clarisa Hardy, exministra del primer gobierno de Bachelet, envió una carta de protesta al periódico, en que advirtió numerosas trasgresiones a la ética periodística del reportaje y acusando una supuesta intencionalidad política de perjudicar a la mandataria. El director de El Mostrador, Mirko Macari, se negó a publicar la carta, según afirmaría después porque contenía términos ofensivos para la periodista Jiménez.

El presidente del directorio de El Mostrador, Federico Joannon, coincidió con Makari y respaldó la censura a la carta de Hardy. El diario electrónico sostuvo a la vez que

al hacer públicos los supuestos problemas de consumo de alcohol de la presidenta estaba haciendo un servicio a la ciudadanía, no solo porque revelaba situaciones que se daban en las “elites” del poder, sino también porque la salud de una gobernante es un tema de innegable trascendencia e interés.

Pero los afanes fiscalizadores y las revelaciones sobre los entretelones del poder no pueden ejercerse desde el desconocimiento de estándares básicos de una información periodística de calidad, notoriamente ausentes en el reportaje de El Mostrador que evidenció un cúmulo de trasgresiones a la ética²¹.

El diario electrónico incurrió en un vicio frecuente en la prensa nacional, el del uso y abuso de fuentes anónimas o indeterminadas. El reportaje de Jiménez contenía 21 referencias sobre datos, “informaciones”, comentarios y versiones. De ellas, apenas dos remitían a personas identificables como fuentes, y en uno de estos casos era una declaración levantada de otro medio. Las otras 19 referencias, o sea 90% por ciento del total, remitían a fuentes en rigor anónimas, enmascaradas con fórmulas como “asesores, autoridades, dirigentes y parlamentarios”, o “No hay parlamentario, dirigente y asesor gubernamental que en los últimos quince días no reconozca que ha escuchado la versión de que la Presidenta está tomando más alcohol de la cuenta...”. Estaban también las consabidas fórmulas al estilo de “explican en el propio palacio”, “agregan en el oficialismo”, “en la Nueva Mayoría reconocen”, “reconoce un alto asesor de Palacio”, “recalcan en la coalición”, y un largo etcétera. Se encontró un mínimo de precisión en frases como “precisaron desde el Ministerio del Interior”, “un dirigente de la directiva del PPD”, “y desde la bancada de diputados del PS”, “en tanto que en la DC cuestionan”.

El Mostrador nunca dio explicaciones sobre esta falta de rigor periodístico, de particular gravedad tratándose de un asunto referido a la presidenta de la República. En cambio invocó situaciones producidas en otros países, particularmente en Gran Bretaña, donde Winston Churchill y otros gobernantes fueron interpelados por la prensa a propósito del consumo de alcohol. Una autodefensa que en la práctica fue una autoinculpación,

21 Para un análisis en detalle al respecto, ver: Gustavo González Rodríguez “El Mostrador vs Bachelet. A patadas con la ética”, en <http://noesnalaferia.cl/geopolitica/el-mostrador-versus-bachelet-a-patadas-con-la-etica/>

porque precisamente lo que el diario no hizo fue chequear sus datos con Bachelet o con fuentes públicas de su entorno.

En definitiva, otro episodio de falta que, al igual que el de la “renuncia”, dejó en mal pie al periodismo, por su falta de rigor y una cierta tendencia enfermiza a buscar el “golpe informativo” sacrificando la calidad de la información, sin entender que la investigación, como componente esencial del periodismo, requiere de tiempo, método, rigor y consecuencia ética.

Es probable que efectivamente Bachelet tuvo deseos de renunciar, en una gestión que no le ha resultado fácil. Tampoco es descartable que haya atravesado problemas de salud vinculados a depresiones o consumo de alcohol. Sin duda todos estos son temas de interés para la ciudadanía, pero tanto Mosciatti como El Mostrador trataron ambas situaciones sin rigor profesional y esta es la principal lección a extraer de estos episodios.

Qué Pasa, la errónea salida colateral

En el momento de dar los toques finales a esta ponencia, el 30 de septiembre, la presidenta Michelle Bachelet anunció el retiro de la querella que presentó contra la revista Qué Pasa el 31 de mayo de 2016. La razón invocada por la mandataria y por su abogado, Luis Hermosilla, fue que la revista ya había sido convenientemente sancionada por la resolución que a mediados de septiembre emitió el Consejo de Ética de los Medios de Comunicación.

Este consejo, dependiente de las organizaciones empresariales de los medios de comunicación²², resolvió a mediados de septiembre que la revista había cometido trasgresiones a la ética al dar difusión a los dichos del operador político Juan Díaz, obtenidos de una interferencia telefónica, sin verificar su veracidad ni consultar a las personas aludidas en términos injuriosos, como fue el caso de la presidenta Bachelet.

Este caso ameritaría por si solo un tratamiento más extenso que el que se puede hacer en el marco de esta ponencia. Las múltiples reacciones que produjo el anuncio de la querella, ya fuera de respaldo a Bachelet o a Qué Pasa, dan cuenta en última instancia de

22 La Asociación Nacional de la Prensa (ANP), la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI) y la Asociación de Canales de Televisión (ANATEL).

múltiples factores que persisten en Chile y apuntalan una relación ambigua de los grandes medios de comunicación con los poderes, donde predomina la complicidad en defensa del statu quo.

Lo que se puede sacar en limpio por ahora es el manejo instrumental e interesado de la libertad de expresión en nuestro país. La querella de Bachelet implicó advertir que tal libertad no puede ser un certificado de impunidad para injuriar y que exigir rigor en la información no implica un ejercicio autoritario, aunque no faltaron quienes opinaron en sentido contrario e incluso aludieron a la “señora K”, en una caricatura interesada tanto de este episodio en Chile como de las políticas comunicacionales del gobierno de Cristina Fernández en Argentina.

Un gobierno devaluado en términos de apoyo de la ciudadanía, acosado por las dificultades económicas, sin respuestas claras a la crisis previsional, torpedeado desde sus propias filas en propuestas programáticas como la despenalización del aborto, pareció evaluar finalmente que el enfrentamiento con Qué Pasa era en rigor una confrontación con el grupo Copesa, con la Asociación Nacional de la Prensa, y sus entramados empresariales que le abriría nuevos flancos de ataque.

Así, la resolución del Consejo de Ética de los Medios, acompañado de una irrisoria sanción, pareció ser una salida honrosa para Bachelet. Pero lo cierto es que esa no fue la misma lectura de Qué Pasa, a juzgar por las primeras reacciones de los directivos de la revista, en un tono triunfalista y casi prepotente, una vez conocido el retiro de la querella.

En el primer desenlace de este episodio cabe rescatar el pronunciamiento del Consejo Nacional del Colegio de Periodistas de Chile cuando se anunció la presentación de la querella: “...como orden profesional rechazamos que la actual normativa del país, alojada en el artículo 29 de la Ley de Prensa, aún aluda al Código Penal y establezca la posibilidad de penas corporales a ciudadanos y periodistas, pues puede implicar vulneración de derechos que consideramos fundamentales y abrir la puerta a la criminalización de la libertad de expresión y prensa. Sin perjuicio de ello, los medios de comunicación tienen un rol social y ético, por lo que no pueden eludir eventuales responsabilidades civiles ulteriores a la publicación de sus contenidos”, señaló la declaración.

Añadió que “si bien reconocemos el derecho de todo ciudadano a ejercer las acciones legales vigentes en nuestra institucionalidad jurídica, consideramos que en este caso en particular es difícil la separación entre la ciudadana Michelle Bachelet y la Presidenta de la República. Por eso, creemos que la decisión adoptada no es el mejor camino, consideramos más adecuado seguir canales éticos para debatir este tipo de materias. Los tribunales de ética del Colegio de Periodistas, que puede reflexionar al respecto más allá de si hay profesionales colegiados involucrados, están disponible para abordar esta discusión...”.

La declaración concluyó señalando que “creemos impostergable dar urgencia al proyecto de ley que avanza sobre la devolución de la tuición ética a los colegios profesionales, que descansa en el Parlamento desde el primer gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet. Sabemos que abogar por la libertad de expresión de la ciudadanía es fundamental, por lo mismo creemos que fortalecer el ejercicio de una prensa responsable también lo es”.

A fines de mayo, y en medio del debate por la anunciada querrela, Bachelet defendió desde París el derecho a defender su honra y recordó además la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Chile, de la cual Copesa es un buen ejemplo. Sin embargo, descartó la posibilidad de llevar el caso ante el Colegio de Periodistas y terminó avalando a un tribunal de ética dependiente de los dueños de los grandes medios de comunicación.

Subterráneas e invisibles: aborto en noticiarios televisivos

Underground and invisible: abortion on television news

María Jesús Ibáñez Canelo
Periodista de la Universidad de Chile
mj.ibanez.canelo@gmail.com

Abstract

In 2014, with the introduction of proposed legislation to decriminalize abortion in three circumstances, debates on the voluntary termination of pregnancy interrupted the news cycle. For some, this signaled a shift in discourse on abortion, while for others – particularly women who have had abortions and whose stories do not fall within these three circumstances – news outlets merely reaffirmed their stigma, pushing illegal abortion further underground for thousands of Chileans. This paper explores the patriarchal vision that prevails in the media coverage of abortion in Chile based on the stories of those women who do not feel they have been accurately represented on the news and on interviews of many journalists that have worked on this subject.

Key Words: *Abortion, Televised News, “Tres Causales”*

Resumen

Desde el 2014 la interrupción voluntaria del embarazo volvió a irrumpir en la pauta mediática a raíz del proyecto de ley del Ejecutivo que despenaliza el aborto en tres causales. No obstante, lo que para algunos ha sido reconocido como la reinstalación del tema y el debate, desde otra óptica, como la de aquellas mujeres que han abortado y no están incluidas en las causales discutidas, los medios han reavivado estigmas y han reinvisibilizado aquel aborto clandestino que viven miles de chilenas. A partir de los relatos de aquellas que han abortado y no están incluidas en el proyecto de ley y de las entrevistas

a periodistas que han desarrollado notas de aborto, el presente trabajo explora la cortina de humo y la mirada patriarcal que yace en la cobertura del aborto en Chile.

Palabras claves: Aborto, Noticiarios televisivos, Proyecto “Tres causales”.

*

De las mujeres arriba de un bus del Transantiago, un vagón del Metro o una fila larga de un banco, más de alguna vivió un aborto. Más de alguna se consiguió pastillas en el mercado negro del Misoprostol²³, buscó en internet información de cómo hacerlo y esperó sola o acompañada los calambres y el descenso de la sangre. De las mujeres detenidas en el tráfico de las siete de la tarde, en Arica o en Punta Arenas, o de las que se pierden entre la multitud de una Plaza de Armas a la hora de almuerzo, varias pueden contar una historia de aborto. Muchas lo han vivido o lo vivirán, y tantas más han tenido o tendrán la experiencia de abortos cercanos.

La interrupción voluntaria del embarazo forma parte de las historias de vida de muchas mujeres, aun cuando en el caso de las chilenas conlleva enfrentarlo en la clandestinidad e ilegalidad²⁴, cuando para éstas implica un acto silencioso, criminalizado e invisibilizado (Casas, 2013; Red Chilena contra la Violencia Doméstica y Sexual, 2008).

En ese sentido, han sido numerosas las mujeres que han hecho del aborto un espacio de decisión sobre sus cuerpos, las que han debido callar y hacer desaparecer un pedazo de su historia frente a la sanción penal y social²⁵ que las rodea. La dualidad de

23 El Misoprostol es un medicamento que se utiliza obstétricamente en hospitales y clínicas, y que la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda para abortar de forma segura hasta la semana 12 de embarazo. De acuerdo al Consorcio internacional para el Aborto con Medicamentos (ICMA) al 2005 más de 26 millones de mujeres de todo el mundo usaron Misoprostol para interrumpir su embarazo en el primer trimestre de éste, sin complicaciones. Sin embargo, dado el carácter de ilegalidad del aborto en Chile éste es un medicamento que sólo se comercializa de forma clandestina: “Hasta 2001, el misoprostol podía adquirirse en farmacias con receta. A partir de entonces, se restringió a través de receta retenida. [...] Hoy se adquiere en el mercado negro o comprado en el extranjero” (Casas, 2013: 6).

24 En la sociedad de las mujeres chilenas el aborto se encuentra penalizado bajo toda circunstancia desde 1989, tipificado en los artículos 342 y siguientes del Código Penal. A la vez que el Código Sanitario, bajo el cual deben regirse como ciudadanas, su Art. 119 señala que “No podrá ejecutarse ninguna acción cuyo fin sea provocar un aborto”.

25 La encuesta Cadem 2015 “Especial debate sobre el aborto” indicó que sólo el 18% estaría de acuerdo en que exista el derecho al aborto bajo cualquier circunstancia. Un 59% contestó que podría estar de acuerdo con el aborto si es “sólo bajo algunas circunstancias” (en su mayoría riesgo vida de la madre, inviabilidad fetal y casos de violación). Y el 80% reconoce estar en desacuerdo de que las mujeres tengan el derecho al

ambas acciones, autodeterminación y soberanía sobre el cuerpo versus el mandato del silencio, marcan la experiencia del aborto clandestino en Chile, como se evidencia en el siguiente relato:

“Porque no lo hablé, no lo hablé, en toda la vida, en cuatro años no lo hablé. Hasta que lo hablé así, tímidamente, una palabrita chiquitita de mi boca. Yo no sé si todos los casos serán iguales, pero internamente yo creo que se vive igual...La que va a la clínica a abortar, para mí ha de sentirse igual, porque igual tiene que irse piola y alguna vez en su vida encontrarte a alguien como yo que hable la cuestión y ahí ella pueda recién verlo de otra forma”, cuenta Amanda, quien abortó hace siete años antes de compartir su testimonio con la autora.

Distintos organismos y organizaciones han dado cuenta de la violencia del aborto ilegal para las mujeres²⁶, sin embargo, no siempre se dimensiona la extensión de esa misma violencia en la vida futura de éstas: La mujer que aborta debe reinventar su identidad para no ser negada y confrontada por la sociedad —se ve acorralada a guardarse para sí y negar lo que vivió—, al mismo tiempo que debe lidiar con aquella imagen victimizada, criminalizada u omitida.

Desde el 2014 la interrupción voluntaria del embarazo volvió a irrumpir en la pauta mediática a raíz del proyecto de ley del Ejecutivo que despenaliza el aborto en tres causales —riesgo de vida de la madre, inviabilidad fetal y embarazos producto de violación—²⁷. Sin embargo, lo que para algunos ha sido reconocido como la reinstalación del tema y el debate, desde otra óptica, como la de aquellas que han abortado y no están incluidas en las causales debatidas, los medios han reavivado estigmas y han reinvisibilizado aquel aborto clandestino que viven miles de chilenas.

El presente trabajo se posiciona desde esas voces omitidas en el actual debate del aborto en Chile, concretamente el que se ha desplegado durante el segundo mandato

aborto cuando se trata de dificultades económicas para mantener al nuevo hijo. La encuesta fue obtenida el 15 de marzo de 2015 en <http://plazapublica.cl/wp-content/uploads/Track-PP52-Especial-Aborto.pdf>

26 Red Chilena Contra la Violencia Doméstica y Sexual, 2008; Instituto Nacional de Derechos Humanos, 2010; Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2010; Centro de Derechos Humanos UDP, 2013; por mencionar algunos.

27 Secretaría General de la Presidencia (2015). *Proyecto de Ley sobre la despenalización de la interrupción del embarazo en tres causales*. Disponible en <http://www.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/1230-362-despenalia-interrupcion-emabrazo-3-causales-con-ingreso-camara-21.pdf>

presidencial de Michelle Bachelet (PS, Nueva Mayoría). A través del relato de las propias mujeres que han vivido esta experiencia, por circunstancias no incluidas en el proyecto de ley, se buscó indagar sobre sus percepciones respecto la cobertura del aborto en los noticiarios de televisión abierta.

En cuanto a la metodología, ésta consistió en un trabajo de fuentes primarias con entrevistas a ocho mujeres que abortaron y no están dentro de las causales, sumado a seis entrevistas a reporteros y cinco a editores y presentadoras de los noticiarios de televisión abierta considerados —24 Horas, Teletrece, Chilevisión Noticias y Meganoticias—²⁸ que han tratado el tema; también se trabajó con fuentes secundarias con una revisión y fichaje de material bibliográfico y un visionado y fichaje de 19 notas sobre aborto.

El aborto: una realidad con cortina de humo

En el país, entre 100 mil y 70 mil mujeres abortan al año²⁹, obligadas a hacerlo en clandestinidad³⁰. Al final del día, poco y nada se sabe de ellas, pocos y nadie están para acompañarlas y garantizarles sus derechos reproductivos, “porque no se dice, no más”, como explica Sánchez, quien abortó hace más de siete años.

El 31 de enero de 2015, día en que la Presidenta Michelle Bachelet firmó el envío del proyecto de ley “Tres causales” al Congreso, miles de mujeres quedaron apartadas de los diálogos e imaginarios de lo que significa abortar en Chile.

Si antes era raro que apareciera una nota en los medios, de acuerdo a los testimonios de las mujeres que han abortado, ahora es extraño que figure por otra cosa que

28 El criterio de selección de estos cuatro canales de televisión abierta corresponde a los mayores índices de consumo del género informativo según el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) 2013: Chilevisión Noticias Central con 13.6%; 24 Central con 11.0%; Teletrece con 8.8%; y Meganoticias con 6.1%. Disponible en

http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20140526/asocfile/20140526153232/anuario_estadistico_de_oferta_y_consumo_de_tv_abierta_2013_version_final.pdf

29 Dado el carácter de clandestinidad de los abortos en Chile, el cálculo de la cifra global de esta práctica no es más que una nebulosa de aproximaciones provenientes de distintos sectores interesados al respecto. El académico y profesor, Ramiro Molina, presume 100 mil abortos inducidos al año (Molina-Cartes, R., Molina, T., Carrasco, X. y Eguiguren, P., 2013), mientras que el Instituto Chileno de Medicina Reproductiva estima entre 60 y 70 mil abortos inducidos al año (Díaz, S. 2014).

30 Lidia Casas investiga la realidad del aborto en clandestinidad en el capítulo “La Penalización del aborto como una violación a los Derechos Humanos de las Mujeres” del Informe Anual de Derechos Humanos en Chile 2013 de la Universidad Diego Portales.

no sea por lo que un político dijo y lo que le contestó el otro. “La coyuntura legislativa suele ser la única razón por la que se habla del tema”, dice Sánchez, mientras Quevedo va más allá y asegura que incluso son sólo ellos, los políticos, quienes hablan ante la coyuntura. Frente a esto, cabe destacar que las y los mismos periodistas así lo advierten: “las que más hemos hecho son de la discusión política. Son como de lo que se está hablando en el Congreso, más que de posturas de organizaciones, fundaciones, corporaciones. Como que más que nada es de las discusiones que se dan en el Congreso”, afirma una periodista de Canal 13.

A partir de las entrevistas realizadas para este trabajo se comprobó que dentro de las experiencias de interrumpir un embarazo en Chile todavía existe el maltrato de parte de los funcionarios de la salud; que el común de los casos no pertenece a las tres causales incluidas en el proyecto del Ejecutivo; que la forma más utilizada para inducir los abortos es a través de pastillas y la manera de informarse, a través de internet; que en los contextos de acceso a las pastillas las mujeres se exponen a estafas y abusos; que persisten las experiencias de embarazos no deseados por una educación sexual deficiente o inexistente; que la seguridad sanitaria de los abortos depende de la capacidad económica de las mujeres; que en los casos de decisiones autónomas e informadas, las mujeres se sienten tranquilas con su opción, y lo mismo cuando se trata de abortos con apoyo y diálogo; que aun cuando el aborto es un delito que tiene una muy baja persecución penal³¹, el castigo es selectivo pues las principales castigadas son mujeres y particularmente las más pobres³². Del mismo modo, al recurrir a información pública, se constató que en la experiencia del sistema de defensa del Estado las principales denuncias provienen de los centros de salud a los que recurren las mujeres³³. A pesar de la evidencia y la diversidad, nada de esto ha sido

31 De acuerdo a las causas con condena de la Defensoría Penal Pública, 65 mujeres tuvieron sentencias condenatorias por delito de aborto entre el 2004 y 2014, incluidas aquellas que luego derivaron a un abogado privado. De los casos el 68% utilizó pastillas (principalmente Misoprostol), el 13,8% usó algún medio mecánico (sonda, tijeras, pinzas, otro), y en 15,3% no se identificó.

32 Una investigación de Salazar y Gallardo (2013) basada en los datos de la Defensoría Penal Pública (DPP), rescató que respecto al nivel educacional de las imputadas abortantes, alrededor de la mitad tenía cuarto medio rendido o ni siquiera lo había completado y sólo un 4% alcanzaba estudios universitarios terminados.

33 De acuerdo a las sentencias condenatorias recibidas por la Defensoría Penal Pública entre 2004 y 2014 el 58,4% correspondía a denuncias por parte de algún Centro Asistencial de Salud Pública.

considerado por los noticiarios televisivos, ni siquiera cuando afirman contribuir al debate sobre el aborto³⁴. De esto se decidió no hablar, no nombrar, no indagar.

De la misma forma, así como las prácticas inseguras y los abusos del aborto clandestino no tienen lugar en los noticiarios, tampoco ha sido tema o parte del contexto el hecho de que también es parte de la realidad que otras miles de chilenas abortan de forma segura gracias a información adecuada del uso de las pastillas³⁵ o por acceso a intervenciones quirúrgicas en centros de salud privada dentro o fuera del país, antes de la semana 12 de embarazo. “Esa realidad mía, que es la de varias, ¡imagínate las mujeres que he conocido a lo largo de la vida!, no está ahí. No está ahí en pantalla tratada con la dignidad y el respeto que nosotras merecemos”, afirma Vicky Quevedo, comunicadora, radialista y feminista que ha hablado de su aborto en televisión abierta³⁶.

En las notas sobre aborto revisadas que incluían la palabra “debate” o apelaban a la discusión pública, nadie menciona las realidades de las 97 mil o 67.900 mujeres que abortan de forma clandestina al año, de manera que ningún noticiario las considera parte de la conversación o parte del “debate”. Así, lo que se observa en las notas de aborto y que es destacado por las entrevistadas, es un ambiente polarizado que prescinde de las realidades de las mujeres. Todas saben que quienes figuran, hablan y se responden unos a otros son políticos, católicos, voces de gobierno y una que otra organización siempre referida al proyecto de ley.

Lo anterior es recogido por estas mujeres como una falta de interés hacia las materias de derechos sexuales y reproductivos por parte de los medios, la cual impide la entrega de ángulos relevantes para la comprensión del estado del aborto en Chile.

34 Es lo que las y los periodistas, presentadoras de noticias y editores afirmaron respecto a sus respectivos noticiarios de televisión abierta en las entrevistas realizadas en esta memoria.

35 La Línea Aborto Chile desde mayo de 2009 entrega información sobre cómo hacer un aborto de forma segura en casa con Misoprostol hasta las 12 semanas de gestación. La iniciativa consiste en información telefónica disponible todos los días del año en el horario de las 19 a 23 horas. El proyecto desarrollado por Lesbianas y Feministas por el Derecho a la Información en noviembre del 2012 se materializó en un manual “Línea Aborto Chile: El Manual ¿Cómo las mujeres pueden hacerse un aborto con pastillas?”, del cual se imprimieron mil ejemplares y se ofrece su descarga gratuita en su sitio web http://infoabortochile.org/?page_id=338

36 Más Vale Tarde. “El impactante testimonio de Vicky Quevedo: Yo aborté”. [En línea]. Canal Más Vale tarde de Youtube. 10 de julio de 2013. <http://bit.ly/21jNt7x> [Obtenido el 15 de enero de 2016].

En esa línea, otra de las aristas que emerge de forma recurrente entre los relatos de las mujeres que han abortado es la de “la clase” o las brechas económicas que inciden en el tratamiento y cobertura de una nota de aborto, donde lo que suele ocurrir es que quienes figuran detrás del rótulo de delito, junto a imágenes de vehículos de la PDI y la exposición de su familia o entornos, son las mujeres pobres.

Fetos, panzas y ecografías...la construcción de una falsa dicotomía

Toma uno, una mano de una guagua se entrelaza con la de una mujer. Toma dos, una embarazada de término acaricia su guata inmensa. Toma tres, una panza igual de grande en una ecografía —un plano detalle—. Cuando están por cumplirse nueve segundos desde que comenzó la noticia, aparece un feto en blanco y negro. La nota informativa se titula “Las posturas y el debate sobre la despenalización del aborto por tres causales continúa”³⁷. Mientras aparecían las imágenes anteriores, el periodista realizador cuenta en voz en off que el debate sobre el aborto “ya está instalado en el país”. Entretanto, al fondo vuelve a figurar un feto en 3D, barrigas enormes y ecografías; sucede cada vez que se menciona el proyecto de ley del Ejecutivo. Finalmente, la nota termina con un feto digitalizado girando en 360 grados.

Fetos, panzas y ecografías, ya sean en movimiento, a color o animadas, han sido los recursos para contextualizar las notas de aborto por parte de los noticiarios de televisión abierta. Lo que parece funcionar como un paquete, se vuelve un recurso reiterativo, acompaña cifras, se intercala de acuerdo a las causales a mencionar —riesgo de vida del feto, de la madre o de violación—, hace de contexto a la idea “Chile y el aborto”, alimenta la pantalla ubicada detrás del presentador o presentadora de noticias al momento de introducir las notas, y varias veces hacen de cierre de las crónicas.

En el caso de la trilogía, ésta funciona como una dinámica —intencional o no— de refuerzo de la siguiente idea: aborto, igual a muerte del futuro bebé; o aborto, mujer que traiciona su responsabilidad de madre.

37 “Las posturas y el debate sobre la despenalización del aborto por tres causales continúa”. [En línea]. Canal 13. 5 de febrero de 2015. <http://bit.ly/1Cx47bT> [Obtenida el 12 de agosto de 2015].

Muchos de las y los periodistas entrevistados contestaron que es propio de su trabajo el pensar inmediatamente las notas a través de imágenes. En el caso del aborto es la mujer embarazada, caminando o acariciando su panza, la que más se repite en sus pensamientos. Y cuando se les mencionan las imágenes de fetos y ecografías éstas son igualmente consideradas dentro del abanico de posibilidades —reconocen que son parte de las que se encuentran en el material de archivo que suele llevar años en los canales de televisión—. En el caso de un periodista de Chilevisión, éste afirmó que para ellos es legítimo utilizar zapatitos, ropa de guagua, “fetos por dentro” e inclusive recreaciones en Youtube de fetos en movimiento.

Las y los periodistas entrevistados dieron cuenta de un “*switch* adherido”, tal como describió uno de ellos, al momento de pensar la producción y el montaje de las notas. Este proceso naturalizado de pensar inmediatamente con imágenes, no es menor cuando se pone en antecedente que ningún canal cuenta con un manual o una guía para abordar el tema del aborto, y menos aún desde una perspectiva de género.

Los testimonios recogidos para esta investigación indican que, frente a los noticiarios, las mujeres que han abortado y no corresponden a alguna de las tres causales se sienten enojadas, humilladas, no representadas, denigradas, violadas e incómodas. De acuerdo a lo que éstas explican, lo que consiguen escenas e imágenes como las mencionadas es que las realidades del aborto sean miradas desde y hacia un feto o una guagua, y las mujeres desaparezcan junto con sus derechos.

A modo de cierre

No les hablan, no las representan, no tocan sus realidades. Los noticiarios televisivos, además de invisibilizar hechos y experiencias propias del aborto clandestino, también han contribuido a generar un sentido común criminalizador y victimizante: Por un lado, está el imaginario de aquella que transgrede las obligaciones de su género y por eso es castigada (cobertura policial-criminalizadora); y por el otro, aquella que sólo a partir del sufrimiento/padecimiento podría acceder a la interrupción de su embarazo (imaginario victimizante).

Las y los periodistas, por su parte, señalan que es complicado construir notas sobre aborto y que en sus canales no existe material -como manuales o guías- que refieran al tema específico de su cobertura, dificultando aún más su trabajo. Por ende, las y los profesionales operan utilizando el sentido común a la hora de elegir imágenes que acompañen sus notas periodísticas, basados en repertorios de antaño que se han mantenido en los canales, rutinas periodísticas y falta de perspectiva de género. Por tanto, en vez de ser instrumento de conexión y expresión de una sociedad, los noticiarios televisivos se han convertido en constructores de nuevas violencias, y por ende en actores que de seguir así ayudarán a cerrar la discusión del aborto en Chile.

Sara Lovera (2001, mayo) acuña la frase de “los espejismos con que se teje la realidad” para hablar del trabajo de los medios de comunicación; idea que evoca esas casas de espejos, donde no sabemos qué es real. Nada calza mejor que esa frase para graficar lo que actualmente los noticiarios de televisión abierta han logrado urdir en torno al aborto en Chile: Ignorar las experiencias de miles de mujeres, sus cuerpos, voces, derechos y realidades.

Los noticiarios omiten. Los noticiarios guardan silencio. Si los medios corresponden a un espacio donde las audiencias pueden adquirir una idea de comunidad, la idea de colectividad que actualmente se construye a partir del espacio informativo con mayor consumo no está considerando a miles de mujeres que ven impedida su posibilidad de sentirse parte, de ver sus problemas reconocidos por la sociedad.

Pensando en esfuerzos y cambios que puedan evitar lo anterior, se entregan las siguientes recomendaciones, basadas en la presente investigación:

Por un lado, la actualización en materias de perspectiva de género de los manuales y/o guías que los profesionales usan para el desarrollo de su trabajo, siendo menester un apartado exclusivo para el caso del aborto; y por otro, la instauración de espacios reflexivos donde las y los periodistas discutan sobre sus prácticas y de cómo éstas inciden en la construcción de los imaginarios colectivos.

En cuanto a la primera indicación, en el caso específico de la cobertura del aborto, los documentos guías deben proponer términos y/o conceptos adecuados para él o la periodista que impidan la construcción de discursos criminalizadores, victimizantes y/o que

tergiversen las realidades del aborto —en ningún caso referirse a las mujeres como “la madre” ni utilizar “feto” o “guagua” cuando de lo que se habla es de embrión—. Estas mismas consideraciones se han de aplicar para el uso de imágenes y recursos dramáticos como la música —no se puede ignorar el hecho de que la música conduce a una sensación—. En el caso de los archivos visuales urge su actualización, siendo apremiante que se provean de más, mejores y alternativas imágenes —fijas y en movimiento— con el fin de lograr una cobertura más apropiada de la temática. En ese sentido los manuales deben apuntar al cuidado de no incluir dentro del material gráfico escenificaciones que remitan a “la infancia” del feto in útero (Palma, Moreno y Álvarez, 2016) o cualquier insinuación de la dicotomía “aborto versus guagua” —por ejemplo, mujeres de embarazos muy avanzados acariciando sus panzas o videos de fetos viables—. Como tampoco imágenes que reconstruyan la representación social de la mujer vulnerable o que evoquen al acto del aborto como un daño auto-infligido para las mujeres —tomas ralentizadas de ellas con la cabeza gacha o moviendo las manos de forma angustiosa—.

En el caso de la segunda línea, la que propone los espacios e instancias de reflexión, la insistencia es a la toma de consciencia de las y los profesionales respecto al rol que ellos mismos ejercen en las construcciones sociales y simbólicas del aborto. Incluyendo, a modo de guía, su compromiso social de garantizar un acceso a una información plural y responsable. En ese sentido, relevar la necesidad de una multiplicidad de historias permite reconocer el efecto narcotizante que puede tener el relato único —siempre el mismo lado—, el trabajo mecánico y el dar voz a las y los mismos. De ahí que en cuanto a la cobertura del aborto se recomienda que quienes se desempeñan en el área de prensa revisen su trabajo y el de colegas —tanto de su medio como de fuera—, con el fin de hallar las realidades y relatos ausentes. Esto debe instar a las y los periodistas a buscar nuevos testimonios y aristas que impidan que las mujeres todo el tiempo sean conocidas públicamente a través del caso extremo.

Se ha de enfatizar en el hecho de que las sugerencias apuntan a transmitirse y aplicarse de manera transversal en los equipos de prensa. Es decir, que tanto editores, como reporteros, compaginadores, presentadores y estudiantes en práctica sean incluidos en estos espacios y materiales, dado que la mayoría de las veces el producto periodístico es el

resultado de todo un engranaje. Además, recalcar que, para que las recomendaciones puedan tener espacio y viabilidad debe existir la garantía de la no censura ni omisión en el trabajo periodístico.

Junto con lo anterior, y dado el contexto académico en que se enmarca el presente texto, se deja en claro que apremia la incorporación de la perspectiva de género en la malla curricular de pre y posgrado de las carreras de periodismo y comunicación.

Es un hecho que este trabajo y las sugerencias aquí entregadas no bastan para dar solución a la situación de invisibles de miles de mujeres que han abortado y seguirán abortando en Chile. Pese a ello, puede ser una forma de participación crítica frente a estas circunstancias, como también un espacio reivindicativo de estas mujeres que, aún legislado el Proyecto de ley “Tres causales”, continuarán viendo sus realidades desde lo clandestino y lo oculto.

Bibliografía

ANTEZANA, L. (2009, junio). “La emoción como estrategia de elaboración del discurso informativo televisivo”. *Prisma Social*. Recuperado desde http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/pdf/n2_3.pdf

ANTEZANA, L. (2010, febrero-abril). “El noticiero televisivo y su rol social: El caso chileno”. *Revista Razón y Palabra*. N°71. Recuperado desde http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/4%20ANTEZANA_REVISADO.pdf

CASAS, L. y VIVALDI, L. (2013). La penalización del aborto como una violación de los derechos humanos de las mujeres. *Informe Anual sobre Derechos Humanos en Chile*. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales. pp. 69-120.

CASAS, L. y VIVALDI, L. (2014). “Aborto: una clara oportunidad para legislar”. *Comunicación y Medios*. N° 30. Recuperado desde <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/33000/37668>

CENTRO DE DERECHOS HUMANOS UDP (2013). *Informe Anual sobre Derechos Humanos en Chile 2013*. Recuperado desde

<http://www.derechoshumanos.udp.cl/derechoshumanos/images/InformeAnual/2013/Informe-Anual-2013-completo.pdf>

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2013a). *Anuario Estadístico: Oferta y Consumo TV abierta*. Recuperado desde http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20140526/asocfile/20140526153232/anuario_estadistico_de_oferta_y_consumo_de_tv_abierta_2013_version_final.pdf

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2013b). *Noticiarios de Televisión: consumo, evaluación y percepciones*. Recuperado desde http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20130318/asocfile/20130318100535/noticiarios_consumo_evaluacion_y_percepciones_1_breull_1.pdf

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2013c). *Reseña: La importancia de los noticiarios televisivos para las familias chilenas*. Recuperado desde http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20130116/asocfile/20130116203032/rese_a_noticiarios_evaluaci_n_2013_ltima_versi_n.pdf

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2014). *VIII Encuesta Nacional de Televisión*. Recuperado desde http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20150331/asocfile/20150331152455/pluralismo_y_ge__nero.pdf

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2015). *Representación televisiva y discriminación*. Recuperado desde http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20160121/asocfile/20160121100529/representaci__n_televisiva_y_discriminaci__n.pdf

DÍAZ, S. (2014). “Aspectos Médicos y Epidemiológicos del Aborto”. *ICMER*. Recuperado desde http://icmer.org/documentos/salud_y_derechos_sex_y_rep/Aborto%20en%20Chile%20-%20USACH%202014.pdf

EGUIGUREN, P. (2015). “Desigualdad de género, política pública y aborto”. En *El continuo de violencia hacia las mujeres y la creación de nuevos imaginarios*. Santiago de Chile: Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres. pp. 57-63.

ERPEL, A. (2015). “Desmedicalizar el aborto y organizar la clandestinidad: propuestas feministas frente a la hegemonía del poder médico y las leyes patriarcales”. *El continuo de violencia hacia las mujeres y la creación de nuevos imaginarios*. Santiago de Chile: Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres. pp. 65-73.

INSTITUTO NACIONAL DERECHOS HUMANOS (2010). *Informe Anual Situación de los Derechos Humanos en Chile*. Recuperado desde http://www.indh.cl/wp-content/uploads/2010/12/Informe_Final_Corregido1.pdf

INSTITUTO NACIONAL DERECHOS HUMANOS (2013). *Informe Anual Situación de los Derechos Humanos en Chile*. Recuperado desde <http://bibliotecadigital.indh.cl/bitstream/handle/123456789/605/INFORME%20ANUAL%202013.pdf?sequence=4>

LAGOS, C. y ANTEZANA, L. (2013). *Discusión Internacional sobre Género y Televisión*. Recuperado desde http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/g__nero_y_tv.pdf

MEDICUSMUNDI BISKAIÁ (2013). *La comunicación social en la promoción de los derechos sexuales y reproductivos*. Recuperado desde <http://www.ehu.eus/documents/2007376/2110212/La+comunicaci%C3%B3n+social+en+la+promocion+de+derechos+sexuales+y+reproductivos>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (2015, mayo). “Planificación familiar”. Nota descriptiva N°351. Recuperado desde <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs351/es/>

PALMA, I., MORENO, C. y ÁLVAREZ, A. (2016). *Contribución al debate parlamentario en torno al Proyecto de Ley sobre la despenalización de la interrupción voluntaria del embarazo en tres causales* (Material de uso académico). Santiago de Chile: Proyecto Sexualidad, Sociedad y Política: Programa de Investigación sobre el aborto en Chile.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (2010). “Género: los desafíos de la igualdad”. *Desarrollo Humano en Chile 2010*. Recuperado

desde http://www.superacionpobreza.cl/wp-content/uploads/2014/01/genero_desafios_igualdad.pdf

RED CHILENA CONTRA LA VIOLENCIA DOMÉSTICA Y SEXUAL (2008). *Violencia sexual y aborto: conexiones necesarias*. Santiago de Chile.

RED CHILENA CONTRA LA VIOLENCIA DOMÉSTICA Y SEXUAL (2012). *Mujeres y violencia: silencios y resistencia*. Santiago de Chile.

VAN DIJK, T. (1997) *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós.

VEGA, A. (2010, enero-abril). “Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Vol. LII, N° 208. pp. 81-95.

WERTH, F. y MORAGA, J. (2014, diciembre). “Aborto: La visión de la Defensa Pública”. *Revista 93*. N°11. Pp 4-7.

Prensa obrera feminista en Chile: el caso de “La Alborada”, (1905-1907)

Feminist working-class journalism in Chile: the case of “La Alborada” (1905-1907)

Eduardo Santa Cruz A.
Universidad de Chile
esantacr@uchile.cl

Abstract

The beginning of the last century saw appearing in Chilean and Latin American society a kind of journalism that distinguished itself by being expression of social movements, workers and popular in training and in the process of constitution as social and political actors. In the context of modernizing processes involving the emergence of a peripheral and subordinate capitalism, created the structural basis for the development of a communication and journalism of modern profile, inside a cultural market in expansion. In this context, the so-called "working press" operated from outside and against it, offering a first experience that decades later would be called "alternative communication" in our region. This work aims to describe the case of La Alborada, newspaper by workers, who sought to articulate the classist look of this press with a feminist perspective. The objective is to better understand the relationship of the journalism with its historical, political and cultural contexts, as well as the ways in which the media can play a role of representation of specific social and political interest.

Keywords: *Chilean journalism history; journalistic models; Journalism Chilean workers; Journalism feminist worker.*

Resumen

A inicios del siglo pasado apareció en la sociedad chilena y latinoamericana un tipo de periodismo que se distinguió por ser expresión de movimientos sociales obreros y

populares en formación y en proceso de constitución como actores sociales y políticos. En el marco de procesos modernizadores que implicaban la emergencia de un capitalismo periférico y subordinado, se crearon las bases estructurales para el desarrollo de un campo periodístico de perfil moderno. En ese contexto, la llamada “prensa obrera” operó *desde fuera y en contra*, ofreciendo una primera experiencia de lo que décadas después se llamaría “comunicación alternativa” en nuestra región. El presente trabajo describe el caso de *La Alborada*, periódico realizado por obreras, que pretendió articular la mirada clasista propia de esta prensa con una perspectiva feminista. El objetivo es entender mejor la relación de la prensa con sus contextos históricos, políticos y culturales, así como las formas en que los medios periodísticos pueden jugar un rol de representación de intereses sociales y políticos específicos.

Palabras clave: Historia periodismo chileno; modelos periodísticos; prensa obrera chilena; prensa obrera feminista.

Introducción: el marco histórico-social

En las décadas finales del siglo XIX se plasmó en la sociedad chilena una estructura política, económica, social y cultural que expresaba la plena inclusión del país en la modernidad. En este proceso tuvo un rol predominante el capital comercial-financiero, concentrado en un conjunto de compañías extranjeras especialmente inglesas (Salazar, 2003).

Los fines de la organización social no estaban en discusión: eran la modernización y el progreso, sobre la base de la plena inclusión de la sociedad chilena en la economía y la cultura capitalista global. Se trataba de ciertos consensos básicos al interior de la elite, especialmente en el terreno económico y con resistencias tradicionalistas progresivamente derrotadas en lo ideológico-cultural. Ni el tipo de economía, ni el tipo de Estado y régimen político reconocían a la gran mayoría otro papel que no fuera el de clases subalternas, brazos desde el punto de vista económico y masas sin participación activa, desde el punto de vista político:

"El hecho histórico más importante en nuestro cambio de siglo fue la "cuestión social". Las clases trabajadoras (...) se vieron sometidas a una presión aplastante. Confluyeron sobre ellas innúmeros problemas (...) que le fueron haciendo insoportable la existencia. Ni la clase dirigente, ni el régimen político supieron hallar solución para estos sufrimientos" (Vial, 1983: 496).

La aparición de un moderno proletariado, junto a la permanencia de una creciente masa de peones, que cada vez más se aglomeró en las ciudades, determinó que se constituyeran espacios públicos y formas de sociabilidad que conformaron nuevos circuitos comunicacionales y culturales, como por ejemplo ocurrió alrededor del desarrollo de organizaciones reivindicativas y sociales con importantes rasgos de autonomía e identidad clasista (Arias, 1970; Bravo, 1986). Junto a éstos, y en un marco de relaciones y mediaciones complejas comenzó a configurarse, en sus características básicas, un público moderno de masas:

"La acelerada modernización que se da en el país en las primeras décadas del siglo veinte se manifiesta en el plano económico, político y social, pero también –sobre todo en las ciudades- en la vida cotidiana, en el uso del tiempo libre y en las costumbres (...) los tranvías eléctricos, las obras de alcantarillado, los teléfonos, el cine, el alumbrado público, la masificación de la zarzuela y del folletín, el primer vuelo en aeroplano, los automóviles y los primeros vehículos de transporte con motor a gasolina, son algunas de las novedades del período" (Subercaseaux, s/f:93).

Es decir, se habían creado en el país las condiciones políticas, económicas, sociales y culturales para la aparición de una auténtica prensa de empresa, que es la consumación de la libertad de prensa, en el marco del pensamiento liberal que hegemonizaba ideológica y culturalmente la sociedad chilena. Entre esas condiciones se encontraban el crecimiento de las ciudades y de proporción de la población urbana, el desarrollo y crecimiento del aparato educacional y la reducción del analfabetismo, el desarrollo y expansión del campo cultural (Catalán, 1985), los avances tecnológicos en la imprenta y un marco legal suficientemente permisivo como para hacer atractiva la inversión de capitales en el negocio informativo, cuestión asegurada por la ley de imprenta liberal de 1872:

"El siglo XX dio nacimiento en Chile a un periodismo y a una prensa de gran envergadura, hasta entonces ignorados, cuyo carácter es preponderantemente informativo (...) Los diarios de esta época comienzan a ampliar sus servicios noticiosos creando un sinnúmero de secciones, que se caracterizan principalmente por la índole de sus informaciones de carácter netamente objetivo" (Valdebenito, 1956: 70).

Esas fueron las condiciones que permitieron el desarrollo de un proceso de crecimiento explosivo del número de publicaciones periódicas que acontece en el cambio de siglo. Así, si en 1898 se contabilizaban 287 diarios, periódicos y revistas en el país, en 1902 éstos eran 406 y para 1914 ya alcanzaban a 531 (Correa et al, 2001: 75).

Se articularon tendencias más bien universales con las características y formas específicas de la modernización capitalista chilena, emergiendo en nuestro país en sus características básicas un mercado informativo y cultural de tipo moderno, incluyendo un plano diferenciado de desarrollo de una *esfera pública plebeya y popular*, desde donde emergió una cultura popular masiva que reivindicaba la plena visibilidad y legitimidad de su carta de ciudadanía, lo que se expresó en el ámbito periodístico en la llamada prensa obrera (Ossandón y Santa Cruz, 2001 y 2005).

La prensa obrera en Chile

La prensa obrera en Chile surgió como herramienta para la difusión de proyectos ideológicos que se fueron configurando desde la propia práctica de constitución del movimiento sindical y popular, así como instrumento de organización de éste y de contestación al proceso de transformación de la prensa liberal moderna, cuestión que ocurrió también en otros países de la región (Zaida Lobato, 2009; Ferreira, 1978; Argudin, 1987; Gargurevich, 1991; Ocampo, 1978; Alvarez, 1986; Ricardo, 1989).

Este tipo de prensa era producto y motor a la vez del movimiento social popular, asumiendo un rol educador, agitador y organizador. A pesar de los obstáculos y dificultades provenientes de los escasos recursos económicos o de la represión gubernamental, el número de periódicos no fue menor y fue creciendo sostenidamente. En todo caso, Arias puntualiza que se trataba de: *"...publicaciones que dicen ser eventuales, quincenales o semanales, pero en la práctica son de espaciada aparición y escasa regularidad. Son pocas*

las publicaciones diarias o que se imprimen durante muchos años o que alcanzan gran cantidad de números. Sobre el tiraje no tenemos datos, pero es de suponer que en la mayoría fue pequeño" (Idem: 117).

En general, los periódicos obreros pueden clasificarse de acuerdo a los grandes proyectos ideológicos o doctrinarios que estaban articulando la emergencia política o sindical de las organizaciones populares. Arias señala la existencia de diarios de orientación socialista, entre los cuales destacó especialmente *El Despertar de los Trabajadores*, editado en Iquique entre 1912 y 1927. Esta publicación fue mucho más que un diario; de hecho, se constituyó en un foco de actividad sindical, política y cultural de las organizaciones proletarias de la zona. En su local se realizaban charlas y conferencias; funciones de teatro y veladas culturales; concursos literarios y de poesía. Allí también funcionaron el Partido Obrero Socialista, fundado en 1912 y la Sección iquiqueña de la Federación Obrera de Chile (FOCH) (Bravo, 1984).

Por otra parte, existieron los diarios de orientación anarquista, se pueden mencionar por su importancia a *El Surco*, de Iquique, que circuló entre 1917 y 1921 y *La Batalla*, de Santiago, publicado entre 1912 y 1916. *El Oprimido*, que publicó cuatro números en 1893 habría sido el primer periódico anarquista y en los primeros años del siglo se publicaron numerosos periódicos de esta orientación, tales como *La Revuelta*, *La Agitación*, *La Luz*, *La Campaña*, *El Faro*, *El Martillo*, *La Defensa* y, en especial, *Germinal*, de 1904 (De Shazo, 2007; Grez, 2007). También cabe destacar entre las publicaciones anarquistas cercanas a los años '20 a *Verba Roja*, *Numen*, *Acción Directa* y *Mar y Tierra*.

También existieron publicaciones ligadas al Partido Demócrata, como *El Proletario*, de Tocopilla (1904-1935) y *La Voz del Obrero*, de Taltal (1902-1917). Menos conocidos son los casos que Arias califica como prensa sindical de carácter social-cristiano, como *El Sindicalista*, de Santiago (1918-1925) y un tipo de periódicos que califica de sindical independiente, por cuanto no se identificaban con ninguna corriente ideológica en particular: "*aquella que no incluye en sus páginas artículos doctrinarios susceptibles de discutir, o acepta trabajos de esta índole, diversos y hasta opuestos a veces, sin pronunciarse (...) Los periódicos de este tipo, son editados por particulares u organizaciones de trabajadores*" (Arias, op. cit.: 133).

Prensa obrera feminista: *La Alborada*

Un caso a destacar es el de *La Alborada*, periódico que apareció el 10 de septiembre de 1905, en Valparaíso, bajo la dirección de Carmela Jeria G. Se definía a sí mismo en un comienzo como “Publicación social obrera” y “Defensora de las clases proletarias”. Circuló quincenalmente en dicha ciudad hasta el número 18, del 11 de agosto de 1906, en que apareció la consigna de “Publicación femenina”. A raíz del devastador terremoto e incendio que sufrió Valparaíso, se interrumpió su publicación, la que fue reanudada en Santiago, a contar del número 19, aparecido el 11 de noviembre del mismo año.

En la capital, el periódico tuvo una circulación semanal, aparecía los días domingo y tenía su sede en calle Arturo Prat 485. En la edición siguiente, número 20 del 18 de noviembre de 1906, su caracterización ya era de “*Publicación feminista*”, cuestión que ya se anunciaba en la editorial del número de reaparición, al señalar que: “*De nuevo nos ponemos de pie; alta la frente y la mirada intrépida empuñamos la pluma para defender a nuestro sexo que por tanto tiempo yace esclavo de ridículos y falsos prejuicios (...) Queremos que la mujer proletaria se eduque y no soporte por más tiempo el yugo ignominioso del despotismo*” (*La Alborada* N° 19, 11 noviembre 1906).

Carmela Jeria G. era una joven obrera tipógrafa que trabajaba en la Imprenta y Litografía Gillet, de Valparaíso, definida por Recabarren como “*novel guerrillera porteña que se eleva como chispa eléctrica entre las multitudes*” (*El Proletario*, 21 octubre 1905). Efectivamente, hay varias menciones a asambleas y actos, algunos callejeros y multitudinarios, como la conmemoración del 1° de mayo de 1907, en la capital en la que participaron unos 40.000 manifestantes, en que ella fue una de las oradoras principales. Además, fue conocida como editora y periodista, cuestiones que le significaron ser despedida de su trabajo. En el número 2 de *La Alborada* informa del hecho en la editorial, señalando que el despido se debió a su solicitud de permiso para asistir a la Convención Obrera, celebrada en Chillán en octubre de 1905.

La organización obrera femenina existía desde varios años antes. La primera de estas organizaciones fue una mutual, la Sociedad de Obreras de Valparaíso, fundada el 13

de noviembre de 1887, desde el gremio de costureras y presidida por Micaela Cáceres. Al año siguiente, en 1888, en la capital se fundó la Sociedad de Socorros Mutuos Emancipación de la Mujer, presidida por Juana Roldán Escobar. En 1903 nació en Valparaíso, la Federación Cosmopolita de Obreras en Resistencia, que integraba a costureras y obreras del calzado. Su presidenta fue Clotilde Abaceta (López, 2008; Vidal, s/f).

De modo que *La Alborada* aparece en un contexto donde la actividad social de mujeres obreras no era algo extraño y, además, en un contexto mayor de desarrollo y crecimiento de la organización popular. De todas formas, en su caso, la novedad es que se propone desde sus comienzos la tarea de articular la problemática social y clasista, con la situación específica de la mujer, cuestión que aborda Jeria en la editorial del primer número:

“Nace a la vida periodística La Alborada, con el único y exclusivo objeto de defender a la clase proletaria y muy en particular a las vejadas trabajadoras (...) Creemos que la mujer debe despertar al clarín de los grandes movimientos para compartir con sus hermanos las tareas que traerán la felicidad a las generaciones venideras (...) Debe pues, la mujer tomar parte en la cruenta lucha entre el capital y el trabajo e intelectualmente debe ocupar un puesto, defendiendo por medio de la pluma a los desheredados de la fortuna”(*La Alborada* N° 1, 10 septiembre 1905).

El periodismo de *La Alborada*

La Alborada mantuvo una estructura formal muy similar, Tenía cuatro páginas a tres columnas y la última de ellas estaba dedicada casi integralmente a avisos, como veremos. Salvo en una sola ocasión, no incluía fotografías o ilustraciones. En todas las ediciones hay uno o más artículos destinados a difundir elementos doctrinarios que intentan agitar y hacer propaganda en un plano más bien universal, acerca de las contradicciones estructurales del capitalismo y, por otra parte, artículos, a veces cercanos a la crónica, en que más bien se trata de aplicar esa doctrina a problemas y conflictos específicos de la realidad nacional, vistos desde la perspectiva clasista del movimiento obrero en formación.

Sin embargo, lo anterior no obsta a que el periódico tenga también una dimensión estrictamente informativa. En ese sentido, en su inicio instala una sección permanente llamada “*De todo un poco*”, constituida por notas informativas sobre la vida de las organizaciones sindicales y sociales, las huelgas y manifestaciones que son abundantes en este periodo (Garcés, 2003), las celebraciones de fechas importantes, incluyendo noticias internacionales. Cuando el periódico se trasladó a Santiago, dicha sección pasó a llamarse “*A modo de crónica*”, manteniendo las mismas características.

Estas secciones informativas están acompañadas de la existencia de los que llama “agentes y corresponsales” en diferentes ciudades, los que parecían cumplir una doble función. En su primera calidad, hacerse cargo de la distribución y venta del periódico y, en la otra, de escribir las informaciones correspondientes a la ciudad en cuestión. Varias personas jugaron ese papel, destacando en la primera etapa, Eloísa Zurita de Vergara, la que sufre la muerte de su marido, también dirigente obrero en circunstancias poco claras. Otros corresponsales fueron Ana R. Sepúlveda, en Linares; Emelina Cristi de Galleguillos, en Ovalle; el dirigente obrero Zenón Torrealba, en Santiago, en la primera etapa; Baudina Passini, en Chañaral; Eloísa Montenegro, en Valparaíso, en la etapa santiaguina, entre varios otros de presencia más episódica.

Igualmente, el periódico contó con la presencia de varios colaboradores. En sus últimos números de 1907, apareció en primera página una lista de ellos, entre los que se destacaba Esther Valdés de Díaz, presidenta de la Asociación de Costureras, fundada el 26 de junio de 1906, registrando 350 miembros, la que sería más cercana a la ideología anarquista y feminista, según autoras que han analizado el tema (Hutchinson, s/f). Junto a ella, Blanca Poblete, Baldomero Loyola y especialmente Ricardo Guerrero, declarado socialista marxista que era de profesión constructor, ya que publicaba un aviso clasificado en ese sentido en la última página del periódico y era colaborador del diario demócrata doctrinario *La Reforma*, en cuya imprenta se imprimía *La Alborada* y en cuyo local se realizaban las reuniones de esta, así como de la Asociación de Costureras y otras organizaciones.

Una última cuestión a destacar es la permanente presencia de poemas, escritos por colaboradoras permanentes como Silvana G. y Yedra o por otras firmas y que son de dos

tipos, referidos a la lucha social y de tono épico o sentimentales y románticos. Incluso, se publican a veces, bajo la denominación de “*Ensayos Literarios*”.

De manera similar a lo ocurrido en la prensa obrera en general, *La Alborada* se financiaba a través de la venta directa y de otros aportes del movimiento social, como por ejemplo veladas literario-musicales a beneficio del periódico. De todas formas, mantenía como señalamos, la última página dedicada a avisos comerciales o clasificados, aunque pequeños y algunos relacionados con el periódico, como el caso comentado de Guerrero.

Dejó de publicarse, “misteriosamente”, al decir de Hutchinson, siendo su última edición, la N° 42, del 19 de mayo de 1907. Al año siguiente, el 1° de mayo de 1908, apareció la revista *La Palanca*, órgano oficial de la Asociación de Costureras, dirigida por Esther Valdés de Díaz y en la que colaboró con un par de trabajos Carmela Jeria. Este nuevo medio se manifestaba explícitamente como continuador de *La Alborada* y del trabajo de “nuestra hermana de lucha, Carmela Jeria”, la que había sufrido “*La destrucción del hogar y una serie no interrumpida de tragedias*” y se habla de que estaba soportando “*una larga y cruel enfermedad*” (Avila, 2005).

Conclusiones

De la experiencia periodística antes reseñada surgió en el país un cierto perfil y un modelo que sería posteriormente reivindicado por los *diarios populares de masas* aparecidos hacia los años '40 (Sunkel, 1986). Por otro lado, la llamada "comunicación alternativa" de los años '80 (Santa Cruz, 2014), generalmente de base local y social, también reivindicó la continuidad con la prensa obrera de principios de siglo.

Por último, en forma más silenciosa, a lo largo de todo el siglo se enraizó en las organizaciones sociales la aspiración y necesidad de contar con una publicación periódica. A pesar de las dificultades que presenta el rastreo y estudio de estos medios, muchos de ellos no conservados, nos remitimos a un trabajo que demuestra que entre 1958 y 1973 aparecieron, al menos, 132 publicaciones de ese carácter (Riquelme, 1986).

En la actualidad, la idea de una prensa expresión de movimientos sociales permanece plenamente vigente en Chile, en la existencia de las llamadas radio o televisión

comunitaria, plataformas y páginas digitales, etc. ligadas a grupos étnicos (Gutiérrez, 2014), sociales, de género, políticos o culturales.

Bibliografía

- Alvarez Ferretjans, Daniel (1986), *Crónica del periodismo en Uruguay*, Ingenio S.A., Montevideo.
- Argudin, Yolanda (1987), *Historia del periodismo en México*, Panorama Editorial, México.
- Arias Escobedo, Osvaldo (1970), *La prensa obrera en Chile*. Ediciones Universidad de Chile-Chillán, Santiago de Chile.
- Avila, Pabla (2005), “*Irrupciones de mujeres en voz obrera. Sobre la revista obrero-feminista La Palanca*”, en Carlos Ossandón B. y Eduardo Santa Cruz A., *El estallido de las formas. Chile en los albores de la cultura de masas*, LOM-Arcis, Santiago de Chile.
- Bravo Elizondo, Pedro (1984), *El Despertar de los Trabajadores*, en Araucaria de Chile, N° 27, Madrid, pp. 15-28.
- (1986), *El teatro obrero en Chile*. Ediciones Michay, Madrid.
- Catalán, Gonzalo (1985), “*Antecedentes sobre la transformación del campo literario en Chile entre 1890 y 1920*”, en José J. Brunner y Gonzalo Catalán, *Cinco estudios sobre cultura y sociedad*. FLACSO, Santiago de Chile.
- Correa, Sofía; Figueroa, Consuelo; Jocelyn-Holt, Alfredo; Rolle, Claudio; Vicuña, Manuel (2001), *Historia del siglo XX chileno*, Editorial Sudamericana, Santiago de Chile.
- De Shazo, Peter, (2007), *Trabajadores urbanos y sindicatos en Chile*, DIBAM, Santiago de Chile, 2007.
- Ferreira, María Nazareth (1978), *La prensa obrera en el Brasil, 1880-1920*, Editores Vozes, Petrópolis.
- Garcés, Mario (2003), *Crisis social y motines populares en el 1900*, LOM Editores, Santiago de Chile.

- Gargurevich, Juan (1991), *Historia de la prensa peruana 1594-1990*, Ediciones La Voz, Lima.
- Grez, Sergio (2007), *Los anarquistas y el movimiento obrero. La alborada de “la Idea” en Chile, 1893-1915*. LOM Ediciones, Santiago de Chile, 2007.
- Hutchinson, Elizabeth(s/f), “*El feminismo en el movimiento obrero chileno. La emancipación de la mujer en la prensa obrera feminista, 1905-1908*”, en página web Agenda de las mujeres. El portal de las mujeres argentinas, iberoamericanas y del Mercosur.
- López Dietz, Ana (2008), “*Lucha de género. Lucha de clases. Carmela Jeria y los inicios del movimiento obrero feminista*”. Ponencia a las Primeras jornadas de estudiantes de Historia, Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Santiago de Chile, 23 septiembre 2008.
- Ocampo Moscoso, Eduardo (1978), *Historia del periodismo boliviano*, La Paz.
- Ossandón B., Carlos y Santa Cruz A., Eduardo (2005), *El estallido de las formas. Chile en los albores de la “cultura de masas”*. Ediciones LOM-Arcis, Santiago de Chile.
- Ricardo, J. (1989), *La imprenta en Cuba*, La Habana.
- Riquelme, Alfredo (1986), “*Trabajadores y pobladores en el discurso de la prensa sectorial popular: Chile 1958-1973*”. CENECA, Documento N° 73, Santiago de Chile.
- Salazar, Gabriel (2003), *Historia de la acumulación capitalista en Chile*, LOM Ediciones, Santiago de Chile.
- Santa Cruz A., Eduardo (2014), *Prensa y sociedad en Chile siglo XX*. Editorial Universitaria, Santiago de Chile.
- Subercaseaux, Bernardo (s/f), *Genealogía de la vanguardia en Chile*. Ediciones Facultad Filosofía y Humanidades, Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- Sunkel, Guillermo (1986), *Razón y pasión en la prensa popular*. ILET, Santiago de Chile.

- Valdebenito, Alfonso (1956), *Historia del periodismo chileno*, Ediciones Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- Vial, Gonzalo (1983), *Historia de Chile (1891-1973). La sociedad chilena en el cambio de siglo*. Volumen I. Editorial Santillana del Pacífico, Santiago de Chile.
- Vidal, Virginia (s/f), “*Carmela Jeria, la primera periodista obrera chilena*”, en página web Anaquel Austral.
- Zaida Lobato, Mirta (2009), *La prensa obrera*, Edhasa, Buenos Aires.

Estilos de reporteo proactivo y reactivo en el contexto de la cobertura del escándalo político en la prensa de referencia nacional. Un estudio comparativo Chile-Colombia

Proactive and reactive reporter styles in the context of political scandal coverage in the reference national press. A comparative study Chile-Colombia.

Mónica Suárez Quiroga
Universidad de la Frontera
monica.suarez8903@gmail.com

Jaime Otazo Hermosilla
Universidad de la Frontera
Jaime.otazo@ufrontera.cl

Abstract

Media representations of Scandal is a comparative study between Chilean and Colombian newspapers addressing this phenomenon from the journalistic dynamic. Its theoretical seat is based on the relationship between politics and media, understanding these as two fields in close, mutual influence. It presents a contextualization of the origin of the Press and a characterization Of the profiles of journalist in each country. The scandal is understood from the conceptualization work by Thompson (2011). The corpus is made from 340 news pieces that follow three cases covered by the Colombian newspaper El Tiempo and three by the Chilean newspaper El Mercurio. The results are presented from a hemerographic and content analysis perspective, based on four descriptors: Frequency, point values or Importance of news and character of interventions. From them, the models used by each media coverage were determined, which allowed to conclude that every country has a particular way to address political scandals.

Key words: *political scandal, media coverage, communication, politics, media.*

Resumen

Representaciones mediáticas del escándalo político es un estudio comparativo entre la prensa chilena y colombiana que aborda este fenómeno desde las dinámicas periodísticas. Tiene asiento teórico en la relación entre política y medios entendidos estos, como dos campos en estrecha influencia. Presenta una contextualización del origen de la prensa y la caracterización del perfil de los periodistas en cada país. El escándalo es entendido desde la conceptualización hecha por Thompson (2011). El corpus lo conforman 340 noticias que corresponden a 3 casos seguidos por el diario colombiano El Tiempo y 3 por el diario chileno El Mercurio. Los resultados derivan de un análisis hemerográfico y de contenido que se basó en cuatro descriptores: frecuencia, puntaje de valoración o importancia, carácter noticioso e intervención de actores. A partir de ellos, se determinaron los modelos de cobertura mediática usado por cada medio y que permitieron concluir que cada país tiene una manera particular de abordar el escándalo político.

Palabras clave: escándalo político, cobertura mediática, comunicación, política, medios de comunicación.

*

La investigación aborda las representaciones mediáticas del escándalo político en Chile y en Colombia. Lo hace desde la relación entre medios y política.

De acuerdo a los cánones del periodismo occidental y a lo planteado por Thompson, los políticos transgresores resultan ser noticiosamente atractivos. Esto desde el entendido de que un político es quien gestiona poder en un ámbito público y que construye un ethos de confianza no solo ante la sociedad y sus pares, sino también ante los medios.

Aquí se entenderá la relación entre medios política desde la teoría de los campos de Bourdieu. Es decir, cada uno de ellos (campos) son microcosmos con reglas y dinámicas propias.

Si bien prensa y política se corresponden entre sí, entra en juego un tercer elemento: el campo económico que influye en las narrativas para captar mayor número de lectores, todo esto dentro de una lógica de mercado.

Eso es lo que da el escándalo: mayor lecturabilidad para las empresas informativas, pero también disminuye y afecta el capital simbólico de los políticos, algo que constituye el bien máspreciado dentro de los campos. Algo que se ha observado en casos como el Clinton-Lewinsky, Watergate, Strauss Kahn o en casos nacionales como los Pinocheques, Lavandero o, más recientemente, el Penta y Dávalos.

Se aprecia, entonces, una lógica de constante tensión y vigilancia entre medios y política. Una influencia insoslayable para Mouchon y Bourdieu.

Cada uno pareciera estar en el extremo del filo de una daga. Pretenden evitar una herida pero, a su vez pueden provocársela al otro. Esto según Otazo, es una instrumentalización para dañar contendientes políticos a través de publicaciones o para, en el caso de los medios, manipular a los poseedores de la información con el fin de obtenerla. Una situación que se ha dado a nivel internacional.

La prensa de la gran mayoría de los países ha hecho eco de los escándalos políticos. Pero no sólo los medios lo han hecho, autores hispanos y anglosajones han abordado a través de sus investigaciones este fenómeno. Irrarázabal, Sunkel, Romano, Zamora son algunos de ellos. Sin Embargo, el escándalo ha sido tocado desde la vereda política, como estudio de caso o como un fenómeno incrustado en la prensa.

Si bien se ha investigado al respecto, no existe una mirada latinoamericana y comparativa de las dinámicas periodísticas en el abordaje de un escándalo político. Esto con el fin de conocer si esta cobertura responde a particularidades entregadas por el contexto de cada país o si, por el contrario, el escándalo se cubre independientemente de ello.

Surge entonces el interés de aterrizar estos cuestionamientos en Chile y en Colombia, a través de los periódicos de referencia con mayor tirada: El Mercurio y El Tiempo. Esto bajo la hipótesis de que, en efecto, cada sociedad tiene una manera particular de abordar el escándalo político.

Y es que en ambos casos estudiados, se ha visto la influencia de la política. Incluso, estos medios fueron fundados por políticos en ejercicio: Agustín Edwards Mac Clure, diputado y ministro del interior y por Eduardo Santos, diplomático del partido liberal colombiano.

Así entonces, se planteó como objetivo determinar un modelo de cobertura mediática usado por los diarios El Tiempo y El Mercurio que mostrara las diferencias en las dinámicas periodísticas aplicadas en los escándalos políticos.

Para ello, en primer lugar, se describieron las dinámicas de cada periódico, contrastar los descriptores y analizar esos comportamientos Chile y Colombia si bien son países latinoamericanos, difieren en cuanto a su realidad social y política. Por eso uno de los primeros pasos metodológicos fue determinar un contexto análogo que se pudiera comparar. Se determinó el primer semestre de 2011.

Esto teniendo en cuenta que, en este periodo, se vivía en ambas sociedades un clima de relativa estabilidad política y económica y un cambio de bancada gubernamental. En el caso colombiano, de 8 años del gobierno de Álvaro Uribe a Juan Manuel Santos y, en Chile, de varias década al mando de la concertación al gobierno de Sebastián Piñera. En ambos casos, políticos de derecha.

Los datos base de esta investigación son netamente periodísticos por lo que el método más pertinente es el análisis hemerográfico aquí entendido desde la perspectiva de Casasús, quien propuso la llamada Periodística que se ocupa de los procesos de producción, composición expresión y estructura del mensajes.

Este es un método de análisis de contenido que se hace de los textos periodísticos. Para ello se determinaron 4 descriptores: la frecuencia de cobertura, es decir, cuántas noticias fueron publicadas diariamente de cada caso.

El carácter noticioso que puede ser desestabilizador cuando el titular posee adjetivos de corte negativo ligados a un enfoque noticioso de controversia. Estabilizador cuando esos adjetivos son de corte positivo o Indefinido cuando el titular no puede ser categorizado.

El puntaje de importancia según la escala de atención de Richard Budd propuesta en 1964 y que consiste en otorgar un puntaje a aspectos como acompañamiento gráfico, espacio de noticias, posición de la misma y número de página. El puntaje que va de 0 a 5 determina la importancia de un texto periodístico dentro del periódico.

Y el último descriptor son los actores divididos de acuerdo a la categorización que hace Thompson. Transgresor: aquel personaje que comete una acción reprochable legal Y/o

moral. Denunciante, quien da a conocer los hechos a la prensa y los no participantes quienes desapruaban públicamente y reaccionan antes las conductas del transgresor. Para la selección de la muestra se tuvieron en cuenta todos los tipos de escándalo político: de corte sexual, económico o de poder.

La muestra derivó de 362 ejemplares de los diarios El Tiempo y El Mercurio publicados desde el 2 de enero, pues el uno no circula ninguno de los dos. Se tomaron en cuenta los 3 escándalos con mayor número de publicaciones en ambos países, esto implicó una revisión previa de todos los escándalos cubiertos durante el primer semestre de 2011.

340 noticias fueron analizadas y para su recolección fue necesario tomar más de 2 mil 800 fotografías dado que los ejemplares no estaban disponibles en formato digital.

Además, se usó un sistema categorial para ordenar la información de los descriptores. Para ello fue necesario conocer la presentación y extensión de las noticias, para luego poder aplicar la Escala de Budd y también categorizar por géneros y actores, otros de los descriptores usados.

Toda esa información se ordenó en una matriz en Excel 2013 que sirvió de base al análisis estadístico en cada caso de acuerdo a los 4 descriptores.

Con base en los resultados y del análisis comparativo de los mismos, se pudo observar una lógica reactiva en el diario Chileno. Es decir, los distintos actores del escándalo emiten una declaración que el medio la reproduce en sus publicaciones. Tanto en el caso Van Rysselberghe como en el Kodama, los transgresores eran personajes claves del oficialismo y dado que el medio depende del flujo de datos que los propios involucrados y no participantes entreguen sobre el tema, ellos sólo emitirán declaraciones que intenten estabilizar la situación, evitarán la generación de mayor polémica y así invisibilizarán indirectamente el escándalo.

La intervención de No Participantes en los tres casos está marcada por una lógica binaria: oposición y gobierno. Sólo se incluyen expertos y la opinión ciudadana en contadas ocasiones.

Las noticias tienen un estilo que se aleja de los cánones de la pirámide invertida e, incluso, se leen ganchos con infidencias de los propios políticos. Es lo que Sunkel llama el retorno al relato que tiene que ver con el desdibujamiento de las zonas.

Canel, Sunkel, Romano, Irarrázabal, entre otros autores dan cuenta de la presencia de dicotomías dramáticas en los textos periodísticos. Implica que hay oposición de justos/injustos, buenos/malos, honestos/deshonestos. Sin embargo, en El Mercurio, esto no es explícito. Hay una amplia diferencia en el acceso de los denunciantes y transgresores. Los primeros solo aparecían para cumplir con su rol sin mayor visibilidad en el diario.

Aún así las noticias mostraron un marco narrativo que tiende a la dramatización que generan “intriga mediática”. Rencillas, quiebres, polémicas en el grupo que defendía al transgresor fue publicado por el diario.

Respecto al periódico El Tiempo se observa una estructura completamente distinta, una lógica proactiva que implica que el medio no se ciñe a hitos oficiales o a las pautas entregadas por instituciones o por los implicados en el escándalo que tienen que ver con el, lo llamaremos, el escándalo madre y sus implicados. Adicionalmente, la investigación del diario evidencia subescándalos con más implicados y otros transgresores que se suman a la estructura inicial. En definitiva, se genera una ramificación de escándalo político.

A eso se suma una cobertura constante. Si bien las noticias no tienen un puntaje alto de valoración, pues se publican breves o noticias en las columnas laterales, la cobertura es sostenida e incluso dura años luego de conocidos los hechos.

Una de las características más relevantes de la cobertura proactiva de El Tiempo tiene que ver con los cambios en los cánones.

Hay un periodismo confrontacional, el medio se autocita porque es autor de revelaciones que la propia justicia usa como antecedentes. También es posible leer adjetivos calificativos y juicios de valor en los textos.

Ese lenguaje confrontacional y rico en adjetivos es evidencia de que el diario toma una posición de denunciante y fiscalizador de una situación de corrupción generalizada del país.

Esto también implica dicotomías o, como lo llama Irarrázabal, “oposiciones de categorías de actores”: héroes/villanos, víctimas/victimarios. Hasta el momento entonces hemos descrito las dinámicas de cobertura de cada periódico, hemos contrastado los descriptores de esas dinámicas y analizamos esos comportamientos.

Todo esto nos lleva al objetivo general que tiene que ver con la determinación de un modelo usado por El Mercurio y por El Tiempo que explicara esas diferencias encontradas en las dinámicas periodísticas aplicadas a los escándalos políticos.

La primera de ella es la Prensa Reactiva. Para que se configure el escándalo es indispensable que un hecho transgresor sea revelado públicamente y sea conocido a través del diario. Algo que conlleva reacciones de desaprobación y alegaciones por parte de los implicados y no participantes. Esto es un insumo de atención para los lectores.

La continuación de la cobertura depende de la revelación, por parte de actores oficiales, de información, es decir, un hito oficial. La cadena de desmentidos y reacciones seguirá solo si hay información oficial. Es decir, la dinámica se reproduce tantas veces como hitos oficiales y reacciones hayan.

Sin embargo, el ciclo se interrumpe en algún punto. Sin un hito oficial, el medio entra en un periodo de silencio que puede revertirse con un nuevo hito oficial que genere más reacciones o que dé el cierre, también oficial a la cobertura.

Aquí la duración del escándalo depende del flujo informativo que puedan entregar entes externos.

En el caso de la Prensa Proactiva, el modelo comienza básicamente igual. Una transgresión que se pretende ocultar es revelada en el diario y esto genera reacciones de desaprobación y alegaciones.

En este punto el modelo comienza a tomar rasgos distintos. Una vez se publican las reacciones de desaprobación, se generan desmentidos públicos y contraalegaciones que son tomadas en cuenta por los entes judiciales y políticos que dan pie a hitos oficiales y comienza un nuevo ciclo: se desmentirá y contra alegará tantas veces como hitos oficiales y reacciones hayan.

En caso de que no se presente, el medio, paralelamente, opta por realizar una investigación propia y hacer nuevas revelaciones. Ahí se entra en un nuevo ciclo de desmentidos.

Pero puede suceder que, en ese proceso, no se generen hitos ni que aparezcan nuevas revelaciones por lo que puede generarse un silencio mediático.

Las reacciones a la investigación propia generan un subescándalo. Es cuando el escándalo toma otros matices y pueden verse involucrados nuevos políticos y que se agreguen aspectos de corte económico, sexual y de poder.

Lo anterior fuerza nuevas reacciones de desaprobación y alegaciones para comenzar nuevamente con el ciclo.

Pero, debido a que el escándalo no puede ser eterno, la resolución final podrá venir luego de reacciones a una investigación propia o luego de un hito oficial. En cualquier caso, se generarán más reacciones que alargarán la vida del escándalo hasta que se termina la cobertura mediática.

En conclusión, cada sociedad tiene una manera particular de abordar el escándalo político.

Puede presentarse una **lógica reactiva** del escándalo, con tendencia a la estabilización, con el uso de pocos calificativos, pues son las mismas fuentes implicadas en el escándalo las encargadas de entregar la información. De eso depende la estructura del escándalo menos compleja y más lineal con menos implicados y actores. Además posee un estilo mucho más escueto, informativo, con reproducción de dichos y poco confrontacional.

Existe una **lógica proactiva** que implica mayor cobertura e información derivada de investigaciones, con una estructura más compleja y ramificada que deriva en subescándalos y noticias que toman posición, con abundancia de adjetivos y toma de posición.

Bibliografía

Abréu, J. (2004). Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. España: Bailén.

Albán, M. & Medina, P. (2009). El ojo amarillo. La prensa sensacionalista en Bogotá desde la mirada del lector, un análisis de recepción (Tesis de pregrado). Pontifica Universidad Javeriana, Bogotá.

Balandier, G. (1994). El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación. España: Paidós Studio.

- Bardin, L. (1996). *Análisis de Contenido*. España: Akal.
- Bastenier, M. (2001). *El blanco móvil. Curso de periodismo*. Madrid: El País.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: Coaculta.
- Bourdieu, P. (1995). "La influencia del periodismo". *Causas y azares*, 3. 55- 64. Extraído desde <http://es.scribd.com/doc/200701378/BOURDIEUPIERRE-La-influencia-del-periodismo-en-Causas-y-azares-n-3-primavera-1995-pags-55-64#scribd>
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. (1996). *Reflexive Anthropologie*. Franckfort/Meno: Suhrkamp.
- Bourdieu, P. (2001). *Sobre la televisión*. España: Gedisa.
- Budd, R. (1964). "Attention score: A device for measuring news'play". *Journalism Quartely*, 41, 259-262. doi: 10.1177/107769906404100215
- Canel, M. & Sanders, K. (2006). "El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia ícono". *Análisi* 32,163-178. Extraído desde <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1430036>
- Casasús, J. (1985). *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona: Dopesa.
- Casasús, J. (1989). "La periodística de la recepción como alternativa global a los estudios tradicionales sobre redacción periodística". *Comunicación y sociedad*, 2(2). 95-109. Extraído desde <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4323859>
- Casasús, J. & Núñez, L. (1991). *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- Collins, C. (1981). *La prensa y el poder político en Colombia: tres ensayos*. Cali: Cidse.
- Charaudeau, P. (2005). *Le discours politique: les masques du pouvoir*. Paris: Vuibert.
- Chihu, A. (1998). "La teoría de los campos en Pierre Bourdieu". *Polis* 98. 179-198. Extraído desde <http://es.slideshare.net/superdeville/aquiles-chihula-teora-de-los-campos-en-pierre-bourdieu>
- Estévez, J. (2013). *Prensa y poder político durante el Frente Nacional, Colombia 1958-1974*. (Tesis de doctorado). Universidad Complutense, Madrid.

- Fundación para la libertad de Prensa. (2012). “De las balas a los expedientes. Informe sobre el estado de la libertad de prensa en Colombia”. Extraído desde <http://flip.org.co/resources/documents/informe-2012.swf>
- González, G. (2008). Medios de comunicación en Chile bajo el signo de la concentración. En Lugo, J. (Ed.), *The Media in Latin America*. (pp. 61-77). Inglaterra: McGraw Hill
- Gutiérrez, L., Prada, P., Valderrama, J., García, V, Guzmán, A, Forero, A. (2010). “Las condiciones laborales y la satisfacción de los periodistas colombianos”. *Investigación y Desarrollo*, 18(1). pp. 24-46
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gil.
- Irrázabal, B. & Parra, E. & Elgueta, A. (2014). “Narrativa mediática de un escándalo en Chile o cómo el diario El Sur de Concepción contó el caso Van Rysselberghe”. *Tercer Milenio*, 27, 13-21. Extraído desde <http://www.periodismouc.cl/tercermilenio/wp-content/uploads/NARRATIVAMEDI%C3%81TICA-DE-UN-ESC%C3%81NDALO-POL%C3%81DTICO-ENCHILE1.pdf>
- Kayser, J. (1974). *El diario francés*. Barcelona: A.T.E.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- López, F. (2010). “La periodística y sus partes. La propuesta de Josep María Casasús”. *Sphera Pública*, 10. 237-258. Extraído desde <http://www.redalyc.org/pdf/297/29719345016.pdf>
- Lull, J. & Hinerman S. (1999). “En búsqueda del escándalo”. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 5(10), 61-93. Extraído desde <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31601004>
- Manrique, A. & Cardona, I. (2003). *La situación laboral de los periodistas en Colombia*. Bogotá: Antropos.

- Meichsner, S. (2007). "El campo político en la perspectiva teórica de Bourdieu". Eberóforum, 2(3). 1-22. Extraído desde <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=211015576006>
- Mellado, C. & Simon, J. & Barría, S. & Enríquez, J. (2007). "Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente". Revista de estudios de comunicación Zer, 12(23), 139-164. Extraído desde <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer23-07-mellado.pdf>
- Merino, G. (2011). "La crisis del campo periodístico-mediático en el marco de las luchas entre proyectos estratégicos en la argentina". Questión, 1(30) Número 30. 1-10. Extraído desde <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1162/1058>
- Monzón, C. (2006). Opinión Pública, Comunicación y Política. Madrid: Tecnos 2. ed.
- Mouchon, J. (1999). Política y medios. Los poderes bajo influencia. Barcelona: Gedisa.
- Ossandón, C. & Santa Cruz, E. (2001). Entre las alas y el plomo. La gestación de la prensa moderna en Chile. 2001. Santiago: LOM.
- Otazo, J. (2010). Discours des médias et dynamiques sémio-stratégiques des acteurs sociaux dans le cadre du conflit ethno-identitaire. Le mouvement des indiens Mapuche vu par la presse au Chili (1996-2004). (Tesis de doctorado). Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3.
- Prior, H. (octubre, 2013). "Periodismo-espectáculo y dramaturgia: el theatrum politicum contemporáneo". En I. Crespo (Presidencia), Comunicación política en procesos de cambio, Conferencia llevada a cabo en el II Congreso Internacional en Comunicación Política y Campañas Electorales, Toluca, México. Extraído desde <http://www.alicecomunicacionpolitica.com/files/ponencias/327-F5236c47b3271379320955-ponencia-1.pdf>
- Puente, S. & Saavedra, G. & Grassau, D. (2011). "Análisis de contenido: ausencia de valores periodísticos en los medios informativos ciudadanos". Cuadernos de información, 28. 19-32. Extraído desde <http://cuadernos.uc.cl/uc/index.php/CDI/article/view/265/277>

- Rodríguez, L. (2009). "El papel periódico de Santafe de Bogotá o el testimonio de una escritura desencantada". *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, 26, 1-27. Extraído desde <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/109/217>
- Romano, M. (2010). "La construcción del ethos en el discurso inaugural de Cristina F. de Kirchner". *Forma y Función*, 2(23), 97-125. Extraído desde <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=21919313004>
- Romano, M. (2011). "La narración del escándalo político en la prensa argentina: el caso Miceli". *Question* 1(29), 1-15. Extraído desde <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/667/870>
- Sandoval, C. (2002). *Programa de especialización en teoría, métodos y técnicas de investigación social – Investigación cualitativa*. Bogotá: Arfo Editores.
- Sunkel, G. (2001). *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá: Norma.
- Sunkel, G. (2003). "Narrativas periodísticas y escándalos políticos: el caso Mop-Ciade". *Comunicación y medios*, 15, 85-100. Extraído desde <http://www.comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/12084/12440>
- Sunkel, G. (2005). "La construcción narrativa del escándalo político en la prensa chilena". *Signo y pensamiento*, 24(47) 75-86. Extraído de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/viewFile/4655/3618>
- Thompson, J. (2001). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. España: Paidós.
- Uribe, M. & Álvarez, J. (1985). *Cien años de la prensa en Colombia 1840-1940*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Valdebenito, A. (1956). *Historia del periodismo chileno*. Santiago: Círculo de Periodistas de Santiago. 205
- van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. España: Paidós Comunicación.

Wolfsfeld, G. (2001). "The News Media and the second intifada: some initial lessons". The Harvard International Journal of Press/Politics 6(4), 113-118. Extraído desde <http://hij.sagepub.com/content/6/4/113.extract>

Yez, L. (2011). "Estado actual y desafíos profesionales de los periodistas chilenos". Cuadernos de información, 28. 45-56. Extraído desde <http://cuadernos.uc.cl/uc/index.php/CDI/article/view/268/280>

Zamora, R. & Albaladejo, J (2010). "La representación simbólica del escándalo político. Hacia una tipología de los marcos periodísticos (frames) utilizados en la narración del escándalo de corrupción política". Razón y Palabra, 73. Extraído el 19 de mayo de 2012 desde <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=1995149080> 46

Publicaciones en periódicos

2 días duró rumba de 'parapolíticos'. (2011, 6 de febrero). El Tiempo, p. 6.

Acuña, el polémico investigador de Uribe. (2011, 3 de junio). El Tiempo, p. 4.

Angarita, P. (2011, 30 de marzo): 'Prueba reina' de trampas en rebaja de penas a parapolítica. El Tiempo, p. 2.

Apuleyo, P. (2011, 26 de enero). Los olvidados del pabellón Ere. El Tiempo, p. 14.

Cano, F. (2014, 27 de junio). La historia de El Espectador ha sido de persecución, de cierres y multas. El Espectador. Extraído desde <http://www.elespectador.com/el-espectador/historia-de-el-espectador-hasido-de-persecucion-de-cie-articulo-403791>

Cerda, R. (2011, 4 de mayo). Testimonios revelan las contradicciones entre Baeza y ex funcionarios sobre el rol de asesores. El Mercurio, p. C8.

Costas, T. & Huerta, A. (2011, 1 de marzo). Fiscal prohíbe a abogados divulgar declaración de ex presidenta Bachelet. . El Mercurio, p. C8.

Duncan, G. (2011, 27 de enero). Los 'mitos urbanos' de la parapolítica. El Tiempo, p. 16.

Editorial. Llover sobre mojado. (2011, 15 de abril). El Tiempo, p.22.

EE.UU. quiso evitar capítulo panameño de 'chuzadas': Wikileaks. (2011, 23 de febrero). El Tiempo, p. 5. • Equipo justicia y seguridad. (2011, 11 de abril). Veintiún interrogantes que surgen luego de la declaración de Bachelet sobre el 27-F. El Mercurio, p. C4-C5.

Estudio revela que El Tiempo cuenta con más lectores diarios. (2013, 13 de mayo). El Tiempo. Extraído de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11783445>

Falsearon pagos por 'chuzadas'. (2011, 30 de enero). El Tiempo, p. 5.

Franco, R. & Cerda, R. (2011, 15 de abril). La Moneda sale a respaldar a la ministra Matte tras llevar a la justicia el caso Kodama. El Mercurio, p. C2. 207

Gutiérrez, P. (2011, 15 de mayo). Ente contralor estable "ardid" en el Serviu para evadir el control del pago a constructora. El Mercurio, p. C2.

Gutiérrez, P. (2011, 15 de mayo). Informe revela otras aristas del "ardid" Kodama para eludir fiscalización. El Mercurio, p. C4.

Henríquez, C. (1812, 13 de febrero). Prospecto. La Aurora de Chile, pp.1-3

La ex directora del IDU, acusada por cesión de contrato de la 26. (2011, 17 de mayo). El Tiempo, p. 14.

Lancheros, Y. (2011, 12 de febrero). Los Nule reclaman 120 mil millones. El Tiempo, p. 15.

Lancheros, Y. (2011, 6 de abril). Dos testigos notariales de los Moreno, ligados al escándalo de contratación. El Tiempo, p. 4.

Los 18 procesos dormidos de los Nule. (2011, 13 de marzo). El Tiempo, p. 6.

Miguel Nule volvió a acusar, pero no aportó pruebas. (2011, 8 de febrero). El Tiempo, p. 5.

Moreno aportó dos pruebas en su defensa. (2011, 23 de marzo). El Tiempo, p. 4.

Muñoz, D. (2011, 13 de abril). Querella de diputados RN endurece críticas a Bachelet y ex ministros. El Mercurio, p. C4.

Muñoz, G. (2011, 5 de junio). "Las conductas indebidas como el caso Kodama o el MOP-Gate repercuten en toda la clase política". El Mercurio, p. D6.

Nuevo correo del supuesto negocio de los Nule y los Moreno. (2011, 25 de marzo). El Tiempo, p.15.

Olivares, N. (2011, 5 de marzo). Allamand deslizó críticas al gobierno de Bachelet por subordinar las FF.AA. a la Onemi. El Mercurio, p. C6.

Osorio, M. (2014, 18 de enero). 1989: año para tener en la memoria. El Espectador. Extraído desde <http://www.elespectador.com/noticias/nacional/1989-ano-tener-memoriaarticulo-469466>

Por demora a la justicia, sale libre Aranguren. (2011, 31 de marzo). El Tiempo, p. 3.

Preliminar. (1721, 9 de febrero). Papel periódico de la ciudad de Santafé de Bogotá, p. 1-8.

Saldivia, C. (2011, 28 de febrero). Vidal dice que se demoró el decreto de estado de excepción porque está protegiendo a Bachelet. El Mercurio, p. C7.

Urqueta, C. (2013, 3 de octubre). Agustín Edwards reconoce vínculos con la CIA en Estados Unidos pero niega haber recibido dineros de la agencia norteamericana. El Mostrador. Extraído desde <http://www.elmostrador.cl/pais/2013/10/03/agustin-edwards-reconocevinculos-con-la-cia-en-estados-unidos-pero-niega-haber-recibido-dinerosde-la-agencia-norteamericana/>

Unidad investigativa. (2011, 24 de enero). 'Cuco' enreda a ex comisionado y a V. Carranza. El Tiempo, p. 7.

Unidad investigativa. (2011, 13 de febrero). Los líos de la mano derecha del Contralor. El Tiempo, p. 12.

Valbuena, J. (2011, 26 de marzo). Uribe es frentero, como yo: Bocanegra. El Tiempo, p. 6.

Valenzuela, M. & López, H. (2011, 4 de febrero). Polémica por dichos de intendenta sobre uso de subsidios para reconstrucción. . El Mercurio, p. C2.

Valenzuela, M. (2011, 6 de febrero). Ministra Matte dice que esperaba mayor apoyo de la UDI en impasse con intendenta. El Mercurio, p. C2.

Valenzuela, M. (2011, 7 de febrero). Piñera califica como desafortunados los dichos de intendenta Van Rysselberghe y hace gesto a ministra Matte. El Mercurio, p. C2.

Vergara, R. (2011, 5 de mayo). Contraloría aplaza nuevamente informe por caso Kodama. El Mercurio, p. C10.

Vergara, R. & Carvajal, C. (2011, 3 de mayo). Ex subdirector del Serviu dice que Baeza y Llompарт insistieron para llegar a acuerdo con la Constructora. El Mercurio, p. C10.

Vergara, R. (2011, 18 de marzo). Contraloría abre investigación en el Minvu ante denuncia de Navarro. El Mercurio, p. C10.

Yáñez, N. (2011, 13 de febrero). “Es complicado que un partido ponga al Gobierno en un pie forzado en una materia tan delicada”. El Mercurio, p C6.

Yáñez, N. (2011, 23 de febrero). Hallazgo de teléfonos satelitales no usados el 27-F marcó la firma de sucesora de la Onemi. El Mercurio, p. C4.

Casos Caval y Penta: Encuadre y análisis a la prensa chilena^{38 39}

Caval and Penta cases: Frame and Analysis of the Chilean press

Francisco Javier Tagle Montt
Universidad de los Andes
fjtagle@uandes.cl

Abstract:

Between normative functions expected of the media in democracies is that of being vigilant of power. However, this role of watchdog must be contrasted with sensationalism toils in a context of media scandal. This paper, framed and analyzing coverage of Santiago El Mercurio and La Tercera, the two most important newspapers in Chile, around Caval and Penta cases. This in order to determine the role of monitoring and sensationalism with which both newspapers covered these crimes of political corruption. Thus, three categories of analysis are proposed: a) Framing of corruption, b) Contributions to case c) Pluralism of sources.

Keywords: Corruption - Watchdog – Media

Resumen

Entre las funciones normativas que se esperan de los medios de comunicación en las democracias está la de ser vigilantes del poder. Sin embargo, este rol de *watchdog* debe ser contrastado con afanes de sensacionalismo en un marco de escándalo mediático. El presente trabajo, encuadra y analiza la cobertura de El Mercurio de Santiago y La Tercera, los dos periódicos más importante de Chile, en torno a los casos Caval y Penta. Esto con el propósito de determinar el rol de vigilancia y sensacionalismo con los que ambos diarios

38 Este trabajo corresponde a una parte de una investigación que no sólo abarca un mayor lapso de tiempo en el caso chileno, sino que pretende comparar ilícitos políticos ocurridos en Argentina y Brasil en periodos de tiempo similares.

39 Se agradece la colaboración prestada por Cecilia Claro, doctoranda en Comunicación.

cubrieron estos ilícitos de corrupción política. De esta forma, se proponen tres categorías de análisis: a) Framing de corrupción, b) Aportes al caso, c) Pluralismo de las fuentes.

Palabras clave: Corrupción - Vigilancia – Medios de comunicación

Introducción

Como un “nido de cuervo” en el mástil de un barco define (McQuail, 2013) la que ha sido considerada como una de las principales funciones que tienen los medios de comunicación en las sociedades democráticas. Esta analogía con un puesto de observación evoca la idea de que los medios alertan de manera temprana los peligros y riesgos que existen en el horizonte para los ciudadanos.

Esta visión benigna e idílica de los medios de comunicación como vigilantes del poder no es nueva, sino que se enmarca dentro de los constructos teóricos de las tradiciones liberales de proteger a los individuos del poder del Estado (Curran, 2002). A mediados del siglo XIX, Tocqueville (2009) planteaba que la mejor defensa de los ciudadanos antes los abusos del poder político era la prensa y la libertad con la que pudiese funcionar.

En ciertas naciones que se pretenden libres, cada uno de los agentes del poder puede impunemente violar la ley, sin que la constitución del país dé a los oprimidos el derecho de quejarse ante la justicia. En esos pueblos no hay que considerar ya la independencia de la prensa como una de las garantías, sino como la única garantía que queda de la libertad y de la seguridad de los ciudadanos. Si los hombres que gobiernan esas naciones hablaran de arrebatar su independencia a la prensa, el pueblo entero podría responderles: dejadnos perseguir vuestros crímenes ante los jueces ordinarios y quizá consentiremos entonces nosotros en no apelar al tribunal de la opinión (Tocqueville, 2009: 199).

Desde el siglo XX en adelante, esta visión normativa de los medios, no en cuanto a cómo son, sino a como se esperaría que fuesen, se ha mantenido hasta el presente. Por ejemplo, en su *Public Opinion* de 1922, Lippmann (1997) le otorgó a la prensa una labor de “guardián” de las instituciones, entregándole una misión de velar por el buen funcionamiento de la sociedad. Así para la mitad de esta misma centuria, autores como

Lasswell (1948: 228) insistieron que entre las principales funciones de los medios está la de “revelar amenazas y oportunidades que afecten la posición de valor de la comunidad y de las partes que la componen”. En los mismo años, Lazarsfeld y Merton (1993: 5) establecieron este rol de “perro guardián” o *watchdog* como una función “institucionalizada” y propia de los medios.

Estos postulados teóricos tendrán su ejemplo más simbólico en el caso *Watergate* en Estados Unidos, que terminó con la dimisión del Presidente Richard Nixon en 1974. Con éste empezará toda una ola de periodismo investigativo y de contrapeso al poder que se mantendrá en los años venideros, y que será tomado como patrón a seguir del “buen periodismo”. Como señala Iyengar y McGrady (2007) los medios deben “soplar el silbato” cuando los funcionarios del gobierno (o de otras instituciones) utilizan su poder para provocar un mal a quienes representan.

En tiempos más recientes, propuestas teóricas como la de Christians, Glasser, McQuail, Nordenstreng, y White (2009) establecen que los medios debiesen cumplir distintas funciones normativas en las sociedades democráticas, siendo la principal de ellas la de ser vigilantes del poder, que se enlaza a la labor de recoger y publicar información de interés para el público. Es decir, como postulan Allen y Blank Hindman (2014) el periodismo con su labor vigilante permite a los ciudadanos participar de manera informada en la democracia, ya que estos, preocupados por cumplir con sus responsabilidades cotidianas, tienen poco espacio para la participación política, dejando a los medios de comunicación la tarea de vigilar al gobierno.

Hasta aquí la discusión planteada trata de unos medios de comunicación tanto objetivos como neutrales que se deben a la verdad y a sus audiencias, a la vez que conscientes de su labor como contrapeso o *accountability* del poder en las democracias. No obstante, el contraste de esta visión normativa deja abierta interrogantes. Esto porque los medios de comunicación no solamente poseen sus propias agendas que responden a diferentes factores de poder, sino que además pretender que el *watchdog* esté movido sólo por fines altruistas es un error (Dader, 1998).

Los medios interesados en obtener lucro a través de acaparar la mayor cantidad de audiencia posible para así luego vender avisaje de pago, hacen del escándalo político un

buen negocio. Entendiendo por éste un abuso de poder a expensas de las instituciones de las democracias liberales y que es mediatizado (Thompson, 2001).

Es por ello, que la función de denuncia de los medios, tentada por el afán de ganancia, puede ser guiada por el sensacionalismo, la inexactitud o el error, todo por la necesidad de publicar rápido y más en un sistema de competencia informativo.

Si bien, el escándalo propicia el sensacionalismo de los medios para así obtener réditos comerciales, éste también puede ser inseparable de la función de vigilancia de los medios. Siguiendo con Thompson (2001) en torno al escándalo existen dos tipos de periodistas y medios de comunicación: Para los que tiene el ideal de entretenimiento, el escándalo “es un asunto maravilloso” para realizar historias de relaciones secretas y fechorías que implican a personalidades públicas. Por otro lado, existen aquellos periodistas y medios que tratan de resaltar la realidad y la verdad de los hechos, los que se ven a sí mismo como casi una suerte de reformadores sociales que tratan de influir en los políticos provocando la indignación moral de sus audiencias.

Así, a pesar de que se puede poner en duda las motivaciones e inclusive la ética profesional con la que los medios dan a conocer las ilegalidades del poder, el resultado final tal como señala Castell (2009: 336-337) es que un “número creciente de importantes cambios políticos en gobiernos de todo el mundo tienen que ver directamente con los efectos de los escándalos”.

Caso Penta

El Grupo Penta es un holding de empresas chilenas con inversiones en las áreas de previsión, seguros, finanzas, salud, inmobiliaria y educación. Su capital está evaluado en más de 30.000 millones de dólares.

Sus controladores son los empresarios Carlos Alberto Délano y Carlos Eugenio Lavín, ingenieros comerciales ambos de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que para mediados de la década de los ochenta comenzaron a adquirir empresas de seguros como Consorcio, para luego en los noventa saltar a la compra de Cuprum, empresa administradora de fondos previsionales (AFP). Con el tiempo se harán dueños de la Isapre Vida Tres y comprarán un porcentaje del Banco de Chile, por lo que llegarán a ser

directores de esta entidad. Desde la llegada del 2000 en adelante, el Grupo Penta vendió sus acciones del banco y de la AFP, e ingreso a la propiedad de Banmedica.

El caso Penta, como lo denominó la prensa, comenzó en agosto de 2014 cuando el Servicio de Impuestos Internos denunció a siete personas ligadas al grupo, entre ellas Délano y Lavín, por fraude tributario estimado entre \$260 a \$600 millones de pesos.

Los ribetes políticos del caso comenzaron cuando Higo Bravo un ejecutivo de Penta declaró que el grupo había hecho donaciones irregulares mediante boletas falsas a políticos del partido Unión Demócrata Independiente (UDI), conglomerado de derecha.

Entre los beneficiados para financiar sus campañas estuvieron importantes personajes de este partido como los parlamentarios Ena Von Baer e Iván Moreira, el ex senador y uno de sus fundadores Jovino Novoa y el candidato presidencial Laurence Golborne. El único no pertinente a esta colectividad involucrado en el traspaso de dinero fue el ex ministro del primer gobierno de Michelle Bachelet y candidato a la presidencia Andrés Velasco.

Caso Caval

En febrero de 2015, la Revista Qué Pasa de propiedad de COPESA publicó un reportaje sobre tráfico de influencias que involucraba directamente a Sebastián Dávalos, hijo de la presidenta Michelle Bachelet y que para ese entonces era el director del área sociocultural de la presidencia.

Un año antes de que se dieran a conocer los hechos, la Sociedad Exportadora y de Gestión Caval Limitada de propiedad de Natalia Compagnon, esposa de Dávalos, había recibido un crédito por 10 millones de dólares del Banco de Chile, justo el día después del triunfo de Bachelet en la segunda vuelta presidencial, en una reunión personal con el dueño de la entidad bancaria Andronico Luksic, uno de los empresarios más ricos del país.

El préstamo fue para la compra de unos terrenos en la zona de Machalí, ubicada en la Sexta Región, con el objetivo de revenderlos para desarrollo inmobiliario. Dávalos habría presuntamente ejercido influencia para el cambio en el plan regulador que se venía discutiendo desde hace un tiempo en la Municipalidad de Machalí sobre el uso de suelo de esos terrenos.

Sistema de prensa escrita en Chile

La prensa escrita en Chile se encuentra liderada por el duopolio El Mercurio SAP (propiedad de la familia Edwards) y el *holding* Copesa. Estos dos grupos periodísticos tienen una presencia decisiva en la estructura del mercado. Ambos no son solamente dueños de El Mercurio de Santiago y La Tercera respectivamente, los dos diarios políticos más importantes del país, sino que además poseen otros periódicos de circulación nacional con importante lectoría, aunque de línea sensacionalista. De acuerdo a Mönckeberg (2009) ambas empresas periodísticas pueden ser catalogadas de una línea política de derecha.

De acuerdo a la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (2013) el nivel nacional de lectoría de El Mercurio de Santiago es de un 29 por ciento, mientras que el de La Tercera es de un 21 por ciento.

Metodología

El propósito de esta investigación es estudiar la cobertura de los diarios El Mercurio de Santiago y La Tercera, los dos periódicos políticos más importantes del país, en torno a los diez días siguientes desde que salieron a la luz pública los casos de corrupción Caval y Penta. La selección del periodo de tiempo responde al lapso en el que se considera a que el escándalo político tiene su mayor impacto en la opinión pública.

El objetivo es analizar si en estos periódicos hubo un afán de vigilancia del poder o más bien criterios guiados por el escándalo mediático en cuanto a la obtención de lucro o para favorecer una determinada posición política, sin descartar que pueda haber una mezcla de ambos tipos de cobertura. Para este propósito se estudiaron bajo tres aspectos todas las portadas y noticias aparecidas en este periodo en ambos diarios, las que se midieron tanto por unidad como por centímetros:

Framing a la corrupción: El encuadre o framing es considerado como el segundo nivel de la Agenda Setting, y éste trata, a modo general, acerca de que los medios de comunicación no sólo ponen temas en la agenda de la opinión pública, sino que también brindan un contexto a partir de la selección de algunos aspectos de la realidad, de manera que se promueva tanto una definición del problema determinado como una interpretación.

En este sentido, los encuadres tendrían el poder para estructurar el pensamiento, “para moldear la manera en que pensamos los temas de interés público” (McCombs, 2006: 173).

Entman (1993) postula que existe una relación palpable y profunda entre el encuadre que hacen los medios de comunicación y la toma de decisiones de la opinión pública en sistemas democráticos. Desde una perspectiva de la corrupción y su rendición de cuentas, Park (2012): 3 señala que “los medios de comunicación suelen proporcionar una cierta interpretación de la corrupción, que influye en la forma en que es discutida y evaluada en el debate público”.

De esta manera, al encuadrar las noticias podemos establecer ciertos parámetros en la cobertura de los periódicos, por ejemplo, si está se centró en buscar a los responsables y dar a conocer si las instituciones encargadas de impartir justicia funcionan o se enfocaron en personificar la corrupción, en los conflictos políticos, las reacciones ciudadanas, el dinero robado, entre otros.

En este sentido, Zamora y Marín Albaledejo (2010), utilizando los encuadres genéricos propuestos por Semetko y Valkenburg (2000) y tomando también las características de las coberturas mediáticas en los casos de corrupción de Arroyo (1997), proponen los siguientes encuadres específicos para los escándalos de corrupción:

- Encuadre de personificación: Este frame permite analizar si los medios de comunicación construyeron los relatos de los escándalos a partir de un personaje determinado. Es decir, si crearon la sensación de que un personaje encarna toda la corrupción. En el caso peruano podría ser Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos, mientras que en el chileno, desde los diputados involucrados hasta el mismo Presidente Ricardo Lagos.
- Encuadre de conflicto de elites: Este encuadre genérico estudia el proceso de acusaciones de corrupción que se da en las elites políticas. Este marco también permite mostrar como los medios de comunicación permitieron que nuevas voces contrarias al poder puedan expresarse.

- **Encuadre de atribución o depuración de responsabilidades:** Lo que se pretende con este frame es si los medios de comunicación contribuyeron al debate para la búsqueda de una solución institucional al escándalo y para la rendición de cuentas de los culpables. Se muestra como las instituciones actúan.
- **Encuadre de reacción popular:** Esta clasificación analiza la reacción de la opinión pública y de diversos grupos, con ello se intenta demostrar cómo los periódicos cubrieron las expresiones de la sociedad civil. Aquí se incluye también la medición de la opinión pública mediante el uso de encuestas.
- **Encuadre impacto económico:** Este marco permite mostrar el afán de los periódicos por mostrar a la ciudadanía que el escándalo de corrupción impacta en la vida cotidiana de ellos.
- **Encuadre de interés humano:** Esta categoría permite investigar si los periódicos analizados tuvieron un afán tanto sensacionalista como de sensibilizar a la opinión pública con los escándalos, mostrando lo anormal y lo exótico del comportamiento de las elites corruptas.
- **Encuadre botín conquistado:** Lo que se pretende con este encuadre es crear una reacción en el público, mostrando como los culpables se han beneficiado con sus actos ilegítimos.
- **Encuadre de moralidad (corrupción generalizada):** Este frame genérico no sólo permite mostrar la posición de los periódicos frente a los escándalos de corrupción, sino que también sus llamados a la sociedad a tomar conciencia de lo que está ocurriendo.
- **Encuadre de comparación:** El discurso se centra en hacer, a raíz de un caso específico de corrupción, una comparación con otros casos que afectan a otros partidos políticos o gobiernos. Aquí entran en juego los ejes discursivos y el

posicionamiento ideológico del periodista o el medio. Este frame es interesante por esto último, ya que sirve para mostrar tendencias del periódico y teorías de empate.

Aporte al escándalo: Se esperaría que los medios como vigilantes del poder (Christians et al., 2009) realicen denuncias desde su propia agenda y sean un aporte a las investigaciones que realizan los fiscales. En este sentido, aquellos medios que investigan y denuncias actos ilícitos pueden ser considerados que poseen un afán de mayor accountability que los que no.

Fuentes: Las fuentes proporcionan contenidos, datos o argumentos a los periodistas para que estos puedan incluir en sus textos todo o parte de ese material. Sin embargo, también las fuentes no acostumbran a aportar información a los periodistas por generosidad y altruismo. Actúan, más bien, llevadas por la ambición de prefabricar un relato de los hechos (Mayoral, 2005). En este sentido, el papel vigilante de los medios debe darse en un marco de pluralismo de fuentes para así cotejar de manera equilibrada el caso de corrupción y sus acusaciones, y no guiarse, por ejemplo, por criterios sensacionalistas de mostrar solamente las opiniones de los opositores políticos de los acusados.

Resultados

En las portadas de El Mercurio durante el caso Caval, la mayoría de las noticias que aparecieron durante el periodo estudiado correspondieron al encuadre de Personificación, teniendo como protagonista al hijo de la presidente Bachelet. De esta manera, del total de información respecto a este frame en la primera hoja correspondió al 66 por ciento. Algo similar sucedió con los centímetros, puesto que si bien el 33 por ciento restante de la información en la primera plana fue para las noticias enmarcadas en Atribución de responsabilidades, al realizar la comparación respecto a las medidas, las noticias de Personificación fueron casi tres veces más grandes, siempre acompañadas de una foto de importante tamaño de Dávalos.

En lo que se refiere a La Tercera, el marco Atribución de responsabilidades fue en el que más se categorizaron las noticias aparecidas en las portadas, con un 57 por ciento y

el resto se dividió en los marcos de Personificación y Botín conquistado, los centímetros dedicados a éste último fueron casi el triple de los dedicados al de atribución.

En el caso Penta, en ambos periódicos primaron los encuadres dedicados a la Atribución de responsabilidades, con un 100 por ciento a El Mercurio y un 84 por ciento a La Tercera.

En lo que se refiere a las noticias en torno al caso Caval, en ambos periódicos lo que primó con más de un 85 por ciento fue el encuadre de Atribución de responsabilidades. De igual manera, este framing fue el mayoritario en los dos ejemplares, en La Tercera con un 82 por ciento, mientras que en El Mercurio de Santiago con un 66 por ciento, repartiéndose el resto de los encuadres en Personificación y Conflicto de elites de idéntica manera.

En lo que se refiere a las informaciones al interior de los diarios, pero respecto a Penta, estas se encuadraron mayoritariamente en torno al framing de Atribución de responsabilidades con un 66 por ciento para El Mercurio y un 82 por ciento para La Tercera.

En El Mercurio de Santiago en la primera semana en la que estalló el escándalo se contabilizaron tres noticias que aportaron al caso Caval desde la propia agenda del medio. Estos fueron documentos obtenidos por el diario que muestran las compras de la empresa. Por su parte, en La Tercera hubo también tres noticias que aportaron al caso, las que giraron en torno a la reunión que tuvo Lucksic con la nuera e hijo de la Presidenta.

Respecto a Penta, ninguno de los dos periódicos mostró información nueva nacida desde sus propias agendas, sino que se limitaron a informar sobre la actuación de la justicia sobre este caso.

En lo que se refiere a las fuentes y en El Mercurio, en el caso Caval el 54 por ciento de éstas fueron del oficialismo, mientras que en La Tercera fue un 23 por ciento. En lo que se refiere a fuentes de oposición, en El Mercurio correspondieron al 32 por ciento, a su vez que en La Tercera lo fueron en un 47 por ciento.

Si bien, en ambos periódicos las fuentes reservadas correspondieron al dos por ciento, las fuentes institucionales fueron en El Mercurio el seis por ciento, mientras que en La Tercera un 23 por ciento.

Respecto al caso Penta y en El Mercurio, un 64 por ciento correspondió a fuentes oficialistas, mientras que en La Tercera un 41 por ciento. En lo que se refiere a fuentes de oposición estas fueron en El Mercurio un 11 por ciento, mientras que en La Tercera correspondieron a un 16 por ciento. En lo que se refiere a fuentes reservadas, en El Mercurio no hubo, mientras que en La Tercera estas correspondieron a un seis por ciento.

Conclusiones

Determinar si estos periodicos en el tiempo seleccionado tuvieron una pretensión más de vigilancia y *accountability* que de una cobertura guiada por el sensacionalismo resulta complejo de establecer. Sin embargo, es posible discernir ciertos criterios que permiten concluir que en los dos diarios políticos más importantes de Chile hubo una mezcla de estos dos afanes.

Si bien, tanto El Mercurio como La Tercera son reconocidos como de línea política, en sus portadas de los días inmediatamente siguientes de producido el escándalo hubo primeras planas en ambos periodicos destinadas a fomentar el sencionalismo. Esto mediante la *Personificación* de la corrupción en un solo personaje así como construir la noticia a partir exclusivamnete del *Botin conuistado* y no de otros criterios.

Sin embargo, al interior de los diaros hubo un predominio de noticias de *Atribución de responsabilidades* en donde ambos mostraron una tendencia a dejar al descubierto lo que sucedió y a la búsqueda de responsabilidades.

Salvo en La Tercera durante el caso Caval, en los demás analisis hubo una constante en la utilización de fuentes, puesto que hay siempre una mayor cantidad de fuentes del oficialismo. Sin embargo, cuando el caso involucra a la derecha política la utilizacion de fuentes de este sector es mucho menor. Se puede inferir que si bien los periodicos dan espacio a las voces mas distantes de su linea editorial, cuando el ilícito implica al sector más cercano a su poisición lo confronta menos.

La vigilancia sobre el poder político es una de las funciones más importantes de los medios en democracia, es por ello, que se necesita que estos actuen en pos de informar a la opinión pública no guiandose por criterios sensacionalistas del escándalo.

Referencias

- Allen, D., y Blank Hindman, E. (2014). The media and democracy: Using Democratic Theory in Journalism Ethic. En W. Wyatt (Ed.), *The Ethics of Journalism: Individual, Institutional and Cultural Influences*. Londres: University Oxford.
- Arroyo, L. (1997). Fabulas y fabuladores; el escándalo político como fenómeno de los medios de comunicación. En F. Laporta y S. Álvarez (Eds.), *La corrupción política*. Alianza: Madrid.
- Asociación Chilena de Agencias de Publicidad. (2013). Valida 2013 Segundo Semestre Diarios Boletín. Santiago de Chile: Asociación Chilena de Agencias de Publicidad
- Castell, M. (2009). *Communication Power*.
- Curran, J. (2002). *Media and Power*. Estados Unidos: Routledge.
- Christians, C., Glasser, T., McQuail, D., Nordenstreng, K., y White, R. (2009). *Normative Theories of the Media. Journalism in democratic societies*. Estados Unidos: University of Illinois
- Dader, J. L. (1998). Los medios como “gobierno en la sombra”: Diversos papeles políticos asumibles. En J. L. Dader (Ed.), *Tratado de comunicación política* Madrid Cersa.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43.
- Iyengar, S., y McGrady, J. (2007). *Media Politics*. Estados Unidos: Norton.
- Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society En L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. Nueva York: The Institute for Religious and Social Studies.
- Lazarsfeld, P., y Merton, R. (1993). Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada. En M. Moragas (Ed.), *Sociología de la Comunicación de Masas. II Estructura, funciones y efectos*. México Gustavo Gili S. A.
- Lippmann, W. (1997). *Public Opinion*. Nueva York: Free Press Paperbacks.

- Mayoral, J. (2005). Fuentes de información y credibilidad periodística. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 11, 93-102.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda : el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- Mönckeberg, O. (2009). *Los magnates de la prensa*. Chile: Random House Mondadori.
- Park, C. (2012). *How the media frame political corruption episodic and thematic frames stories found illinois newspaper*. Paper presentado en el Ethics and Reform Symposium en Illinois Government, September, Chicago.
- Semetko, H., y Valkenburg, P. (2000). Framing european politics: A content analysis of press and television news. *International Communication Association*, Primavera.
- Thompson, J. (2001). *El escándalo político: poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Tocqueville, A. (2009). *La democracia en América*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Zamora, R., y Marín Albaledejo, J. (2010). La representación simbólica del escándalo político. Hacia una tipología de los marcos periodísticos (Frames) utilizados en la narración del escándalo de corrupción política *Razón y Palabra*, 73.

Hacia un protocolo de cobertura periodística en prensa escrita en situación de terremotos y tsunamis: Comunicación de Riesgo en Iquique (1 de marzo a 1 de abril 2014)

Towards a protocol for print media coverage during earthquakes and tsunamis: Risk Communication in Iquique (March 1 to April 1, 2014)

Dr. Daniel Torrales Aguirre
Escuela de Periodismo, Universidad Católica del Norte
dtorrales@ucn.cl

Summary

The study aims to propose a protocol for action in the field of media coverage in the print media over earthquakes and tsunamis, in the period before the occurrence of these natural events, according to the Risk Communication, from the perspective of the actors social and the role of the media (MCS) in the Disaster Risk Reduction and incorporating the strengths and lessons learned in the dissemination of information realized for the earthquake and tectonic tsunami of Iquique in the period March 1 to 1 April 2014. The research sought to detect in the newspaper "La Estrella de Iquique" if the drafting units disseminated by this means met with the task of informing and educating to prevent earthquake and tsunamis and if they were permeated by a professional ethical vision. He looked a review of communication errors and successes in previous situations, in the context of strengthening the regional press. The methodology is quantitative, with qualitative aspects according to an analysis content that meets these characteristics. The results indicate that the positive view prevailed in the aspects addressed, but there are neutral and negative situations to overcome.

Keywords: media coverage Protocol, Risk Communication, Print Media, Iquique Earthquake in 2014

Resumen

El estudio persigue proponer un protocolo de actuación en materia de cobertura periodística en prensa escrita ante terremotos y tsunamis, en el período anterior a la ocurrencia de esos eventos naturales, acorde a la Comunicación de Riesgo, bajo la perspectiva de los actores sociales y al rol de los medios de comunicación (MCS) en la Reducción del Riesgo de Desastres, e incorporando las fortalezas y lecciones aprendidas en la difusión de informaciones realizada para el sismo y maremoto tectónico de Iquique en el período 1 de marzo a 1 de abril 2014. La investigación buscó detectar en el diario “La Estrella de Iquique” si las unidades de redacción difundidas por ese medio cumplieron con la tarea de informar y educar para prevenir sobre terremotos y tsunamis y si estuvieron permeadas por una visión ética profesional. Contempló una revisión de errores y aciertos comunicacionales en situaciones anteriores, en el contexto de fortalecer la prensa regional. La metodología es cuantitativa, con aspectos cualitativos acorde a un análisis de contenido que cumple esas características. Los resultados indican que predominó la visión positiva en los aspectos abordados, pero que hay situaciones neutras y negativas por superar.

Palabras clave: Protocolo de cobertura periodística, Comunicación de Riesgo, Prensa Escrita, Terremoto de Iquique en 2014

Introducción

El martes 1 de abril de 2014, a las 20:46 horas, se registró en Iquique, norte de Chile, un sismo de magnitud de momento 8.2 ($M_w=8.2$). Según información proporcionada por el Centro Sismológico Nacional, CSN, su epicentro fue localizado frente a las costas de la citada ciudad y de Pisagua, con una profundidad de 38.9 km. (Barrientos, 2014). El evento se produjo luego de una serie de sismos menores acontecidos a partir del 15 de marzo de ese año y que motivaron, en el diario “La Estrella de Iquique”, la elaboración de distintas unidades de redacción. Dos días después, un movimiento telúrico de 7° Richter afectó a Iquique y activó la alerta de tsunami. Vinieron luego diversas réplicas con distintos

grados de liberación de energía. El 1 de abril 2014 un sismo de 5.6° Richter afectó a la región a 62 km de Colchane, que antecedió el terremoto que acontecería en Iquique.

Es probable que ocurran nuevos sismos al norte y al sur del sector activado en abril de 2014 (Pisagua hasta Punta Patache) y que corresponden a la zona de la “laguna sísmica”⁴⁰. Se trata de los segmentos Ilo- Pisagua y Punta Patache- Tocopilla, donde se esperan magnitudes 8.1 – 8.2, pero no se descarta, indica Barrientos (2014), “que ambas zonas se activen simultáneamente produciendo un sismo mayor”.

Ante ese eventual escenario, es mejor prepararse con anticipación, lo que nos vincula con la Gestión de Crisis; la Comunicación de Riesgo, bajo la perspectiva de los actores sociales y el rol de los medios de comunicación (MCS) en la Reducción del Riesgo de Desastres.

Según indica Gilad, “hay dos maneras de gestionar los riesgos estratégicos: antes que se produzcan y después de que ocurren. Lo último corresponde a Gestión de Crisis y revelaría defectos importantes en la capacidad de prospectar el entorno y anticipar disrupciones. En cambio prospectar tiene que ver con la prevención proactiva de los riesgos para, justamente, evitar crisis” (Godoy, Opazo, 2015).

La primera fase de la gestión de crisis es preverlas lo mejor que se pueda. Implica escuchar a los diferentes stakeholders (grupos de interés). En el caso de desastres en Chile pareciera no ocurrir del todo bien, ya que hubo factores de riesgo que no se tomaron en cuenta y que se vinculan a organismos especializados y a medios de comunicación. En lo que respecta al sismo y tsunami de Iquique se registró la siguiente situación.

El 18 de marzo 2014, en movimiento telúrico en Iquique la autoridad demoró 12 minutos en dar la alerta de tsunami (Araneda, 2014). Ese tiempo se redujo a 8 minutos para el movimiento sísmico del 1 de abril. En la ciudad, desde el Comité Operativo de Emergencia (COE) regional se detectaron dificultades para conducir la situación de emergencia y para adoptar resoluciones. Hubo “falta de procedimientos, junto con la presencia de un gran número de autoridades que excedía la capacidad física de la

40 La zona del norte de Chile y sur de Perú, ubicada entre el pueblo de Ilo por el norte hasta Tocopilla (o Península de Mejillones) por el sur, conforman lo que se denomina “laguna sísmica”, una zona geográfica en la que no habían acontecido sismos de magnitud significativa, es decir, superior a 8.5, desde 1868 y 1877 (Barrientos, 2014:17).

instalación y una inadecuada organización que facilitara la adopción de decisiones claras y oportunas” (Centro de lecciones aprendidas, 2014). A ello se sumó el que autos particulares no respetaron la alarma, causando congestiones para poder avanzar, originando en varios casos accidentes de mediana consideración. Por su parte, los programas radiales y de TV generaron un mayor clima de inseguridad, producto del sensacionalismo y la farandulización del fenómeno.

De la situación indicada se desprende que es necesario un fortalecimiento de la prensa regional, para enfrentar de mejor manera estos eventos naturales que se pueden convertir en desastres. Ello se puede materializar mediante un protocolo de cobertura periodística enfocado, en este estudio, en la prensa escrita. En este sentido la Comunicación de Riesgo, ejercida por los medios de comunicación y el rol de éstos en la Reducción del Riesgo de Desastres resultan un valioso aporte.

En el aspecto conceptual se debe explicitar que entendemos por Comunicación de Riesgo “un intercambio interactivo de información entre individuos, grupos, e instituciones relacionadas con la evaluación, caracterización y el manejo del riesgo (McComas, 2006: 76). Riesgo, en tanto, es definido como “las cosas, los hechos o las circunstancias que ponen en peligro a las personas o lo que ellos valoran” (Stern & Fineberg, 1996: 125). Crisis es concebida como “la percepción de un evento impredecible que atemoriza las expectativas de la comunidad, crean un impacto significativo en el desarrollo de las organizaciones y/o produce resultados negativos (Combs, 2008).

Si bien la Comunicación de Riesgo es parte de un sistema global de gestión de riesgos, la dificultad que puede ocurrir es que corresponda a perspectivas burocráticas. En ese sentido, bajo el pretexto de evitar el pánico, se mantiene a la comunidad en la ignorancia de los riesgos, sin hablar del miedo a perjudicar la imagen o de ahuyentar los inversionistas. Las grandes tendencias en este campo para enfrentar esa dificultad son, al desafío colectivo, buscar una solución colectiva (Doré, 2005).

Los individuos tienen la capacidad de asumir sus responsabilidades en gestión del riesgo. Más aún, los actores sociales tienen la posibilidad, o la obligación, de intervenir para reducir los riesgos (DPAE, 2014). Para ello, agrega, es necesario que exista un acuerdo

común entre ellos, estableciendo un plan a seguir, en el que se deriven responsabilidades con miras a la mitigación y reducción del riesgo.

El periodista es uno de los actores sociales, junto con científicos, educadores, psicólogos y otros profesionales. Ana Rosa Moreno, Coordinadora del Programa Salud Ambiental de la Fundación México-Estados Unidos para la Ciencia, expresa que cualquier esfuerzo en comunicación de riesgos debe apoyarse en medios masivos de comunicación pues se reconoce que son la fuente principal de información para la percepción pública sobre riesgo (Moreno, 2003). Agrega que el poner a la sociedad sobre aviso de un cierto peligro o amenaza, propicia que se puedan tomar decisiones informadas y así prevenir, mitigar o eliminar las consecuencias de los riesgos.

2. Objetivos, métodos e instrumentos

El objetivo específico del presente estudio es detectar, en el diario “La Estrella de Iquique”, en el período 1 de marzo a 1 de abril 2014, si las unidades de redacción difundidas por ese medio cumplieron con la tarea de informar y educar para prevenir sobre terremotos y tsunamis y si estuvieron permeadas por una visión ética profesional. Ello como parte del objetivo general que busca proponer un protocolo de actuación en materia de cobertura periodística en prensa escrita antes, durante y después de esos eventos naturales, acorde a la Comunicación de Riesgo, Crisis y Post Crisis bajo la perspectiva de los actores sociales y al rol de los medios de comunicación (MCS) en la Reducción del Riesgo de Desastres, e incorporando las fortalezas y lecciones aprendidas en la difusión de informaciones realizada para el sismo y maremoto tectónico de Iquique (1 de abril 2014).

Las hipótesis fueron: 1) Las unidades de redacción difundidas por el diario “La Estrella de Iquique” en el período 1 de marzo a 1 de abril 2014 cumplieron con la tarea de informar y educar para prevenir sobre terremotos y tsunamis, 2) Las unidades de redacción difundidas por el diario “La Estrella de Iquique” en el período 1 de marzo a 1 de abril 2014 estuvieron permeadas por una visión ética profesional.

La metodología utilizada es cuantitativa, con dimensiones cualitativas. Se optó por el análisis de contenido de Laurence Bardin (1996), Es temático (cobertura periodística antes del sismo del 1 de abril 2014), frecuencial (se medirá cuántas veces aparecen en el

medio las unidades de registro o núcleos de sentido) y por categorías, las que tienen relación directa con las hipótesis del estudio. Las unidades de contexto son noticias e informaciones y la unidad de muestreo es la fracción de la población observada que se analizó en el presente estudio.

3. Análisis y Resultados

La cobertura del diario “La Estrella de Iquique”, en materia de unidades de redacción y otros elementos periodísticos fue la siguiente:

**Tabla 1: Unidades de Redacción y componentes de la misma
La Estrella de Iquique, cobertura 1 de marzo a 1 de abril 2014**

Unidad de Redacción/Componentes	Frecuencia	Porcentaje
Titulares	26	16,99%
Noticias	54	35,29%
Informaciones	25	16,33%
Crónicas	38	24,83%
Reportajes	7	4,57%
Fotos a página completa	3	1,96%
Total	153	99,97

Para la primera etapa de la realización del estudio se abordaron las noticias y las informaciones. El corpus del análisis fue conformado por 27 noticias seleccionadas mediante un muestreo aleatorio sistemático (números pares de las 54 unidades de contexto) y por las 25 informaciones detectadas.

Al analizar las noticias e informaciones para detectar si hubo evidencia a favor o en contra de la hipótesis 1, categoría A, el resultado fue el siguiente (Tabla 2).

Tabla 2, Categoría “A”: Las unidades de redacción difundidas por el diario “La Estrella de Iquique” en el período 1 de marzo a 1 de abril 2014 cumplieron con la tarea de informar y educar para prevenir sobre terremotos y tsunamis.

Diario	Dirección	% Total	% por dirección	Frecuencia	N° U.R.
La Estrella de Iquique		77.55%		38	49
Noticia	Informa y Educa		42.86%	21	
	Sólo informa		30,61%	15	
	Informa y no educa		4.08	2	
		56.25%		27	48
Informaciones	Informa y Educa		29.16%	14	
	Sólo informa		27.08%	13	
	Informa y no educa				

Informa y Educa: Dirección positiva. Educar a la comunidad y no solamente informar es una labor que deberían cumplir los medios de comunicación social, MCS en materia de prevención de terremotos y tsunamis, Es necesario tener una cierta vocación pedagógica (Calvo, 1999).

Sólo informa: Dirección neutra. Se limita a responder las preguntas básicas que contiene una unidad de redacción.

Informa y no Educa. Dirección negativa. No Educa a la comunidad e informa, pero no profundiza en determinados conceptos, que podrían ser erróneos o en aspectos que pueden ser útiles en materia de prevención de terremotos y tsunamis. No tiene una cierta vocación pedagógica.

En las noticias predominó la dirección positiva, con 21 unidades de registro (42.85%), alcanzando la dimensión neutra 15 U.R. (30.61%) y la negativa 2 U.R. (4.08%).

El aspecto positivo se refirió, entre otros, a la crítica que realizó el alcalde de Iquique sobre el afán morboso de ver la ola, señalando también que las cinco zonas de emergencia funcionaron correctamente, la alerta realizada sobre el riesgo de los contenedores almacenados en el puerto local y que actuarían como proyectil en caso de un tsunami. Además se destacó el protocolo de evacuación con que cuentan los trabajadores del puerto Patache Collaguasi, la necesidad que otras empresas realicen una labor similar, las facilidades otorgadas por la empresa Jumbo para enfrentar los sismos, la práctica de planes de seguridad y prevención ante sismos en un colegio y el uso de twitter que opera ante eventos como sismos para que los estudiantes estén comunicados con los apoderados. La dirección neutra, informa, se concentró en adquisición de equipos para situaciones de emergencia. En la dimensión negativa se confunde intensidad con magnitud (liberación de energía) y no se cuestiona el que un agrónomo peruano indicara que Chile va a desaparecer y que formaciones en fiordos del extremo sur del país fueron realizados por seres superiores.

En lo que respecta a informaciones se identificaron 27 unidades de registro o núcleos de sentido, de las cuales 14 (29.16%) tuvieron una dirección positiva, informa y Educa, y 13 (27.08%) una dimensión neutra, sólo informa.

En la dimensión positiva, el gobernador de Iquique, Gonzalo Prieto, hace un llamado a estar preparados y no alarmados, y pide a los MCS que realicen un periodismo de calidad y no farandulero. Insiste que no se sabe cuándo acontecerá el sismo, pero que es necesario prepararse, y en ese sentido, contar con un plan familiar y con un kit de emergencia. Se indica también que los conductores, al evacuar en sus vehículos, obstaculizan a los peatones en su salida a los lugares seguros. El medio destaca además que se debe efectuar la evacuación de los animales, al alertar sobre tsunamis. Señala también que las personas deben evacuar si en un sismo no se pueden mantener en pie. Destaca un plan que tienen vecinos para evacuar los barrios y que surge un avance tecnológico, un transmisor que permite detectar el movimiento sísmico y un tsunami de campo lejano.

En lo que respecta a sólo informa se indica la muerte de dos ancianos por infarto, también lo que ocurre en el hospital Torres Galdames y su preparación para un evento, la conformación del COE, Se difunde, entre otros aspectos, la disminución de bañistas en la playa Cavancha, las voces de aliento de famosos para Iquique, la molestia de sus habitantes con las predicciones faranduleras y una posible peligrosidad de estanques con aceite de pescado en zona franca.

Tabla 3, Categoría “B”: Las unidades de redacción difundidas por el diario “La Estrella de Iquique” en el período 1 de marzo a 1 de abril 2014 estuvieron permeadas por una visión ética profesional.

Diario	Dirección	% Total	% por dirección	Frecuencia	N° U.R.
La Estrella de Iquique		22.44%		11	49
Noticia	Permeada por visión ética profesional		18.36%	9	
	Sólo informa				
	Ausencia de visión ética profesional		4.08%	2	
		43.75%		21	48
Informaciones	Permeada por visión ética profesional		35.41%	17	
	Sólo informa		2.08%	1	
	Ausencia de visión ética profesional		6.26%	3	

Visión ética profesional. Dirección positiva. Elabora unidades de redacción con referente ético y científico con el fin de trascender la sensación de alarma, busca soluciones y alienta la prevención, tiene respeto por la imagen e integridad del otro y fiscaliza acciones públicas y privadas (OPS, 2011).

Sólo informa. Dirección Neutra. Se limita a responder las preguntas básicas que contiene una unidad de redacción.

Ausencia de visión ética profesional. Dirección negativa. No toma en cuenta referentes éticos y científicos, no busca soluciones ni fomenta la prevención, no tiene respeto por la imagen e integridad del otro y no fiscaliza acciones públicas y privadas.

En materia de noticias se detectaron 11 Unidades de Registro de un total de 49 U.R., de las cuales 9 (18.36%) correspondieron a la dirección positiva (permeada por visión ética profesional) y 2 U.R. (4.08%) a la dimensión negativa (Tabla 3, categoría B).

El aspecto positivo de la cobertura se focalizó en buscar soluciones y alentar la prevención, en materias como dejar en evidencia la falta de coordinación entre el Intendente y alcalde de Huara, la ausencia de un protocolo de evacuación de animales del parque temático durante la alerta, difundir que los ancianos piden ayuda para trasladar a un adulto mayor y su silla, la instalación de un móvil satelital en el diamante de béisbol en el campo deportivo de Salvador Allende (ex Pedro Prado) con Tadeo Haenke. Además hubo noticias vinculadas con la fiscalización de acciones públicas y privadas, tales como el análisis de planes de seguridad en colegios y de evacuación en ZOFRI.

La dirección negativa se dio en dos U.R, en la que no se tomaron en cuenta referentes éticos y científicos, al indicar la opinión de un investigador peruano sobre formaciones existentes en los fiordos del extremo sur de Chile, realizadas por seres superiores y quienes nos están avisando de una posible catástrofe que puede abarcar el país.

En las informaciones se detectaron 21 Unidades de Registro (43.75%) de las cuales 17 tuvieron dirección positiva (35.41%), una neutra (2.08%) y tres (6.26%) con dimensión negativa.

La dirección positiva se manifestó, entre otros aspectos, al dar voz a la mayor cantidad de fuentes informativas a través de la columna La voz del pueblo, al entrevistar a

dos extranjeros sobre el sismo, así como en buscar soluciones y alentar la prevención. Esto último al referirse a planes de evacuación de vecinos, al riesgo que representarían estanques con aceite de pescado en caso de tsunami, multas a los conductores por usar sus vehículos en la evacuación, y difundir la instalación de boyas que detectan maremotos tectónicos. Además hubo reportes sobre la cantidad y calidad de los servicios disponibles, al indicar que el hospital Dr. Ernesto Torres Galdames se encontraba preparado para emergencias.

La dimensión negativa se detectó al no informar con respeto hacia las víctimas, en este caso sobre desmayos e histeria de algunas mujeres; al indicar que un volcán submarino está emergiendo frente a las costas de Pisagua y al difundir rumores emitidos por personas faranduleras que pueden aumentar la incertidumbre.

4. Discusión y conclusiones

La hipótesis 1 fue validada. Predomina la visión positiva, Informar y educar para prevenir en ambas unidades de redacción, En noticias alcanza el 42,85%, y en Informaciones, 29.16%. Existe así una cierta vocación pedagógica, como lo indica Manuel Calvo Hernando (1999) y una relación con la comunicación de riesgo, con la perspectiva de los actores sociales (Doré, 2005; Erazo, Arroyave, 2014).

La hipótesis 2 también tuvo evidencia a favor. En noticias prevalece la dirección positiva, permeada por visión ética profesional con 18,36%, en tanto en informaciones el porcentaje sube a 35,41%, con bajos porcentajes en la dirección negativa, ausencia de una visión ética profesional, con 4.08% en noticias y 6,26% en informaciones. Ello en sintonía con las orientaciones de la Organización Panamericana de la Salud, en torno a la cobertura periodística ética en situaciones de emergencias y desastres.

5. Referencias bibliográficas

- Araneda, Y. (2014, 18 de marzo). Doce minutos demoró autoridad en dar alarma. La Estrella de Iquique. Recuperado de <http://www.estrellaiquique.cl/imprensa/2014/03/18/full/3/>
- Bardin, L. (1996) Análisis de contenido. 2 ed. Madrid; Ediciones Akal

Barrientos, S. (2014). Informe Técnico Terremoto de Iquique, Mw=8.2 1 de abril de 2014. Santiago: FCSM-CSN.

Calvo, M. (1999). El Nuevo Periodismo de la Ciencia. Quito: Editorial Quipus.

Dirección de Prevención y Atención de Emergencia (DPAE), Colombia. Diagnóstico de la institución, Recuperado de http://www.sire.gov.co/portal/page/portal/sire/componentes/formacionComunidad/Documentos/dpae3/cdos_5.htmlCSN, 2014

Doré, M. (2005). “La place de la communication dans un systeme global de gestión de risques”, En Masionneuve, D (Direction). La Communication de risques, un nouveau défi. Québec: Presses de l’Université de Quebec.

Erazo, A.M Coronado, Arroyave, J. (2014) Comunicación de Riesgo y de Crisis en desastres de origen natural en Colombia. ALAIC, Perú, PUCP.

Godoy, S. Opazo, E. (2015). La empresa es el mensaje. Santiago; Ediciones el Mercurio

Moreno A.R. (2003). La comunicación de riesgo en salud y medio ambiente, *Revista de Salud Pública y Nutrición*. México, 4 (1): 1

Organización Panamericana de la Salud, OPS. (2011). Manual Periodístico para la cobertura ética de las emergencias y los desastres. Costa Rica.

Somos9. Los errores y omisiones cometidos por el SHOA y la ONEMI el 27/02/2010. Recuperado de: <https://somos9.wordpress.com/2012/01/19/los-errores-y-omisiones-cometidos-por-el-shoa-y-la-onemi-el-27022010/>

EJE TEMÁTICO: COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍAS DIGITALES

SUBJECT AREA: DIGITAL TECHNOLOGIES AND COMMUNICATION

Relación entre el uso de videojuegos y la sociabilidad en jóvenes de 14 a 21 años de la ciudad de Concepción

Relationship between the use of video games and sociability in 14- to 21 years olds in Concepcion, Chile

Sebastián Basso Plaza
sebastianbassop@gmail.com

Matías Vega
mativegamsk@gmail.com

Javier Henríquez
javhenriquez.m@gmail.com

Joaquín Arriagada
joakinzillo@gmail.com

Estudiantes de pregrado en Periodismo
Universidad de Concepción

Abstract

The massification of Video Games is an economical and societal phenomenon that has reached a global audience and their interest. This is why the following study seeks to describe the existing relationship between Video Games, and the sociability of youth via a qualitative analysis of the data gathered through three focus groups of students from different educational institutions throughout Concepción.

The main findings are the processes of immersion within fictional worlds to evade problems, and the different positions regarding what influence Video Games have on the sociability of young people.

Key Words: Video games, sociability, education, young people and evasion

Resumen

La masificación de los videojuegos es un fenómeno económico y social que ha alcanzado interés global. Por esto el siguiente estudio exploratorio busca describir la relación entre los videojuegos y la sociabilidad de los jóvenes, mediante un análisis cualitativo de datos recopilados en tres grupos focales aplicados a estudiantes de diferentes establecimientos educacionales de Concepción.

Los principales hallazgos son los procesos de inmersión en los mundos ficticios para evadir problemas, y las diferentes posturas respecto a la influencia de éstos en la sociabilidad de los jóvenes.

Palabras claves: Videojuegos, sociabilidad, educación, jóvenes y evasión.

Introducción

En 2014, según los resultados de una encuesta realizada por GFK Consumer Choices en Chile, un 34% de la población poseía una consola de videojuegos. Durante el mismo año, se generaron más de 130 millones de dólares sólo en ventas de videojuegos.

El alcance de estos medios se vuelve evidente, pero las tendencias asociadas llevan a tener una valoración negativa en relación a los efectos que pueden generar, especialmente entre los más jóvenes. Desde que inició la masificación de los videojuegos han surgido diferentes ideas respecto a lo que pueden causar en la población, y el prejuicio común es que se les asocia con la aislación o pérdida de capacidades sociales de quienes juegan. Debido al vicio o altos grados de inmersión es que se asevera que el consumo de videojuegos reduce la capacidad de dividir la línea entre el mundo tangible y el digital, afectando la percepción de tiempo y conductas sociales.

La presente investigación examina de qué manera se relaciona la sociabilidad de los jóvenes y su grado de consumo de videojuegos en la actualidad. Para ello se establecieron categorías que permiten realizar comparaciones entre tipos de establecimientos educacionales a los que pertenecen los jóvenes de enseñanza media y

superior de la provincia de Concepción. Considerando la escasez de estudios sobre este tema en Chile y especialmente en Concepción, la presente investigación aporta antecedentes relevantes para análisis posteriores sobre la materia y objeto de estudio.

I. Marco Referencial y Teórico

Teorización del juego

Para autores como Russel (1970), las actividades lúdicas son asociadas a deseos de las personas de evadir la realidad, ya que el juego está asociado a la capacidad de crear e imaginar, lo que fomenta el escapar de la situación real.

Uno de los primeros en reconocer el rol del juego como un objeto de investigación científica, fue Groos (1902) con su Teoría del juego como anticipación funcional, siendo su principal premisa que el juego es una preparación para la vida adulta y la supervivencia. De esta manera, el juego aporta al desarrollo de las funciones y capacidades que preparan a los niños para ejecutar actividades cuando sean mayores (Groos, 1902). Según concluye Groos, se entiende que la naturaleza del juego es biológica e intuitiva.

Para Piaget (1956) lo central del juego es el proceso cognitivo-racional que se concibe, por lo que eventualmente le otorga posibilidades educativas. Es así como desde estas miradas teóricas se puede entender al juego como un proceso cognitivo, que beneficia al desarrollo de distintas habilidades y que posee relevancia en aspectos psicológicos, pedagógicos y sociales.

Se debe reconocer que jugar no es una actividad exclusiva para los niños, ya que a medida que el ser humano va creciendo se van desarrollando nuevos intereses que generan nuevas instancias de juego. Cabe resaltar que la principal diferencia entre el juego en niños y adultos, es que estos últimos le otorgan un carácter secundario. “Los adultos juegan en tiempos de ocio y estas actividades derivan hacia labores que le llevan a olvidar los esfuerzos del trabajo” (Paredes, 2002, p. 44).

Los juegos desde un comienzo han sido modelos dramáticos propios de las actividades esenciales de los seres humanos (McLuhan, 1964, p. 208-209). Para Pérez-Latorre (2012), los videojuegos y sus antecesores ya mencionados, son las mismas

imágenes de las labores de la sociedad, pero representadas de una forma pertinente, dependiendo del tiempo en el cual son concebidos.

La ludificación, traducción del término original en inglés: gamification, fue usado por primera vez por Sebastian Deterning (et all. 2011) y se trata de la aplicación de mecánicas de juegos a actividades no recreativas o no enfocadas al ocio. Por lo tanto, la ludificación agrega motivación y dinamismo a procesos educativos.

En palabras de McGonigal (2011), el poder intrínseco que poseen los juegos dice relación con la gratificación y felicidad que genera el cumplir objetivos. Así se pueden entender altos grados de inmersión. Las personas valoran el sentir que han cumplido un objetivo dentro de este mundo virtual.

Vida online

Existen estudios que afirman que en la práctica de los videojuegos se pueden potenciar habilidades sociales como la habilidad interpersonal y la habilidad cooperativa (Alfageme & Sánchez, 2002). En primer lugar, para desarrollar las habilidades interpersonales, se toma en cuenta las interacciones que se generan a distancia mediante redes y que engloban distintas competencias como: la conversacional, que surge en situaciones cotidianas y la asertiva, definida como la capacidad de cierta persona para transmitir a otro individuo sus posturas, opiniones, creencias y sentimientos de manera eficaz y sin sentirse incómodo.

Asimismo, se puede desarrollar la habilidad cooperativa definida como el comportamiento en el cual una persona es responsable de sus propios actos, pero también puede trabajar con otro individuo o un grupo de trabajo. Dentro de los videojuegos se pueden desarrollar estos tipos de habilidades, puesto que dentro de este medio puede resolver un problema con la ayuda de otros usuarios que estén jugando en la misma sesión que él. Estas interacciones o desarrollo de habilidades sociales, en mayor parte, son gracias a las nuevas tecnologías y soportes que existen dentro de los videojuegos, tales como Internet, una sesión de juegos puede ser compartida con uno o más usuarios que no estén en el mismo espacio físico que la persona quien inició la sesión.

Jóvenes

Siendo los adolescentes parte del objeto de estudio, se asume que es imposible separar al joven de la tecnología y menos de lo virtual. Por ende, lo virtual facilita las interacciones de individuos en plataformas no físicas (Lévy, 1998) categorizadas como online.

Katz, Blumler y Gurevitch (1973) articularon la Teoría de Usos y Gratificaciones (TUG) como una forma de investigar los medios masivos de comunicación en el siglo XX al analizar a la audiencia activa por sobre el contenido del medio. Los autores categorizaron las gratificaciones que genera la audiencia en base a las necesidades que buscan satisfacer. Estas son necesidades cognitivas (aumentar el conocimiento), afectivas o estéticas (experiencias placenteras), de integración personal (mayor confianza, credibilidad y lazos afectivos más fuertes) y de evasión (escapar de lo cotidiano o entretenerse)

Una quinta necesidad viene de la audiencia o el usuario activo. Actualmente, el usuario activo es quien busca informarse o satisfacer necesidades, siendo consumidor y productor de un determinado producto al mezclar estas acciones y volviéndose un prosumidor (Toffler, 1980).

Existe una tendencia a surcar el ciberespacio, o mejor dicho, para jugar y compartir en cooperativo. Por lo tanto, los productos generados por usuarios, o gamers, tienen una función social: unir personas bajo la premisa de divertirse (danah boyd, 2014).

II. Diseño Metodológico

Para efectos de la investigación se consideraron todos los videojuegos existentes hasta enero del 2016 y sus distintos soportes (consolas, computador y dispositivos móviles). La investigación es de carácter cualitativo y de tipo exploratorio-descriptiva, aplicada en tres establecimientos educacionales de la provincia de Concepción: colegio municipal de niñas, particular subvencionado mixto y universidad privada (Colegio España, Colegio Concepción Pedro de Valdivia y primer año de Periodismo de la Universidad de Concepción). Se contemplaron tres focus group con jóvenes de entre 14 a 21 años, donde el número total de participantes fue 17, siendo 10 de ellos hombres y 7 mujeres.

Durante el procesamiento de datos, a través del software ATLAS.ti, cada investigador estableció diferentes códigos según la información contenida en las respuestas de los participantes, para luego ser comparados y analizados en grupo.

A partir del análisis de los datos recogidos en los focus group emergieron diferentes categorías y se extrajeron dos temáticas principales: Aspectos del uso del videojuego

III. Análisis y resultados

1. Aspectos del uso del videojuego

- Evasión e inmersión

Los participantes de los tres *focus group* expresaron que una de las principales razones de por qué se introducen en los videojuegos es para evadir situaciones reales complejas o problemáticas. Dentro del marco de problemáticas que se identificaron durante la investigación, las principales fuente de conflicto que llevan a la evasión son: problemas familiares, problemas de sociabilidad, el sentido de pertenencia y la construcción de la identidad.

“En mi experiencia, podría como definirlo en una palabra y sería como refugio”.

Los videojuegos serían por tanto, el refugio para resguardar de su realidad física inmediata, traspasando su realidad y atención a un entorno digital que puede llegar a ser un mundo paralelo.

“Uno puede tener un problema o simplemente está como estresado o preocupado y llega a la casa [a jugar] y se olvida de eso, se relaja”.

Al ser efectiva la evasión, este proceso se repite generando rutinas, dependencia y una realidad alterna y más atractiva, cumpliendo su necesidad de escape y generando satisfacción, lo que conlleva a un mayor grado de dedicación. Comúnmente se piensa que en esta etapa, el individuo pierde la noción y no puede distinguir lo real de lo virtual. No obstante, el jugador no cree que lo que ocurra en el juego es real, ni que se puedan mezclar estas dos, pero sí pueden saltar entre ellas a conveniencia.

Estos saltos al ser cada vez más profundos y prolongados llevan al jugador a un estado de constante aumento de inmersión. Si la inmersión es repetitiva y se emancipa del problema que llevó la evasión, se vuelve una costumbre que perdura durante los años.

- Superación y satisfacción

Al cumplir los objetivos en los juegos, además de alimentar el ego y la autoestima, se genera un sentido de superación y gratificación, que puede tener repercusiones en la vida diaria. Dentro de la investigación, se encontró un caso en que la inmersión en los videojuegos fue esencial para ayudar a superar una condición patológica.

“Tengo depresión clínica (sollozando) y eso me ayudó caleta como a no irme al carajo, por así decirlo y por eso le tengo, le debo, hartito a los videojuegos.”

De esta forma, se identifica una etapa en que jugar se vuelve satisfactorio, saliendo de la fase en que era un mecanismo de defensa para priorizar la evolución de las habilidades dentro del videojuego. Siendo el reconocimiento de los demás una fuente de satisfacción, valoración y admiración en la comunidad virtual. Sin embargo, a juicio de los individuos menos familiarizados con los videojuegos, el efecto de satisfacción es leve y temporal, sin mayor utilidad.

2. Videojuegos en relación a la educación

- Fines educativos

Se ha puesto en duda si existe un real aporte al desarrollo cognitivo de quienes consumen videojuegos. Sin embargo, los resultados exponen que ciertos videojuegos potencian el aprendizaje de determinadas materias. Los juegos basados en hechos reales permiten una forma de enseñanza alternativa y más dinámica para los jóvenes.

La mayoría de los videojuegos son de la industria estadounidense, por lo que son desarrollados en inglés, cosa que pareciera no ser impedimento para que los jugadores lo disfruten. Más que un obstáculo, esta es una oportunidad de aprehender el idioma, pudiendo ser un objetivo no intencionado.

“En inglés, por ejemplo, yo recién tuve como en sexto básico y de repente yo veía y sabía todo porque los juegos como vienen en inglés y vienen traducidos al español,

los textos por ejemplo. Las cosas que van hablando, uno empieza a ir grabándolo, las frases o las palabras.”

La opinión predominante entre todos los participantes en cuanto a los fines educativos de los videojuegos es que éstos pueden potenciar la velocidad de aprendizaje, desarrollar distintas destrezas, conocimientos alternativos y por ende modelos de educación más dinámicos. Por lo tanto, confían en que se generarán más instancias de aprendizaje de este modo.

“Yo recuerdo que tuve en el colegio una prueba de El Hobbit. Yo nunca me leí el libro, pero siempre me jugué el juego, yo respondí en base al juego y me saque un 7 y después, claro, por decisión propia leí el libro y era lo mismo.”

“Mientras más juegos uno pueda jugar, más se puede aprender”

3. Sociabilidad

- Lazos afectivos

Todos los participantes del estudio concuerdan en que la última finalidad de jugar es reunir y compartir con sus amigos. Uno de los participantes evidencia este consenso gracias a *Steam*, un almacén online de compra de videojuegos.

“En Steam, mi biblioteca tiene como más de 100 juegos y le comparto biblioteca a él (apuntando a otro participante), y a otro amigo más, o sea que cuando yo no estoy jugando, pueden jugar a todos mis juegos.”

Estas interacciones entre conocidos son las que refuerzan o retoman su relación a través del juego, o la unión que una partida genera entre dos personas apartadas geográficamente, las que condicionan lo dinámico que puede ser forjar una amistad y convirtiendo a los juegos *online* en un terreno de práctica y mejora de las habilidades comunicativas.

Dentro de las principales opiniones, se reconocen los saltos de confianza que se pueden realizar entre pares, eludiendo normas tradicionalmente establecidas de socialización.

“Un compañero que no veía hace 7 años y me dijo, un día me habló por Facebook y me dijo “oye ¿tu jugai LoL?” yo le dije “sí – juguemos juntos po hueón” y empezamos a reencontrarnos de nuevo, después de 7 años que no nos veíamos.”

A juicio de los participantes más escépticos, ese dinamismo online suele llevarse a cabo mediante el método de ensayo y error, y aunque un individuo mejore sus habilidades sociales, puede que su entorno limite las interacciones que pueda realizar en él. Por lo que el miedo al rechazo se liga a ser precavido y causa una actitud retraída.

“En el juego uno puede ser bastante social pero cuando llega a la realidad no sabe qué hacer.”

Ciertos familiares de los participantes han facilitado su ingreso al mundo de los videojuegos, siendo un ritual transversal a la edad. Sin embargo, hay casos de familiares resistentes a las nuevas tecnologías (y videojuegos) debido al poco conocimiento sobre las actividades que se pueden realizar en estas plataformas. Por lo tanto, al momento dicha plataforma, su familiar lo asociaba enseguida con una actividad lúdica o de ocio, pasando de la inquietud, al rechazo.

Finalmente, los participantes hacen hincapié en la autoridad que deben ejercer los padres al momento de facilitar el consumo de videojuegos (y tecnologías), siendo ellos los que entregan los medios para adquirirlos.

Adicción

La alta inmersión y dedicación al uso de videojuegos se transforma en una amenaza que afecta directamente a las relaciones sociales de los jóvenes y sus competencias comunicativas. No se reconoce la adicción sólo como el aislamiento de un individuo, también se establecen grupos con los mismos intereses que se segregan de ciertas instancias, pero que no dejan de socializar entre sí.

Por su parte, la mayoría de los jóvenes reconocen la adicción como un limitante que conlleva a ser monotemático ante personas que no comparten sus intereses por los videojuegos. No obstante, opinan que jugadores y no jugadores son quienes traban la comunicación a base de prejuicios.

“Te invitan a salir tus amigos, no sé po’, a compartir o algo y tú preferí’ quedarte jugando. Es como obvio igual que tu solo te, como que te encerrai’ en eso.”

Discriminación

Los participantes de los *focus group* coinciden en que la discriminación es transversal en el mundo de los videojuegos tanto hacia los videojugadores como entre ellos mismos. La relación entre un jugador veterano y un novato es similar a la de un clan, donde el nuevo debe probar su valía ante los más experimentados para ser aceptado. Este modelo no es una regla general, ya que la mentalidad actual de quienes juegan *online* es de construir comunidad. Sin embargo, tal como se mencionaba, la discriminación trasciende la experiencia, si juegas o no, y el género, siendo este un punto constantemente álgido.

Es recurrente que en los videojuegos se cosifique la figura femenina en personajes débiles, poco relevantes o simplemente estéticos. Existe un machismo latente en el diseño de los videojuegos que traspasa a la comunidad. El ver o encontrar a una mujer jugando de forma *online* es casi sinónimo de acoso.

“Siempre ha estado el estigma de que las mujeres no juegan videojuegos (otros integrantes se muestran de acuerdo a esta opinión)...o sea cuando recién empecé a jugar y yo tenía que ocultar mi identidad...y como que eso igual me complicaba un poco”

IV. Conclusiones

El principal uso que se le da a los videojuegos, según los datos de la investigación, es constituir un refugio, un mecanismo de evasión que puede repercutir en hacer habituales altos grados de inmersión, lo que a su vez puede trascender a la necesidad de escape.

Respecto a las preocupaciones sobre la violencia y los videojuegos, se infiere que son percibidos como un medio para canalizar las emociones originadas por conflictos personales. En este sentido, los videojuegos no poseen la capacidad de generar una conducta violenta, sino que son ciertos casos los que manifiestan intrínsecamente este tipo de conductas previas al acto de jugar, ratificando lo planteado por García, Lacasa y Martínez (2012).

La información recopilada da cuenta de los largos períodos de tiempo que dedican los jóvenes a jugar, a tal punto de abarcar toda la noche o madrugar, siendo expuestos a un sobreuso de los videojuegos. Esto les provoca falta de horas de sueño, cansancio, entre otro tipo de consecuencias que conllevan a un daño físico que, posteriormente, puede causar un trastorno psicológico como la adicción. De los datos se desprende que la razón de las horas dedicadas a esta actividad, es el aumento de las aspiraciones dentro del juego, pues el objetivo principal de jugar es competir y ser reconocido dentro de la comunidad virtual.

En relación al uso de videojuegos y el ambiente escolar, estos no son percibidos como gatillantes del mal desempeño educativo, ya que depende de la capacidad sociocultural de cada persona. Pueden llegar a ser dañinos en la educación si los jóvenes priorizan por sobre otros aspectos de su vida a los videojuegos, pero son muchos otros factores (económicos, sociales, psicológicos, etarios, entre otros) los que interfieren en este proceso. En este sentido, jugar más no significa aprender menos, de acuerdo a lo expresado por los participantes de este estudio.

V. Bibliografía

Abt, C. (1968). "Games for Learning" en E.O. Schild (ed) *Simulation Games in Learning* (pp. 65-84). London: Sage publications.

Abt, C. (1987). *Serious Games*. New York: University Press Of America.

Adese (2008): Asociación española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento .*Informe anual*.

Adese (2013). *Resultados anuales 2012*. Madrid: ADESE. Revisado el 19 de mayo de 2015 desde http://www.adese.es/anuario2012/ANUARIO_ADESE_2012.pdf

Berger, P. & Luckmann, T. (1968). La construcción social de la realidad. Garden City, New York. Amorrortu editores, Madrid-Buenos Aires.

Bogost, I. (2007). *Persuasive Games. The Expressive Power of Videogames*. Massachusetts: The MIT Press.

Boyd, Danah (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.

Cagigal, J. M. *Hombres y deporte*. Madrid: *Taurus Ediciones* p.7-38. 1957.

Cannon, Rebecca. "Meltdown" from *Videogames and Art* (Clarke, Andy and Grethe Mitchell, eds.). Bristol: Intellect Books. Pp.40-42. 2007.

Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London, UK: Sage Publications.

Corominas, J. (1984): *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Gredos, Madrid.

Deterding, S. et al. (2011) *Gamification: Toward a Definition*. <http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/02-Deterding-Khaled-Nacke-Dixon.pdf>

Ezekiel Martinez (2008) *El juego como escuela de vida*: Karl Groos

García, R., Lacasa, P. y Martínez, R. (2012). *Los videojuegos en el aula: aprender a resolver problemas*.

Gee, J. P. (2004). *Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo*. Málaga: Ediciones Aljibe.

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago, IL: Aldine.

Gómez García, S. y Navarro Sierra, N. (2013): *Videojuegos e Información. Una aproximación a los newsgames españoles como nueva óptica informativa*, *Icono 14*, volumen 11 (2), pp. 31-51.

Huizinga, J. (1938/1972): *Homo ludens*. Madrid, Alianza

Jane McGonigal 2011, McGonigal publicó su primer libro: *Reality is Broken: Why Games Make us Better and How Can Change the World*.

Jenkins, Henry (15 de enero de 2003). «Transmedia Storytelling». *Technology Review*.

Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós

Jesús Paredes Ortiz 2002 *El deporte como juego un análisis cultural*

Juul, J.(2009). *A casual revolution: reinventing video games and their players*.

Katz E. Blumler J. (1973). *Uses and Gratifications Research*. 2 octubre 2013, de JSTOR
Sitio web: <http://www.jstor.org/stable/2747854>

Lacasa, P. (2011). *Los videojuegos. Aprender en mundos reales y virtuales*. Madrid: Ed. Morata

Lafrance, J.P. & Verville, D. (2003). El joc interactiu, el primer mitja de massesde l'era electronica. *Quaderns del CAC, Produccio multimedia i aplicacionsdigitals*, 15, 55-64.

León R. & López M. (2003) *Los adolescentes y los videojuegos*.

Les Jeux des animaux . Paris 1902

Lévy, P. (1998). *Qu'est-ce que le virtuel?*. Paris: La Découverte

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: the Extensions of Man*. New York: The New American Library

Papalia, D. & Wendkos, S. (1997). *Desarrollo Humano: Con aportaciones para Iberoamérica*. Santafé de Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

Papalia, D. (2010). *Desarrollo Humano*. México D.F, México: McGraw-Hill.

Pérez-Latorre, Oliver. (2012) *Del Ajedrez a StarCraft. Análisis comparativo de juegos tradicionales y videojuegos*. España.

Rice, F. (1997). *Desarrollo humano*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.

Roig, A., San Cornelio, G., Ardèvol, E., Alsina, P. & Pagès, R. (2009). Videogameas media practice: An exploration o the intersections between play andaudiovisual culture. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 15, 89-103.

Russel, A. (1970): *El juego en los niños*. Barcelona, Herder.

Selnow, G.W. (1984). *Playing video games. The electronic friend*. Journal of Communication, 34 (2), 148-156.

Soloaga,P. (2006) *Efectos del uso de videojuegos en niños y adolescentes en España y E.E.U.U. El consumo consciente como posible factor reductor de efectos nocivos*. ICONO 14 N° 7.

Toffler, Alvin. "The Third Wave: The Classic Study of Tomorrow." New York, NY: Bantam (1980).

Toffler, A. (1981). *La tercera ola*. México: Edivisión.

Audiovisual consumption in Santiago de Chile: Millennials jumping from one screen to another. ⁴¹

Consumo audiovisual en Santiago de Chile: Millennials saltando de una pantalla a otra

(Full english text)

Cristóbal Benavides A
Universidad de los Andes
cbenavides@uandes.cl

Kent Wilkinson
Texas Tech University
kent.wilkinson@ttu.edu

Abstract

This research aims to understand the uses and gratifications that Millennials in Santiago seek when consuming audiovisual content on platforms other than conventional television. An age-stratified sampling technique was employed to know in deep the behavior of this group. The results could be usefull for the media and for the advertising industry.

Keywords: Millennials, audiovisual consumption, multiplatform

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo entender desde la perspectiva de la teor[ia de Usos y Gratigaciones como los Millennials en Santiago consumen contenido audiovisual a través de diferentes plataformas distintas a la tradicional. Por medio de una muestra estratificada por edad, se buscó poder conocer en detalle el comprtamiento de este grupo de interés tanto para los medios, como para la industria publicitaria.

Palabras clave: Millennials, consumo audiovisual, multiplataformas

⁴¹ Special thanks to Enrique Cano who participate in this paper as a statistical assistant.

*

Fifteen years ago, the promise of viewing a favorite movie at one's preferred time, place, and screen would have seemed almost unbelievable. However, the media industry has experienced rapid changes during the last decade, including technological breakthroughs and the rising power of audiences, especially the youngest group called Millennials.

At the beginning of the century, Prensky (2001) studied behavior changes in young Americans 18 to 34 years old. He concluded that the use of computers, video games, digital music players, camcorders, and mobiles characterize this population--Millennials consider these devices as indispensable parts of their lives. For example, Van Weezel and Benavides (2009) show that smartphones are so essential for young people that a day without their phone could constitute the worst day of their lives.

Other characteristics make Millennials a unique group. Brack (2012) highlights the multitasking ability of these digital natives, yet multitasking ability is not all positive, and largely illusory. After conducting a study on how the brain works during multitasking, Charron and Koechlin (2010) concluded that the division of cognitive resources into many activities decreases the level of concentration on each task. Nonetheless, these behaviors allow Millennials to process information in a significantly different way than previous generations; not only have they created new methods of socialization, but also new venues for interaction with the media. Indeed, to some extent, Millennials have required the media to adapt to their language, habits, and method of presenting content. It is the population group with the most control over what, where, when and how to consume media.

According to *The New York Times*, one in three Millennials do not watch television in its traditional format and mostly consume online videos (New York Times Video Study, 2013). This group has left behind the newspaper and focused almost exclusively on audiovisual content via non-conventional devices (Diego & Herrero, 2010).

The present study assesses Millennials' consumption of audiovisual content. We begin by identifying who the Millennials are, then discuss their screen use, how they behave, and their content preferences. The uses and gratifications theory (UGT) allows us to understand audience motivations for using particular media outlets.

Who are the Millennials?

Millennials are individuals born between 1980 and 2002 (Howe & Strauss, 2009). They are the first generation to grow up immersed in the Internet and digital media. Generally speaking, Millennials are technologically savvy, educated, tolerant, confident in their abilities, locally and globally interconnected, and eager to live the present to the fullest. Gorman, Nelson, and Glassman (2004) highlight Millennials' capacity to effectively use digital communication technologies, reaching a wide variety of targets quickly and smoothly. Millennials know what they want and demand quality and performance in the products or services that they purchase.

Technology is present in various aspects of their lives: their interpersonal relationships, the workplace, to express opinions, for consumption of goods and services and even to go on a date (Rosetta Marketing, 2013). Millennials are consumers who live and learn visually. Most respond better to photos and videos than to text, and consume content quickly and constantly on their computers, tablets and smartphones (Leonardo, 2014). They need to be connected to what they like at their pace, in their work and personal circles, especially through social media.

The screen size does not seem to influence their choices, but rather determines the opportunities to use them. Several studies have concluded that Millennials watch less television in its traditional format or in real time compared to non-Millennials. Diego, Guerrero, and Etayo (2014), studying the Internet audience in Spain, concluded that 42.3% of the users watch television on line or interactive television. A variety of media alternatives to conventional television allows users to personalize their consumption. Also, the computer is the most used screen by these web surfers for consuming audiovisual content (96.9%), followed by the Smart TV (32.1%).

The consumption behavior of Millennials in Chile bears some similarities to global trends. However, more detailed information on this group, their audiovisual consumption behaviors, and their use of different media and technologies is needed. The Spanish telecommunications giant *Telefónica* surveyed more than 12,000 Millennials from 27 countries; 76% of all respondents reported having a smartphone, a figure close to Chile's

80%. Furthermore, all respondents reported spending 6 hours per day on the Internet, while the figure for Chile increases to 7 hours per day (*Telefónica Global Millennial Survey*, 2013).

The smartphone is widely considered the most important household device. In August 2013 ComScore (2014) found that Chileans consumed on average 128 online videos per viewer per month. This positioned Chileans as the second country in the Latin American region, after Brazil, with the highest proportion of videos per user. Youtube was the favorite site for Chileans, ahead of VEVO, Viacom Digital, Facebook, and dailymotion.com. Table 1 illustrates the number of videos played in various countries of Latin America.

Table 1: On line video views per capita in August 2013

Area/Country	Videos viewed per capita	Total Videos (000)
Global	190	259.049.911
Brasil	166	10.948.659
Chile	128	696.422
Mexico	103	2.456.944
Argentina	86	1.470.272

Source: ComScore Video Metrix

González and López (2011) argue that young people develop new consumption patterns due to new media, the multiplication of screens, and the emergence of a new type of content: fragmented content for fragmented audiences. Young people prefer On Demand content and specific content for each device. In this regard, the media should endeavor to provide high-quality content that loads quickly, qualities valued greatly by this generation when consuming videos on different platforms. Media allow users to binge (watch several episodes of a television series back to back), to squeeze (watch a season of a TV show in a very condensed period), to use multiple screens while the TV is on, and to watch parts of content, like a movie, at different times and through different devices.

Based on the need to adapt to the interests of this dynamic population, this research aims to identify the characteristics of the Millennial generation in Santiago de Chile by making inferences from the perks or benefits obtained by the use of specific media or content. According to the National Institute of Statistics in Santiago, about 1.8 million people belong to the age bracket between 18 and 34 years old, meaning that over a quarter of the total population of the capital are Millennials. This study implements the uses and gratifications theory (UGT) to demonstrate how audiences influence media by consciously deciding what to consume.

Uses and gratifications

Uses and gratifications theory (UGT) has developed gradually since the second half of the twentieth century. UGT posits that audiences act according to their objectives, thereby generating an effect on the media,. As such it is a direct response to the traditional view of mass communication during the mid 20th century which saw the media exerting a powerful force over audiences, influencing their beliefs, opinions and actions (Nosnik, 1991). The UGT approach focuses on the identification of audience needs and the relationship between a person's selection of a specific medium and the gratification obtained. Simply put, the audience actively uses the media to satisfy its needs.

Katz, Blumler and Gurevitch (1974) stress that audiences are active because they use the media to satisfy needs. Their theory is based on five principles: (1) The audience is active; (2) The particular medium choice to satisfy individual needs depends on the preferences of each audience member; (3) The media compete among themselves; (4) The audience can explain its decisions, and (5) During the research process, value judgments should be avoided. The two core questions that uses and gratifications tries to answer, or at least to understand, concern why and how audiences seek media content to meet some of their needs. In the current multiscreen environment a key question becomes, why do audiences choose to watch a particular content type on one audiovisual platform rather than another?

According to Katz, Blumler and Gurevitch (1974), needs can be classified also into five categories. A) *Cognitive*: the need for information, knowledge, understanding of the environment, curiosity, and exploring the world; B) *Affective*: the need for emotional and pleasurable experiences; C) *Personal Integrative*: the need for self-esteem, confidence, and stability; D) *Social Integrative*: the necessity of affiliation and membership units larger than the individual, such as family and friends; E) *Escape*: the need for stress relief, diversion and fun. These five categories informed the design of our survey instrument and are reflected in study's results.

Understanding the complexity of the audience's use of media entails identifying what combination of media attributes can adequately satisfy differing needs. By studying Millennials' use of digital media we aim to understand their most valued attributes for a particular medium utilized in specific contexts.

Studies of UGT have regained strength with the development of the Internet and new information and communication technologies, especially with the increasing segmentation of the audience into various niches with very specific objectives. Ruggiero (2000) asserts that the emergence of computer-mediated communication has revived the significance of UGT. In fact, uses and gratifications have always provided a useful theoretical approach in the initial stages of each new mass communications medium, such as newspaper, radio, television, and now the Internet and mobile technology. Dunne, Lawlor and Rowley (2010) use UGT theory to explore why 12-14 year old girls use social networking sites to manage their identities. Korhan and Ersoy (2015) investigate in detail how and why people use social networking site (SNS) applications, and what factors make SNS applications particularly appealing. Chan-Olmsted, Lee and Kim (2011) state that new generations consume audiovisual content in various ways which mobile platforms facilitate. The convenience and customization options offered by mobile platforms makes them a favorite among younger users.

Audiovisual consumption in Chile

Audiovisual content consumption in Chile follows the global trend in which 68% of respondents claimed to view more audiovisual content on other devices compared to broadcast television (AdReaction, 2015). The VIII National Survey of Television in Chile, conducted by the CNTV (National Television Council) in 2014, showed that 25% of young people watch TV shows, series, and movies over the Internet, using the various devices described above. Additionally, 42% of this segment send and receive instant messages while watching TV, 36% comment on what they have seen on TV via social media, and 25% watch programs recommended by their contacts. Millennials' main reasons for consuming this content are, "I can watch it on the schedule and in the order that best fits me" and "because there are many alternatives from which I can choose."

In view of this approach, it is important to investigate changes in audiovisual consumption occurring in Chile. Additionally, it is necessary to know how young people participate in these transformations:

H1: Millennials in Santiago de Chile consume more audiovisual content on mobile devices than through conventional television.

H2: There is a direct relationship between screen size and the type of content consumed by Millennials in Santiago de Chile.

H3: Millennials in Santiago de Chile are willing to pay for access to online streaming video services.

H4: Entertainment is the main gratification sought by Millennials in Santiago de Chile when consuming videos on platforms other than conventional TV. This behavior satisfies the need to escape (stress relief, diversion and fun).

H5: Binge viewing is the most common pattern of consumption among Santiago's Millennials.

Methodology

This research aims to understand the uses and gratifications that Millennials in Santiago seek when consuming audiovisual content on platforms other than conventional

television. An age-stratified sampling technique was employed, and original data was obtained through face-to-face intercept surveys conducted in Chile's capitol city, Santiago.

According to the National Institute of Statistics, the Millennial population in Santiago de Chile in 2015 numbered 1,891,727 people. This study selected a valid sample of 260 individuals between 18 and 34 years old. The sample size for this study has a margin of error of 6% and a confidence level of 95%. The survey was conducted face to face in four high-traffic areas of the city used by people to commute to work, school, or home. Efforts were made to achieve a balanced ratio between men and women. A pre-test questionnaire was run weeks before to detect possible problems, and the questionnaire was adjusted accordingly. The pre-test was also used to train college students who applied the survey during its actual implementation.

The questionnaire included 32 questions, incorporating two major areas of study⁴²:

- *The use of mobile devices to consume audiovisual content.*
- *The types of gratification Santiago Millennials sought and received from the consumption of specific content through different devices and platforms.*

Results

After the survey data were collected and cleaned, the results were tabulated, processed, and plotted, using the statistical software SPSS. Descriptive analyses and the relationships between different variables support our expectations about the frequency of

42 The questions are oriented to identify how Millennials assess the characteristics of mobile devices such as smartphones and tablets. They are divided into the five criteria described below: the frequency with which Millennials display audiovisual content on devices such as smartphones, tablets, laptops, iPods, linear TV, and Smart TV; the Millennials' consumption habits regarding the screens used to display audiovisual content and how they influence their social and digital environment; the Millennials' willingness to pay for online access to audiovisual content in the future and how many currently pay for online streaming services or VOD; establishment of the relationships between Millennials' satisfaction of their needs through mobile devices and specific consumption of audiovisual content, such as viral videos, series and movies; and, finally, obtainment of information about the rewards and satisfaction that are acquired in the Millennials' consumption of various types of programs and videos through devices such as smartphones and tablets, as well as the satisfaction level they reported in viewing audiovisual content on linear and pay TV.

media consumption, content displayed, gender differences in media consumption, and the satisfaction obtained from different media use.

The 260 Millennials in the sample reside in 33 districts of Santiago, 45.4% are men and 54.6% are women. College Millennials between 18 and 25 years old represent 61.9% of the sample while the remaining 38.1% corresponds to Millennial employees between 26 and 34 years old. As regards education, 77.3% of respondents reported having a college education. This figure is consistent with previous studies highlighting the high educational level of this generation. Regarding their occupations, a large proportion of respondents are students (55.8%) or dependent professionals (27.3%).

Table 2 summarizes the overall results of the survey. It shows that Millennials prefer to watch short-term audiovisual content such as viral videos on smartphones, while they choose to consume long-term content such as movies and TV shows using other devices like tablets.

Table 2: Mobile device use by Santiago Millennials to view audiovisual content

Content type	Smartphone	Tablet
Viral videos	93%	33%
TV Series	21%	25%
Films	8%	24%

As respondents were asked to identify all content types they use, percentages may add up to more than 100.

Table 3: Average hours weekly spent by men and women using communication devices

Device	Sex	N	Mean**	St. Deviation	St. Error Mean	Average Time Spent
Smartphone	Men	118	464.24	676,197	62,249	3 hrs 40 min
	Women	140	350.07	738,863	62,445	
Tablet	Men	118	153.90	305,58	28,370	2 hrs 10 min
	Women	140	112.29	145,76	21,590	
CPU	Men	118	1021.02	723,367	66,591	12 hrs 42 min
	Women	140	566.07	504,062	42,601	
iPod	Men	118	7.63	29,961	2,731	10 min
	Women	140	11,57	67,460	5,894	
TV	Men	118	766,02	502,063	46,219	12 hrs 27 min
	Women	140	735,57	503,353	42,541	
Smart TV	Men	118	128,98	256,013	23,568	1 hora 53 min
	Women	140	101,57	220,765	18,658	

* N=258.

** Mean=Average of minutes a week.

Differences in audiovisual consumption patterns between sexes are statistically significant with respect to their use of computers or laptops. In contrast, disparities in their use of devices such as smartphones, tablets, iPods, traditional TV, and Smart TV is not statistically significant. This pattern is constant in the analysis of other variables, in which male and female behavior is not a relevant aspect.

An interesting finding in this research emerges from the patterns of media consumption by the 36% of Millennials who have tablets. Among this group, men and women report different types of gratification when choosing TV series. Millennials who watched series on tablets showed different degrees of gratification in four of the six variables measured between sexes (Tables 4 and 5).

On average, more men than woman stated their reason for viewing as: *to pass the time; because I feel disconnected from other things; because it entertains me; and ease of*

use. The difference between males and females in these responses is statistically significant. However, for the remaining alternatives: *because I can discuss it with others* and *because I feel part of the group*, there was no statistically significant difference between men and women.

Table 4: Motivations for watching TV series on a tablet

Motivation	Sex	N	Mean	St. Deviation	St. Error Mean	Preference Ranking
To pass the time	Men	45	5.47	2,292	.342	3rd
	Women	50	3.26	3,269	.462	
To disconnect	Men	45	5.47	2,292	.342	2nd
	Women	50	3.28	3,320	.470	
Entertainment	Men	45	5.82	2,348	.350	1st
	Women	50	3.58	3,459	.489	
To comment with others	Men	45	3.29	1,973	.294	5th
	Women	50	2.20	2,595	.367	
To feel like part of the group	Men	45	2.04	1,580	.236	6th
	Women	50	1.32	1,823	.258	
Easy to use	Men	45	5.00	2,468	.368	4th
	Women	50	3.22	3,203	.453	

* N=95.

**Mean=Average from 1-7 Likert scale (Strongly disagree [1] to strongly agree [7]).

According to the data, men value the practical advantages of watching TV series on a tablet more than do women. For men, social interaction and sense of belonging to the group are secondary motivations for viewing.

Table 5: Motivations for watching TV series on a tablet

	Levene's Test for Equality of Variances		t-Test for Equality of Means						
								95% of Confidence	
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
To pass the time	31.861	.000*	3.770	93	.000	2.207	.585	1.044	3.369
			3.838	87.937	.000	2.207	.575	1.064	3.349
To disconnect	40.480	.000	3.695	93	.000	2.187	.592	1.012	3.362
			3.766	87.362	.000	2.187	.581	1.033	3.341
Entertainment	52.252	.000	3.655	93	.000	2.242	.613	1.024	3.460
			3.728	86.710	.000	2.242	.601	1.047	3.438
To comment with others	24.450	.000	3.009	93	.003	1.780	.591	.605	2.955
			3.050	90.916	.003	1.780	.584	.621	2.939

Options: a) to pass the time; b) to disconnect from other things; c) for entertainment; f) easy to use.

* Sig. < 0.05 indica que las variables Hombre-Mujer no se pueden asumir como iguales para esta pregunta (14).

H1: Millennials in Santiago de Chile consume more audiovisual content on mobile devices than through conventional television.

An overwhelming 99.2% of respondents claim that they watch some audiovisual content on a mobile device. Among the devices studied in this research, the average of hours per week that Santiago Millennials invest in watching videos on a computer or a laptop is noteworthy. It is slightly higher than the time spent displaying this content on conventional TV.

Millennials in Santiago watch more audiovisual content on devices other than the television. The percentage of mobile devices among Millennials supports this hypothesis: 95% of the respondents have a smartphone and 36% have a tablet. These results strongly suggest that Santiago Millennials want to control where and when they consume content.

H2: There is a direct relationship between screen size and the type of content consumed by Millennials in Santiago de Chile.

After analyzing the variables of satisfaction--measured with a seven-point Likert scale--types of content, and devices they are displayed on, we drew conclusions about how mobile device screen size influences the content that Millennials consume.

Table 6 shows the crosstab comparisons. The results indicate differences in the satisfaction received when watching content on different devices, supporting hypothesis two. In general, tablets hold an advantage over smartphones for displaying lengthier content because they deliver high rates of satisfaction. The most significant difference is observed in sports, TV series, and films, which typically range between 30 minutes and 2 hours in duration. In the case of TV series, Millennials use smartphones and tablets almost proportionately, but the degree of satisfaction received is almost twice as high for larger devices, even surpassing that of watching series on pay TV. The consumption setting is also a relevant factor. Respondents' degree of satisfaction with small screens increases because they are commonly used in commuting (i.e., to work or university) when these are the only devices available to watch audiovisual content.

Table 6: Satisfaction level by device and content type

% of respondents who view sports		% of satisfaction 6-7 (Likert scale 1 low-7 highest)
TV	63.8	45.8
Pay TV	53.1	85.5
Smartphone	24.2	30.1
Tablet	12.7	54.5
% of respondents who view news		% of satisfaction 6-7 (Likert scale 1 low-7 highest)
TV	92	35.6
Pay TV	27.7	47.2
Smartphone	50	54.6
Tablet	12.7	42.4

% of respondents who view series		% of satisfaction 6-7 (Likert scale 1 low-7 highest)
TV	41.2	12.1
Pay TV	80	80.8
Smartphone	22.3	44.8
Tablet	23.5	86.9
% of respondents who view movies		% of satisfaction 6-7 (Likert scale 1 low-7 highest)
TV	86.9	29.2
Pay TV	93.8	82.4
Smartphone	15	25.6
Tablet	24.6	81.2
% of respondents who view viral videos		% of satisfaction 6-7 (Likert scale 1 low-7 highest)
TV	16.5	18.6
Pay TV	10.4	37
Smartphone	90	72.2
Tablet	30.7	67.5

The comparison of movie consumption between broadcast TV and tablets shows striking results. The difference between use (86%) and satisfaction (29%) when watching movies on broadcast TV is the opposite of tablets, for which use is 24%, but the level of satisfaction reaches 81%. The poor performance in Chile of the hit series *Breaking Bad* is an interesting example. The series was transmitted by Mega, an over-the-air channel with national coverage, showing that the platform can influence the success or failure of particular content.

On the other hand, 90% of Santiago Millennials prefer to watch short-term content such as viral videos on their smartphone. Viral videos are defined as stories and video that gain traction in social media quickly (Broxton, Interian, Vaver & Wattenhofer, 2013). While 72.2% of smartphone users report being satisfied at levels 6 and 7 on the Likert scale, only 67.5% of tablet users identify this level of satisfaction. In news clip consumption, the smartphone also exceeds the tablet both in the percentage of use and satisfaction.

Conventional and On Demand TV also underperformed smartphones in terms of satisfaction obtained, although the use of conventional television is significantly higher. These data demonstrate that Millennials in Santiago prefer to watch shorter-length content on devices with smaller screens, as they receive a higher level of gratification. This is due to the fact that they can choose topics and prioritize their interests on line and through mobile devices. They cannot do the same when watching a newscast on open TV, as they do not have the ability to create their own playlist.

Millennials in Santiago de Chile prefer to watch lengthier audiovisual content on larger screens. Bigger screens are more comfortable and natural for watching content that requires a higher level of concentration, i.e., TV series and movies. Also, they increase the range of the visual field, thus reducing distractions inherent to watching small screens such as smartphones (Kim & Sundar, 2014; Troscianko, Meese, & Hinde, 2012).

The smartphone screen is mainly used to watch shorter formats such as viral videos, music videos, and news clips. However, in recent years, leading device manufacturers such as Apple and Samsung have increased the size of their smartphones. They aim to meet the demands of a market seeking greater gratification in the consumption of both short videos and long-term content.

H3: Millennials in Santiago de Chile are willing to pay for access to online streaming video services.

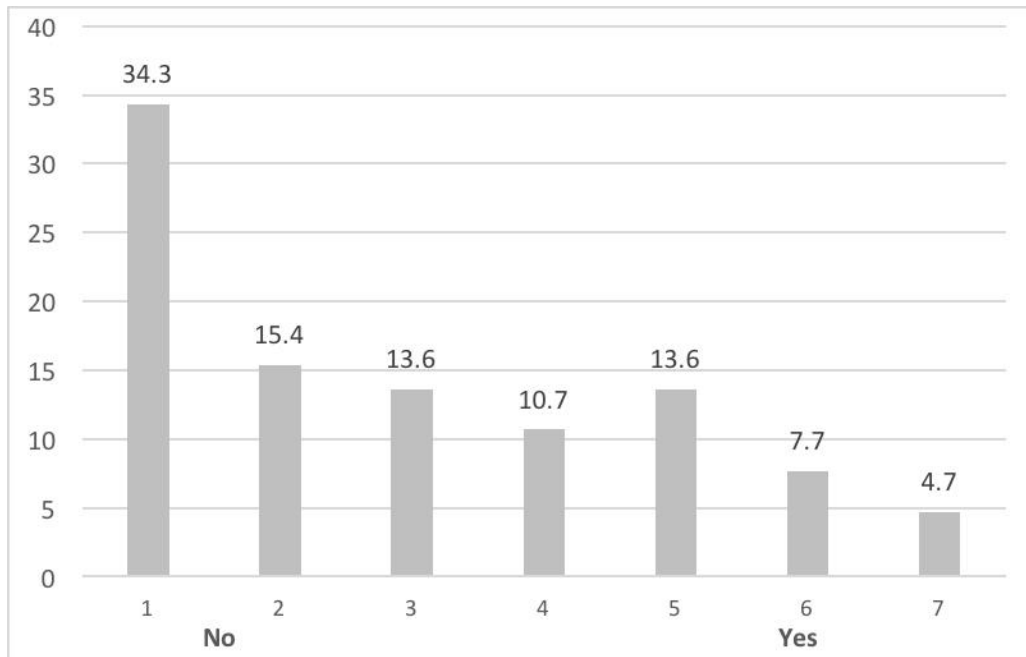
Our results showed that the majority of Santiago Millennials (65%) do not pay for access to audiovisual content. This figure refutes the hypothesis concerning the consumer-oriented attitude of this segment.

While most Santiago Millennials do not spend money to consume programs, TV series or movies, 35% do. This percentage is relevant, especially when analyzing the degree of willingness to spend money among the Millennials who responded negatively. There was not a statistically significant difference between men and women in response to this question.

Among the subgroup of respondents who claim not to pay for the consumption of online video (65%), the Likert scale of seven points reveals a high probability that these

individuals will agree to pay for video services in the future (Fig. 2).

Figure 2: Willingness to pay for audiovisual content in the next six months (%)



The consumption orientation of Millennials is a latent attitude. As indicated in the theoretical framework, this generation tends to adapt to external circumstances and occasionally postpone their behavior. Millennials' negative WTP should not be considered an insurmountable obstacle for the industry, but as a challenge motivating the industry to match this population's expectations. Currently, the data show that a significant percentage of Millennials favors free streaming services like YouTube or direct download of movies and TV series. However, the penetration of platforms such as Netflix in Millennials' audiovisual consumption is an indicator of their WTP (Table 7).

Table 7: Use of platforms/devices for audiovisual consumption

Platform/Device	Yes, I use	No, I don't use	Average of hours per week
Netflix	48%	52%	8hr 23 min
Youtube	98.1%	1.9%	7hr 48 min
Apple TV	6%	94%	6hr 41 min
Torrent	50%	50%	6hr 20 min
Pay per view	12%	88%	5hr 13 min

Millennials who expressed unwillingness to pay for access to audiovisual content were asked about the reasons that might encourage them to do so. Limited programming on cable was the main reason reported for paying to watch videos, programs, TV series, and movies.

The second reason that Santiago Millennials might change their unwillingness to pay is portability: the freedom to consume particular content where, when, and how they prefer (see Table 8).

Table 8: Reasons respondents would pay to access audiovisual content

Reason	% selecting
My cable operator doesn't transmit TV series or movies I want to watch.	31.4%
Because I can decide where, when and how to watch them.	26.6%
To avoid commercial interruptions.	15.4%
Because I enjoy watching online videos.	13.0%
Because my friends are watching the content and make comments on social media.	9.5%
I am not willing to pay.	4.1%
Total	100,00%

H4: Entertainment is the main gratification sought by Millennials in Santiago de Chile when consuming videos on platforms other than conventional TV. This behavior satisfies the need to escape (stress relief, diversion and fun).

Because Millennials use social networks to express opinions and establish ties that shape their personalities and lifestyles, we examined how social networks affect program and video consumption vis á vis social network input, the flow of information, and comments generate. Nearly 52% of Millennials are located in the upper-mid range of the Likert scale (5-7), reflects the importance of online opinions to this generation. We found no significant difference in social networks' effect on men and women.

H5: Binge viewing is the most common pattern of consumption among Santiago's Millennials.

We were able to affirm that Santiago Millennials seek instant gratification; patience is not one of their qualities. The findings reveal the prevalence new consumption habits that facilitate the delivery of content without delay. Fifty percent of this generation practice binge viewing (i.e., watching several consecutive episodes of the same series), a phenomenon that gives them even more freedom in consumption than previous generations had with VCRs. Santiago Millennials watch an average of 3.5 episodes per viewing session, showing that the traditional practice of sitting in front of the TV at a particular time is not a regular part of their lifestyle. The majority of this group is not satisfied with seeing a weekly episode.

Platforms like Netflix, HBO GO, Hulu or Amazon Instant Video facilitate binge viewing habits by making available the full seasons of various TV series, as well as their original productions. Additionally, some cable TV channels also encourage the audience to binge by airing "marathons" of particular programs, actors/actresses, etc. The limitation of these "marathons" is the impossibility to pause, record, and play the content later, unless users have a Digital Video Recorder (DVR). Only 6.5% of Millennials in the sample reported having a DVR, but those who did used it intensively recording 6 hours of programs per week on average.

Multi-screen viewing is also a common behavior among respondents. The results establish that 93.8% of respondents use a secondary device while watching television, performing a variety of activities, denoting this population's tendency to multitask.

Among the devices used as second screens, the smartphone is the most popular with a large margin (62.7%). As mentioned before, the smartphone seems to be an extension of their bodies. The second most used devices are computers or laptops (26.6%), followed by tablets (10.7%). Despite the similarities of these devices and smartphones in functionality, laptops are larger and less portable. Thus, the likelihood of being used for secondary tasks decreases.

Social activities and expression of opinions characterize the use of mobile devices for secondary tasks among Santiago Millennials. Social networking (65.6%) is the primary activity performed while watching TV. There is not a significant relationship between the type of secondary device used while watching television and the users' sex.

The second most common activity that Millennials engage in on secondary screens is watching online videos while the TV is on (20.9%). This behavior evidences a significant change, being that this generation watches less audiovisual content on the television and more on the web.

Conclusion

Almost all Millennials sampled in Santiago consume audiovisual content on mobile devices, affecting the proportion of individuals who watch conventional television. This segment is currently spending more hours watching videos on mobile devices (the sum of them) than through conventional open or pay TV. Computers and laptops are the mobile devices most often used to display audiovisual content, with men spend twice the time that women do. In contrast, smartphones and tablets are not intensively used for these purposes, although the use of these devices is growing among Millennials.

The screen size of a mobile device influences the type of content displayed. Millennials in Santiago obtain different degrees of satisfaction when watching the same program on screens of different sizes. To allow a convenient display of lengthier audiovisual content, mobile device manufacturers have gradually added more surface area to their devices, as is the case with smartphones.

Most Santiago Millennials do not pay for access to online audiovisual content,

preferring free streaming platforms. Nonetheless, 65.7% expressed some degree of willingness to pay in the near future. They would be primarily motivated by the lack of diversity in programming offered by cable operators, and the freedom to consume video, programs, TV series, and movies at any time.

Initially, we expected to find differences between men and women in both device usage and media consumption behaviors. However, several batteries of analyses indicated that sex only affected the consumption of TV series on certain devices.

For Santiago Millennials, social networks have an enormous influence on audiovisual consumption. They assign great importance to trends and online comments about videos, films or TV series. However, the importance of social networks is contradictory to the perks pursued while watching particular content. The study participants assert that social networks encourage them to consume videos. However, they do not watch videos for the purpose of receiving social perks like discussing the media with their friends or maintaining membership in a particular group. Principally, they do so for the entertainment and the leisure that videos provide. This fact reflects the ambiguous attitude of this population that combines a strong presence in social networks with a certain degree of individualism.

Binge and multi-screen viewing are common habits among Santiago Millennials. They indicate a shift away from the traditional paradigm in which media controls people's schedules, and also reaffirm the principles of uses and gratifications theory which correspond to the active character of this group. Millennials in Santiago are increasingly inclined to the freedom and portability offered by online streaming services and mobile devices, watching an average of 3.5 episodes per session. The playback and downloading speed of audiovisual content are the most influential factors in using tablets and smartphones, even more than content and image quality.

Today, social networks are fulfilling the role previously occupied solely by the television. A steady decline in ratings and advertising investments have caused alarm in the management of the television industry. The industry is seeing new competitors infringing on their territory. YouTube and Netflix are two of the companies that have most

successfully capitalized on these changes. In the last three years, Netflix has almost tripled its number of subscribers. Meanwhile, YouTube averages 4 billion hours of video per month.

As a strategy to continue being competitive, traditional TV should move towards an approach taken by television On Demand. The user becomes the TV programmer - choosing what to watch, when, where, and how to watch it - and even becomes the producer of his or her content (Diego & Herrero, 2010). The challenge is to find ways to monetize the content beyond advertising revenues and to add value to be more competitive. This new scenario is a consequence of the transformation ratio created by the technology that allows individuals to select channels and content proactively. Also, consumers are forcing traditional media to work harder to determine what content or devices will succeed (Lawson-Borders, 2003).

Further studies on Millennials should address the social/personal ambivalence that this segment shows when they consume audiovisual material on mobile devices, to see whether it holds in different contexts than Santiago de Chile. To more accurately identify particularities of Millennials, it is also advisable to differentiate between the group of individuals from 18 to 25 years old and the group from 26 to 34 years old.

References

AdReaction (2015). Millward Brown's video study. Retrieved from <http://www.millwardbrown.com/AdReaction/video/>

Brack, J. (2012). Maximizing Millennials in the workplace. Retrieved from <http://www.kenan-flagler.unc.edu/executive-development/custom-programs/~media/DF1C11C056874DDA8097271A1ED48662.ashx>

Broxton, T., Interian, Y., Vaver, J., & Wattenhofer, M. (2013). Catching a viral video. *Journal of Intelligent Information Systems*, 40(2), 241-259.

Chan-Olmsted, S. M., Lee, S., and Kim, H. (2011). Competitive strategies in Korea mobile television markets: a comparative analysis of mobile operators and television broadcasters. *International Journal of Mobile Marketing*, 6(1).

Charron, S., and Koechlin, E. (2010). Divided representation of concurrent goals in the human frontal lobes. *Science*, 328(5976), 360-363.

ComScore. (2014). Futuro digital Chile 2014. Retrieved from <http://aipef.cl/wp-content/uploads/2014/08/2014-Chile-Digital-Future-in-Focus-Rodrigo-Daie-comScore.pdf>

Consejo Nacional de Televisión (CNTV) (2104). VIII Encuesta Nacional de Televisión. Retrieved from: http://www.cntv.cl/viii-encuesta-nacional-de-television-2014/prontus_cntv/2014-12-31/105056.html

Deloitte. (2014). Digital democracy survey. Retrieved from http://www.deloitte.com/assets/Dcom-UnitedStates/Local%20Assets/Multimedia/tmtmedia/media/dds/img/us_tmt_dds_mobile_connected.pdf

Diego, P. & Herrero, M. (2010). The development of online series broduced by end users: The case of video blog fiction. *Palabra Clave*, 13(2), 325-336.

Diego P., Guerrero, E., and Etayo, C. (2014). Televisión conectada en España: contenidos, pantallas y hábitos de visionado. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 5(1), 179-199.

Dunne, Á., Lawlor, M. A., & Rowley, J. (2010). Young people's use of online social networking sites-a uses and gratifications perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 4(1), 46-58.

Entel-GfK (2016). Entel Nomofobia. Retrieved from: <http://www.adimark.cl/es/estudios/documentos/estudio%20nomofobia.pdf>

Ericsson ConsumerLab. (2014). TV and media report. Retrieved from <http://www.ericsson.com/res/docs/2014/consumerlab/tv-media-2014-ericsson-consumerlab.pdf>

GfK MRI. (2013). GfK MRI iPanel report on video. Retrieved from http://www.gfkmri.com/assets/source/sorc2013_03.htm#a1

González, P., López, N. (2011). La generación digital ante un nuevo modelo de televisión: contenidos y soportes preferidos. *Anàlisi*, 44, 31-48.

Gorman, P., Nelson, T., Glassman, A. (2004). The Millennial generation: A strategic opportunity. *Organizational Analysis*, 12(3), 255-270.

Howe, N., Strauss, W. (2009). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage Books.

Instituto Nacional de Estadísticas de Chile. Actualización de población 2002-2012 y proyecciones 2013-2020, 2014. Retrieved from http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/familias/demograficas_vitales.php

Katz, E., Blumler, J. & Gurevitch, M. (1974). Uses and gratifications research. *American Association for Public Opinion Research*, 37(4), 509-523.

Kim, K. J., and Sundar, S. S. (2014). Does screen size matter for smartphones? Utilitarian and hedonic effects of screen size on smartphone adoption. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(7), 466-473.

Korhan, O. & Ersoy, M. (2015, June). Usability and functionality factors of the social network site application users from the perspective of uses and gratification theory. *Quality & Quantity*, 1-18.

Leonardo. (2014). Let's talk targeting – Volume 1: The Millennial traveler. Retrieved from http://www.leonardo.com/dl/Leo_eBook_Targeting_14.0161.pdf.

Lookout. (2012). Mobile mindset study. Retrieved from https://www.lookout.com/static/ee_images/lookout-mobile-mindset-2012.pdf

Lawson-Borders, G. (2003). Integrating new media and old media: Seven observations of convergence as a strategy for best practices in media organizations. *International Journal on Media Management*, 5(2), 91-99.

Motivaction. (2014). The disruptive mindset of millennials around the globe. Retrieved from http://www.motivaction.nl/downloads/Glocalities_-_Flash_Report_4_The_disruptive_mindset_of_millennials_around_the_globe.pdf.

- The New York Times Customer Insight Group. (2013). The year of video survey. Retrieved from <http://mashable.com/2013/10/11/millennials-online-videos/>
- Nosnik, A. (1991). El Desarrollo de la comunicación social. Un enfoque metodológico. México: Editorial Trillas.
- Prensky, M. (2001). Nativos digitales, inmigrantes digitales. On the Horizon, 9(6), 1.
- Rosetta Marketing. (2013). Millennials & mobile. Retrieved from <http://es.slideshare.net/RosettaMktg/millennial-deck-071813>
- Ruggiero, T. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. Mass Communication & Society, 3(1), 3-37.
- Subtel. (2015). Subsecretaría de Comunicación, Gobierno de Chile. Retrieved from www.subtel.gob.cl.
- Telefónica. (2013). Encuesta Telefónica global millennial: Foco en Chile. Retrieved from http://survey.telefonica.com/wp-content/uploads/2013/06/Chile_fact_sheet.pdf
- Telefónica. (2013). Telefónica Global Millennial survey: Latin America results. Retrieved from http://survey.telefonica.com/wp-content/uploads/2013/11/TEF-LATAM-PPT_11.18.13.pdf
- Troscianko, T., Meese, T. S., & Hinde, S. (2012). Perception while watching movies: Effects of physical screen size and scene type. i-Perception, 3(7), 414-425.
- van Weezel, A., and Benavides, C. (2009). Uso de teléfonos móviles por los jóvenes. Cuadernos de información, 5, 5-14.

¿Qué esperan obtener los jóvenes chilenos de las marcas que siguen en Redes Sociales?

Chilean young people: What do they expect to get when they follow a brand on social networks?

Bustamante Pavez, Guillermo
Universidad del Pacífico
gbustamante@upacifico.cl
soy@guillermobustamante.com

Abstract

Academic research on the relationship between brands and consumers has been significantly developed in constructs such as trust, commitment, loyalty or emotional attachment and transfer of these same drivers to new forms of communication established thanks to social networks.

Despite the importance that has taken the study of the relationship between users and brands on social networks, the literature has only been focused on determining which networks are used by brands to communicate with users without delving into the motivations by users for to follow brands on social networks.

Keywords: *Young people and social networks; brands and social networks; digital communication.*

Resumen

La investigación académica sobre la relación entre marcas y consumidores se ha desarrollado notablemente en constructos como confianza, compromiso, lealtad o vínculo emocional y el traspaso de estos mismos drivers, a las nuevas formas de comunicación que se establecen entre marcas y usuarios: las Redes Sociales.

A pesar de la importancia que ha cobrado el estudio de la relación entre usuarios y marcas en Redes Sociales, la literatura existente se ha centrado mayormente en determinar cuáles

son las redes utilizadas por las marcas para comunicarse con los usuarios, sin ahondar en las motivaciones que tienen éstos para seguirlas en Redes Sociales.

Utilizando una muestra de 1.117 jóvenes chilenos matriculados en una Institución de Educación Superior durante 2016, fue posible revelar las motivaciones y el valor percibido que tienen de las marcas en canales digitales, explicando el por qué deciden seguirlas en Redes Sociales y qué es lo que esperan recibir a cambio.

Palabras Clave: Jóvenes y Redes Sociales, marcas y Redes Sociales, comunicación digital.

*

Desde la irrupción de las Redes Sociales como canal de comunicación para las marcas, la indagación sobre esta temática ha incorporado nuevos espacios. Es así como la investigación de Martín, E. y Sánchez-Martín, L. (2011) explora la nueva relación entre marca-producto-consumidor en estos entornos, mientras que lo planteado por Soengas, X., Vivar, H. y Abuín, N (2015) se centra en los formatos idóneos para llegar a los usuarios. Por su parte, Castelló, A. (2010) aborda la capacidad de creación y participación que adquiere el usuario en los espacios de la web 2.0.

Todos estos estudios coinciden en que las Redes Sociales han provocado un empoderamiento de los usuarios, que han pasado de ser meros consumidores de información y receptores de contenidos a convertirse en gestores y productores de los mismos, opinando, comprometiéndose y dominando –en la gran mayoría de las ocasiones– el lenguaje del marketing y la publicidad (Castelló, A. 2010).

Las investigaciones realizadas, también coinciden en que los jóvenes son el principal usuario de los nuevos medios de comunicación, derivados del desarrollo de las nuevas tecnologías y, por consiguiente, uno de los objetivos más importantes de las estrategias publicitarias de las empresas en esos medios (Muela, C. y Baladrón, A. (2010); Bernal, C y Angulo, F. (2013)).

Sin embargo, no se encontraron estudios que exploren a fondo la relación de los jóvenes con las marcas. Pues los que existen, sólo centran la mirada en las motivaciones de los usuarios y la relación de éstos con sus pares equivalentes.

El objetivo general de esta investigación es explicar el valor percibido por los estudiantes de Educación Superior Chilenos matriculados durante 2016, que siguen a marcas en Redes Sociales.

Para lograr este objetivo, a) se identificó el valor percibido por el grupo objeto de estudio respecto de las marcas que siguen en Redes Sociales, b) se categorizó este valor percibido de acuerdo a la Tipología de Holbrook, M.B. (1999), c) se comparó el valor percibido de las diferentes marcas e industrias que el grupo objeto de estudio sigue en Redes Sociales y finalmente, e) se determinaron las categorías que son más seguidas en Redes Sociales por parte del grupo objeto de estudio.

Motivaciones para uso de Redes Sociales

Como ya se dijo, los trabajos actuales se centran en determinar qué es lo que motiva el uso de Redes Sociales, siendo en este contexto, los jóvenes, y según lo señalado por Zheng, R. y Cheok, A. (2011), el grupo etario que es necesario tener con los datos más actualizados posibles, pues son los que presentan un crecimiento más rápido en la adopción de nuevas tecnologías.

Desde esta lógica y según lo que plantean Colás, P., González, T., y de Pablos, J. (2012), “(...) las Redes Sociales on-line son para la juventud una fuente de recursos utilizada para cubrir necesidades, tanto de índole psicológica como social. Sin embargo, las diferencias entre sexos en estas variables demuestran que tienen un papel compensatorio, ya que son los hombres los que mayormente recurren a ellas para cubrir facetas emocionales y reforzar su autoestima, mientras en el caso de las jóvenes prima una función relacional.”.

Basado en lo anterior, parece importante destacar el estudio de caso de Notley, T. (2009), que identifica los factores clave que afectan al uso que los jóvenes y adolescentes australianos entre 12 y 18 años le dan a las Redes Sociales. A partir de este estudio, el autor plantea un modelo teórico explicativo de cuatro dimensiones (necesidades, capacidades/habilidades, relaciones e intereses) basado en el uso que le dan los jóvenes australianos a las Redes Sociales y que podría ser extrapolado a la realidad chilena.

Valor y Valor percibido

Según Gil et. al., (2006) el concepto de valor es propio de numerosos dominios y concretamente en el ámbito del marketing, se aborda desde las perspectivas del precio, estrategia y comportamiento del consumidor.

Debido a ello, la misma autora agrega que “(...) no existe un concepto único y homogéneo sobre valor percibido admitido unánimemente por la literatura, por el contrario, hemos encontrado diversas concepciones en un intento de explicación del constructo siguiendo distintos puntos de vista.”

Todo esto, ha provocado dificultades en la investigación sobre el concepto de valor tal como señalan las investigaciones realizadas por Dodds, W., Monroe, K. y Grewal, D. (1991); Babin, B.J., Darden, W.R. y Griffin, M. (1994); Anderson, J.C. (1995); Gabbott, M. y Hogg, G. (1998) Bigné, J.E., Moliner, M.A. y Callarisa, L.J. (2000); Sweeney, J. y Soutar, G. (2001)

Considerando todo lo planteado, es que se entenderá valor y valor percibido de las siguientes maneras:

Valor: Es una experiencia interactiva, relativa y preferencial (Holbrook, M.B. (1999)), un vínculo emocional que se establece entre un cliente y productor (Butz, H.E. y Goldstein, L.B. (1996)), que se expresa en las ventajas que se perciben a cambio de las cargas que se soportan (Berry, L.D. y Yadav, M.S. (1997)).

Valor Percibido: Es un equilibrio entre la calidad o beneficios percibidos en un producto y el sacrificio percibido por el pago de un precio (Monroe K. B. (1992)) o la expresión del consumidor de los beneficios del producto (Nilson, T.H. (1992)).

Tipologías y Escalas de Valor

Según Gallarzar, M. y Gil, I. (2005) uno de los escasos consensos en torno al valor es la necesidad de abordarlo de forma integrada y entendiendo que no se puede comprender qué es valor sin entender la diferencia de un tipo de valor respecto de otro.

Uno de los trabajos más completos sobre las tipologías del valor es el desarrollado por Holbrook, M.B. (1999) en donde se detallan ocho tipos de valor en tres dimensiones claves de consumo.

Según Gallarza, M. y Gil, I. (2005) “(...) la mayor cualidad de la tipología de Holbrook, M.B. (1999) es que en ella tienen cabida múltiples experiencias de consumo: afectivas, funcionales, intelectuales, físicas, mentales y otras”.

Por ello, se decidió que la Tipología de Holbrook, M.B. (1999) es la adecuada para abordar el valor percibido por los usuarios al momento de convertirse en seguidores de una marca en Redes Sociales.

Metodología del Estudio

Para realizar esta investigación se utilizó una metodología cuantitativa. El método de recolección de datos fue la aplicación de una encuesta auto administrada on line cuyo cuestionario fue validado por expertos en la materia y sometido a un pre test que aseguró la relevancia y claridad del mismo.

Siguiendo el mismo procedimiento utilizado en estudios sobre amor a marcas (Albert et al., 2009 y Alfonso et al., 2014) el muestreo se realizó a través del procedimiento “bola de nieve”, consistente en proporcionar un enlace web a una lista de contactos, junto con un mensaje personal.

Resultados y Principales Conclusiones

De los 1.117 encuestados en este estudio, 382 son hombres y 635 mujeres. Las edades fluctúan entre los 17 y los 29 años siendo tanto la media como la moda es 23 años.

En cuanto a los hombres, el 84,8% estudia en Universidades, mientras que el 15,2% lo hace en Centros de Formación Técnica o Institutos Profesionales.

Por su parte, el 91,2% de las mujeres de la muestra estudia en Universidades, mientras que el 8,8% lo hace en Centros de Formación Técnica o Institutos Profesionales.

El 90% de la muestra sigue a marcas en Redes Sociales, el 8% no lo hace y el 2% no sabe o no responde a esta pregunta. Sobre este mismo punto, hay una leve diferencia

al momento de dividir la muestra por sexo. Pues el 93% de las mujeres encuestadas siguen a marcas en Redes Sociales mientras que sólo el 83% de los hombres lo hace. El 12% de los hombres encuestados declara no seguir a marcas, mientras que el 5% de las mujeres se comporta de la misma manera. Sólo el 5% de los hombres no sabe si sigue o no a marcas en Redes Sociales mientras que en las mujeres este porcentaje es del 2%.

El 94% de los jóvenes usa, en promedio, tres Redes Sociales en su día a día y de éstas, las más utilizadas son Facebook (39%), Instagram (35%) y Twitter (20%). Mucho más atrás en las preferencias aparece Snapchat (3%) y prácticamente imperceptibles para los jóvenes están Pinterest (1%), Tumblr (1%) y WhatsApp (1%).

Respecto de las tres Redes Sociales más utilizadas, existen similitudes al momento de analizar por sexo. Facebook, por ejemplo, es preferida por el 44% de los hombres y por el 41% de las mujeres; Instagram por el 35% de los hombres y por el 38% de las mujeres, mientras que Twitter se queda con el 21% de ambos sexos.

Al momento de seguir a las marcas en Redes Sociales, **Instagram (47%) y Facebook (46%) son las preferidas por las mujeres.** Twitter se queda con un 4% de las preferencias, mientras que el 3% declara no tener una red social preferida para seguir a las marcas.

En los hombres, **las Redes Sociales preferidas para seguir a las marcas son Facebook (58%) Instagram (25%) y Twitter (9%).** El 8% restante no tiene una red social preferida.

En lo que se refiere a la credibilidad de las marcas en Redes Sociales, el 56% de los encuestados señala que le cree bastante, el 13% declara creerles mucho, el 27% poco y el 3% nada. El comportamiento por sexos es similar. En hombres, un 52% le cree bastante, un 14% mucho, un 28% poco y un 6% nada. En mujeres el 60% le cree bastante, el 12% mucho, el 26% poco y el 2% nada.

En lo referente a la publicidad de marcas en Redes Sociales el 65% de los encuestados señala estar a favor de que las marcas la realicen, porque así se enteran de las novedades de sus productos. En cambio el 3% declara que las Redes Sociales no son un espacio para realizar publicidad; mientras que el 32% se muestra indiferente ante la publicidad en Redes Sociales.

Para analizar el valor percibido, se consideró la plataforma que usan para seguir a las marcas y el por qué la prefieren por sobre el resto. Así, se logró establecer una relación entre la plataforma y las posibilidades que muestran para los usuarios al momento de hablar de valor percibido. En este análisis se consideraron las tres Redes Sociales que son más usadas por los jóvenes para seguir a las marcas: Facebook, Instagram y Twitter.

Las tres Redes Sociales presentan una orientación hacia sí mismos del tipo activa, Facebook (70%) Instagram (90%) y Twitter (80%), lo que significa que **los jóvenes valoran el aspecto de consumo de manera egoísta**. En este caso, la plataforma y las acciones que realizan en ella son las que configuran su experiencia de consumo. Esto revela que **para los jóvenes el valor económico es el centro de la relación entre ellos y las marcas en Redes Sociales**.

Lo más valorado por los encuestados, respecto de lo que realizan las marcas en Redes Sociales es, en primer lugar, **el contenido que comparten (64%) seguido por las promociones, concursos o regalos (21%), las respuestas y soluciones a problemas (8%) y finalmente la utilidad de la información que publican (7%).**

Información (50%) Regalos y Concursos (32%) que los escuchen (12%) y que los acompañen (6%) es lo esperan los jóvenes de las marcas que siguen en Redes Sociales. Esto según la tipología de Holbrook, se enmarca dentro de una orientación así mismo del tipo activa, en donde **la conveniencia (eficiencia) es el principal factor motivador**.

Las categorías cuyas marcas son más seguidas por los estos usuarios en Redes Sociales, son Cultura y Medios de Comunicación (21%) Estilos de vida (Deporte, salud, belleza, moda) (21%) Telecomunicaciones (20%) Comida y Diversión (13%) y Tecnología (14%) Bancos e Instituciones Financieras (5%) Otras (6%)

Conclusiones teóricas

Considerando el estado actual de la literatura científica respecto de la relación entre marcas y usuarios a través de canales digitales, que aún está en desarrollo, los resultados de este estudio aportan al conocimiento de los drivers que intervienen en el proceso de relación entre marcas y usuarios mediante canales digitales.

Los resultados revelan primero, que **las motivaciones de los usuarios al momento de optar por seguir a una marca en Redes Sociales se basan principalmente en atributos hedonísticos (placeres) y que esperan obtener recompensas de las marcas** que se deben materializar en una propuesta de valor coherente con los valores y atributos de cada una de las marcas. Algo que está en relación a lo que plantea Alfonso et al (2015) que ahonda sobre el amor a las marcas y las representaciones de éstas.

Basado en lo que plantea de Notley, T. (2009) este estudio comprueba que la edad es un factor clave al momento de analizar la relación entre los usuarios y marcas a través de redes sociales y que el valor puede variar con el tiempo. Notley, analizó las Redes Sociales como factor de inclusión en australianos entre 12 y 18 años tras ello elaboró un modelo para medir el valor de Redes Sociales.

Siguiendo la línea de lo planteado por Zheng, R. y Cheok, A. (2011) los resultados de este estudio permiten también tomar un punto de partida en las estrategias comunicacionales para las marcas, apoyando los procesos de mejora continua de éstas, lo que a la larga se puede traducir en mejoras para ellas.

Por último, este estudio incorpora nuevos resultados y complementa lo realizado por Soengas, X., Vivar, H. y Abuín, N (2015) respecto de la relación entre marcas y usuarios en canales digitales.

Conclusiones para la Industria

Desde el punto de vista de la comunicación estratégica y considerando que el estudio “Inmersion” (Jelly y CADEM (2015)) reveló que el 90% de las empresas chilenas tienen una estrategia de marketing digital y que en promedio los ejecutivos valoran el marketing digital y las Redes Sociales al momento de planificar la estrategia de marca, se sugiere que:

1) Es útil entender **que los usuarios esperan mantener una relación con las marcas en Redes Sociales y que por lo mismo, las marcas deben interactuar como un usuario más en el canal digital que escojan y que para esto, el contenido que compartan es fundamental.** Recordemos que el 50% de los encuestados, considera que el contenido es uno de los aspectos fundamentales de las marcas en Redes Sociales.

2) **Es necesario mejorar la credibilidad de las marcas.** Considerando que el 30% de los usuarios le cree poco o nada a la comunicación que realizan las marcas en canales digitales, parece interesante reforzar este atributo, mediante acciones especiales que le permitan al usuario reconocer a las marcas en este nuevo entorno.

3) **Es necesario capitalizar las acciones realizadas.** Considerando que el 65% de los encuestados está de acuerdo en que las marcas realicen publicidad en Redes Sociales y que el 32% valora que las marcas realicen concursos, premios y regalos en canales digitales, parece importante **establecer una relación que permita aumentar el ROI** en cada una de las acciones realizadas, así como también establecer métricas que permitan aumentar el customer value a través del RFM y de los procesos de fidelización de los usuarios.

Limitaciones y líneas futuras que se derivan del trabajo

Como toda investigación, en esta también hay algunas limitaciones que dejan la puerta abierta al desarrollo de futuros trabajos que traten ciertos aspectos que a continuación se detallan.

En primer lugar, hay que señalar que dado el tamaño de la muestra, los resultados obtenidos no pueden ser generalizados. Sería conveniente, replicar el estudio con una muestra más grande para ofrecer garantías sobre la validez externa del estudio, considerando factores geográficos al momento de la selección. Algo similar ocurre con el sexo de los sujetos.

En segundo lugar, y considerando que la relación de la marca con los usuarios a través de canales digitales es un factor determinante para la industria en general se plantea como óptimo incluir ciertas variables que permitan medir el Top of Mind (T.o.M) de los usuarios y no sólo establecer las categorías de las marcas.

Finalmente, y considerando el escaso número de estudios en esta materia desarrollados hasta el momento, resulta interesante fijarse en temáticas no abordadas, como por ejemplo ¿Cuánto influyen los grupos de referencia al momento de establecer una relación con una marca en Redes Sociales? ¿Qué papel juegan las Redes Sociales en la generación de imaginarios colectivos para las marcas? ¿Puede una correcta comunicación a

través de Redes Sociales influir en el ciclo de compra de un consumidor? ¿Qué tipo de características individuales tienen las personas que siguen a una marca en Redes Sociales?

Bibliografía

- Anderson, J.C. (1995). "Relationships in Business Markets: exchange episodes, value creation, and their empirical assessment". *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 23, N° 4, pp. 346-350.
- Babin, B.J., Darden, W.R. y Griffin, M. (1994). "Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value". *Journal of Consumer Research*, Vol. 20 (March), pp. 644-656.
- Bernal, C. y Angulo, F (2012) Interacciones de los jóvenes andaluces en las Redes Sociales. *Revista Científica de Educomunicación*. Volumen XX
- Berry, L.D. y Yadav, M.S. (1997). "El papel del valor en la determinación del precio de los servicios". *Harvard Deusto Business Review*, N° 78, pp. 26-37.
- Bigné, J.E., Moliner, M.A. y Callarisa, L.J. (2000). "El valor y la fidelización de clientes: propuesta de modelo dinámico de comportamiento". *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 9, N° 3, pp. 65-78.
- Butz, H.E. y Goldstein, L.B. (1996). "Measuring customer value: gaining the strategic advantage". *Organizational Dynamics*, Vol. 24 (Invierno), pp. 63-77, cit. en DAY y CRASK (2000).
- Castelló, A. (2010) ¿Cuánto vale un fan? El reto de la medición de la audiencia en los social media. *Pensar la Publicidad*. Volumen IV 89-110
- Colás, P. González, T. y de Pablos, J. (2012) Juventud y Redes Sociales. *Comunicar*, n° 40, v. XX, 2013, *Revista Científica de Educomunicación*; ISSN: 1134-3478; páginas 15-23.
- Dodds, W., Monroe, K. y Grewal, D. (1991). "Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations". *Journal of Marketing Research*, Vol. 28, pp. 307-19.
- Gabbott, M. y Hogg, G. (1998). *Consumer and Services*. Ed. Wiley, Chichester.

- Gallarzar, M. y Gil, I. (2005) Desarrollo de una escala multidimensional para medir el valor percibido de una experiencia de servicio. *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC* pp 25 – 59
- Gil, I; Sanchez, M; Berenguer, G; Gonzalez-Gallarza, M (2006) “Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas”, *Cuadernos de Estudios Empresariales* 15, 47-72
- Holbrook, M.B. (1999). *Consumer value. A framework for analysis and research*. Ed. Routledge, Londres.
- Martínez, E. y Sánchez, L. (2011) Publicidad en Internet: Nuevas vinculaciones en las Redes Sociales. *Revista de Comunicación Vivat Academia*. Volumen 117E pp 469-480
- Monroe K. B. (1992) *Política de precios. Para hacer más rentables las decisiones*, McGraw-Hill Management, Madrid.
- Muela, C. y Baladrón, J. (2010) Jóvenes y Publicidad on line: nuevos espacios y formas, otros retos. *Documentos Área de Publicidad Facultad de Ciencias de la Comunicación (URJC)* pp 183-199
- Nilson, T.H. (1992) *Value-added marketing: marketing management for superior results* McGraw Hill. Berkshire. UK.
- Notley, T. (2009) Young People, Online Networks, and Social Inclusion. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, pp. 1208-1227.
- Soengas, X et al. (2015) Del consumidor Analógico al digital. Nuevas Estrategias de Publicidad y marketing para una sociedad hiperconectada. *Revista Telos* Junio-Septiembre 2015 pp-1-9

Una lectura semiótico-decolonial en la producción discursiva sobre el tópico territorio presente en el periódico digital Mapuche Werken.Cl⁴³

A semiotic-decolonial reading of the discursive production about territory in the Mapuche digital newspaper Werken.cl

Juan Del Valle Rojas
Universidad de La Frontera
j.delvalle01@ufromail.cl

Abstract

This work looks for the understanding of the significance frames in the informative discourses of the Mapuche Digital Media Werken.cl related to the topic of “territory”, by taking into account the situational context marked by the chilean-mapuche conflict. The semiosis that is produced by the concept of territory acts as a system of statement of the identity of the mapuche people, and also as a core element in the reconstruction project of the mapuche sovereignty. The results state that the topic of territory is enrolled in a significance system that legitimates the reivindicative and recovering territorial processes, which are part of a political and identitary decolonial project and a reconstruction of the Mapuche Country as well.

Key words: *Mapuche digital media; territory; conflict; semiosis; decolonial.*

Resumen

Este trabajo busca comprender las tramas de significación presentes en los discursos informativos del Periódico digital mapuche Werken.cl en torno al tópico “territorio”, considerando el contexto situacional marcado por el conflicto chileno-mapuche. La

⁴³ Este trabajo forma parte del proyecto FONDECYT de Iniciación n° 11140180, titulado: “Apropiación tecnológica, discurso y decolonialidad: la producción informativa digital mapuche en el marco del conflicto Estado-nación y Pueblo Mapuche en la región de La Araucanía”.

semiosis producida en torno al territorio opera como sistema de afirmación de la identidad del Pueblo Mapuche, y como elemento central en el proyecto de reconstrucción de la soberanía mapuche. Los resultados establecen que el tópico territorio se inscribe en un sistema de significación que legitima los procesos de reivindicación y recuperación territorial, como parte de un proyecto político e identitario decolonial y de reconstrucción del País Mapuche.

Palabras clave: Medios digitales Mapuche; territorio; conflicto; semiosis; decolonialidad.

1. Introducción

Los procesos de recuperación y control territorial insertos en un proyecto político identitario, forman parte de una agenda inmediata de reconstrucción de la Nación para el pueblo mapuche, esto en el marco del conflicto contra el Estado-nación chileno. Considerando lo anterior, el presente trabajo busca comprender la construcción discursiva en torno al tópico territorio como un espacio en disputa en el marco del conflicto chileno-mapuche. De modo particular, este trabajo analiza el periódico digital mapuche Werken.cl, el cual reivindica el territorio mapuche y su cosmovisión, utilizando la producción informativa como una herramienta de reivindicación político-identitaria. Para ello se han optado como instrumentos metodológicos el cuadro lógico-semántico o semiótico. A su vez, desde los aportes del pensamiento decolonial, se ofrece una interpretación que posibilita direccionar una posible ruta de lectura respecto a cómo está siendo construido el territorio, a partir de una perspectiva heterónoma. En efecto, las unidades de análisis que acá se presentan (cuatro) son sólo una muestra representativa que ofrece una aproximación panorámica de los resultados globales que se han obtenido.

2. Marco analítico-interpretativo

2.1. Breve síntesis del conflicto mapuche

En la realidad chilena, los procesos de construcción del Estado y la nación se iniciaron tempranamente, tan pronto concluyó la independencia. Desde que se establece la independencia de Chile, la política de los criollos se enfoca en dos proyectos principales: el primero se relaciona con la idea de unir al pueblo chileno, formando una unidad nacional (en base a la construcción de un imaginario nacional), y la segunda corresponde a la fijación de una delimitación geopolítica de la nación chilena (expresión de soberanía nacional) (Pinto, 2003). Debido a esto, surge el problema que ha trascendido históricamente y que obedece a la dificultad de situar al pueblo mapuche dentro de aquella delimitación geopolítica de Chile (Maldonado, 2014).

Actualmente, las comunidades mapuche realizan recuperaciones de tierras, ya no sólo para ser recuperadas de una forma simbólica, sino también para poder sembrar y cosechar en aquel espacio recuperado. Es más, el pueblo mapuche ya no demanda la devolución de sus territorios como espacios simbólicos de la cultura, sino que reclaman y reivindican su territorio como propio (Gutiérrez, 2014).

2.2. El territorio como elemento de la matriz cultural del pueblo mapuche.

En la actualidad, la lucha reivindicativa del pueblo mapuche apunta hacia un proyecto de reconstrucción de soberanía, siendo la recuperación territorial uno de las dimensiones centrales de su agenda política-identitaria. Para los mapuche, el territorio es un elemento clave para la reconstrucción del País y una dimensión fundante de su sistema creencial y valórico. Desde la cosmovisión del pueblo Mapuche, el Buen Vivir -*Kyme-Mogen* en su propia lengua- se concibe como una relación permanente con la naturaleza, en armonía y equilibrio con la *Ñuke Mapü* (Madre Tierra), asumiendo una vida sin violencia, con afecto y empatía (Huanacuni, 2010). El *Kyme-Mogen*, como lo señala Massoni (2013) propone como directrices de su filosofía el establecer los valores de empatía y respeto, generando relaciones de reciprocidad con la tierra, de modo de no caer en una lógica extractivista que deteriore el espacio en el cual la vida se organiza.

La disputa en torno al territorio posiciona al Estado-nación y al modelo extractivista como actores vinculados a una colonialidad del poder global que articula colonialismo y capitalismo, frente a una lucha reivindicativa mapuche que posiciona al territorio como fuente esencial de vida y de reconstrucción soberana. En este contexto, los mapuche expresan demandas adscribiéndose a normativas propias de los pueblos indígenas, para, así, optar por una reivindicación territorial que se relaciona con: la dimensión del espacio que demanda el uso y manejo de los recursos naturales; y la dimensión de los procesos que les permitan controlar los su ordenamiento político, económico, social y cultural.

2.3. La opción decolonial

El pensamiento decolonial, reconociendo los aportes de la teoría de la dependencia y del sistema-mundo, enfatiza en la idea que el colonialismo en América Latina y el Caribe estableció una división del trabajo entre el centro y las periferias de las capitales, pero, a partir de una lectura heterodoxa respecto a las corrientes marxistas tradicionales, otorga como eje fundamental de su propuesta la dimensión étnico-racial de las poblaciones (Quijano, 1999). A su vez, se señala que estos procesos de fragmentación y exclusión no finalizaron con el fin del colonialismo y la formación de los Estados-nación, sino que siguieron su curso a través de la colonialidad reconociendo que en el proyecto de la modernidad, la colonialidad se devela como su eje constitutivo (Mignolo, 2003). Para Quijano, la colonialidad es “uno de los elementos constitutivos y específicos del patrón mundial de poder capitalista; se funda en la imposición de una clasificación racial/étnica de la población del mundo como piedra angular de dicho patrón de poder, y opera en cada uno de los planos y dimensiones, materiales y subjetivas, de la existencia cotidiana y a escala social” (Quijano 1999, p.93).

2.4. La producción de medios digitales mapuche

El Periódico Mapuche Werken.cl se nos presenta como una propuesta informativa anclada a los procesos de lucha comunicativa que desde el Wallmapu se están llevando a cabo para superar la matriz colonial de poder que ha regido históricamente la relación entre

Estado-nación chileno y el Pueblo Mapuche. La elección de este medio responde a dos dimensiones: 1) la ausencia de estudios que aboguen por la comprensión de su propuesta discursiva, considerando que es un periódico de circulación reciente dentro del escenario de los periódicos digitales mapuche; 2) la relevancia que adquiere dentro de su propuesta discursiva el elemento territorial, lo cual responde a dos fundamentos explicitados por los propios gestores de este medio: el hecho que sus comunicadores estén emplazados en las zonas donde el conflicto se materializa, siendo testigos presenciales del acontecer noticiosos que se construye en los relatos; la valorización que otorgan al territorio como elemento cultural y político estratégico en el proceso de reconstrucción del País Mapuche.

3. Metodología

La metodología para esta investigación es analítico-interpretativa. Se utiliza como modelo analítico el cuadro lógico-semántico o semiótico (Giroud y Panier, 1988) de cuatro noticias.

4. Propuesta analítico-interpretativa: el análisis semiótico

4.1. Comunidades Mapuches del Pilmaiken advierten que defenderán el espacio sagrado amenazado por central Hidroeléctrica.

- Contradicción resistencia-invasión: resistencia frente a intereses empresa hidroeléctrica.
- Contrariedad resistencia-despojo: resistencia como invasión a espacios privados.
- Complementariedad resistencia-autonomía: defensa autonomía como pueblo.
- Contradicción autonomía-despojo: vulneración de los derechos ancestrales.
- Contrariedad autonomía-invasión: ocupación de los predios un hecho delictual.
- Complementariedad invasión-despojo: despojo no visto como proceso de reivindicación.

4.2. Varios comuneros Mapuches resultan detenidos tras una reivindicación Territorial

- Contradicción reivindicación-usurpación: ocupación fundo como legítima acción.
- Contrariedad reivindicación-represión: reacción del Estado como poder (estatal-colonial).
- Contradicción defensa-represión: denuncia comuneros Mapuche frente a violencia.
- Complementariedad reivindicación-represión: actos de ocupación como legítimas.
- Complementariedad defensa-usurpación: resguardo Estado chileno hacia latifundistas.

4.3. Más de 50 comuneros Mapuche se toman predio de colonos y particulares en Ercilla.

- Contradicción recuperación-delito: diferencia en posturas respecto a temas territoriales.
- Contrariedad recuperación-criminalización: Estado: ocupación como actos delictuales.
- Contradicción reivindicación-criminalización: aplicación ley antiterrorista: instrumento.
- Contrariedad reivindicación-delito: Estado asume manifestaciones: acciones delictuales. -
- Complementariedad recuperación-reivindicación: acto reivindicación político-identitaria.
- Complementariedad criminalización-delito: represión y criminalización de comuneros.

4.4. Comunidad Mapuche Lleupeco Wentche se toman predios usurpados por la Familias Luchsinger.

- Contradicción ocupación-usurpación: legitimar derecho a reivindicar territorio usurpado.
- Complementariedad ocupación-resistencia: comunidades propone ocupar predios/tierras.
- Contrariedad ocupación-represión: ocupación como acto de reivindicación territorial.
- Contradicción resistencia-represión: defensa Estado a dueños fundos.
- Contrariedad resistencia-usurpación: actor comunidad exige Estado solucionar conflicto.
- Complementariedad represión-usurpación: respuesta del Estado chileno es la represión.

5. Interpretación de los resultados

El propósito de esta interpretación es generar una propuesta de lectura fundada en los argumentos y categorías que dan cuerpo al pensamiento decolonial.

5.1. El territorio como despojo

Este eje de significación es el que permite establecer las relaciones tensas entre el sistema actor Estado-nación y el sistema actor Pueblo Mapuche. Dado los procesos de usurpación territorial llevados a cabo por la política colonial chilena, este eje emerge como el generador de una semiosis vinculada a la denuncia de la colonialidad y la proyección de la soberanía mapuche como proyecto descolonial.

Los resultados obtenidos a través del análisis explicitan un proceso histórico que ha regido la relación entre Estado-nación chileno y Pueblo Mapuche. Pinto (2003) y Bengoa (1996) establecen que desde los albores de la conformación del Estado-nación chileno, su relación con el Pueblo Mapuche ha estado caracterizada por una política del despojo, siendo la dimensión territorial eje central de estos procesos. Desde la

intelectualidad mapuche (Nahuelpan, 2012; Mariman, Caniuqueo, Millalén, Levil, 2006), el despojo se asume como parte de una matriz colonial estatal que ha operado en la estructura, tanto en el plano material como subjetivo de la población mapuche: “referirnos a la formación del Estado vinculada a continuos procesos de despojo [que remiten] tanto a la acumulación de poder político, económico y/o simbólico de orden colonial, derivados de un acto de conquista y de prácticas de desposesión territorial o material que lo hicieron o hacen posible” (Nahuelpan, et. al. 2012, p.126).

En la actualidad, la defensa y recuperación territorial es un imperativo asumido por los pueblos indígenas que habitan América Latina. En este escenario, los comunicadores mapuche generan una discursividad social que se adscribe a las luchas por la recuperación territorial, en tanto el territorio se concibe como un elemento central de construcción político-cultural para el logro de la soberanía y la reconstrucción del País Mapuche.

5.2. El territorio como soberanía

El despojo efectuado por el Estado-nación chileno es la evidente manifestación de la colonialidad del poder operando en el control territorial mapuche. La usurpación del territorio no es una acción que se desligue de otros mecanismos de sumisión y control, sino que es parte de un sistema de dominación heterárquico⁴⁴ (Kontopoulos, 1993). Una lectura decolonial de los discursos informativos posibilita comprender que la semiosis social que en ellos se configura trasciende el plano de denuncia, respecto a los dispositivos de regulación que desde el Estado-nación se ejercen. Estos discursos dan cuenta de una narrativa heterónoma que al enfrentar los regímenes de representación sobre su mismidad e historicidad, validan sistemas de significación autorreferenciales que diversifican el campo de la representación en torno a sí mismos y su vinculación con el territorio. La proyección del relato sitúa el territorio como dimensión central de la reconstrucción de la soberanía mapuche, lo que desestabiliza el modelo monotópico impuesto por la colonialidad (Estado-nación chileno), pues la recuperación territorial y soberana es la posibilidad de legitimar la

44 El concepto de heterarquía se refiere a la articulación de múltiples jerarquías, y no a un determinismo que opere desde una estructura de poder por sobre otras.

diferencia y afectar los esquemas unívocos de representación, apostando por la pluriversalidad de los horizontes de sentido y convivencialidad.

5.3. El territorio como dimensión simbólica de la cultura

Este eje se reconoce en los discursos que sitúan la recuperación territorial en asociación a aspectos que dan sentido a la matriz cultural mapuche: espacios ceremoniales, formas de organización social, sistemas rituales, vinculación sujeto-naturaleza. Este punto es importante porque permite evidenciar atribuciones de sentido respecto al territorio que resignifican las lecturas instrumentales y desarrollistas que el imaginario colonial-capitalista ha logrado consolidar respecto al territorio.

El territorio para el Pueblo Mapuche es un elemento central de su identidad, cosmovisión y cultura. La relación entre sujeto y entorno se comprende bajo una lógica de reciprocidad, equilibrio y armonía entre el ser y la *Ñuke Mapu* (Madre Tierra). Es por ello que los relatos que aluden a la recuperación territorial atomizan significados que complementan la lucha política por medio de sistemas de significación que pueden explicitarse en el relato o que pueden construirse a partir de procesos de inferencia y contextualización que legitiman los rasgos de especificidad de la cultura mapuche.

Es relevante destacar que estos sistemas discursivos logran intencionar esquemas interpretativos que requieren de una “competencia comunicativa intercultural” (Rodrigo, 1999; 9), no obstante, exigen que esta competencia intercultural esté adscrita a una concepción de la interculturalidad crítica (Walsh, 2009), legitimando las apuestas de transformación del orden colonial que provienen desde los grupos históricamente subalternizados. Este transitar hacia la interculturalidad crítica complejiza la propuesta de Rodrigo Alsina (1999), al requerir de un compromiso ético que da cuenta de subjetividades políticas, no sólo reconocen e interactúan con el otro, sino que se constituyen en conjunto como sujetos de la diferencia que apuestan por la transformación del orden colonial.

Conclusiones

En el análisis de las noticias, se reconoce que en su discursividad operan tres sistemas de significación como núcleos dinamizadores de la trama discursiva: (1) el territorio como despojo, explicitado en la histórica relación entre Estado-nación chileno y Pueblo Mapuche, dando cuenta de una política del despojo fundada en la matriz colonial estatal; (2) el territorio como soberanía, eje a través del cual se organiza en el discurso la dimensión político identitaria de reconstrucción del País Mapuche, proyectando nuevas lógicas de relación entre Estado chileno y Pueblo Mapuche; (3) y el territorio como dimensión simbólica de la cultura, ámbito de la significación que trasciende las lecturas instrumentales y desarrollistas que el imaginario colonial-capitalista ha logrado consolidar respecto al territorio como espacios de explotación, acumulación y administración.

En síntesis, el periódico *Werken.cl* diseña un sistema de significación en torno al territorio que legitima los procesos de reivindicación y recuperación territorial como apuesta de un proyecto decolonial, cuyo propósito es transformar el sistema de relaciones impuestos por la colonialidad. En este sentido, es importante señalar que los discursos no funcionan solamente como fuerzas de sentido en oposición a los relatos que desde las instituciones chilenas sostienen el imaginario colonial que ha perdurado en torno al mapuche, sino también como una dimensión heterónoma que esta discursividad introduce en los canales de flujo informativos de la sociedad hipermediatizada, sistemas de significación que contribuyen a reconocer la existencia legítima de locus de enunciación que, desde la exterioridad constitutiva del sistema de mundo colonial, abren la semiosis social para dar cabida a formas-otras de construcción de realidades.

Referencias bibliográficas

- Bengoa, J. (1996). *Historia del Pueblo Mapuche (Siglos XIX y XX)*. Ediciones Sur, Santiago de Chile.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial.

- Chuji, M. (2010). “Sumak Kawsay versus desarrollo”. Conferencia durante el VI Encuentro de la Coordinadora asturiana de ONGDs, Oviedo, España.
- Giroud, J. C. y Panier, L. (1988). *Semiótica*. Verbo Divino, Pamplona.
- Gutiérrez, F. (2014). *We Aukiñ Zugu: Historia de los medios de comunicación mapuche*. Editorial Quimantú, Santiago de Chile.
- Huanacuni, F. (2010). *Buen Vivir / Vivir Bien. Filosofía, políticas, estrategias y experiencias regionales andinas*. Lima: Perú. Coord. Andina de Organizaciones Indígenas – CAOI.
- Kontopoulos, K. (1993). *The Logic of Social Structures*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Maldonado, C. (2014). Decolonialidad en las redes virtuales: el caso de Azkintuwe (Tesis Doctoral inédita). Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Maldonado, C. (2015). Decolonialidad en las redes virtuales: el caso de Azkintuwe. FELAFACS
- Mariman, P; Caniuqueo, S; Millalén, J; Levil, R. (2006). *Escucha winka. Cuatro ensayos de Historia Nacional Mapuche y un epílogo sobre el futuro*. LOM Ediciones. Santiago.
- Massoni, A. (2013). *El buen vivir para el Pueblo Mapuche*. Recuperado de <https://discursosypracticadeld Buen Vivir.wordpress.com/tag/kyme-mogen/>
- Mignolo, W. (2003). Historias locales/diseños globales. Colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo.
- Nahuelpan, H. (2012). “Formación colonial del estado y desposesión en Ngulumapu”. Ta ñijke xipa rakizuameluwun. Historia, colonialismo y resistencia desde el país Mapuche. En Nahuelpán, H. et. al. Temuco: Ediciones Comunidad de Historia Mapuche, 123-156.
- Pinto, J. (2003). *La formación del Estado, la nación el pueblo mapuche. De la inclusión a la exclusión*. DIBAM, Santiago de Chile.

Quijano, A. (1999). "Colonialidad del poder, cultura y conocimiento en América Latina", en: S. Castro-Gómez, O. Guardiola-Rivera, C. Millán de Benavides (eds.), *Pensar (en) los intersticios. Teoría y práctica de la crítica poscolonial*. CEJA, Bogotá, 99-109.

Rodrigo, M. (1999). *La Comunicación intercultural*. Barcelona: Anthropos.

Walsh, C. (2009). *Interculturalidad, Estado, Sociedad. Luchas (de) coloniales de nuestra época*. Quito, UASB-Abya Yala.

The Orange, método de investigación de percepciones desde las redes sociales

The Orange, a research method about perceptions from social media

Juan José Guerrero Cortés
Universidad de Los Andes.
jjguerrero@uandes.cl

Abstract

The Research of insights from social networks is a variant of the ethnography focus in digital platforms. Some authors call this technique "Netnography" who is the study of online communities. In this case is a non inductive method that study the symbolism, meanings and patterns of consumption without asking directly to the consumers.

The objective is to observe, discover, understand and interpret the ways of relating to people over the Internet about a brand, product, service or particular topic.

Keywords: *Social research, social networks, research of insights, netnography.*

Resumen

Investigación de percepciones desde las redes sociales para proporcionar una visión de los consumidores. Es una variante de "Netnografía" (etnografía adaptadas al estudio de las comunidades en línea, método más rápido, más sencillo y menos costoso que la etnografía tradicional, y más naturalista y discreto que los grupos de discusión o entrevistas). Pero en este caso se obtiene información pública no inductiva sobre el simbolismo, los significados y los patrones de consumo de grupos de consumidores en línea sin preguntarles, sino que desde el análisis de los comentarios que estos hacen espontáneamente en la web.

Está dirigida a observar, descubrir, comprender e interpretar las formas de relacionarse de las personas a través de internet respecto de una marca, producto, servicio o tema en particular.

Palabras claves: Investigación social, redes sociales, análisis consumidores, netnografía.

1.0 Introducción

Hoy en día millones de personas se conectan, crean y mantienen vínculos dentro de las redes sociales con su entorno. Esto no sólo es interesante desde un punto de vista sociológico, sino que además hemos podido observar cómo estos vínculos involucran también una transformación en los procesos de la sociedad y las organizaciones: incidiendo en los cambios de liderazgo, reputaciones, notoriedad, etc.

En otras palabras, las redes sociales tienen la capacidad de hacer que superemos la individualidad y que consigamos aquello que seríamos incapaces de lograr por nosotros mismos, es decir, que podamos organizarnos colectivamente y a una velocidad asombrosa. Es en este contexto en el que las marcas están decididas a monitorear e intervenir las redes sociales para poder conocer e interactuar con sus consumidores en la red.

Es así entonces como han surgido diferentes empresas por el mundo que entregan el servicio de recolección de grandes cantidades de datos en tiempo real. Se trata de comentarios y opiniones de los consumidores de diferentes marcas, productos y servicios, temas particulares o de interés social, postulantes u ocupantes de diferentes cargos públicos y partidos políticos, etc. Un sinnúmero de información que las personas volcamos en diferentes plataformas digitales todo el tiempo y que variadas entidades buscan y analizan a través de palabras claves o keywords y emisores específicos detectando las diferentes señales que se presentan. En definitiva un robot que mide las palabras utilizadas analizando cuantitativamente que se dice o que reacciones genera un tema, persona, marca, producto o servicio en particular.

Compañías que son muy buenas en la recolección del big data, capaces de extraer información de una conversación precisando incluso en qué lugar se está generando la actividad. Pero que a la hora de analizar caen en inevitablemente en una calificación básica y genérica de tono positivo, negativo o neutro por las características mismas del buscador.

Surgen entonces algunas preguntas: ¿Es correcta la estrategia de las marcas cuando seleccionan el método para monitorear a sus consumidores?, ¿Saben cómo interpretar lo

que dicen?, ¿Sacan el adecuado provecho que presenta el acceso a una infinidad de información?. Como también la necesidad de nuevas metodologías que se adapten y aprovechen las nuevas formas de comunicación, nuevos sistemas de interpretación de la interacción social

Ante esta necesidad de comprender desde una base científica diferentes rasgos de comportamiento social y establecer entonces predicciones con mayor precisión para la estrategia. Se propone The Orange Method, el cual se ofrece como complemento a la investigación científica de audiencias y sociedades para el posterior desarrollo creativo de comunicación o marketing y así aportar a la mejora de la experiencia de los consumidores.

Se trata de una variante de “Netnografía” (Netnografía, 2011). Vale decir, etnografía adaptada al estudio de las comunidades en línea (Etnografía Virtual, 2000) método más rápido, más sencillo y menos costoso que la etnografía tradicional, y más naturalista y discreto que los grupos de discusión o entrevistas. Presentándose como una forma de obtener información pública no inductiva sobre el simbolismo, los significados y los patrones de consumo de grupos de consumidores en línea sin preguntarles, sino que desde el análisis de los comentarios que estos hacen espontáneamente en la web.

2.0 Investigación científica de audiencias y sociedades en las redes sociales para el desarrollo creativo, de marketing y comunicación

2.1 El lenguaje en internet

¿Cómo son las conversaciones en el mundo digital?

De acuerdo a lo planteado por Crystal David (Crystal, 2005) para poder comprender el lenguaje utilizado en el mundo digital, es necesario en primer lugar, conocer en donde se desarrolla y luego identificar cuáles son las características que tiene este nuevo lenguaje. Es absolutamente pertinente comprender sus limitaciones y sus virtudes, que aspectos influyen en la manera de comunicar y como las “conversaciones” se han ido adecuando a este nuevo formato.

El nuevo medio al cual se refiere es Internet, el cual tiene características propias que lo han definido como una alternativa revolucionaria en el mundo de las

comunicaciones, este nuevo mundo tiene la particularidad de mezclar en él lo electrónico, lo global y lo interactivo en donde cada uno de estos aspectos se superpone y complementa, para crear un escenario único que logra revolucionar al lenguaje. Hoy en día no existe un concepto capaz de englobar al nuevo lenguaje que se ha creado, existen autores que lo nombran como CMO comunicación mediante un ordenador, y otros Netspeak, pero independiente del nombre que reciba este nuevo lenguaje, se puede identificar el mundo en el que vive (es decir que ámbitos lo regulan), cuales son las repercusiones para los emisores y receptores dentro de este mundo y cuáles son las características de las conversaciones que en él se desarrollan.

Una de las características que es necesaria de comprender es aquella que se describe como electrónica, esto porque el lenguaje utilizado en internet, se encuadran dentro de este concepto habiendo repercusiones claras y concretas en cuanto a que tanto el receptor como el emisor, ven determinadas sus capacidades de comunicar de acuerdo a la tecnología que posean o utilicen para este fin, por ejemplo, el emisor depende de su teclado y el receptor de su monitor o mirándolo de otra perspectiva, no es lo mismo comunicarse a través de un teléfono móvil que hacerlo en un computador. El equipo que utilicen los participantes les otorga una capacidad lingüística determinada, y esto se aplica tanto para el emisor como para el receptor, a lo que debemos añadir otro factor que influye en ambos y es el software utilizado.

Como menciona Luis Gabriel Arango Pinto en el II Congreso Online del Observatorio para la CiberSociedad, el uso de internet como medio de comunicación ha llevado a diversas alteraciones en el código lingüístico debido principalmente a: la velocidad con la que se escribe (abreviaciones, errores de tipeo y ausencia de signos del lenguaje), el poder otorgar énfasis a las frases (onomatopeyas como Grrrrr, Aaawww, etc) y la individualización de términos coloquiales (Nuuuu – al querer decir No, por ejemplo).

Como consecuencia de las causas que alteraron el lenguaje en internet, aparecieron los emoticones. Epistemológicamente, la palabra viene de la palabra “Emoción” e “Ícono” (Emot + Icon), donde en un principio fueron elaborados con caracteres simples del teclado, como en el caso de querer expresar felicidad se tipeaba), aludiendo a la semejanza entre esa combinación de caracteres con la de una cara feliz, y con el tiempo estos han evolucionado

gracias a los software y hardware existentes siendo ya iconos reales que expresan derechamente sentimientos, emociones, acciones, etc.

Los emoticones se usan en las conversaciones a través de internet con 6 distintos fines:

- Emoticones que expresan la emoción del emisor.
- Emoticones de interpretación del mensaje.
- Emoticones de complicidad.
- Emoticones preservadores de la imagen.
- Emoticones amenazadores de la imagen.
- Emoticones referentes a objetos, sujetos o acciones.

Y estos son prácticamente imposibles de enumerar ya que varían dependiendo el canal y el instrumento que se use para generar la conversación.

Por otro lado, además de las ya mencionadas alteraciones en el lenguaje, el uso de internet como medio de comunicación ha incorporado diversos mecanismos para poder otorgar un sentido más real a las conversaciones, como lo son la incorporación de avatares, fotografías, videos y notas de voz.

2.2 Funciones de internet

Internet presenta 3 grandes funciones que deben ser consideradas a la hora de hablar de este medio (Crystal, 2005):

- World Wide Web.
- E-mail.
- Chat.

Cada una de estas funciones genera su propio lenguaje y que su suma crea el Netspeak. La World Wide Web (conocida como www) corresponde a un mundo que nace de la necesidad de intercambio de información y que permite crear plataformas de comunicación y transmisión de datos impensadas. El e-mail puede parecer más pequeño que el mundo de la web, pero se debe considerar la cantidad de opiniones, conversaciones y el modo en cómo influye en la lingüística para comprender su impacto en el lenguaje.

Con respecto al chat la capacidad de ser sincrónico y asincrónico (sin ser excluyentes) también impacta de manera rotunda el lenguaje utilizado.

Todas estas funciones han ido generando reglas nuevas y que no corresponden a aquellas que se enseñan formalmente como la comunicación basada en el papel, la gente debe aprender para entrar en este mundo, pero aún no tenemos un manual que nos permita estudiar este nuevo lenguaje.

Al momento de querer comprender las diferencias entre el mundo on-line vs el off-line es relevante comprender las diferencias que existen en la comunicación de uno y otro mundo, en primer lugar debemos referirnos al hecho de que en lo virtual no existen respuestas instantáneas ni simultáneas, se pierden los indicadores que le indican al emisor si su mensaje fue bien recibido, comprendido, aceptado o si su mensaje corresponde o no. En el mundo digital los mensajes se envían como un todo, son unidireccionales, no hay capacidad técnica para las reacciones audiovisuales. También debemos considerar que en el mundo digital podemos realizar cosas imposibles de hacer en el mundo físico, tales como estar en conversaciones múltiples en simultáneo (por ejemplo las “salas” de chat), y esto solo dependerá de la capacidad de quién esté enfrente de un computador para determinar si se concentra en una, dos o varios temas al mismo tiempo, por otra parte en el lenguaje “virtual” podemos encontrar la falta de ritmo en las conversaciones, lo que depende de aspectos tales como en donde se hable (foros, chat, web’s, blogs, Apps) hábitos del receptor (contesta los email, chat de inmediato o no), etc. Esta falta de ritmo puede generar demoras en las respuestas que lleven a frustraciones en los participantes de las conversaciones (para el emisor puede que haya pasado el tiempo para hablar de un tema, para el receptor los silencios generan ambigüedad, etc.) y esto se puede deber tanto a aspectos tecnológicos como a personales, en definitiva en el mundo virtual se pierde un concepto fundamental en las comunicaciones cara a cara: el turno, ya que este no es otorgado ni definido por las personas si no que los da la tecnología.

2.3 Big data

La forma más práctica, utilizada por las marcas y empresas de estudios para trabajar las grandes cantidades de datos, es monitorear las redes sociales a través de

softwares, los cuales son instruidos con palabras y sinónimos que tienen que ver con la marca o el concepto de ella, para así recolectar todas las palabras o combinaciones posibles que encuentren dentro de las redes sociales abiertas. Toda esta información/comentarios son clasificados por su tono; positivos, negativos o neutros, los cuales son determinados de acuerdo a ciertos parámetros que son pre-establecidos en el software, como por ejemplo: comentarios que contengan la palabra malo, pésimo, aburrido, etc. son clasificados como negativos. En una etapa posterior se agrupan los comentarios por su respectiva clasificación y el medio desde el que fueron emitidos, y en base a esos números se crean estrategias y planes de marca. (Ejemplo de resultados entregados por empresas líderes en monitoreo a nivel mundial como Radian 6 y local como Brandmetric).

Pero ¿qué es lo que realmente quiso decir el emisor en el mensaje?, ¿el robot es capaz de interpretar de manera correcta los mensajes?, ¿existe un adecuado análisis posterior para poder armar una estrategia?

2.4 Publicidad

Uno de los objetivos principales de la publicidad es la persuasión de los consumidores; el intento de cambiar o modificar la percepción o actitudes de estos hacia las marcas (Solomon, 2002). De acuerdo con esto, el conocimiento a cabalidad de los consumidores y la credibilidad en la interacción con ellos, juega un papel muy importante en términos de convencer a la audiencia de que la marca es atractiva.

La dinámica de vinculación y relación de las audiencias ha transformado por completo las tradicionales concepciones de la comunicación y en cierta medida del marketing y la publicidad, es por esto que las empresas han empezado a desarrollar planes que les permita observar, pensar y actuar de manera digital utilizando la diversidad de canales online como una herramienta estratégica de negocio. Incluso produciendo una inédita igualdad de condiciones competitiva entre las grandes, medianas y pequeñas empresas. Sin embargo, la participación en medios y redes sociales va más allá del simple ejercicio de abrir cuentas en Facebook y Twitter.

2.5 Método

Estamos entonces frente al lenguaje que actualmente gobierna el mundo y el que ha trenzado el tejido social al punto de haberse erigido en un sistema nervioso funcional para la raza humana, pero del cual sólo analizamos cuantitativamente y por grandes patrones.

Situándonos en este escenario surge la necesidad de entender a cabalidad cómo funcionan los consumidores a través de los social media, permitiendo trabajarlo como fuente de investigación para conocer, definir y caracterizar al público objetivo, lo que servirá de orientación para el diseño de la estrategia creativa, de marketing y comunicacional.

The Orange Method, nace como Investigación cualitativa, basada en el paradigma fenomenológico que busca entender el significado de las acciones humanas y de la práctica social. Se trata de una variante de “Netnografía” nueva disciplina que se está desarrollando para entender la realidad social que se produce en el mundo digital (Netnografía, 2011). Se trata entonces de una etnografía adaptada al estudio de las comunidades en línea (Etnografía Virtual, 2000) método más rápido, más sencillo y menos costoso que la etnografía tradicional, y más naturalista y discreto que los grupos de discusión o entrevistas. Pero en este caso se obtiene información pública no inductiva sobre el simbolismo, los significados y los patrones de consumo de grupos de consumidores en línea sin preguntarles, sino que desde el análisis de los comentarios que estos hacen espontáneamente en la web.

2.6 Etapas del Método

1.- Búsqueda: Recolección de comentarios espontáneos de consumidores en la web (redes sociales, web, blogs, etc) a través de un software de búsqueda.

2.- Análisis: Determinar los grandes clústers de información dentro de las conversaciones analizadas.

3.- Segmentar: Dividir los distintos grupos y/o motivaciones que movilizan los comentarios relacionadas a la marca, producto, servicio, etc.

4.- Empatizar: Entender las distintas motivaciones que movilizan a las personas a tomar decisiones y opinar o reaccionar de una u otra forma. Comprender las emociones contenidas detrás de los comentarios.

5.- Identificación: Reconocimiento de insights, oportunidades de innovación, emociones y sensaciones que permitan trabajar vínculos potentes para desarrollar la creatividad con mayor precisión.

El gran problema que tiene el trabajo con la big data, como toda investigación, no es necesariamente la cantidad de información, sino qué le preguntamos, o cómo buscamos información relevante para obtener entonces información relevante.

La irrupción de teléfonos móviles inteligentes y su conexión a internet nos entregan una posibilidad de aprendizaje única. La verdad o realidad al desnudo y al instante. The Orange Method aparece entonces como una alternativa que intenta reducir la enorme distancia que se presenta entorno tipo de investigaciones del dicho al hecho de los consumidores. Se establece entonces como una metodología de búsqueda de intenciones y sentimientos de las personas que ya están expuestos a la luz. La sinceridad y la honradez de las comentarios de miles de personas evaluadas científicamente. El conocimiento profundo de los afectos descodificando intenciones y actitudes. En definitiva, entender al consumidor como nunca antes lo imaginamos.

2.7 Resultados Generales

Este método de investigación ha contribuido durante más de 3 años, utilizado en diferentes industrias (alimenticia, seguridad, salud, financiera, telefonía, gubernamental, etc), a entender de manera profunda y eficiente a los consumidores nacionales e internacionales, y por consiguiente a una correcta y mejor gestión de las marcas. Ya que al lograr identificar emociones, motivaciones y sensaciones hacia éstas, ha permitido también descubrir los vínculos más potentes frente a las marcas, como también insights y así poder desarrollar creatividad con mayor precisión, emociones positivas, innovación de productos, servicios y comunicación con el fin de aumentar las fidelidad y compromiso hacia las marcas, traduciéndolo así en mayores ventas.

3.0 Conclusiones

La tecnología en la comunicación aporta una capacidad de comprensión única en la historia de la humanidad.

Ante la necesidad de sacar el máximo partido con análisis a los grandes volúmenes de datos e Internet en el mundo del marketing nace la necesidad de comprender desde una base científica diferentes rasgos de comportamiento social que nos permite adelantar futuras reacciones y establecer entonces predicciones con mayor precisión para la estrategia.

El método se ofrece entonces como complemento a la investigación científica de audiencias y sociedades para el posterior desarrollo creativo de comunicación o marketing para continuar mejorando la experiencia de los consumidores.

De la misma forma que los consumidores saben más a la hora de consumir, y por consecuencia se hacen cada día más exigentes esperando que las diferentes marcas y organizaciones sepan entregar exactamente lo que quieren y cuando lo quieren. También entonces las empresas hoy deben evolucionar e informarse más y con mayor profundidad acerca de los consumidores incorporando analíticas que pueden impulsar enormes transformaciones en la forma del estado de la técnica de los departamentos creativos y de marketing.

Bibliografía

Collado Fernandez, C. (2001). *La comunicación en el mundo contemporaneo*. Mac Graw Hill.

Crystal, D. (2005). *La revolución del Lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial Madrid.

Del Fresno, M. (2011). *Netnografía*. Barcelona: UOC.

Hernandez Sampieri, R., Collao Fernandez, C., & Baptista Lucio, P. (2003). *Metodologia de la investigación, tercera edición*. México: Mc Graw Hill/Interamericana editores.

Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: UOC.

Solomon, M. R. (2002). *Consumer Behavior: Buyng, having, and Being*. New jersey: Prentice Hall.

Medios de comunicación y las redes sociales como un espacio de discusión ciudadana

Media and social media as a space for citizen discussion

Dr. Oscar Jaramillo Castro

Facultad de Comunicaciones, Universidad del Pacífico

ojaramillo@upacifico.cl / oscarjaramillocastro@gmail.com

Abstract

Through this paper the influence of mass media on social networks and their ability to determine the discussions carried out in this digital scenario is explored.

the methodology of Social Network Analysis was used to describe public discussion on free education that occurred in July 2016 in Twitter. The main results speak of an influence of the media on specific networks, defined by subject and followers of each media. Therefore inconclusive results because they speak a limited impact, but it should be described in detail.

Keywords: *Social networking, social network analysis, Agenda Setting.*

Resumen

A través de esta ponencia se explora la influencia de los medios de comunicación masivos sobre las redes sociales y su capacidad para determinar las discusiones que se lleva a cabo en dicho escenario digital.

Se utilizó la metodología del Análisis de Redes Sociales para describir la discusión ciudadana sobre la gratuidad en la educación que se produjo en julio de 2016 en Twitter. Los principales resultados hablan de una influencia de los medios de comunicación en redes específicas, delimitadas por temas y seguidores de cada medio de comunicación. Por lo tanto los resultados no concluyentes, ya que hablan de un impacto acotado, pero que debe ser descrito más en detalle.

Palabras claves: Redes sociales, análisis de redes sociales, Agenda Setting.

*

¿Son las redes sociales un nuevo espacio de discusión ciudadana o están determinadas por los efectos de agenda propuestos por los medios de comunicación tradicionales? Esa es la interrogante central de esta ponencia, que surge a partir de una lectura crítica del tercer nivel de la Agenda Setting propuesto por McCombs y Guo (2015) y de la aparición de movimientos sociales como No + AFP, Los Indignados o la Primavera Árabe.

Los movimientos sociales descritos anteriormente, junto con llamados a boicotear por un día a las cadenas de supermercados chilenos que estuvieron involucradas en casos de colusión, son eventos virales cuya génesis la podemos rastrear hasta las redes sociales.

¿Son estos casos lo suficientemente potentes como para plantear que la teoría de la Agenda Setting dejó de funcionar? O por el contrario, tal como lo afirman McCombs y Guo los temas que se discuten en las redes sociales como Twitter y Facebook, están determinados por los medios de comunicación tradicionales.

La hipótesis, que estamos lejos de agotar en esta ponencia, es que antes de poder estar en condiciones de contestar, debemos analizar más en detalle los cambios en el ecosistema que imponen las redes sociales y la digitalización de las comunicaciones. Tal como lo plantea Scolari (2015) éste es un esfuerzo de largo plazo, que implica la utilización de distintas metodologías y etapas de trabajo, para lograr la identificación y la comprensión de las lógicas de funcionamiento de lo digital, tal como lo definiera McLuhan (1962).

Es por eso que en esta ponencia nos proponemos un enfoque netamente descriptivo, para caracterizar una discusión política realizada en Twitter, entre el 27 de junio y el 25 de julio de 2016. El tema seleccionado fue la gratuidad en la educación, debido a la relevancia que ha tenido y al hecho, de que su génesis es rastreable a las redes sociales. Cabe señalar que hemos considerado sólo un mes, debido a que éste el paso inicial de una investigación de aliento más largo, en donde se monitoree un tema durante un mínimo de seis meses. Por lo tanto, consideraremos esta investigación más como un ensayo desde el punto metodológico, que para sacar conclusiones extrapolables al total del ecosistema de los medios de comunicación.

Desde el punto de vista metodológico, utilizaremos el Análisis de Redes Sociales (*Social Network Analysis*) debido a que nos entrega las herramientas teóricas y tecnológicas para describir el debate que se produce entorno a un tema en un medio social como Twitter.

Hansen, Shneiderman y Smith (2011) afirman que el Análisis de Redes Sociales es la aplicación de un campo más amplio como lo es la ciencia de las redes al estudio de las relaciones humanas y sus conexiones. El análisis de redes entrega formas poderosas para caracterizar las redes e identificar personas claves u otros objetos, que ocupan ubicaciones estratégicas dentro de la matriz de vínculos.

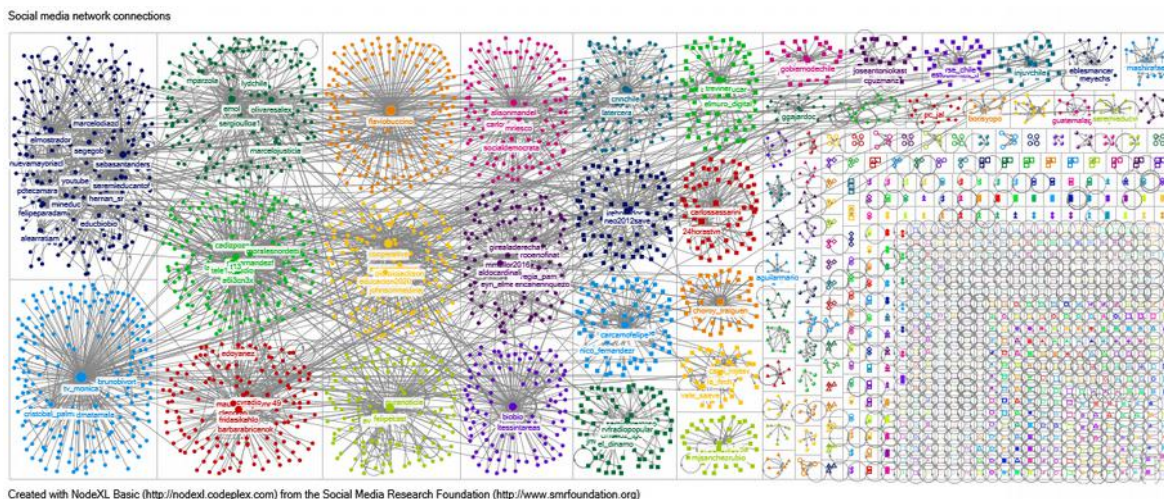
En el caso de nuestra investigación, el Análisis de Redes Sociales nos permite hacer mapas de red que identifican la forma en que están conectadas las personas que opinaron sobre la gratuidad en la educación. Además identifica a las personas que son influyentes en la red y cómo se van conformando grupos (clusters) y cuáles son las conversaciones que van teniendo. Un aspecto importante es que al confeccionar los diagramas de red, es posible apreciar el flujo de los contenidos al interior de las redes sociales.

Para ello utilizaremos el software NodeXL debido a que además de descargar los datos desde la red social, contiene herramientas que permiten caracterizar el flujo de una conversación en una determinada red social.

Resultados

Cabe señalar, que nuestro corpus de estudio está compuesto por un total de 5.405 tweets o mensajes sobre la gratuidad en la educación, que fueron publicados por 3.371 cuentas de Twitter entre el 27 de junio y el 25 de julio de 2016.

Tal como lo podemos observar en el grafo de red, la conversación sobre gratuidad en la educación en Twitter está fuertemente fragmentada. De hecho se detectaron 620 clusters o grupos y un total de 442 vértices o cuentas de Twitter, resultaron estar aisladas. Es decir, que opinaron sobre la gratuidad en la educación, pero como no tienen seguidores nadie vio el mensaje y, por lo tanto, no fueron retuiteados, mencionados y menos, tuvieron réplicas.



Asimismo el diámetro de la red fue de 13 grados de separación, lo que nos habla de una baja densidad. De hecho, sólo existen 1.719 relaciones recíprocas entre los 3.371 participantes en el debate público sobre la gratuidad en la educación. Una relación recíproca se produce cuando dos cuentas de Twitter se siguen de manera simultánea o constantemente se mencionan o replican entre sí, lo cual implica un alto grado de interacción entre las partes. Lo que podemos observar, es que el gráfico es de corte directo, lo que implica que la mayor parte de las interacciones o relaciones son de seguimiento. Ello implica, que la mayoría de las personas que interactuaron en este período, son fans o seguidores de cuentas específicas.

Otro aspecto que es interesante, es que se detectaron 1.115 self-loops. Los self-loops son menciones, retuits (RT) o réplicas que una cuenta se hace a sí misma, para aumentar de manera artificial su grado (degree) y de esa manera adquirir un mayor grado de centralidad. Cabe señalar, que la mayor parte de los self-loops son realizados por bots, que intentan darle una mayor visibilidad a la cuenta dentro de la red social. Dentro del gráfico, las cuentas que realizan self-loops están identificadas con un círculo.

Desde el punto de vista de la estructura general, los grupos están compuestos en su mayoría por seguidores de gatekeepers o cuentas influyentes, por lo que tal como lo señala Kadushin (2012) corresponden a sub redes de corte egocéntricas. Una red egocéntrica es una en la que un personaje famoso está al centro de la red y la mayor parte de las personas que lo siguen, no tienen vínculos entre sí.

Si observamos el grafo de red, nos podremos percatar que en la mayor parte de los grupos se sigue la estructura egocéntrica, en donde al centro tenemos a un gatekeeper y en la periferia a sus seguidores o fans.

En otros tres casos tenemos grupos en los cuales hay más de un gatekeeper. La conducta que se repite en dichos grupos, es que los personajes influyentes se mencionan entre sí, retweetean un mensaje o comparten una noticia proveniente de un portal informativo.

Gatekeepers

Uno de los aspectos fundamentales de esta investigación es el análisis de los gatekeepers o personajes influyentes dentro de la conversación pública sobre gratuidad en la educación. Junto con la alta fragmentación, podemos observar que existe un gran número y diversidad de cuentas influyentes.

Desde el punto de vista del Análisis de Redes Sociales, el grado de centralidad es una de las variables que nos permiten determinar cuáles son las cuentas influyentes en Twitter. Tal como lo señalan Hansen y otros (2011), el grado de centralidad corresponde al total de conexiones que apunta hacia un vértice (cuenta de Twitter), por lo que constituye una medida de popularidad. Cabe recordar que las conexiones posibles en Twitter son retweet, seguimiento, mención y réplica.

De acuerdo al grado de centralidad, las diez cuentas más influyentes serían:

1. @tv_monica (Mónica Rincón, periodista de CNN Chile)
2. @flaviobuccino (Político argentino, experto en educación)
3. @cooperativa (Radio Cooperativa, medio de comunicación tradicional)
4. @felipekast (Político chileno, miembro de Evópoli)
5. @biobio (Radio Bío-Bío, medio de comunicación tradicional)
6. @emol (Portal informativo, perteneciente a El Mercurio, medio digital)
7. @fridasikahlo (Twittera, sociedad civil)
8. @sebasantanders (Activista político de izquierda)
9. @t13 (Teletrece, medio de comunicación tradicional)
10. @cnn (CNN Chile, medio de comunicación tradicional)

Como podemos observar, de acuerdo al grado de centralidad los tweeteros más influyentes en la conversación gratuidad en la educación en el mes de julio son periodistas,

medios de comunicación políticos y activistas políticos. Llama la atención que no figuren expertos en el tema, lo que podría ser un indicativo de la profundidad del debate.

Top Mentioned in Entire Graph	Entire Graph Count
tv_monica	202
flaviobuccino	143
cooperativa	128
biobio	115
felipekast	107
emol	86
fridasikahlo	83
sebasantanders	75
t13	72
alisonmandel	64

Si analizamos los tweeteros más mencionados, veremos que los nombres se repiten, con la sola salvedad de @alisonmandel, conocida actriz chilena que se hizo conocida por participar en el programa de televisión El Club de la Comedia.

Asimismo si analizamos la tabla con las cuentas más replicadas, veremos que nuevamente se repiten los medios de comunicación, periodistas y políticos. No obstante, lo que llama la atención es la baja cantidad de réplicas si consideramos el total de mensajes analizados. A partir lo anterior, vale la pena preguntarnos si lo que ocurre en Twitter es un debate o la caja de resonancia de ciertos gatekeepers influyentes.

Top Replied-To in Entire Graph	Entire Graph Count
cnnchile	8
latercera	6
emol	6
t13	5
psicometricola	5
mineduc	4
biobio	3
gobiernodechile	3
cooperativa	3
jschaulsohn	2

Este último punto es importante, porque cuando analizamos la variable de centralidad de intermediación (betweenness centrality), nos encontramos con que las diez

cuantas con un más alto incide, corresponden a las mismas que nombramos al observar el grado de centralidad. Centralidad de intermediación, es una variable que nos indica las cuentas o vértices que actúan como puentes entre distintas sub redes. Es decir, son quienes nos ayudan a difundir un mensaje, ya que nos dan acceso a distintas redes de contactos.

Otro aspecto que es importante al momento de describir una conversación en Twitter, son los hashtags más utilizados, ya que tal como lo plantea Shifman (2014) tienen un valor semiótico debido a que definen los temas a los que se le quiere dar importancia. El hashtag no solo constituye una nueva forma de comunicación, sino que marca nuevos valores dentro de este ecosistema digital. Por una parte, es el tema al que la persona le quiere dar importancia y pretende que se transforme en tendencia, para que tenga un mayor impacto dentro de la red social. Es por eso que hastgas resume dos cuestiones relevantes: El tema que le importa a los usuarios de las redes sociales y el deseo de marcar tendencia.

Si analizamos los diez hashtag más utilizados en Twitter sobre la discusión sobre la gratuidad en la educación, podremos observar variadas intencionalidades y niveles dentro de ellos. Tenemos, por un lado, hashtags de origen institucional como la #lareformaenmarcha y, por otro, los que marca una abierta crítica a la gestión del gobierno, como #reformachanta.

También se puede observar que dentro de una discusión de corte político, se filtran hashtags que podríamos calificar de casuales o misceláneos. Nos referimos a #viernesintratable, que responde a hashtags como #loqueodieloslunes o #hoyesviernesymicuerpolosabe. Son hilos de conversaciones habituales dentro de Twitter, que equivalen a conversaciones casuales sobre el tiempo o cualquier cosa carente de importancia.

Sin embargo, también debemos considerar los hashtags institucionales creados por los medios de comunicación, que utilizan para causar impacto en las redes sociales. Nos referimos a hashtags como #eoeoeotvn, #enacional y #enlamira. Los programas de radio y televisión crean hashtags para que los usuarios de Twitter comenten los temas que ellos tratan y de esa manera incluyen las opiniones de su audiencia. Este punto es importante, porque a través de este tipo de hashtag podemos evidenciar la influencia de los medios de comunicación masivos en las discusiones que se producen en las redes sociales.

Graph	Top Hashtags in Tweet in Entire Graph	Entire Graph Count
	lareformaenmarcha	155
	viernesintratable	145
	enacional	99
	gratuidad	82
	enlamira	65
	calidadygratuidad	56
	reformachanta	54
	educación	53
	eo eo eotvn	52
	gratuidadycalidad	49

A modo de conclusión

A partir de los datos que hemos revisado, podemos afirmar que Twitter, como red social, no está ajena a la influencia de los medios de comunicación masivos. No obstante, es necesario estudiar más en detalle este tema, debido a que el impacto que produce cada medio de comunicación es focalizado y no, de carácter masivo. Tal como lo señala Hansen y otros (2011) sería necesario un razonamiento más propio de la teoría de redes neuronales, que el impacto masivo que propone la Teoría de la Agenda Setting.

Si bien es cierto que existe un impacto, que podemos observar a través de las variables de grado de centralidad, centralidad de intermediación y los hashtags más utilizados, es acotado a clusters específicos, que es necesario describir más en detalle. Asimismo al observar la red se observa una alta dispersión, en donde un alto número de vértices (cuentas de Twitter) quedan totalmente asiladas, por lo que su impacto es nulo.

Otro aspecto que es interesante es que cada medio de comunicación y gatekeeper genera su propia red de influencia a partir del seguimiento a su cuenta o de los retweets (RT). Este punto es interesante porque nos permite hablar de la influencia de los medios de comunicación, pero no de manera general, sino que de forma específica.

Cada medio actúa sobre redes diferentes, que debaten temas distintos. Por lo mismo, este estudio debe ser visto como algo preliminar ya que no podemos afirmar que los

medios de comunicación influyen en términos masivos sobre las redes sociales. Y, por otra parte, tampoco podemos afirmar que no influyen en el debate que se produce en las redes sociales.

Bibliografía

Hansen, D; Shneiderman; Smith, M. (2011) *Analyzing social media networks with NodeXL*. Boston: Morgan Kaufmann.

Jenkins, Henry (2006) *Convergence Culture: Where old and new media collide*. New York: University Press.

Jenkins, Henry; Ford, Sam; Green, Joshua (2013) *Spreadable medial: Creating value and meaning in a networked culture*. New York: University Press.

Kadushin, Charles (2012) *Understanding social networks: Theories, concepts and findings*. Oxford: University Press.

McLuhan, Marshall (1962) *The Gutenberg Galaxy: The making of typographic man*. Toronto: University of Toronto Press.

McCombs, Maxwell; Guo, Lei (2016) *The power of information networks: New directions for Agenda Setting*. New York: Routledge.

Scolari, Carlos (2015) *Ecología de los medios: Entorno, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa.

Shifman, L. (2014) *Memes in Digital Culture*. Cambridge: The MIT Press.

Mujeres y teléfonos móviles: de la maternidad remota al cordón umbilical

Women and mobile phones: From remote maternity to umbilical cord

Dr. Daniel Jiménez Chávez
Fundación Humanos Digitales
daniel.jimenez@humanosdigitales.cl

Rodrigo Agurto Venegas
Fundación Humanos Digitales
rodrigo.agurto@humanosdigitales.cl

Abstract

Women and mobile phones: from remote mothering to umbilical cord Keywords: remote mothering, umbilical cord, mobile phones This abstract exposes the preliminary results of a research focused on the use and appropriation of mobile phones by women, who are heads of household of diverse social condition in San Pedro de la Paz, Chile, a city characterized by a deep socioeconomic stratification. According to the Subsecretary of Telecommunications, in March, 2015, existed in Chile 23,7 million of active mobile phones, which was equivalent to 132 devices for every one hundred people. As part of this research, it is important the term of microcoordination (Ling and Yttri, 1999) that describes the organization and reorganization of daily activities enabled by the use of mobile phones, as well as the remote mothering concept (Rakow and Navarro 1993, Vestby 1996) that expresses diverse manifestations of care of children, relatives and friends at a distance. It is also important the Licoppe's concept of connected presence (2004), from which it is possible to explain the dynamization of familiar links throughout the day by mobile phones use. This research's preliminary results describe women heads of household as the main time coordinator. It is women who organize familiar times since the day begins in the morning. Within this role the alarm of the mobile phone demonstrates to be (as well as the consequences of his lack) indispensable (Fortunati, 2014). There is a constant exercise of

remote mothering in activities related to the education and care of children. The usefulness of the mobile phone is recognized to support relations among extended family members: mothers, brothers, cousins and grandparents. Definitively an affective and relational use (Lasén, 2004) that confirms previous findings in the use of fixed telephones as well as mobile phones. The mentioned activities are assumed and verbalized as female (not male) tasks, and they are intensified by the use of mobile phones that connect labor and domestic world with disproportionate levels of mother care that must coexist with labor activities (Gregg, 2008). Finally, we observe (and we think that this one is the most relevant finding of this research) a connected presence increasingly extended between the mother and her children, so much in the age of these (adults) as well as in the geographical residential situation, in occasions even in cities placed to many kilometers away. The mobile phone even acquires characteristic of a transitional object (Winnicott, 1975) that extends the remote maternity and turns it into a kind of umbilical cord.

Keywords: *women, mobile phone, microcoordination, remote mothering, connected presence.*

Resumen

El presente abstract tiene por objetivo exponer los resultados iniciales de una investigación que persigue conocer los usos y apropiaciones del teléfono móvil que realizan las mujeres jefas de hogar de diversa condición social de la comuna de San Pedro de La Paz, en Chile, ciudad caracterizada por una honda estratificación socioeconómica. En el contexto nacional, según la Subsecretaría de Telecomunicaciones, en el mes de marzo de 2015 existían en Chile 23,7 millones de teléfonos móviles activos, lo que equivalía a 132 aparatos por cada cien habitantes.

En esta investigación cobran relevancia los conceptos de microcoordinación (Ling & Yttri, 1999), que describe la organización y reorganización de actividades cotidianas mediante el uso de teléfonos móviles y la denominada maternidad remota (Rakow & Navarro 1993, Vestby 1996), que se expresa en diversas manifestaciones de vinculación y cuidado de los hijos, familiares y amigos. Igualmente cobra relevancia el concepto de presencia conectada

(2004) de Licoppe, a partir del cual es posible explicar la mantención de los vínculos familiares a lo largo del día mediante el uso de teléfonos móviles entre padres e hijos.

Los resultados iniciales de esta investigación describen a la mujer jefa de hogar como la gran coordinadora temporal. Es la mujer la que organiza los tiempos familiares desde que comienza el día, rol en el que la alarma del teléfono móvil demuestra ser (así como las consecuencias de su carencia) indispensable.

Se comprueba la existencia de un ejercicio constante de maternidad remota, y de forma manifiesta en actividades vinculadas a la educación y cuidado de los hijos. Igualmente se reconoce la utilidad del teléfono móvil para mantener las relaciones en la familia ampliada: madres, hermanos, primos y abuelos, en definitiva un uso afectivo y relacional (Lasén, 2004), que confirma hallazgos anteriores tanto en los usos de teléfonos fijos como teléfonos móviles.

Las actividades mencionadas son asumidas y verbalizadas como preocupaciones femeninas y nunca masculinas y se ven intensificadas mediante el uso del teléfono móvil que permite convivir entre el mundo laboral y doméstico ante desproporcionados niveles de cuidado materno que deben convivir con las actividades laborales (Gregg, 2008).

Finalmente, se observa (y creemos que este es el hallazgo más relevante de la investigación) una presencia conectada, cada vez más extendida entre la madre y los hijos, tanto en la edad de estos (adultos) así como en la situación geográfica residencial, en ocasiones, en ciudades situadas a muchos kilómetros de distancia. El teléfono móvil adquiere incluso características de un objeto transicional (Winnicott, 1975) que extiende la maternidad remota y la convierte en una especie de cordón umbilical.

Palabras clave: mujeres, teléfono móvil, microcoordinación, maternidad remota, presencia conectada.

Mujer y teléfono móvil: el afecto móvil

El teléfono móvil es descrito por varios autores como una especie de herramienta capaz de permitir a sus usuarios y en concreto usuarias, no sólo cuidar de la familia y relaciones, sino también de proporcionar afecto (Wacjman, Bittman y Brown, 2008; Tacchi, Kitner y Crawford, 2012 y Lim, 2014) en acciones en las que lo instrumental y lo emocional convergen y se confunden, tal como señala Vestby (1996), cuando al hablar de paternidad remota, la define como una mezcla de control y cuidado.

En las pioneras investigaciones desarrolladas en torno al uso y apropiación del teléfono fijo, en el año 1992 por Rakow y Navarro en los Estados Unidos de Norteamérica, así como por Moyal (1992) en Australia, ya se había reconocido la importancia del teléfono fijo en la gestión de las relaciones sociales así como en la organización familiar, por parte de las mujeres. Esta dedicación femenina también se tradujo en un uso más intensivo como lo reconocieron Moyal (1992), Claisse y Rowe (1993), y Ling (1998), intensidad traducida en más tiempo de uso.

Esta intensidad asociada al teléfono fijo también se expresa en el uso de los teléfonos móviles que Friebel y Seabright (2011), asocian a una menor cantidad de vínculos pero de mayor fuerza que los de los hombres, en línea similar a Sabater y Fernández (2015) quienes afirman que las mujeres jóvenes usan el teléfono móvil para mantener una comunicación más intensiva y extensiva, que los hombres, así como un contacto más fluido con sus familiares adultos. Este contacto sería incluso a edad más temprana, mediante mensajes de texto con padres y sus madres, los hombres en cambio, lo harían más tarde y de forma esporádica (Forgays, Hyman & Schreiber, 2013).

En el contexto descrito, Licoppe (2004), se refiere a lo que él denomina presencia conectada, un conjunto de acciones realizadas durante el día mediante contactos breves (llamadas y SMS), que mantiene la familia unida durante el día, cuando esta se encuentra físicamente fuera del hogar. Esta presencia conectada es una actividad femenina.

Hogar y trabajo: la desigual pérdida de límites

Para Gregg (2008), los teléfonos móviles producen lo que ella denomina “presence bleed”, que define la presencia física y mental del teléfono móvil en la vida de las mujeres. El concepto actualiza o amplía lo propuesto por Chesley (2005), quien señala que la pérdida de límites entre hogar y trabajo como consecuencia de las nuevas tecnologías, es desigual en sus efectos, efectos mayoritariamente presentes en la vida de las mujeres. Esto tiene su expresión en el hecho de que las mujeres dedican un tiempo mayor que los hombres en la coordinación de actividades vinculadas al hogar (Ling, 1998) como llamadas con más frecuencia a casa para interactuar con los hijos e informarse de sus actividades diarias (Ling, Haddon y Klamer, 2001).

Esta tenue separación, entre el hogar y el trabajo para las mujeres y hombres, produce una extensión del mundo privado para las primeras y la extensión del mundo público para los segundos, como tempranamente advirtieron Rakow y Navarro (1993) así como posteriormente autores como Wei y Lo (2005) y Licoppe (2004). Desde este punto de vista, las mujeres llevan su familia consigo y los hombres el mundo público a su vida personal. Este incremento del mundo privado en lo público para las mujeres, incremento construido a partir del uso intenso del teléfono móvil, se reconoce incluso en los estratos más jóvenes de la población (Cardoso et al., 2007 y Katz, 2006), en concordancia con la temprana intensidad de uso y la mantención de los vínculos familiares y redes sociales.

No obstante, investigaciones recientes como las realizadas por Crowe y Middleton (2012), señalan en relación con las madres participantes de su estudio, que estas manifiestan utilizar el teléfono móvil para gestionar las actividades de los hijos a distancia, pero también para trabajar mientras ejercen la maternidad en persona, de forma que el uso que Rakow y Navarro describen como eminentemente masculino, llevar lo público en las vidas personales, ahora es según los autores, también femenino.

Microcoordinación de la vida cotidiana: de la maternidad remota al cordón umbilical

La microcoordinación, que consiste en la coordinación de tareas y actividades mundanas mediante el uso de teléfonos móviles (Ling e Yttri, 2002) define un escenario en el que se alteran los encuentros y actividades preestablecidos por las personas en tiempo real. El tiempo de los dispositivos móviles es como señalan Ling e Yttri (2002), un tiempo blando o flexible, que se puede renegociar o microcoordinar constantemente. Este tiempo móvil también es un tiempo Lázaro (Perry et al., 2001), que resucita los tiempos muertos en el contexto de la productividad. Y este tiempo puede ser también para las mujeres, como señala Adams (1995), un tiempo abierto y sin fin, en el que las acciones de cuidado, afecto y gestión del hogar, son impredecibles.

Rakow y Navarro (1993) en un estudio sobre mujeres y teléfonos móviles (unidades telefónicas en el automóvil) realizado en el año 1991 en la ciudad de Chicago encontraron una predominancia del uso del teléfono móvil para labores personales y familiares, sobre todo los hijos. A este uso de los teléfonos móviles y en el contexto de una ideología de género, los autores lo denominaron, maternidad remota. Sorprende como señal Lim (2014), la persistencia del concepto, reproductor de los roles tradicionales de género, a pesar de los notables cambios tecnológicos.

Yi-Fan Chen y Katz (2006) por su parte, señalan que los resultados confirman la existencia de un cordón umbilical entre los hijos y la familia, particularmente las madres y se constata una relación de dependencia con el teléfono móvil en cuanto a informar algo en cualquier momento a lugar, al igual que Rizzo quien señala (2008), como una especie de cordón umbilical electrónico, parece extender el trabajo de la paternidad, limitando la libertad de padres e hijos, atándolos los unos a los otros. Lo que antes no ocurría como señala Spungin (2006), ya que previo al teléfono móvil, los niños debían solucionar sus problemas por sí solos, ahora en cambio llaman a los padres.

Metodología

La comuna de San Pedro de la Paz se ubica en la región del Biobío en el sur Chile. Se encuentra dividida en 9 grupos territoriales que se corresponden con realidades socioeconómicas altamente dispares. Para abordar esta población se decidió realizar focus groups en cada uno de estos grupos territoriales y, posteriormente, una entrevista semiestructurada a una persona seleccionada en cada uno.

Los resultados que aquí se presentan corresponden al análisis de los focus realizados en 5 de los 9 grupos territoriales, caracterizados por bajos ingresos, baja escolarización y vinculación con programas sociales. Estos focus se realizaron durante el segundo semestre de 2014 y el primer semestre de 2015, y contaron con la participación total de 22 mujeres, cuyas edades fluctuaban entre los 26 y 50 años. Todas las mujeres participantes eran madres, con un promedio de 2 hijos.

Los resultados se analizaron en base a la Teoría Fundamentada (Glaser y Strauss, 1967). A partir de los datos recolectados, desde los que se realizó la búsqueda de códigos iniciales e ideas analíticas. Posteriormente se realizó el etiquetado de segmentos de datos para definir los códigos y categorías que finalmente definieron los temas que se exponen a continuación.

Resultados

Una primera parte de los focus groups estuvo orientada hacia el acceso y usos básicos del teléfono móvil, mientras la segunda estuvo orientada hacia la coordinación de la vida cotidiana. Los resultados han sido organizados a partir de 3 grandes temas resultantes del análisis de los datos obtenidos en los focus: maternidad remota, microcoordinación y pérdida de límites, cada uno de estos en sub temas.

Maternidad remota

A partir de las expresiones de las participantes del estudio es posible apreciar un discurso colectivo en relación con los roles que les competen como mujer y madre de familia. Los testimonios demuestran que estas mujeres han incorporado una idea que define

claramente que hay actividades a realizar por hombres y actividades a realizar por mujeres, separación que se expresa en los distintos usos y apropiaciones del teléfono móvil.

Las mujeres vinculan de forma expresa el uso del teléfono celular con actividades que tienen relación directa con el cuidado de los hijos, las tareas escolares o la conexión con el centro educativo. Por el contrario, las participantes expresan cómo los roles “paternos” están más bien relacionados con el trabajo y el ocio y en ningún caso con el cuidado de los hijos o las actividades educativas de estos.

La mujer cuidadora está presente en gran parte de los resultados de esta investigación. Este subtema define a la mujer que cuida de los hijos y que organiza la relación físico operativa de estos con el colegio, aún más es la persona que mantiene y dinamiza constantemente los canales de comunicación, que deben funcionar ante cualquier imprevisto. Como señala Marisol, una de las participantes: “Tengo el teléfono De la profesora, para yo irle preguntando, ¿Señorita cómo está el Matías?, Cómo se ha portado, o de repente, de la escuela me mandan a buscar y yo la llamo para allá a la tía Mabel”.

Pero no sólo se trata de proveer de un canal, sino también de la información necesaria para navegar en medio de la compleja e imprevisible espacio temporalidad de la maternidad remota. Como señala Cecilia: “Por ser yo, tengo el teléfono del colegio, el del furgón, hasta el de la tía de mi hijo”.

Es notoria también la necesidad de establecer control sobre el lugar físico en el que se encuentran los hijos, esto se vuelve especialmente evidente, cuando la presencia de los hijos en el hogar es menos frecuente, lo que tiene relación con el ingreso a la adolescencia o edad adulta y por tanto también con el ingreso al Liceo o universidad. Como señala Fabiola: “Mi hijo de 16 años vive conmigo y le llamo para saber dónde está. Si mamá, ya voy llegando aquí en la esquina, me responde. Y si no responde, llamo a mi marido para que él lo llame”.

Microcoordinación

El teléfono móvil define la microcoordinación y el uso y apropiación realizado por la mujer en este aspecto, la convierte no sólo en la organizadora, sino también en la creadora de los ritmos por los que se rige la unidad familiar y esto ocurre desde el alba.

Se reconoce rápidamente la gestión del tiempo como un subtema, la que está dirigida a diversas actividades que van desde la coordinación del hogar, como es el caso de la manipulación de los residuos, hasta la salud de un miembro de la familia.

El uso de la alarma así como el rol del teléfono como organizador-calendario demuestran cómo la organización temporal es una actividad llevada a cabo por las mujeres, organización temporal en la que nuevamente adquieren relevancia las actividades ligadas a la educación de los hijos, en este caso, los distintos horarios de ingreso y de salida, así como alguna actividad específica relacionada con el colegio.

La salud de los seres queridos, también es organizada y cuidada a través del teléfono móvil, como son los horarios de los fármacos de los hijos menores cuando estos se encuentran enfermos o incluso cuando estos son mayores, alarmas para recordarles su tratamiento. Como menciona Fabiola en el caso de su madre insulino dependiente: “Mi mamá hace aproximadamente dos años, empezó con tratamiento de insulina. Entonces el teléfono ayuda mucho. ¿La insulina te la colocaste? Entonces llegamos a un acuerdo entre todas mis hermanas”.

La coordinación escolar así como la realización de tareas, constituyen un segundo subtema, considerando que las madres están presentes en la organización de todo el proceso educativo de los hijos. Así, existen actividades que conllevan una negociación temporal inmediata, distante y en movimiento, sólo realizables mediante el uso del teléfono móvil y que reemplazan el movimiento físico de la madre, así como el transporte de esta, es el caso del olvido de un material en el caso de Soledad: “Cuando se le olvida o le falta un material un material a mi hija, tiene 12 años, ahí me llama. Y yo voy a dejarlo”. Fabiola en cambio antes de trasladarse físicamente a los establecimientos educativos, para justificar inasistencias se comunica telefónicamente: “Me llaman del Liceo para ir a firmar atrasos y mi otro hijo que tengo que es hijo-nieto, tiene 6 añitos también. De repente cuando está enfermito y no puedo enviar el papel de inmediato, pero lo voy a dejar cuando él ya se siente como bien, ahí yo presento el papel”.

El dispositivo móvil reemplaza al diccionario y a la enciclopedia en un sentido tradicional, y es utilizado para buscar información para realizar tareas de los hijos o para que estos busquen información por sí solos. Como señala Marisol: “Que de repente, mandan

tareas del colegio y él para no usar el diccionario, porque uno antes buscaba el diccionario busca en el celular”.

Pérdida de límites

La pérdida de límites se expresa remite en este caso a la pérdida de los marcos habituales de uso y apropiación del teléfono móvil, en los que la mujer existe constante e intermitentemente en lo público y lo privado, lo personal y lo colectivo, el hogar y el trabajo, y que se representan en la propiedad y uso de varios aparatos así como el uso colectivo y no personal de estos.

En estos aparatos (dos y hasta tres), se distingue fuertemente una inclinación al uso vinculado a las actividades educativas de los hijos. En el caso concreto de Leonor, la relevancia de uno de los teléfonos, el que lleva “pegado al cuerpo”, es cualitativamente mayor que el dedicado para el uso de redes sociales, más ocasional. Este es, “el otro” teléfono.

Igualmente se distingue también una fuerte segmentación entre el teléfono personal y el teléfono que se utiliza para comunicarse con la familia: madres, hermanas, tías, etc. Nora, por ejemplo, señala que, “Yo llamo mucho, somos muchos hermanos y estamos todos pendientes de mi mamá, y la llamamos a cada rato porque está sola”, al igual que Eva, cuya madre padece Alzheimer, y quien mantiene el vínculo comunicacional de su madre con el resto de sus hermanos, sobre todo mediante el uso de fotografías.

A partir del uso del teléfono de forma colectiva, el aparato móvil personal tradicional, deja de serlo, al igual que en los casos anteriores, ambas formas de apropiación son femeninas (y verbalizadas y asumidas de esta forma), y en ningún caso masculinas. Es la mujer quien deja su aparatos a los hijos, para que estos jueguen o para que estos busquen información para alguna tarea. También es la madre quien provee de conexión a internet móvil a los hijos y quien también permite que los hijos utilicen su teléfono para que estos se comuniquen con amigos, cuando carecen de crédito para operar su aparato propio.

Conclusiones

La mujer cuidadora y la mujer vigilante, tan presente (y omnipresente), en este estudio, demuestra la vigencia de la mezcla de control y cuidado planteada por Vestby (1996) y una existencia en medio de la presencia sangrante o menguante definida por Gregg (2008).

La educación de los hijos, el centro educativo y las actividades educativas, constituyen un eje vital en la coordinación llevada a cabo por las mujeres, asumida como una tarea femenina y nunca masculina. El uso del teléfono móvil es vital e imprescindible para gestionar la vida cotidiana y de forma intensa y en tiempo real, a los hijos en particular con los horarios escolares así como el transporte

Y es el teléfono móvil en manos de la madre, el que permite coordinar y microcoordinar en tiempo real la vida cotidiana y nuevamente con un alto nivel de intensidad en todo lo relacionado con las actividades escolares. Es tal vez en este caso en el que con mayor fuerza se puede afirmar tal como señala Fortunati (2009), que los teléfonos móviles son sobre todo para las mujeres, herramientas estratégicas de labor social.

El teléfono móvil deja de ser un medio personal y se convierte en un medio colectivo en manos de los hijos, pero también el teléfono móvil es un medio colectivo en cuanto es el gran planificador y organizador de la vida familiar, que es liderada y ejecutada por las mujeres. La posesión y uso de más de un aparato, encuentra una sólida explicación no sólo en la necesidad de la mujer de convivir simultáneamente en el mundo público y privado, sino también entre las diversas relaciones sociales y espacios de demostración de afecto sino y también nuevamente, entre la educación de los hijos y el resto de las actividades.

Casi de forma transversal en todo el estudio, y consideramos que este es el gran hallazgo de esta investigación, es que se reconoce la existencia de un cordón umbilical que permea e influencia la vida de madres e hijos generando una forma de relación en la que la dependencia se extiende espacio temporalmente desde la infancia hasta la edad adulta, tal como señala Spungin (2006), antes los niños solucionaban sus problemas de forma independiente, ahora llaman a sus padres.

Bibliografía

- ADAMS, BARBARA (1995) *Timewatch: The Social Analysis of Time*, Polity Press, Cambridge.
- AGUADO, J. M.; MARTÍNEZ, I. J. y TORTAJADA, I. (2009) *Movilizad@s: mujer y comunicaciones móviles en España*. *Feminismo/s* 14, diciembre 2009, 15-34.
- ARNOLD, M. (2003) "On the Phenomenology of Technology: The 'Janus-faces' of mobile phones". *Information and Organization*, 13, 231-256.
- BODEN, D. & MOLOTCH, H., L. (1994) The compulsion of proximity. In *NowHere: Space, time and modernity*, eds. ROGER FRIEDLAND & DEIRDRE BODEN, pp. 257–286. Berkeley, University of California Press.
- BOURDIEU, P. (1999) *Contrafuegos*. Barcelona, Anagrama.
- BOURDIEU, P. y PASSERON, J.C. (2002) *La reproducción, Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*, Editorial Popular, Madrid.
- BOURDIEU, P. & WACQUANT, Loïc J.D. (1995) *Respuestas. Por una antropología reflexiva*, México, Grijalbo.
- CARDOSO, G.; GOMES, M. d. C.; ESPANHA, R. & ARAÚJO, V. (2007) *Mobile Portugal*. Lisbon: Obercom.
- CASTELLS, M.; FERNÁNDEZ-ARDEVOL, M.; QIU, M.; JACK, L. & SEY, A. (2007) *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- CHEN, Y.-F., & KATZ, J. E. (2009). "Extending family to school life: College students' use of the mobile phone". *International Journal of Human-Computer Studies*, 67(2), 179–191.
- CHESLEY, N. (2005) "Blurring Boundaries? Linking Technology Use, Spillover, Individual Distress and Family Satisfaction". *Journal of Marriage and Family* 67 (5): 1237–48.

- CHRISTENSEN, T., H. (2009) "Connected presence' in distributed family life". *New Media Society*, 11 (3): 433-450.
- CLAISSE, G. & ROWE, F. (1987) "The Telephone in Question on Communication". *Computer Networks and ISDN Systems* 24 (2-5): 209-19. `
- COLLIER, J. & COLLIER, M. (1986) *Visual Anthropology Photography as a Research Method* (revised and expanded). Albuquerque: University of New Mexico Press.
- CROWE, & MIDDLETON (2012) Women, Smartphones and the Workplace. Pragmatic realities and performative identities. *Journal Feminist Media Studies*, Volume 12, 2012 - Issue 4: 560-569.
- DE BARBIERI, T. (1993) "Sobre la categoría de género: una introducción teórico-metodológica". *Debates en Sociología* 18, 1993, p. 145-169.
- DE BARBIERI, T. (1990) *Público y privado o por dónde se mueven las mujeres*. Instituto de Investigaciones Sociales UNAM, (mimeo).
- COLTRANE, S. (2000): "Research on Household Labor: Modeling and Measuring the Social Embeddedness of Routine Family Work" en *Journal of Marriage and the Family*, 62, 4, 1208-1233.
- CURIEN & PERIN (1983) "La communication des ménages". *Futuribles* 71, 35-38.
- DOBASHI, S. (2005) The Gendered use of keitai in domestic context. In *Personal, portable, pedestrian: Mobile phone in Japanese life*, ed. M. ITO, D. OKABE, & M.MATSUDA, 219-36. Cambridge, MA: MIT Press.
- SABATER, C & FERNÁNDEZ, J. (2015) "No sin mi móvil. Diferencias de género y uso de las nuevas tecnologías". Vol 13, nº1. p-208-246.
- FISCHER, C. (1992) *American calling: A social history of the telephone to 1940*. Berkley, CA: University of California Press.
- FISCHER, C. (1988) "Touch someone": The telephone industry discovers sociability". *Technology and Culture*, 29 (1): 32-61.

- FORGAYS, D. K., HYMAN, I., & SCHREIBER, J. (2014). Texting everywhere for everything: Gender and age differences in cell phone etiquette and use. *Computers in Human Behavior*, 31, 314-321.
- FORTUNATI, L. (2009) Gender and the mobile phone, in *Mobile Technologies: From Telecommunications to Media*, eds. GERALD GOGGIN & LARISSA HJORT. Routledge. London/New York, pp. 23--34.
- FORTUNATI, L. (2012). "Women's Emotions Towards the Mobile Phone". *Feminist Media Studies*, 12 (4): 538-549.
- FRIEBEL, G. & SEABRIGHT, P. (2011) "Do women have longer conversations? telephone evidence of gendered communication strategies". *Journal of Economic Psychology* 32(3), 348–356.
- GREEN, N. (2002) "On the move: Technology. Mobility and the Mediation of Social Time and Space". *The Information Society: An International Journal*, 18 (4): 281-292.
- GREGG, M. (2008) "The normalisation of flexible female labour in the information economy". *Feminist media studies* 8 (3), 285-299.
- GLASER, B. y STRAUSS, A. (1967) *El desarrollo de la teoría fundada*. Chicago, Illinois: Aldine.
- HADDON, L (2000) 'Social Exclusion and Information and Communication Technologies: Lessons from Studies of Single Parents and the Young Elderly', *New Media and Society*, Vol.2, No.4
- HÄGERSTRAND, T. (1970) "What about people in regional science?". *Regional Science Association Papers*, 24 (1): 7–21.
- HAYDEN, D. (1984) *Redesigning the american dream: the future of housing, work, and family life*. New York: W.W. Norton.
- HARRIS, O. (1986) *La unidad doméstica como una unidad natural*. *Nueva Antropología* 30:199-222.

- HJORT, L. (2009) *Mobile media in the Asia Pacific: Gender and the art of being mobile*. London: Routledge.
- HJORTOL, R. J. (2000) "Same city – different options: An analysis of the work trips of married couples in the metropolitan area of Oslo". *Journal of transportation geography*, 8 (2000): 213-220.
- ITO, M.; OKABE, D. & MATSUDA, M. (2005) *Personal, Portable, Pedestrian: Mobile Phones in Japanese Life*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- KATZ, J. (2006) *Magic is in the Air. Mobile Communication and the Transformation of Social Life*, London: Transaction Publishers.
- KATZ, J. & AAKHUS, M. (2002) *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, and Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- KOPOMAA, T. (2000) *The City in Your Pocket: Birth of the Mobile Information Society*, Helsinki: Gaudeamus.
- KOPOMAA, T. (2002) "Mobile Phones, Place-centred Communication and Neo-community". *Planning Theory & Practice*, 3 (2): 241-245.
- KUSENBACH, M. (2003) "Street Phenomenology: The Go-Along as Ethnographic Research Tool". *Ethnography*, 4 (3): 455-485.
- KWAN, M-P. (2007) "Mobile communications, social networks, and urban travel: Hypertext as a new metaphor for conceptualizing spatial interaction". *The Professional Geographer*, 59 (4): 434-446.
- LANGE (1991) "The Berlin Telephone Study. An Overview". In Moyal, A. (ed.), *Research on the Domestic Telephone*. Melbourne: CIRCIT.
- LASÉN, A. (2006) "Lo social como movilidad: usos y presencia del teléfono móvil. *Política y Sociedad*, Norteamérica, 43, oct. 2006.
- LEMISH, D. & COHEN, A. (2005) "On the Gendered Nature of Mobile Phone Culture in Israel": *Sex Roles: A Journal of Research*, 52 (7-8): 511-521.

- LICOPPE, C. (2004) ““Connected” Presence: The Emergence of a New Repertoire for Managing Social Relationships in a Changing Communication Technoscape”: *Environment and Planning D* 22 (1): 135–56.
- LIM, S.S. (2014) Women “double work” and mobile media: The more things change, the more they stay the same. En G. Goggin & L. Hjorth (Eds.) *Routledge Companion to Mobile Media* (pp. 356-364). London: Routledge.
- LING, R. (1998) She calls, it’s for both of us you know’: the use of traditional fixed and mobile telephony for social networking among Norwegian parents: R&D Report 33/98. Kjeller, Norway: Telenor.
- LING, R. (2004) *The Mobile Connection: The Cell Phone’s Impact on Society*. San Francisco, CA: Morgan Kaufman.
- LING, R.; HADDON, L. & KLAMER, L. (2001) The Understanding and Use of the Internet and Mobile Telephone among Contemporary Europeans, Paper for the conference 'e-Usages', Paris, 12-14th June.
- LING, R., & YTTTRI, B. (1999) “Nobody sits at home and waits for the telephone to ring”: Micro and hyper-coordination through the use of the mobile telephone. *Perpetual Contact Workshop*, Rutgers.
- LING, R. & YTTTRI, B. (2002) Hyper-coordination via mobile phones in Norway. In KATZ, J. & M. Aakhus (Eds.), *Perpetual contact: Mobile communication, private talk, public performance* (pp. 139-169). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- LIVINGSTONE, S. (1992) The meaning of domestic technologies: A personal construct analysis of familial gender relations. In R. Silverstone & E. Hirsch (Eds.), *Consuming technologies: Media and information in domestic spaces* (pp. 113–130). London: Routledge.
- MARCUS, G. (1995) “Ethnography In/Of the Word System: the Emergence of Multi-Sited Ethnography”. *Annual Review of Anthropology* 24, 95-117.

- MASSEY, D. (1993) Power-geometry and a progressive sense of place. In Mapping the futures, local cultures, global change, eds. J. Bird, B. Curtis, T. Putnam, G. Robertson, and L. Tickner, pp. 59-69. London: Routledge.
- MOYAL, A. (1992) "The gendered use of the telephone: an Australian case study". Media, Culture and Society, 14, 51-72.
- MOYAL, A. (1989) The feminine culture of the telephone. Prometheus, 7 (1): 5-31.
- Perry, Mark, O'Hara, Kenton, Sellen, Abigail, Brown, Barry, and Harper, Richard. 2001. Dealing with mobility: Understanding access anytime, anywhere. Transactions on Computer Human Interaction 8(4):323-347.
- PLECK, J. (1977). The work-family role system. Social Problems, 24, 417-427.
- RAKOW, L. (1986) The telephone and women's talk: An ethnographic study. Paper presented at the Speech Communication Association Conference, Chicago.
- RAKOW, L. (1988) Women and the telephone: The gendering of communications technology. In KRAMARAE, C. (Ed.), Technology and women's voices (pp. 207-228). New York: Routledge & Kegan Paul.
- RAKOW, L. (1992) Gender on the Line: Women, the Telephone, and Community. Life, University of Illinois Press, Illinois.
- RAKOW, L. & NAVARRO, V. (1993) "Remote Mothering and the Parallel Shift: Women meet the Cellular Telephone". Critical Studies in Mass Communication, 20 (3): 144-157.
- RIZZO, S. (2008) "The Promise of Cell Phones From People Power to Technological Nanny. Convergence". The International Journal of Research into New Media Technologies. Vol 14(2): 135-143.
- SABATER, C. y BINGEN, J. (2015). "No sin mi móvil. Diferencias de género y uso de las nuevas tecnologías". Icono, 14(13), 208---246.
- SCHWANEN, t. & KWAN, M.P. (2012) The Internet, mobile phone and space-time constraints. Geoforum 39 (2008) 1362-1377.

- SCOTT, Joan W. (1986) "Gender: A Useful Category of Historical Analysis", *American Historical Review*, 91:1053–1075.
- SECCOMBE, W. (1980) "Domestic labour and the working-class household", en B. Fox (ed.) *Hidden in the household, women's domestic labour under capitalism*. Toronto, The Women's Press.
- SHELLER, M. & URRY, J. (2006) "The new mobilities paradigm". *Environment and Planning A* 38 (2): 207 – 226.
- SMOREDA, Z. & LICOPPE, CH. (2000). Gender-Specific Use of the Domestic Telephone. *Social Psychology Quarterly*, Vol. 63, No.3, pp. 238-252.
- SPUNGIN, P., 2006. Family and relationships: the influence of the mobile phone on the family. *The Carphone Warehouse*, 27–34.
- SREEKUMAR, T.T. (2011) "Mobile Phones and the Cultural of Fishing in Kerala, India". *Information Society* 27 (3):172-180.
- TACCHI, J; KITNER, R. & CRAWFORD, K. (2012) "Meaningful mobility: Gender, development and mobile phones". *Feminist Media Studies*, 12 (84). 528-537.
- TOWNSED, A. (2000) "Life in the real-time city: mobile telephone and urban metabolism" *Journal of urban technology* 7 (2): 85-104.
- VESTBY, G.M. (1996) Technologies of autonomy?: Parenthood in contemporary Modern times. In LIE, M. and SORENSEN, K.E. *Making technologies our own: Domesticating technology into everyday life.* pp. 65 – 90. Oslo, Scandinavian University Press.
- WAJCMAN, J. (1991) *Feminism Confronts Technology*. Cambridge, UK: Polity Press.
- WACJMAN, J.; BITTMAN, M. & BROWN, J. (2008) "Families without Borders: Mobile Phones, Connectedness and Work-Home Divisions". *Sociology* 42 (4): 635-652.
- WANG, C., & BURRIS, M. (1997) "Photovoice: Concept, methodology, and use for participatory needs assessment". *Health Education and Behavior*, 24, 369-387.

WEI, R. & LO, V.-H. (2006), 'Staying connected while on the move: Cell phone use and social connectedness.'. *New Media & Society* 8 (1) , 572.

WINNICOTT, D. (1975). Transitional objects and transitional phenomena. In: *Through paediatrics to psycho-analysis* (p. 229-242). London: Hogarth Press. (Original work published 1953)

YOON, K. (2003) “Retraditionalizing the mobile: young people’s sociality and mobile phones use in Seoul, South Korea”. *European Journal Studies*, 6 (3): 327-343.

Narradores 2.0: El Transmedia como herramienta creativa para dar vida a experiencias inmersivas (Work in Progress)

Storytellers 2.0: Transmedia as a creative resource for immersive experiences (Work in Progress)

Guillermo Pereira Miranda
Estudiante de Magíster en Comunicación Creativa
Universidad Católica de la Santísima Concepción
hola@guipereira.cl

Abstract

Storytellers are living in a highly digitalized world, where audiences are more demanding than before. If creators want to bring new and creative products they must look for new ways of being effective when delivering their messages. At this point it arises the Transmedia Storytelling. This technique has been boosted these last decades by the film industry in order to offer immersive experiences. In our country is still an unknown way of telling stories, but with a great potential to discover.

This project has a special focus on young authors that are both creators of good stories and early adopters. This special characteristic makes them eager to use, with no fear whatsoever, new or underexplored techniques for delivering fresh and creative stories. The main goal here is to approach to this group of creators and show them the transmedia in an easy way, with clear examples of its implementation and the stages that they must considerate when generating a native transmedia project. This process has special and sometimes different features compared to a plain-text book writing or to a screenwriting for TV. As a complement to the just exposed focus, this project wants to show in detail the importance of knowing the audiences in depth and who are the new actors involved in a creative team behind a transmedia project.

Keywords: *Transmedia, storytelling, creativity.*

Resumen

Es un hecho que los narradores de hoy en día se encuentran en una era digital donde las diferentes audiencias son mucho más exigentes que antes y por tanto, si desean destacar y dar vida a productos creativos, deben buscar nuevas maneras de entregar un mensaje efectivo. Aquí es donde se plantea el uso de las Narrativas Transmedia. Esta técnica narrativa, impulsada los últimos años por la industria cinematográfica para brindar experiencias inmersivas, es un tanto desconocida en nuestro país y por ello, poco utilizada, pero con un gran potencial.

Este proyecto tiene un foco especial en los jóvenes autores que además de crear contenido narrativo, son *early adopters* (o “consumidores tempranos”) y no temen en utilizar técnicas nuevas o poco exploradas para transmitir una historia. La intención es lograr llegar a este nicho de creadores y presentarles el Transmedia de manera fácil y amigable, con claros ejemplos de su ejecución y las etapas que deben tener presentes al momento de generar un contenido transmedial nativo. Este proceso difiere en algunos puntos claves frente al proceso de escritura de un libro convencional o del desarrollo de un guión para TV, por citar dos ejemplos. Como complemento a lo anterior, también se detallará la importancia de conocer a la audiencia a fondo y quiénes son los nuevos actores que vienen a ser parte fundamental de un equipo creativo de trabajo tras un proyecto transmedial.

Palabras clave: Transmedia, narrativa, creatividad.

En búsqueda de una experiencia enfocada al fomento lector

El atraer a nuevos públicos a la lectura parte por determinar estrategias creativas que salgan de lo que común y que obedecen a actividades donde el público es un mero espectador. La clave está en el involucramiento, en generar un *engagement* con el grupo objetivo, apelando principalmente a su curiosidad por una nueva manera de consumir historias. Si bien podrían existir diversas soluciones al problema de los bajos niveles de lectura en el país, el uso de las Narrativas Transmedia (que se definirá a continuación) se ve

como una técnica interesante de explorar y que puede garantizar un efectivo acercamiento a la audiencia, dadas sus particulares características. En primera instancia, han sido muy pocos los proyectos transmedia que han visto la luz en el país, lo que se debe principalmente a la falta de conocimiento por parte de los autores y profesionales de este recurso. Sumado a lo anterior, tenemos que los proyectos de esta índole han sido gestados en la capital y ninguno en la Región del Biobío, por lo cual tomaría mayor relevancia a nivel local el contar con una iniciativa de naturaleza novedosa en el ámbito del libro y la lectura. Por último, se ha estudiado que el ofrecer una buena experiencia de usuario es vital para que un producto o servicio sea exitoso. En ese sentido, el uso del transmedia ofrecería una oportunidad de innovar y diseñar una adecuada experiencia de usuario para cada proyecto desde su concepción.

Garrett (2011: p. 6) define la experiencia de usuario como la experiencia que un producto crea para un usuario que se relaciona con él en la vida real. Además agrega que la experiencia de usuario se trata de cómo funcionan dichos productos o servicios en el exterior, en el momento que las personas entran en contacto con él. El uso del transmedia tiene la intención de ser una novedad en cuanto al interactuar con un producto dado, en este caso, un universo narrativo que se expondrá en diversos medios, lo que finalmente se traduce en un interés mayor por parte de la potencial audiencia de un proyecto de esta naturaleza.

Conversemos sobre Transmedia

La primera vez que se habló del Transmedia Storytelling (Narrativas Transmedia) fue en el año 2003, cuando Henry Jenkins envió un artículo a la MIT Technology Review. Este académico no hizo más que unir piezas de lo que ya se había estado haciendo en la industria creativa y proyectar a futuro lo que comenzaría a suceder en el área de las comunicaciones, formándose una nueva manera de narrar llevada a cabo mediante el proceso que describe como la convergencia de los medios. Además, Jenkins expresó en ese entonces que necesitábamos un nuevo modelo de co-creación en vez de una adaptación de los contenidos ya existentes para otros medios. Fue muy crítico con lo que en ese entonces se estaba realizando en cuanto a narrativas, sin dejar de destacar el trabajo de grandes

franquicias que supieron ir expandiendo sus universos como Star Wars, Indiana Jones o The Matrix. Así, podemos definir las Narrativas Transmedia como un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión (Scolari, 2013: 46).

Comenzando un proyecto transmedia

Robert Pratten, autor del libro *Getting Started in Transmedia Storytelling*, establece que hay cinco preguntas para comenzar un proyecto transmedia:

1. ¿Cuál es la historia que quiero contar?
2. ¿Cómo quiero entregar esta historia?
3. ¿Qué tipo de participación de la audiencia quiero o necesito?
4. ¿Cómo la participación de la audiencia afectará a la historia con el transcurso del tiempo?
5. ¿Cuánto se basa en el mundo real vs el mundo ficticio? (Pratten, 2011: 10)

Es necesario definir, que para efectos de este estudio, se excluirán dentro de las narrativas transmedia las obras que obedezcan solamente a adaptaciones o traducciones intersemióticas. O sea, a las traducciones de un sistema de significación a otro (de libro al cine, cómic al videojuego, etc) que mantienen la historia o arco argumental sin mayores alteraciones.

Dentro de las Narrativas Transmedia, hablamos de la expansión del universo narrativo, donde cada medio es un fragmento que aporta a la historia, aportando con lo mejor de él. La suma de todas estas partes es más satisfactoria que la suma de sus partes. Pratten, en su libro, nos da los siguientes ejemplos de extensiones y desarrollo de historias existentes, para complementar un universo narrativo. Entre ellos nos menciona:

- Mantener locaciones y personajes pero crear una precuela o secuela.
- Mantener locaciones y período de tiempo pero realizar un spin-off de uno o más personajes secundarios creando su propia historia.

- Mantener el período de tiempo y personajes pero explorar nuevas locaciones o situaciones.
- Tomar los personajes actuales y ubicarlos en nuevo tiempo y lugar.

El transmedia “nativo”

Grandes producciones como Star Wars, nacieron como obras monomediáticas que, ante la respuesta de las audiencias, se fueron expandiendo de manera progresiva hacia otros medios, dando paso a una franquicia transmedia. A medida que estas estrategias han comenzado a rendir frutos, las grandes marcas se han sentido con menos incertidumbre al momento de invertir en proyectos de este tipo. Esto se debe a la proliferación de las productoras dedicadas a las estrategias que convergen los medios y que anteriormente trabajaban con una mirada distinta. Scolari, menciona en su texto que los productores y guionistas deben pensar en transmedia desde el primer momento que se crea un universo narrativo. “Cada vez más los creadores televisivos, cinematográficos o de videojuegos deben generar historias con un ojo puesto en sus desarrollos futuros en las otras plataformas y medios” (Scolari, 2013: p. 43), indica. De allí viene el concepto de Transmedia Nativo, el cual consiste en no tan solo entregar una historia cerrada, sino crear un mundo que, manifestado a través de diversas plataformas entregue una real experiencia, y que fundamentalmente sea planificada como tal desde su concepción. Costa Sánchez al respecto menciona que los proyectos de esta naturaleza que han visto la luz en la actualidad no han sido dirigidos a grandes audiencias (siguen siendo de nicho) y que es importante no disminuir los niveles de interacción con las audiencias “que estén interesadas en nuevos niveles de lectura, de profundidad y de ‘contacto’ con la historia” (Costa Sánchez, 2013: p. 564).

Phillips, por su parte, es enfática en cuanto a la importancia de los fragmentos por los cuales se compone una producción transmedia, y que significa una importante diferencia frente a estrategias de multimedios. El proyecto puede sostenerse en un medio troncal que sea el que entregue mayor contenido, pero que no entregará la experiencia completa por su cuenta.

La importancia de conocer a fondo a la audiencia

El trabajo de planificación de un proyecto de esta naturaleza, como ya se ha visto, tiene directa relación con las audiencias a las cuales va dirigido. Dicho esto, es menester tener un conocimiento total del público objetivo más allá de sus características demográficas y geográficas, sino también de sus características psicográficas y sus perfiles mediáticos/tecnológicos.

Una de las ventajas más importantes que posee la narrativa transmedia, es que cada medio puede atraer a un segmento diferente de mercado, lo cual lleva a que cada pieza se convierta en una puerta de entrada al mundo narrativo creado. El saber diferenciar cada tipo de segmento de mercado y asociarlo a un medio específico es parte del análisis que se debe hacer en la etapa de modelación de la experiencia transmedia, así como también el cómo, cuándo y dónde estos usuarios interactuarán con dichas plataformas. Por otro lado, no hay que subestimar a los públicos presentes el día de hoy, en especial a los nativos digitales, ya que como comenta Scolari “las audiencias están capacitadas para lidiar con textualidades extremadamente complejas” (Scolari, 2013: p. 70). Es por ello que los esfuerzos deben ir orientados a que esta audiencia no solo logre formar un fuerte interés con la historia detrás de nuestro proyecto transmedia, sino también formen un lazo con la experiencia vivida.

La participación de la audiencia es un punto crítico dentro de un proyecto transmedia, ya que permite la aparición de los “prosumidores” (consumidores y productores a la vez, concepto introducido con más fuerza por Alvin Toffler en 1980), quienes forman una pieza más dentro de la fragmentación de medios y contribuyen de manera positiva (en la mayoría de los casos) a la expansión del universo narrativo.

Phillips hace una observación interesante con respecto de las audiencias, y en particular, a los “fanáticos” (pequeño porcentaje de la audiencia que está más fidelizado que el resto): “Entusiasmar a tus fans los vuelve contagiosos” (Phillips, 2012: p. 112). Con esto nos damos cuenta que no solo debemos crear contenido para llamar a nuevos seguidores, sino que también debemos esforzarnos constantemente en mantener cautivos a

los fanáticos que ya poseemos, quienes finalmente contribuirán a lograr un mayor alcance gracias a su entusiasmo y sus redes personales.

Ahora, ¿cómo construimos el universo narrativo?

Una vez tenemos clara la historia que queremos entregar y cuál es nuestra audiencia objetivo, viene el momento de construir el universo sobre el cual se sustentará el proyecto en su totalidad. La construcción de mundos o Worldbuilding tiene como objetivo transmitir eficientemente la información sobre el tiempo, lugar, tono de tu historia, personajes, arcos argumentales, puntos de contacto con la audiencia, etc. El Worldbuilding es un nivel de entrada a la narrativa transmedia y puede ser realizado incluso con pocos recursos económicos, como en el caso de un sitio web que complementa un film indie (Phillips, 2012: p. 45).

El mundo se escapa del foco de la visión de solo un creativo y aún así la consistencia debe mantenerse. Aquí entra en juego la denominada Biblia del Proyecto. La idea es estar seguro de que los equipos de creadores que puedan no estar en comunicación directa, se encuentren sin embargo en la misma página. Como mínimo, la biblia debe incluir quiénes son los personajes principales y sus características, además de un sumario del argumento a nivel general. En el mejor de los casos, es una referencia enciclopédica para todo sobre la historia y el mundo donde se encuentra. Se debería incluir:

- Cada pedazo de información específica del mundo de la historia: Mapas, descripciones de locaciones, perfiles colectivos, árboles genealógicos y guías de la fauna, por ejemplo.
- Un índice de cada pieza que existirá en la producción, y dónde encontrarla. Deben ser listadas las apariciones en los diversos medios y su relación con la historia global, qué personajes aparecen en cada una y un resumen del argumento.
- Una línea de tiempo que incluya los eventos más significativos en el universo narrativo y qué períodos de tiempo son cubiertos con qué fragmentos de medios.

- Secretos y revelaciones. La biblia debería incluir cada hecho importante, sin importar cuán secreto sea para la audiencia, ya que la omisión de este tipo de información puede afectar a las decisiones creativas sobre la marcha.
- Material visual de referencia.

Nuevos actores detrás de un proyecto transmedia

Considerando al equipo de trabajo ideal descrito por Pratten y citado en el libro de Scolari (el cual considera al Productor Ejecutivo, Director Creativo, Director de Marketing y Community Manager, todos ellos presentes en cualquier tipo de proyecto multimedial), se hará hincapié especial en tres nuevas figuras exclusivas de una estrategia transmedia.

El primero de ellos es el Productor Transmedia, cargo oficializado por la PGA (Producers Guild of America) y viene siendo uno de los cargos más relevantes dentro de un proyecto de este tipo. Según Scolari, es “la figura central de un dispositivo de creación. Es el encargado de coordinar los diferentes equipos de trabajo, diseñar las expansiones y gestionar el desenvolvimiento del mundo narrativo” (Scolari, 2013: p. 104).

El segundo actor es el Guionista, pero al hablar de transmedia, nos encontramos con que se debe considerar una aptitud especial para este profesional, que significará una diferencia sustancial al momento de crear contenido para un proyecto de esta naturaleza: el escribir pensando en la experiencia de usuario. En las Narrativas Transmedia, entonces, el guionista es un verdadero Guionista Orientado a la Experiencia. Este concepto se relaciona directamente con la idea de “pensar en transmedia” que deja en claro la importancia del contexto en el cual la historia (o un fragmento, para ser más específico) es consumida por la audiencia. El guionista ahora debe tener un entendimiento del “cómo, cuándo, dónde y porqué” de la audiencia antes del desarrollo de un guión original para una pieza específica. En definitiva, el Guionista Orientado a la Experiencia debe escribir considerando de manera previa dos aspectos fundamentales:

1. El contexto específico de un participante de la audiencia, respondiendo a las siguientes interrogantes: ¿Quién es mi audiencia?, ¿Por qué consumirá este fragmento?, ¿Cuándo consumirá este fragmento?

2. El medio en el cual será consumido el fragmento, respondiendo a: ¿Cómo consumirá este fragmento? ¿En qué lugar se encontrará al hacerlo?

Ciertamente el tener presentes estas variables pueden influir directamente en cómo se desarrollará tanto a nivel literario como narrativo nuestros arcos argumentales. De esta manera, se garantiza uno de los objetivos principales de este tipo de narrativa, que es lograr el involucramiento esperado por los receptores.

Por último, nos encontramos con el Continuity Manager (Gestor de Continuidad), un rol que si bien no está oficializado por ninguna entidad, sí es completamente válido al momento de conformar un equipo transmedia, por la importancia de su labor. En pocas palabras, hablamos de un profesional que actúa como un enlace entre los diferentes equipos creativos para asegurarse que no habrá conflictos significativos en cuanto a continuidad durante la producción de un proyecto transmedia (Phillips, 2012: p. 114). Según la PGA, esta es una de las tantas labores que debe cumplir el propio Productor Transmedia, pero dado que estamos hablando de proyectos que desde su concepción cuentan con muchas mentes creativas actuando, el individualizar a un profesional especialmente dedicado al tema de la continuidad, es algo que no es descabellado considerar. Phillips, en su texto, menciona que en proyectos grandes puede haber perfectamente un equipo de varios Continuity Managers. El Continuity Manager debe velar por:

- Tener un completo conocimiento del o los arcos argumentales que componen el proyecto de NT, en ese sentido, este profesional debe trabajar muy de cerca con el Productor Transmedia.
- Estar atento a las sugerencias de modificaciones de la biblia por parte de los equipos creativos y aprobarlas o rechazarlas.
- Entenderse directamente con los guionistas de los diversos equipos creativos e informar oportunamente de errores de continuidad.
- De manera opcional, formar parte de la construcción de la biblia del proyecto desde su concepción.

Proyecciones

Esta investigación, actualmente en curso, busca seguir indagando en las tres variables de mayor relevancia dentro de este tipo de narrativa: historia, audiencia y tecnologías (las cuales juntas, dan paso a la experiencia). Estos elementos, al dominarse, se pueden aplicar no solo en el ámbito del fomento lector, sino también en el área de las comunicaciones en general: publicidad, periodismo, entretenimiento, etc. Además, ya que la técnica narrativa no se ha desarrollado de manera exhaustiva en nuestro país, los resultados y hallazgos pueden ayudar a contribuir a la generación de nuevos modelos y metodologías para cualquiera de las etapas de producción de un proyecto transmedia.

En el marco del proyecto de Magíster, lo que sigue a continuación es seguir explorando y agrupar las tecnologías que pueden ser útiles para un proyecto transmedia, así como la aplicación de transferencia de conocimiento hacia jóvenes autores y productores de la región del Biobío. Esto se hará a través de talleres y charlas sobre este fascinante tema.

Bibliografía

- Scolari, C. A. (2013). Narrativas Transmedia: Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto.
- Phillips, A. (2012). A Creator's Guide to Transmedia Storytelling. New York :McGraw-Hill Education.
- Pratten, R. (2011). Getting Started in Transmedia Storytelling : A Practical Guide for Beginners. Scotts Valley: Createspace.
- Jenkins, H. (2008). Convergence Culture, La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Toffler, A. (1980). La Tercera Ola. Bogotá: Círculo de Lectores.
- Costa Sánchez, C. (2013) Narrativas Transmedia Nativas: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. Historia y Comunicación Social. Vol. 18. Nº Especial Diciembre. Págs. 561-574.
- Garret, J. J. (2011). The Elements of User Experience, Second Edition. Berkley, CA: New Riders.

**EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
(TIC) Y EL EJERCICIO DE CIUDADANÍA DE LAS PERSONAS CON
DISCAPACIDAD: SISTEMA DE VIGILANCIA IMPLEMENTADO POR LA
ASOCIACIÓN PRO DERECHOS HUMANOS (APRODEH)**

***The use of information and communication technologies and the
exercise of citizenship rights of people with disabilities: a
surveillance system implemented by the Human Rights
Association (APRODEH)***

Ángel Jesús Rodríguez Torres
Universidad Nacional Federico Villarreal
rodrigueztorresangel@gmail.com

Summary

In Peru there are 1'575,402 people with some type of disability -this is equivalent to 5.2% of the total population and have in common, beyond the condition, the situation of vulnerability. How to reverse this situation? Can communication contribute something to the achievement of a more equitable society? What are the tools that can be enforced people with disabilities? This presentation will show an experience that aims to advance and outline answers to these questions.

Keywords: *ICT, citizenship, people with disabilities, human rights and communication for social change.*

Resumen

En el Perú existen 1'575,402 de personas con algún tipo de discapacidad –esto equivale al 5,2% de la población total- y tienen en común, más allá de la condición, la situación de vulnerabilidad. ¿Qué es lo que entendemos por ciudadanía? ¿Cómo se entiende ese término bajo la condición de las personas con discapacidad? ¿Son las personas con discapacidad ciudadanos y ciudadanas no solo formales sino de hecho? En esta presentación

mostraremos una experiencia que pretende avanzar y esbozar respuestas a estas interrogantes.

Palabras clave: TIC, ciudadanía, personas con discapacidad, derechos humanos y comunicación para el cambio social.

Metodología

La metodología empleada en el presente trabajo de investigación es de tipo cualitativa porque buscamos reconocer los impactos que vienen generando el uso de las TIC, las percepciones y valoraciones. La herramienta metodológica que se utilizó para recabar información es la entrevista en profundidad semiestructurada, definiéndola, en palabras de Goode y Hatt, como el cimiento sobre el cual se levantan todos los demás elementos, ya que se trata de la fase en que se reúnen datos (1994, p. 228), por tanto se le planteó una serie de preguntas a 10 de los 21 denunciantes que registraron sus casos de agosto de 2013 a diciembre de 2014.⁴⁵ Las entrevistas se realizaron de manera presencial por espacio de una hora, aproximadamente. En todos los casos que se presentaron para esta investigación, los y las entrevistados aceptaron que sus casos sean públicos.

Asimismo, se aplicó la observación participante con el fin de conocer más a las personas vinculadas a la investigación, y así entender, desde su cotidianidad, cómo se desenvuelven las personas con discapacidad. Para efectos de la ponencia presentaremos dos casos que permiten ilustrar de mejor forma los propósitos que nos trazamos en la investigación.

45

Cabe precisar que se registraron 55 denuncias durante el periodo en mención, 21 de las cuales se registraron por la plataforma virtual y las otras se realizaron de forma presencial. La entrevista a diez denunciante se debe a que en los demás casos hubo personas intermediarias, es decir, familiares que registraron la denuncia por los agraviados.

Marco teórico

La investigación parte de la constatación de concebir a las personas con discapacidad como uno de los sectores poblacionales más vulnerados en nuestro país. Ellos y ellas representan el 5,2% (INEI, 2012) de la totalidad de peruanos y peruanas. La Primera Encuesta Nacional Especializada sobre Discapacidad (ENEDIS) realizada en el 2012, arroja otros datos como que el 38,2% señala que no puede acceder a servicios de salud; 76,8% pertenece a las personas económicamente inactivas; y el 22,3% no puede acceder a educación. Sobre la base de ese panorama vale preguntarse:

1. ¿Qué es lo que entendemos por ciudadanía?
2. ¿Cómo se entiende ese término bajo la condición de las personas con discapacidad?
3. ¿Son las personas con discapacidad ciudadanos y ciudadanas no solo formales sino de hecho?

Ciudadanía de la persona con discapacidad

Sosteniendo la noción de ciudadanía de T.H. Marshall (1998), en donde se define a ésta como un status que se concede a los miembros de pleno derecho en una comunidad. Sus beneficiarios son iguales en cuanto a derechos y obligaciones que esto implica (pág. 37).

En este marco, la ciudadanía en el siglo XXI es vista como un proceso social de consolidación social que se ejerce y se ha ido concretando progresivamente desde una perspectiva cualitativa de cambio social. Los llamados derechos civiles y políticos son tan importantes como los derechos sociales, bajo esta lógica, el Perú se hace parte de una serie de países que suscribieron la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad, promovida por las Naciones Unidas en el año 2006, el cual define su razón de ser en su artículo 1:

“El propósito de la presente Convención es promover, proteger y asegurar el goce pleno y en condiciones de igualdad de todos los derechos humanos y libertades fundamentales

por todas las personas con discapacidad, y promover el respeto de su dignidad inherente.” (p. 4).

Si bien hay un marco legal establecido internacionalmente y que, en consecuencia genera obligaciones al estado peruano, la investigación constata a través de datos históricos e institucionales la marginación que han sufrido las personas con diversidad funcional y por tanto la débil o nula participación activa de ellos mismos frente a sus necesidades a la actualidad.

El modelo social de la discapacidad

La discapacidad ha sido estudiada desde diversos enfoques, que van desde el modelo de prescindencia –y de él se desprenden los submodelos eugenésico, marginación y el rehabilitador-. Una perspectiva se ha venido desarrollando a medida que se contempla la diversidad y se estudia la amplitud del contexto, involucrando a la sociedad dentro de lo que significa ser una persona con diversidad funcional en el mundo contemporáneo: el enfoque social de la discapacidad.

Los autores que sostienen este modelo, señalan que “no son las limitaciones individuales las raíces del problema, sino las limitaciones de la propia sociedad, para prestar servicios apropiados y para asegurar adecuadamente que las necesidades de las personas con discapacidad sean tenidas en cuenta dentro de la organización social” (Palacios, 2008), y es en ese sentido que la concepción de la diversidad funcional no es vista como una característica individual sino como una conjunción de barreras sociales que impiden y/o limitan a la persona con alguna deficiencia, desarrollarse en mejores condiciones.

Para Jiménez (2008), bajo este modelo “las personas con discapacidad toman las riendas de sus propias vida y se da una ruptura con la idea de que el problema es la persona, para centrarlo en su entorno” (2008). Es así que la palabra autonomía va cobrando mayor vigor y se transforma en un pilar fundamental para la lucha por el desarrollo de las personas con diversidad funcional en igualdad de condiciones, con medidas de ajustes y adaptabilidad, procurando que ésta se desenvuelva en los diferentes planos de su vida con la mayor libertad posible.

Este enfoque se encuentra íntimamente relacionado con la asunción de los valores intrínsecos a los derechos humanos: dignidad, igualdad y libertad (Victoria, 2013, p. 817). El modelo social se centra en la dignidad del ser humano y después (y solo en caso necesario) en las características de la persona.

Conforme a esta perspectiva se empieza a ver a las personas con discapacidad como sujetos de derechos. Para lograrlo, el modelo centra su atención en la eliminación de cualquier tipo de barrera, impulsando la accesibilidad universal en todos los espacios de la vida social y personal, promoviendo la inclusión social de las personas con discapacidad, para dejar atrás medidas paternalistas como mecanismos normalizadores.

TIC y discapacidad: Una experiencia de inclusión desde la Asociación Pro Derechos Humanos

La concepción de una sociedad integrada de personas con diversidad funcional y el desarrollo las Tecnologías y la Comunicación (TIC), entendidas como indicadores de progreso social en el marco de la apuesta de ciudadanía conllevó a la Asociación Pro Derechos Humanos implementar el Sistema de Vigilancia como parte del proyecto “Ciudades Inclusivas” financiado por la International American Foundation (IAF), que, entendiendo la situación de las personas con discapacidad, surge como parte del emprendimiento la plataforma virtual denominada “Sistema de vigilancia”, el cual tenía como objetivo ser una herramienta que registra las denuncias sobre violaciones y/o incumplimientos a los derechos del colectivo con discapacidad.

La plantilla estuvo registrada en la página web institucional, la cual estaba construida en formato accesible para que personas con discapacidad visual que usen lectores de pantalla tales como JAWS, NVDA, entre otros, puedan navegar con facilidad.

La ficha estaba compuesta por quince ítems que comprendían desde los datos generales del o la denunciante, hasta el tipo de derecho que el agraviado consideraba se le había negado. Los campos una vez completados con la información requerida quedaban registrados si, como medida de seguridad, se digitaba el código catpcha que era el filtro ante la base de datos.

La primera entrevistada fue Sonia Povis Medina, abogada y persona con discapacidad visual, quien registro su denuncia en la plataforma virtual el 28 de octubre del 2013:

“En las mañanas, al intentar tomar la movilidad para ir al trabajo, las unidades de transporte no me recogen y en algunas ocasiones subo a la fuerza con el riesgo de caerme. Ya me ha pasado. El paradero donde siempre tomo los microbuses es la esquina de Av. Raúl Ferrero y la Av. La Alameda del corregidor del distrito de La Molina”.

La segunda entrevistada fue Milagros Irene Ruiz Cordero, comunicadora y persona con discapacidad motriz, registró su denuncia el día 6 de marzo del 2014. Ella denunció su caso ante el sistema de vigilancia de la siguiente manera:

“Tras ver un anuncio en el que se decía que todos los buses del Metropolitano eran accesibles, subí a un alimentador en Puente Piedra cargada por usuarios. El bus no tenía espacio para pcd y no había cinturón así que coloqué el freno de mi silla de ruedas pero en una maniobra del chofer, salí volando y me golpeé contra el tubo que sostiene el pasamano. La silla me cayó encima. Cuando llegué a la Estación Central me negaron atención médica e inclusive me llamaron "ignorante" los responsables de atención al cliente del Metropolitano”.

Ambos casos fueron considerados por las mismas denunciantes como discriminación e inaccesibilidad al transporte público.

Al consultarle a Sonia y a Milagros si tuvieron alguna complicación al momento de denunciar en la web, indicaron:

“La verdad, el único problemita fue al final. Necesité ayuda de una amiga para colocar el código captcha porque el Jaws no lo leía pero luego todo ok. Yo sola pude llenar todos los campos. No tuve más problemas con eso” (Sonia).

“No. No tuve ningún inconveniente” (Milagros)

Esta diferencia en cuanto a los inconvenientes, más allá de la discapacidad de las entrevistadas, construye la idea de acondicionar la accesibilidad en la web. El código de seguridad era una característica que dificultó, en el caso de Sonia en su situación de ceguera, el final de su registro.

Al consultarles por la importancia que tienen las TIC en su vida cotidiana,

“Bueno, una de las mayores que tenemos las personas con discapacidad sensorial, como es mi caso, es el acceso a la información, tanto visual como auditiva; y en ellos más se agudiza por la comunicación. La tecnología nos permite reducir esa brecha de acceso entre los que tenemos y los que no tienen dificultades para acceder a ello. Es importante que las personas con discapacidad conozcamos las tecnologías y las diferentes formas de acceder. Internet ahora es fundamental. Si una persona con discapacidad sabe de tecnología e ingresar a la web, se le abre la posibilidad de capacitarse y eso permite su empoderamiento”. (Sonia)

“Uy, son muy importante. Me han ayudado a mejorar mi calidad de vida. Me han ayudado a hacer visible como pcd y ayudar a otro también y, en cierta forma, me han dado un oficio”. (Milagros)

Recogiendo lo dicho por las entrevistadas, nos percatamos que las Tic, a medida que influyen más en sus actividades cotidianas, son transversales a todos los aspectos que configuran la ciudadanía en tanto al goce efectivo de derechos tales como la accesibilidad a espacios y transporte, educación, trabajo, etc. Siendo estos componentes importantes de un todo complejo, una herramienta que las entrevistadas consideran como válida, la plataforma web, les permite avanzar hacia un empoderamiento, como lo señaló Sonia, es decir que se fortalecen las capacidades que por las barreras sociales les dificultaron el camino.

Ahora, resulta interesante el caso de Milagros cuando comenta que las Tic le han dado calidad a su vida y hasta le han permitido hacerse de un oficio, porque transforman las tecnologías, las adaptan a sus necesidades y con eso se generan hasta una forma de conseguir dinero y ser independiente económicamente.

La entrevista consultó sobre el significado de las Tic para ellas y la utilidad que para ellos tuvo el sistema de vigilancia:

“Claro que sí porque se visibiliza todas estas vulneraciones a nuestros derechos y por sobre todo, acompaña y orienta los casos para saber qué debemos hacer, a dónde acudir, para que no se nos vuelva a maltratar. Creo que si las personas con discapacidad de diversas regiones supieran de este herramienta, la posibilidad de que seamos menos discriminados, maltratados, sería menor ya que la gente sabría que pueden ser escuchados” (Sonia)

“Es muy importante ya que sirve como un espacio donde las pcđ pueden levantar su voz ante aquello que se le vulnera y luego que se les respeta” (Milagros).

Atendiendo a lo señalado como respuestas, tanto para las Tic como para el sistema de vigilancia, entendidos en relación todo-parte, vemos que la plataforma ha sido utilizada y sus resultados han satisfecho a las denunciantes resaltando la necesidad de que se comunique la existencia de esta herramienta. Otro punto que se señala es que el sistema puede aportar también al rol de acompañamiento, como lo señala Sonia.

En ambas entrevistas se les consultó primero si consideraban que las personas con discapacidad eran ciudadanas plenas a lo cual indicaron:

“Considero que es algo alejado a nosotros. Podemos tener la Ley sobre nuestros derechos pero aún el Estado ni la sociedad buscan formas de involucrarnos en los aspectos decisivos. Los estereotipos y prejuicios que tiene la sociedad para nosotros hace que se haga más difícil llegar a la condición plena de ciudadanía” (Sonia).

“Por escrito si pero en la realidad, no” (Milagros).

La idea que se desprende de las declaraciones de las entrevistadas es que la ciudadanía para ellas en su condición de personas con discapacidad se queda en el plano discursivo. Si bien la Ley N° 29973, Ley general de la Persona con Discapacidad, es un avance significativo en cuanto al reconocimiento de derechos, pautas de desarrollo e inclusión en los ámbitos cruciales, esto no se ha reflejado en la realidad de este sector poblacional. Asimismo, las entrevistadas manifestaron una abierta crítica a la labor del Estado y también a la sociedad que nutrida de prejuicios, las aísla y genera una dependencia sobre su función. En el peor de los casos, ellas afirman que la invisibilización o patologización de su condición es frecuente lo cual afecta a su intento por conseguir una vida independiente.

Es así que comprendemos que nuevos lenguajes y nuevas formas de relacionamiento social han surgido y hoy nos dan lecturas sobre cómo se vienen desarrollando aspectos fundamentales de nuestra cotidianidad. Nuestras casas y calles cada vez se encuentran más vinculadas a la red de internet, exponiéndose así no solo a información sino a diversos contenidos más cercanos y accesibles.

Recogiendo lo señalado por Steven Jones (2003), podemos apuntar que:

“Internet sirve esencialmente como punto de conexión principal para muchas otras redes. Ha venido a ser una “espina dorsal” por la cual unas redes se vinculan a otras. Es una red descentralizada y en estos momentos su gestión global es llevada a cabo por varias organizaciones reguladoras sin ánimo de lucro, aunque la gestión diaria (mantenimiento de servicios de red, asignación del acceso y los nombres del dominio, etc.) es administrada por un puñado de empresas lucrativas, gigantes industriales de telecomunicaciones y empresas de trabajo en la red” (pág. 17).

Es en ese sentido que la presente ponencia sostiene como uno de sus pilares teóricos la comunicación para el cambio social, perspectiva que entiende al uso de las TIC, como afirma Gumucio-Dagrón (2011):

La comunicación para el cambio social promueve los procesos, no los instrumentos. El uso de la tecnología debe dimensionarse de acuerdo con las necesidades de cada proceso comunicacional. La capacidad de apropiación que desarrollen los actores involucrados define, en cada etapa del proceso, las características de la tecnología que debe usarse. (p. 38)

Por ello es que el Sistema de Vigilancia constituye su potencial en el proceso de registro, siendo la plataforma web el soporte que facilita la recopilación de datos pero que le permite a la persona con discapacidad emprender una queja, consulta o petitorio, con independencia, lo cual busca romper con la mirada asistencialista. Bajo esa mirada, ante la actual situación en el que las personas con discapacidad siguen siendo tratadas, en el discurso social dominante, en mayor medida como objetos de enunciado que como sujetos de enunciación, su voz es delegada (Fernández, 2010, p. 113), es un hecho fundamental que las personas con diversidad funcional asuman su rol de protagonistas de sus propios cambios, valiéndose en este caso de las TIC.

A modo de conclusión

Las tecnologías de la información y comunicación representan una herramienta eficaz, en permanente desarrollo, para obtener datos e insumos sobre vulneración a derechos, pero su potencialidad recae en el proceso de empoderamiento, aglutinamiento y

visibilización de las diferentes problemáticas de sectores sociales marginados, entre ellos el colectivo de personas con discapacidad.

Como señalaban los y las entrevistados, el poder hacer una denuncia por sí mismos es un paso para fortalecerse y entenderse como sujetos plenos de derechos. En ese aspecto, el Sistema de vigilancia representa un esfuerzo que invita a reproducirse e institucionalizarse como un instrumento para la atención de las demandas de las personas con discapacidad, entendiendo también que el acompañamiento de los y las especialistas en la materia haga efectivo un reclamo, dándole sentido de ser mediante la búsqueda de solución.

Las TIC, usándolas como medio y no como fin, promueven la participación activa, la visibilización y la reflexión en torno a los problemas de los grupos vulnerables, transformándose en herramientas comunicacionales capaces de impulsar el desarrollo personal y sobre todo colectivo.

La comunicación sostenida como un proceso, perspectiva que se le imprimió al sistema de vigilancia, permite construir proyectos significativos que deben ser perfeccionados y adaptados a las necesidades.

El sistema de vigilancia, como herramienta de las tecnologías de información y comunicación (TIC), representa, a[un con sus limitaciones, una posibilidad para reducir las brechas sociales; de facilitar y fomentar la participación activa y con autonomía por parte de las personas con discapacidad; como herramientas de exigencia e incidencia política y social.

Referencias

FERNÁNDEZ- CID ENRÍQUEZ, Matilde 2010 “Medios de comunicación, conformación de imagen y construcción de sentido en relación a la discapacidad”. En Política y sociedad. Madrid, volumen 47, número 1. Recuperado de:

<http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO1010130105A/21696>

GUMUCIO-DAGRÓN, Alfonso 2011 “Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo” Signo y Pensamiento, vol. XXX, núm. 58, enero-junio, 2011, pp.

26-39. Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020038002>

GOODE, William J, y HATT, Paul K. (1994) Métodos de Investigación Social. Segunda Edición. México, Ed. Trillas.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA (2014), Primera Encuesta Nacional Especializada en Discapacidad, (Pág. 158). Lima. Recuperado de:

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1171/ENEDIS%202012%20-%20COMPLETO.pdf

JIMÉNEZ SANDOVAL, Rodrigo 2008 “Patriarcado y discapacidad”. Derecho y discapacidad. San José: Universidad Nacional de Costa Rica, pp. 53. Recuperado de: <http://www.corteidh.or.cr/tablas/27972.pdf>

JONES, Steven, (2003) Cibersociedad 2.0: Una nueva visita a la comunidad y la comunicación mediada por el ordenador. Editorial UOC, Barcelona. (Pág. 17). Recuperado de: <http://www.uoc.edu/dt/20414/20414.pdf>

MARSHALL, T.H, y Bottomore, Tom (1998) Ciudadanía y clase social, Madrid, Alianza Editorial

NACIONES UNIDAS (2006), Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. (Pág. 4). Recuperado de: www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf

PALACIOS, Agustina. 2008 Sección 1 “El modelo social”. El modelo social de discapacidad: orígenes, caracterización y plasmación en la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Madrid: CINCA, pp. 103-104. Recuperado de: <http://sid.usal.es/docs/F8/FDO20632/Elmodelosocialdediscapacidad.pdf>

VICTORIA, Jorge A. (2013). El modelo social de la discapacidad: una cuestión de derechos humanos. Revista de Derecho UNED, núm. 12. Recuperado de: <http://revistas.uned.es/index.php/RDUNED/article/viewFile/11716/11163>.

Claves para investigar en Twitter: potenciales y desafíos operativos de un medio digital como objeto de estudio

Keys to Twitter research: potentialities and operational challenges of a digital media as an object of study

Marcelo Santos
Universidad Finis Terrae
mlsantos@uc.cl

Abstract

The following work discusses some of the problematic issues due to the interpretation of the proceedings and technical and conceptual limitations encountered during various different research projects that use Twitter as a research object and consequently rely on such tool for the datasets to be analyzed. The focus is on issues regarding either the process of data collection and filtering as data analysis and visualization. Some propositions are made with the intent of illustrating possible paths to advance on the issues.

Keywords: *Twitter; methodology; operationalization.*

Resumen

El presente trabajo discute algunas de las problemáticas efecto de la interpretación de los procedimientos y límites técnicos y conceptuales encontradas durante diferentes investigaciones que tienen Twitter como objeto de estudio y consecuentemente fuente de datos. Se abarcan cuestiones referentes tanto al proceso de coleta y filtraje de datos cuanto del análisis y visualización y se presentan algunas propuestas con el ánimo de ilustrar posibles caminos.

Palabras-clave: Twitter; metodología; operacionalización.

Introducción

En el campo de la Comunicación Política, Twitter puede ser considerado un medio con características de espacio público virtual, en la acepción *habermasiana*, o de *espacios públicos ad hoc* (traducción libre de *ad hoc publics*, Bruns y Burgess, 2011), dada su concepción como un medio de comunicación que por defecto permite acceso irrestricto al contenido en que se dan conversaciones, muchas veces de carácter político y cuya dinámica como red social es de “seguir” -sin necesidad de reciprocidad- y no de “amistad” -recíproca, demandando aceptación entre los pares- al contrario por ejemplo de Facebook. Al ser un espacio en que se dan debates de interés público en que los mensajes y metadatos (datos sobre el usuario, horario de publicación, ubicación etc.) son públicos y registrados y en formato digital, Twitter es por lo tanto un objeto de estudio atractivo para los investigadores de distintos campos.

Sin embargo, dicha aventura no viene sin obstáculos. El propósito de este trabajo es presentar algunos de los desafíos enfrentados al momento de sumergir en el universo de datos de un medio de comunicación mutante como lo son las redes sociales digitales y como lo es en particular Twitter. Más allá de una revisión sistemática y exhaustiva de literatura o de una reflexión epistemológica, esto es un recuento de los desafíos que se ha ido encontrando a lo largo de distintos acercamientos a Twitter para distintas investigaciones en el marco de la investigación doctoral del autor. El artículo se divide de la siguiente forma: en la primera parte se identifican factores en la adquisición y selección de conjuntos de datos en Twitter; luego se discuten problemáticas referentes al análisis y visualización de dichos datos y finalmente se hacen algunas consideraciones finales.

Coleta y filtraje de datos

La muestra de un público-objetivo de una encuesta o el orden de las preguntas en una entrevista son opciones de diseño de investigación que condicionan y eventualmente determinan limitaciones en el análisis de los resultados e incluso en la medida de validez de los datos colectados en los métodos respectivos. De forma análoga, hay opciones que el investigador hace en el diseño del proceso de coleta de datos y posterior filtraje en Twitter

que pueden ser determinantes para la composición del conjunto de datos (o los conjuntos de datos) y para las posibilidades válidas y confiables de interpretación y análisis de resultados.

Opacidad técnica

El primer problema a ser enfrentado es el conocimiento técnico acerca de los límites y las condiciones de los datos disponibles a través de la puerta de entrada que uno tiene a Twitter: su API (*Application Programming Interface*). Sea a través de un software desarrollado por el equipo de investigación o de uno desarrollado por terceros, gratuito o pagado, todos están sujetos a las reglas impuestas por Twitter para el uso de esta puerta de entrada a sus datos y el subsecuente uso de los datos⁴⁶. Además el hecho que sea una empresa con fines de lucro conlleva a prácticas que no necesariamente están condicionadas por el paradigma de la transparencia o la colaboración, más esperables en la academia, sino más bien del secreto y la restricción del acceso como forma de monetizar la plataforma: “Como las APIs están diseñadas para aumentar el valor de Twitter como una plataforma comercial (...) las necesidades de los investigadores no son explícitamente llevadas en cuenta” (Borra y Rieder, 2014, p. 267, traducción libre).

En este contexto se explica por qué los límites de la API pública de Twitter no son claros. La documentación de la API no aclara más que decir que “retorna una pequeña muestra aleatoria de todos los estatus públicos”⁴⁷. Estos límites pueden ser insuficientes para investigar eventos de relevancia para un investigador en ciencias sociales y políticas, como protestas, accidentes, catástrofes naturales, conflictos bélicos etc. para los cuales una “pequeña muestra aleatoria” de datos no es suficiente. Para un proyecto con recursos se puede contornar el problema adquiriendo paquetes de datos de proveedores aliados a Twitter como las plataformas Gnip, Sifter o CrimsonHexagon, que se conectan a través de la llamada *Firehose*⁴⁸ de Twitter que les permite pleno acceso a los mensajes. Una solución común es hacer el monitoreo de temas hacia futuro es la coleta autónoma de datos con

46 Política para desarrolladores de Twitter: <https://dev.twitter.com/overview/terms/policy> consultado en septiembre de 2016.

47 <https://dev.twitter.com/streaming/reference/get/statuses/sample> consultado en septiembre de 2016.

48 Entrada de datos que permite acceso a 100% de los mensajes en Twitter en tiempo real.

crawlers persistentes (que rutinariamente recuperan los datos) disponibles gratuitamente para investigadores tal como yourTwapperKeeper (yTK) hoy ampliamente empleado por investigadores del Queensland University of Technology liderados por Axel Bruns; DMI-TCAT (Borra y Rieder, 2014) desarrollada por el grupo *Digital Methods Initiative* liderado por la Universidad de Amsterdam; TAGs -desarrollado en base a una planilla de Google Docs con algunos scripts⁴⁹; o Condor (Gloor y Zhao, 2004) -que se limita a extraer metadatos sin los textos, para Análisis de Redes Sociales y elaboración de sociografías- o bien plataformas pagadas. Todos siguen subordinados, sin embargo, al límite de 1% de los mensajes totales.

Por otro lado, Twitter tiene una ventaja sobre otras plataformas como Facebook: la línea de tiempo efectivamente es una línea de tiempo, no está subordinada a un algoritmo como el Edge Rank de Facebook que selecciona de forma invisible al usuario las informaciones que serán visibles o que tendrán cierto destaque: “En Facebook no está tanto la ‘amenaza de la visibilidad’ sino más bien la ‘amenaza de la invisibilidad’” (Bucher, 2012, p. 1171), en alusión a la percepción de imposibilidad de invisibilidad del panóptico foucaultiano.

Criterios de búsqueda y filtros

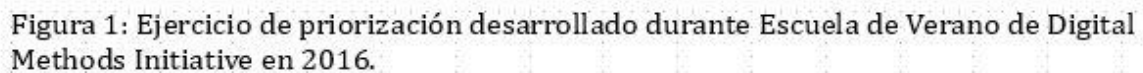
Los criterios de selección, que en el caso de Twitter suelen ser una mezcla de palabras o expresiones-clave *-queries-* a veces añadida de la delimitación de metadatos que circunscriben el evento de interés -como intervalo de fechas- presentan complejidades importantes. Por ejemplo, la selección vía *hashtags* (#) como *proxies* para un determinado tema tiene un gran grado de conveniencia pues el hashtag funciona como una especie de agregador que permite que las conversaciones salgan de las redes personales de tipo seguidor-seguido para finalmente componer un conjunto de mensajes en torno a lo que sea que el hashtag defina, o la función que cumpla, que puede ser sencillamente una función de *énfasis*, una de *convocatoria* u otras (Daer et al. 2014). Dicho conjunto, según Bruns y Moe

⁴⁹ Disponible en el sitio del autor Martin Hawksey: <http://tags.hawksey.info/> consultado en septiembre de 2016.

(2014) configura un *nivel macro* de conversación en contraste con la conversación subordinada a la lógica seguidor-seguido, que sería el *micro nivel* (Bruns y Moe, 2014)

Por otro lado, los muestreos a partir de hashtags pueden representar por veces alrededor de una quinta parte de los tuits totales con la palabra-clave sola (Bruns y Moe, 2014, p. 25) y el hecho que los usuarios le hayan puesto un # implica una pre-selección que no es irrelevante. Por otro lado si se trabaja con muestras y se mide por ejemplo cantidad de Retuits, lo más probable es que no sean capturados todos los retuits de un tuit, por estar trabajando en base a una muestra de datos.

La elección de filtros que permitan el mejor acceso a los datos es un procedimiento común, buscando por ejemplo la legibilidad de estrategias de visualización de sociografías o patrones de comportamiento; o aún con el objetivo de realizar análisis de carácter cualitativo o mixto, por ejemplo a través de la codificación manual de un subconjunto de datos. Sin embargo, hay un riesgo de la aplicación de criterios de selección que no concuerdan necesariamente con las preguntas de investigación, debido a una imperfecta comprensión o traducción del sentido de las métricas detrás de dichos criterios. Criterios reincidentes, por ejemplo, son frecuencia de uso de hashtags o número de seguidores de los usuarios. Al filtrar los mensajes por uno, otro o ambos criterios se obtiene un subconjunto más limitado de datos. Pero lo fundamental es interpretar ¿qué significa exactamente el subconjunto de datos! En virtud de diferentes objetivos de investigación, se pueden usar criterios más complejos, por ejemplo combinando metadatos en índices multidimensionales. Por ejemplo, si el objetivo es estudiar los temas que afectan a mayor **diversidad** de usuarios, los hashtags más usados pueden engañar pues pueden ser efecto de un usuario muy activo en una causa o temática. Por otro lado, si quiero específicamente entender el escenario de actores y las temáticas por las cuales abogan, es justamente lo contrario: debo buscar hashtags que sean usadas muchas veces por pocos actores. La figura 1 es un ejercicio realizado a partir de dicha reflexión en base a un conjunto de datos de tuits de usuarios que contenían la expresión “civic tech” (y su variante “civic technology”) en la descripción del usuario (Wissenbach et al., 2016). Ahí se pueden identificar cuatro cuadrantes que apuntan a diferentes patrones de frecuencia en el conjunto de datos (eje horizontal) versus frecuencia de publicación del hashtag por usuario (eje vertical).



Las formas de hacer una búsqueda para componer un conjunto de datos es, hoy por hoy, predominantemente circunscrita por (i) textos escritos, como hashtags, usuarios, palabras-clave etc. y (ii) metadatos, como número de seguidores, intervalo de fechas, número de actualizaciones etc. En el primer caso, hay que llevar en cuenta cuestiones como la naturaleza ambigua del lenguaje, tanto del punto de vista sintáctico como semántico: tanto una palabra puede tener más de un sentido, como el sentido buscado puede estar representado por más de una palabra. Esto puede generar por un lado un trabajo complejo de filtro de los datos -por ejemplo alguien interesado en investigar el movimiento de los indignados en España en 2011 que busca los datos que contienen la palabra “indignados” no es lo mismo que quien busque #OWS (Occupy Wall Street), una terminología creada *ad*

hoc. Las estrategias de coleta y filtraje de datos están ligadas por lo que es importante pensarlas bien, además de monitorear los mensajes dentro del tema para asegurar que se esté recolectando un conjunto de datos significativo para las preguntas de investigación.

Otro problema asociado al idioma tiene relación con las investigaciones de carácter multi-, trans- o internacional, en que el conjunto de datos atraviesa las fronteras idiomáticas. En un taller de métodos digitales en la Universidad de Ámsterdam facilitado por Lace Bennett y Alexandra Segerberg (2016), un grupo de investigadores, del cual el autor fue parte, se propuso a identificar las cuestiones (*issues*) nacionales y transnacionales en un conjunto de datos compuesto por mensajes de las organizaciones de defensa de derechos digitales en Europa. Si bien una visualización inicial de Análisis de Redes Sociales mostró una presencia casi nula de temáticas comunes, al fusionar en los diferentes idiomas las variaciones de “neutralidad de red”, el nudo aparecía como un conector de diferentes países, sugiriendo que era una temática de preocupación transnacional.

De forma análoga se puede afirmar que sinónimos y otros hashtags que complementan la temática de la investigación pueden ser agrupados en una suerte de *tesauro* para componer el criterio de filtro inicial de un conjunto de datos. Complementariamente, Richard Rogers (2016) propone el uso de la técnica de “programa y anti-programa” para elaborar las *queries* de consulta, de forma a tener un mapa no solo de una visión, por ejemplo, favorable a un tema, sino también la visión contraria, o más bien favorable a otro camino. El ejemplo del autor es la adopción de términos que indican posicionamiento geopolítico acerca de la muralla que separa Israel y Palestina: *security fence* (programa para Israel) versus *separation wall* (anti-programa, nuevamente en la visión de Israel; podría ser lo contrario desde la perspectiva palestina).

Si un investigador está interesado en el proceso de impedimento de la presidenta Dilma Rousseff en Brasil, por ejemplo, el uso de la palabra-clave *impeachment* genera una serie de problemas por recuperar varios otros usos de la palabra, indiscriminadamente, como un reciente proceso instaurado en Nigeria por el impedimento de un gobernador del país. Por otro lado si logro cruzar estos datos con el programa #ForaDilma (“Fuera Dilma”) y el anti-programa #ForaTemer (“Fuera Temer”) tengo una puerta de entrada para ambos ‘bandos’, lo cual me permite una visión más óptima del debate acerca del tema.

Análisis y Visualización de datos

SaaS: Software as a Service

Los medios sociales como Twitter son plataformas alimentadas por el usuario en forma de *Software as a Service* (SaaS), es decir, son software hospedados en la nube que operan a través del navegador. Esto implica una serie de ventajas del punto de vista del usuario, entre ellas la actualización permanente del software, lo que se denomina *beta perpetuo*. Sin embargo esta característica de actualización continua presenta desafíos relevantes para el investigador en medios: si bien Twitter no ha pasado por cambios radicales, cualquier cambio sutil puede representar una complicación por ejemplo para un estudio longitudinal o para recuperar una información; o inclusive para conferir contexto y significado a una información que en algún momento habría sido publicada respondiendo a la pregunta original de Twitter “¿qué estás haciendo?”, con un carácter más social y a la vez egocéntrico, ya que desde 2009 la pregunta pone foco en el mundo alrededor: “¿qué está pasando?” (Rogers, 2014, p. xii). Otro ejemplo es que antes de 2012, la API de streaming de Twitter no consideraba los retuits como un mensaje (Bruns y Stieglitz, 2013), por lo que no los capturaba, cambiando la muestra significativamente si el foco de la investigación es la propagación de información, por ejemplo.

Métricas

Hay prácticas comunes de selección y análisis a partir de determinados rangos de metadatos como si ellos fuesen sinónimo del concepto, una operacionalización unívoca *concepto-variable*, para el cual se espera que sea un *proxy*. Ejemplos son los usuarios que se destacan por número de seguidores; mensajes con mayor número de retuits; hashtags más usadas en un conjunto de datos y así sucesivamente. Sin embargo, es fundamental la reflexión sobre como una determinada métrica, un determinado metadato (o rango de metadatos) apoya o no las preguntas de investigación. Deen Freelon (2014), tras una revisión de las formas y significados de tres métricas características de Twitter aplicadas en investigaciones en los campos comunicación y computación social, concluye que “mientras los investigadores en ambos campos han interpretado cada trazo [métrica] de varias formas, ellos rehusaron en gran parte a explicar la validez de sus interpretaciones” (p. 59,

traducción libre). Bruns y Stieglitz (2013) tratan de aportar a este problema sugiriendo una serie de patrones de uso para las métricas de Twitter, en particular en torno al uso del hashtag.

Al enfrentarse con métricas que parecen presentar significados sencillos de ser interpretados, investigadores pueden “dar por sentado” la validez y el significado de la métrica. Tomemos como ejemplo la *cantidad de seguidores en Twitter* como proxy de poder de difusión: si bien el proxy funciona en muchos casos, pues tener muchos seguidores debiera tener el efecto de ser más retuitado y por lo tanto difundir más la información, se ha demostrado que un gran número de seguidores no es la única forma de que un actor tiene relevancia en la topología de una red en Twitter: hay actores clave como los “activistas seriales” (Bastos y Mercea, 2015, traducción libre) que son difusores relevantes en el ámbito de las protestas sociales. Santos y Condeza (2016) apuntan que en determinados casos usuarios de Twitter con relativamente pocos seguidores pueden ser fundamentales para la difusión de información en protestas, particularmente aquellos que actúan como puentes territoriales (*bridges*, en el lenguaje de Análisis de Redes Sociales), conectando usuarios que no comparten las redes de aquellos que comparten ubicación geográfica con los contenidos difundidos por aquella red.

Otra métrica común es la cantidad absoluta de retuits entendida como la expresión del éxito comunicativo de un mensaje. Suh y colegas (2010) concluyeron que a mayor cantidad de seguidores del autor (factor contextual), más retuits tiene un mensaje en general, en una relación lineal creciente. Bruns y Stieglitz (2014) afirman que el uso de hashtags aumenta la posibilidad de retuits (p 75). Pero, por otro lado, factores relacionados al contenido del mensaje también tienen influencia según Naveed y colegas (2011), tal como malas noticias o temáticas de interés público, por lo que una métrica multidimensional probablemente sería más precisa.

Visualización

Softwares como Gephi (gratuito) y Tableau (pagado) facilitan mucho el trabajo de visualización de, respectivamente, redes sociales y gráficos comparativos a partir de los datos recolectados en una plataforma como Twitter. La plataforma DMI-TCAT, por ejemplo, presenta posibilidades de extracción de datos directamente en formato Gephi

(extensión .gefx, ya adaptado para el formato de nudos y aristas del software). También, el *Média Lab* del francés *SciencesPo* ofrece una herramienta⁵⁰ para convertir automáticamente una tabla normal de Excel en un archivo Gephi al seleccionar una columna para nudos y otra para aristas, algo muy útil dado que los datos extraídos de Twitter en general vienen en el formato de categorías en columnas y las líneas son los tuits.

En el campo de las visualizaciones gráficas de contenidos cuantitativos, Tableau ofrece una interfaz gráfica bastante amigable para la visualización de grandes cantidades de informaciones y procesos de filtraje y visualización, visualización comparada entre otros. Interfaz *drag and drop*, integración con Excel y posibilidad de publicación de gráficas interactivas en línea son algunos de los atractivos de esta plataforma.

El grupo Densitydesign del departamento de diseño del Politécnico de Milano ha desarrollado una suite de visualizaciones gratuita en línea llamada *RAW*⁵¹ que dispone gráficos multidimensionales en base a planillas Excel y permite con gran facilidad visualizaciones de alta sofisticación.

La gran oferta de software de fácil acceso -no solo por precio, también por facilidad de aprendizaje y uso- tiene como efecto inmediato la popularización de su uso. Esto permite por un lado el auto-aprendizaje, pero por otro fomenta a que se logren visualizaciones impresionantes del punto de vista estético, sin necesariamente el embasamiento teórico y metodológico que debieran acompañarlas. Operaciones matemáticas (como la fusión de nudos que comparten una propiedad en Gephi) tienen repercusiones conceptuales (¿qué significa un grupo de nudos en Análisis de Redes Sociales?), no siempre consideradas con la profundidad merecida.

Consideraciones finales

Estos son solo algunos de los desafíos enfrentados hasta ahora en nuestra investigación doctoral que buscamos compartir con los colegas con el ánimo de ampliar el debate sobre posibles caminos, soluciones y limitaciones de aquellos que se dedican a investigar temáticas en el ámbito de Twitter. Otros momentos de una investigación con

⁵⁰ Table 2 Net: <http://tools.medialab.sciences-po.fr/table2net/> consultado en septiembre de 2016.

⁵¹ RAW: The missing link between spreadsheets and vector graphics: <http://raw.densitydesign.org/> consultado en septiembre de 2016.

grandes cantidades de datos extraídos de Twitter pueden engatillar diferentes problemáticas no discutidas o poco profundizadas en esta breve reflexión, tales como *estrategias de visualización* (e interpretación de dicha visualización, por ejemplo en sociografías o gráficos multidimensionales); la *automatización de tareas* (como el análisis de contenido automático apoyado por softwares); *selección de subconjuntos de datos* y otros. Cada una de estas actividades remite a órbitas de cuidados y polémicas asociados a las interpretaciones de los investigadores. Cualquiera que sea el método seleccionado, sin embargo, la recomendación de búsqueda constante de coherencia sin perder de vista los objetivos y preguntas de investigación, soportado por la transparencia en la documentación del proceso pueden ser un buen camino para ayudar el gradual avance en el área.

Referencias

- Alsahi, H., Baya-Laffite, N., Berbers, N., Borle, P., Breek, P., Brilli, A., del Campo, A. M., Dopona, V., Duane, L., Gray, J., Negón Almodóvar, C. N., Invernizzi, M., Pauli, N., Pini, A., Poletti, C., Santos, M., Şener, G., Wilson, C., Woudwijk, I., Yang, Y. (2016) Exploring European Data Right Activism Networks. Taller del Digital Methods Initiative Summer 2016. Lance Bennett y Alexandra Segerberg (facilitadores). Disponible en <https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/ExploringEDRiActivismNetworks> consultado en septiembre de 2016.
- Bastos, M. T., & Mercea, D. (2015). Serial activists: Political Twitter beyond influentials and the twittertariat. *New Media & Society*, 1-20, 1461444815584764.
- Borra, E., & Rieder, B. (2014). Programmed method: developing a toolset for capturing and analyzing tweets. *Aslib Journal of Information Management*, 66(3), 262-278.
- Bruns, A. & Burgess, J. E. (2011). The use of Twitter hashtags in the formation of ad hoc publics. In 6th European Consortium for Political Research General Conference, 25-27 de Agosto de 2011, University of Iceland, Reykjavik.
- Bruns, A., & Stieglitz, S. (2013). Towards more systematic Twitter analysis: Metrics for tweeting activities. *International Journal of Social Research Methodology*, 16(2), 91-108.

- Bruns, A. & Moe, H. (2014) Structural Layers of Communication on Twitter. In Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., & Puschmann, C. (Eds.). *Twitter and Society*. Cap. 2 (Pp. 15-28) New York: Peter Lang.
- Bruns, A. y Stieglitz, S. (2014). Metrics for Understanding Communication on Twitter. En Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., Puschmann, C. (Eds.). *Twitter and Society*. Cap. 6 (Pp. 69-82) New York: Peter Lang.
- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New media & society*, 14(7), 1164-1180.
- Daer, A., Hoffman, R., Goodman, S. (2014). Rhetorical Functions of Hashtag Forms Across Social Media Applications. Poster y Resumen para SIGDOC 2014.
- Freelon, D. (2014). On the interpretation of digital trace data in communication and social computing research. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 58(1), 59-75.
- Gloor, P. Zhao, Y. (6 de noviembre de 2004). TeCFlow - A Temporal Communication Flow Visualizer for Social Networks Analysis, ACM CSCW Workshop on Social Networks. ACM CSCW Conference, Chicago.
- Naveed, N., Gottron, T., Kunegis, J., & Alhadi, A. C. (Junio de 2011). Bad news travel fast: A content-based analysis of interestingness on twitter. In *Proceedings of the 3rd International Web Science Conference* (p. 8). ACM.
- Rogers, R. (2014) Debanalizing Twitter: The Transformation of an Object of Study. En Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., Puschmann, C. (Eds.). *Twitter and Society*, Foreword (Pp.ix-xxvi). New York: Peter Lang.
- Rogers, R. (2016) Foundations of Digital Methods: Query Design. En *Social Research in the Age of Data - The Datafied Society*. Schäfer, M. T, van Es, K. (eds.). Holanda: University of Amsterdam Press.
- Santos, M. y Condeza, R. (2016). Redes Horizontales de Movilización: valorando la eficiencia del activismo personal en Twitter. Artículo aceptado para XIII Congreso

Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). México, octubre de 2016.

Suh, B., Hong, L., Pirolli, P., & Chi, E. H. (2010, August). In Social computing (socialcom), IEEE second international conference on (pp. 177-184). IEEE.

Tufekci, Z. (2014). Big questions for social media big data: Representativeness, validity and other methodological pitfalls. Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.

Weller, K., Bruns, A., Burgess, J., Mahrt, M., & Puschmann, C. (Eds.). (2008) Twitter and Society. New York: Peter Lang.

Wissenbach, K.; Briones, A., Laursen, C.; Martin del Campo, A.; Pauli, N.; Santos, M.; Storup, M.; Woudwijk, I. (2016) Exploring the Fabrics of Civic Tech on Digital Media. Taller en Digital Methods Initiative Summer School 2016, Universidad de Amsterdam. Disponible en

<https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2016MappingCivicTechLandscape>, consultado en septiembre de 2016.

**Tratamiento informativo del feminicidio en los medios de
comunicación digitales chilenos en marzo de 2016:
Aproximación al horizonte actual desde la perspectiva de género**

***Informative treatment of femicide in Chilean digital media in
March 2016: current situation and new challenges for gender
-oriented news reporting***

Cecilia Ananías Soto
Periodista de la Asociación de Académicos EMG Udec
Estudiante de Magíster en Ciencias de la Comunicación
Universidad de la Frontera
ananasceilia@gmail.com

Karen Vergara Sánchez
Encargada de comunicaciones en NIC Chile Research Labs.
Estudiante de Magíster en Estudios de Género y Cultura
Universidad de Chile
karen@niclabs.cl

Abstract

This investigation will determinate the mistakes the chilean digital media makes when they build news about femicide, focusing our attention on the 8 feminicides that happened in march 2016. The idea is to analyze the informative treatment of this subject, looking for common mistakes in the digital media speech, with the guidance of one of the main manuals of gender approach and journalism used in Hispanoamerica.

Keywords: *Violence against women, femicide, digital mass media, gender perspective, journalism.*

Resumen

La siguiente investigación busca determinar en qué están fallando los medios digitales chilenos a la hora de construir noticias sobre feminicidio, centrándose en ocho casos de asesinatos de mujeres en manos de sus cónyuges, esposos o convivientes ocurridos en

marzo del 2016. Para esto, se analizará el tratamiento informativo que cada medio le dio al tema, buscando errores comunes en su discurso, según los principales manuales de enfoque de género y periodismo utilizados en Hispanoamérica.

Palabras clave: Violencia contra la mujer, feminicidio, medios de comunicación digitales, enfoque de género, periodismo.

Introducción

La violencia contra la mujer se considera un delito grave contra los Derechos Humanos y Chile no está libre de ese problema: a pesar que los medios de comunicación informan los casos de violencia como algo aislado, 1 de cada 3 mujeres chilenas ha sufrido violencia por parte de algún familiar, pareja o ex pareja. De esta cifra, el 74% de ellas recibió la agresión de parte de su pareja o ex pareja. A esto hay que sumar que un 64% no denuncia estas situaciones, muchas veces por miedo al agresor (Adimark, 2013).

En 2014, 40 mujeres fueron asesinadas por sus convivientes o cónyuges y en 2015, la cifra aumentó a 45. Este año, la situación dista de mejorar: hasta el 15 de mayo de 2016, 18 ya habían sido asesinadas y 8 de estos casos se concentraron sólo en marzo, mes en el que se conmemora el Día de la Mujer (Sernam, 2014: web). Sus agresores no buscan dañarlas, sino que someterlas bajo sus reglas y demostrarles lo que ocurre si no siguen sus órdenes dentro de la relación. Es por esto que existe un llamado generalizado a denunciar las situaciones de violencia y buena parte de esta labor cae en los medios de comunicación.

Una investigación llevada a cabo en más de 100 países reveló en 2010 que el 46% de las noticias, tanto en medios impresos como en la TV, promueven estereotipos de género y sólo el 6% promueve la igualdad de género (Global Media Monitoring Project, 2010: web). La prensa chilena no es ajena a esto: la portada de La Cuarta que declaraba que un hombre “hizo anticucho con la polola” o el titular de La Tercera que afirmaban que Juliana Acevedo había muerto “por los celos” de su pareja, son sólo algunos de los casos más polémicos.

Si bien existen múltiples investigaciones sobre el tema en España, Latinoamérica y Chile (en nuestro país destacan las tesis de Claudia Lagos Lira y Juan Manuel Cabrera

Ullivarri), no encontramos estudios centrados en los medios digitales, a pesar de que un reciente estudio de la agencia Reuters arrojó que la mitad de sus encuestados (52%) se informaba a través de las redes sociales (Mis, 2016).

Es por esto que el presente trabajo busca analizar con perspectiva de género el tratamiento informativo del feminicidio en los principales medios de comunicación digitales chilenos, específicamente, sobre los ataques ocho ocurridos en marzo del 2016, mes en el que coincide la conmemoración del Día de la Mujer.

La violencia contra la mujer como problema estructural

Se trata de un tipo de violencia que ocurre dentro de una sociedad patriarcal. Como explica Marcela Lagarde, es “una sólida construcción de relaciones, prácticas e instituciones sociales (incluso del Estado) que generan, preservan y reproducen poderes (acceso, privilegios, jerarquías, monopolios, control) de los hombres sobre las mujeres y, al mismo tiempo, conculcan poderes sociales –sexuales, económicos, políticos, jurídicos y culturales a las mujeres” (Lagarde, 2005: 151- 164).

Es así como las mujeres y sus cuerpos se convierten en objeto de un ataque que no busca dañar, sino que someter. Como lo indica Foucault, la construcción social del cuerpo como objeto y blanco de numerosos ataques, ese cuerpo que se manipula, obedece y educa, responde a los discursos de poder (Foucault, 1998 en Sossa Rojas, 2011).

“La dimensión simbólica de las relaciones de dominación se encuentran inscritas en el cuerpo como habitus, de allí la gran estabilidad de un orden social al haber alcanzado la sumisión inmediata, casi natural, de los dominados. La violencia simbólica, más que la violencia física o cualquier otra forma de coacción mecánica, constituye el mecanismo principal de la reproducción social, el medio más potente del mantenimiento del orden. Bourdieu observa que el núcleo de la violencia simbólica se encuentra en la ‘doble naturalización’ que es la consecuencia de la ‘inscripción de lo social en las cosas y en el cuerpo’”, (Bourdieu, 1998 en Germaná, 1999: 181).

¿Qué es el feminicidio?

A diferencia de la percepción que entregan los medios de comunicación, el feminicidio no es el asesinato de una mujer. El término “feminicide” lo acuñó Diana Russel en 1992 y buscaba designar los asesinatos misóginos practicados contra mujeres, alejándolos de la neutralidad de la palabra homicidio.

La mexicana Marcela Lagarde hizo posteriormente la traducción al español como feminicidio. Se caracteriza porque apunta como culpables de la muerte de mujeres al machismo y a la misoginia. Al ocuparlo “implica referirse a un fenómeno social cuya causa no está aislada de la estructura social y por lo tanto es un término teórico y con sentido político” (Solyszko, 2013: 26).

El objetivo principal de este término es “desarticular las definiciones de crímenes y homicidios de mujeres por violencia doméstica, violencia intrafamiliar o crímenes pasionales. Con estos términos se invisibiliza el sexo de la víctima y el victimario y se oculta también el uso intencional de la violencia por parte del hombre para poner término a la vida de niñas y mujeres” (Monárrez, 2006:362 en Solyszko, 2013: 34).

Recién en 2010, entra la figura del feminicidio en el Código Penal Chileno, por medio de la inserción de la ley 20.480. Esta declara que "si la víctima del delito es o ha sido el o la cónyuge o conviviente de su autor, el delito tendrá el nombre de femicidio, teniendo la misma sanción que la del parricida, que va de 15 años y un día a presidio perpetuo calificado" (Servicio Nacional de la Mujer, s/f: web).

Los medios de comunicación y la erradicación de la violencia

Los medios de comunicación han sido señalados como responsables de ayudar a erradicar la violencia contra la mujer. Sin embargo, la construcción social que periodistas y editores tienen sobre el cuerpo, sexualidad y poder, puede no ser compatible con esta nueva perspectiva de género a la hora de elaborar noticias relacionadas con violencia.

Como declara Aimeé Vega en uno de sus artículos, “los medios de comunicación, lejos de impulsar el derecho humano de las mujeres a una vida sin violencia, promueven que se les discrimine (...) y lucran con la posibilidad de reproducir la violencia de género”

(Vega, 2014: 15). Como resumen esta autora, indica que generalmente a las mujeres las asocian a roles tradicionales o las representan como objetos sexuales o como grupos de consumo. Poco se visibiliza a las mujeres como agentes sociales en áreas como la educación, ciencia, economía, cultura y política.

En los medios de comunicación chilenos, el concepto de feminicidio irrumpe en las noticias el año 2007, como retrata la investigación de Claudia Lagos, pero este término aparece más bien “como un recurso apenas descriptivo –femicidio en tanto homicidio de una mujer- y no en su dimensión política y con connotaciones de desigualdades de género”, (Lagos, 2008: 53).

Los errores en la elaboración de noticias sobre violencia contra la mujer en la prensa chilena son frecuentes, según recoge esta investigadora. Diferenciación de las víctimas según su estrato social y formación académica, narraciones sensacionalistas, errores al redactar los nombres de los protagonistas de la noticia, omisión de información, justificar al agresor con patologías psiquiátricas, retratar el feminicidio como un drama o tragedia inevitable, retratar el feminicidio como un “arranque” o como un efecto de la “pasión”, atribuirlo al alcohol o drogas, la reproducción de estereotipos y falta de fuentes especializadas fueron algunos de los “topes” con los que se encontró su trabajo (Lagos, 2008).

¿Pero pueden afectar estas noticias mal construidas a la realidad de las mujeres del país? En marzo del 2016, 8 mujeres murieron en manos de sus esposos o convivientes y muchos de los crímenes ocurrieron dentro de la misma semana e incluso, dos feminicidios ocurrieron el mismo día: el 8 de marzo, fueron asesinadas Nelly Leighton en Tijeral y Amelia García en Paredones.

La explicación a este fenómeno la podemos encontrar en la tesis doctoral de Isabel Marzabal, quien analizó el "efecto imitación" en 30 casos de feminicidio cometidos en Barcelona entre el 2004 y el 2009, concluyendo que la probabilidad que se cometa un nuevo feminicidio aumenta cuando aparecen noticias de asesinatos de mujeres en los medios de comunicación. "Se trata del llamado efecto imitación: el poder de los medios de comunicación para provocar una epidemia de conductas similares" (Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres, 2016: web).

Posibles soluciones para la entrega de información con perspectiva de género

Los medios de comunicación deben asumir un rol más activo, no en la victimización de la ciudadanía, ni en instaurar el temor constante, sino en colaborar con los organismos estatales para trabajar en la prevención de la violencia de género, en vez de cubrir los feminicidios cuando éstos ya han sido ejecutados. Es importante estudiar cómo los medios de comunicación digitales construyen noticias sobre violencia contra la mujer con resultado de muerte, porque junto a la escuela y la sociedad, son forjadores de opinión y de nuestra noción de mundo. Esto bien lo explica la Teoría de la Mediación social, la cual estudia la producción, transmisión y utilización de la cultura; algo absolutamente necesario, si se considera que la cultura puede ser utilizada como procedimiento de dominación.

"La participación de los Medios de Comunicación de Masas en la elaboración de una representación de lo que sucede en el mundo se inicia cuando la institución mediadora, u otros agentes sociales, seleccionan determinados acontecimientos para hacerlos públicos" (Serrano, 1993: 1). Como cuando los medios escogen informar o no hacerlo, sobre un caso de violencia contra la mujer.

La Teoría de la Mediación también explica que en los Medios de Comunicación de Masas existen distintos tipos de mediaciones, entre ellas, la "mediación cognitiva" la cual "está orientada a lograr que aquello que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias, aunque para proporcionarle ese lugar sea preciso la transformación de esa concepción del mundo" (Serrano, 1993: 2). En este caso, se trataría de la transformación de una sociedad históricamente machista.

Además consideramos que hay una ausencia de investigaciones en el área de la Comunicación Social que posean una metodología que incluya el enfoque de género. Esto, es, como indica la abogada costarricense Alda Facio: plasmar una teoría de cómo debe procederse al emplear los mismos métodos que emplean analistas tradicionales para llegar a conclusiones o soluciones no sexistas ni androcéntricas (Facio, 1999: 99-136).

Esto, por supuesto, parte de un marco teórico que permite teorizar sobre cómo se debe proceder frente a un texto noticioso subido a la web, para analizarlo de acuerdo con un

método no sexista. Entre los pasos que plantea, se encuentran: tomar conciencia de la subordinación del sexo femenino, identificar las distintas formas en que se manifiesta el sexismo en el texto periodístico, identificar cuál es la mujer que está en la noticia, identificar cuál es la concepción de mujer que sirve de sustento al texto y ampliar la toma de conciencia de lo que es el sexismo y cómo puede estar presente en el texto en mayor o menor medida (Facio, 1999: 99-136).

Propuesta metodológica

Se escogió analizar el mes de marzo del 2016, ya que hubo 8 muertes de mujeres en manos de sus cónyuges, convivientes o parejas en el mismo mes en que se celebra el Día de la Mujer; además, varios de los casos ocurrieron con pocos días de diferencia. Luego, se acotó el área de análisis a cuatro medios de comunicación: BioBioChile.cl, Lun.com, LaTercera.com, SoyChile.cl.

Tras analizar manuales como el dossier de prensa, “Mujer, violencia y medios de comunicación” del gobierno español, se generó una tabla propia con los errores más comunes que cometen los medios de comunicación, dividiéndolos en siete categorías.

Las siete categorías a analizar son:

Cobertura: Publica / No Publica. La no visibilización del tema es tan grave como bombardear con noticias sobre violencia de género.

A.- Uso de conceptos erróneos: Como “crimen pasional”, “riña o disputa matrimonial”, “bajos instintos”, “crímenes por amor u honor” y “por cuestiones de celos”.

B.- Falta de empatía hacia la víctima: No publicar información sensible de forma correcta, afectando a la víctima y a su familia. Presentarlas como responsables de su propio abuso. Destacarla más por su aspecto físico o su rol de madre/esposa.

C.- Justificación del agresor: No caer en atenuantes como un prontuario limpio o su labor en la comunidad. No justificarlo con patologías (“era celópata”) ni adicciones (alcoholismo, drogadicción).

D.- Morbo y sensacionalismo: Frases que magnifican los detalles del hecho de violencia, dejando de lado lo condenable de la situación y la intimidad de la víctima.

E.- Falta de contextualización de la noticia: La noticia debe aportar una serie de datos útiles que ayuden a las víctimas y muestren lo intolerable de la agresión. El feminicidio no debe ser mostrado como un hecho aislado, ni como una tragedia o drama imposible de prevenir. La nota debe entregar información que ayuden las víctimas.

F.- Discriminación por etnia, religión, condición social, sexualidad o nacionalidad: Destacar detalles como su país de procedencia, profesión o segmento social por sobre el hecho de violencia. Considerar la violencia contra la mujer en familias de clase media y alta como “raros”.

Los feminicidios de marzo del 2016 a analizar son: Karen Wilson (31 años, asesinada el 3 de marzo), Silvana Sepúlveda Durán (41 años, asesinada el 5 de marzo), Magali Carriel Garrido (63 años, asesinada el 7 de marzo), Nelly Leighton Salazar (45 años, asesinada el 8 de marzo), Juliana Andrea Acevedo (21 años, asesinada el 9 de marzo), Nancy Arenas Astudillos (60 años, asesinada el 10 de marzo) y Yuri Álvarez Valderrama (28 años, asesinada el 25 de marzo).¹

Conclusiones

Los medios de comunicación digitales de Chile cometen errores similares a sus predecesores, los medios de prensa escrita. Ni siquiera las ventajas tecnológicas de estas plataformas, como la posibilidad de utilizar elementos multimedia o de vincular a otras páginas, han permitido mejorar la calidad de información que se entrega a los lectores.

Como indica la tabla 10², la cobertura del feminicidio fue especialmente baja en el diario más comprado en el país, Las Últimas Noticias (8,5%) y el segundo diario más importante del país, La Tercera (11,4%), donde sólo recogen casos violentos, ocurridos a mujeres jóvenes y dentro de la Región Metropolitana, como ocurrió con Juliana Acevedo, lo cual nos revela que existe una “farandulización” del femicidio en los medios digitales. BioBioChile y SoyChile mantuvieron una cobertura más constante (34,2% y 45,7%, respectivamente), por su mayor presencia, recursos y equipo en regiones. Aun así, los artículos de BioBioChile eran demasiado cortos y poco contextualizados, basados en despachos radiales o comunicados institucionales, mientras que algunas noticias de

SoyChile tenían un excesivo enfoque en los hijos de las víctimas y no en la mujer asesinada.

Como indica la tabla 9³, los medios de comunicación mostraron una marcada falta de empatía hacia la víctima (68,5% de las noticias analizadas). Rara vez se entregaban detalles sobre sus vidas, más allá de su relación con el agresor o si tenían hijos. En algunas noticias sus nombres estaban mal escritos y en el caso de Juliana Acevedo, también fue cambiado constantemente su lugar de trabajo; sólo Las Últimas Noticias destacó que había hecho un curso para ser contadora. Mientras muchas víctimas fueron sobreexpuestas en imágenes, de los agresores rara vez se entregaba su nombre ni mucho menos fotografías, a pesar de que algunos habían confesado el crimen. En algunas noticias existió justificación de su actuar (37,1%), especialmente al caso de Juliana Acevedo, donde su asesinato y descuartizamiento fue adjudicado a violencia mutua, celos, amor o al fragor de la discusión. En el caso de Karen Wilson, se hizo mucho hincapié en que acababa de pedirle el divorcio a su agresor y que tenía una nueva relación.

No se encontraron muchos conceptos errados en los textos periodísticos (28,5%), excepto algunos artículos referentes a Juliana Acevedo, donde se hablaba de “supuesto agresor” o de “supuesto parricidio”, a pesar de que el autor estaba confeso. En otras notas, se notó la falta de prolijidad en errores ortográficos o de redacción. También, existió mucho morbo y sensacionalismo en la entrega de información (60% de las noticias analizadas), especialmente en el caso de Juliana Acevedo.

El error que más imperó fue la falta de contextualización (77,1% de las noticias analizadas). Esto indica que los periodistas no incluyen en sus rutinas el entrevistar a expertos, ahondar en la vida de las víctimas; tampoco proporcionan herramientas de ayuda a otras víctimas ni anuncian las condenas de los feminicidas. Se limitan a basarse en relatos policiales o de familiares o cercanos de las víctimas. Por ende, no existe una explicación a por qué ocurre la violencia contra la mujer ni cuáles son las señales de alerta. No hay una concientización de la población y mucho menos habrá prevención.

Si bien esta investigación a los medios digitales chilenos es exploratoria, sus resultados indican que se hace urgente educar a los periodistas y futuros periodistas para que entreguen informaciones con perspectiva de género, que presenten soluciones y

concientización sobre el tema. Sólo así, la población dejará de ver estos casos de violencia contra la mujer como un hecho aislado o propio de ciertas clases sociales y comenzará a concebirlos como algo transversal a nuestra sociedad, pero que con la debida denuncia y alerta, puede ser prevenido y detenido.

-
1. Para ver el análisis completo, revisar en la sección de Anexo
 2. Tabla disponible para revisión en la sección de Anexo
 3. Ídem

Bibliografía

Adimark (2013). Encuesta Nacional de Victimización por Violencia Intrafamiliar y Delitos Sexuales. Santiago, Chile: Ministerio del Interior y Seguridad Pública. Recuperado desde: <http://estudios.sernam.cl/documentos/?eMjM1MTAxOQ==>.

Bourdieu, P. (1998). Méditations pascaliennes. L'Homme, 38 (147), pp. 280. En Germaná, C. (1999) Pierre Bourdieu: La Sociología del Poder y la Violencia Simbólica. Revista de Sociología 11 (12). Recuperado desde: <http://sisbib.unmsm.edu.pe/Bibvirtual/Publicaciones/sociologia/vol11/art011.htm>

Facio, A. (1999). Metodología para el análisis de género del fenómeno legal. En Género y Derecho (pp. 99-136). Santiago de Chile: Ediciones LOM. Recuperado desde: http://equis.org.mx/wp-content/uploads/2016/01/S_1_1.pdf

Foucault, M. (1998). Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión. Editorial Siglo Veintiuno, México en Sossa Rojas, A. (2011). Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo. Polis, 28. Recuperado desde: <http://polis.revues.org/1417>

Global Media Monitoring Project (2010). GMMP 2010 Reports. Recuperado desde: <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2010-reports>

Lagarde, M. (2005). El feminicidio, delito contra la humanidad. En Feminicidio, Justicia y Derecho (pp. 151- 164). México: Comisión Especial para Conocer y dar Seguimiento a las Investigaciones Relacionadas con los Feminicidios en la República Mexicana. Recuperado

desde: <http://mujeresdeguatemala.org/wp-content/uploads/2014/06/Feminicidio-delito-contra-la-humanidad.pdf>

Lagos Lira, C. (2008). El feminicidio según la prensa chilena: Otra forma de violencia contra las mujeres. (Tesis de maestría, Universidad de Chile, Santiago, Chile). Recuperada desde: http://www.ciegchile.com/wp-content/uploads/2014/05/cs-lagos_c.pdf

Monárrez, J. (2006) Las diversas representaciones del feminicidio y los asesinatos de mujeres en Ciudad Juárez, 1993-2005. En Solyszko, I. (2013). Femicidio y feminicidio: Avances para nombrar la expresión letal de la violencia de género contra las mujeres. GénEros, Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género, pp. 23-41. Recuperado desde: http://bvirtual.ucol.mx/descargables/784_femicidio_feminicidio_23-42.pdf.

Red Chilena contra la Violencia hacia las Mujeres (3 de junio del 2016) Los medios de comunicación frente a la violencia contra las mujeres. El Desconcierto. Recuperado desde: <http://www.eldesconcierto.cl/debates-y-combates/2016/06/03/los-medios-de-comunicacion-frente-a-la-violencia-contra-las-mujeres/>

Serrano, M. (1993). La mediación de los medios de comunicación. Sociología de la Comunicación de Masas I, 141-162. Gili, México.

Servicio Nacional de la Mujer (2014). Las dramáticas cifras del femicidio en Chile. Santiago, Chile: Sernam. Recuperado desde: <http://portal.sernam.cl/?m=sp&i=4405>.

Servicio Nacional de la Mujer (s/f) Ley 20.480 que establece el Femicidio. Chile: Sernam. Recuperado desde: <https://portal.sernam.cl/?m=programa&i=68>

Solyszko, I. (2013). Femicidio y feminicidio: Avances para nombrar la expresión letal de la violencia de género contra las mujeres. GénEros, Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género, pp. 23-41. Recuperado desde: http://bvirtual.ucol.mx/descargables/784_femicidio_feminicidio_23-42.pdf.

Vega Montiel, A. (2014). El Tratamiento de la Violencia contra las Mujeres en los Medios de Comunicación. Comunicación y Medios 30, 9-25. doi: 10.5354/0719-1529.2014.30332.

Análisis completo y tablas

Análisis del tratamiento informativo de los feminicidios ocurridos en marzo de 2016. La cifra y datos de los casos fueron entregados por SERNAM. Tras delimitar los ocho feminicidios oficiales de ese mes, se analizaron las informaciones y principales datos entregados por los medios.

Caso 1: Karen Wilson

Ocurrido el 03 de marzo, en Antofagasta. Karen Wilson de 31 años, profesora de biología, madre de una niña de 6 años y un niño de 4, fue estrangulada por su cónyuge, Ricardo Huerta, quién trasladó el cuerpo sin vida de la víctima por distintos sectores de la ciudad. No se registran denuncias. Se trató del quinto feminicidio del 2016.

Tabla 1

Medio	Cobertura (nº de noticias relacionadas)	Categoría A	Categoría B	Categoría C	Categoría D	Categoría E	Categoría F
BBCL	Publica: 1	X	X	X	X	X	-
La Tercera	No publica	-	-	-	-	-	-
LUN	No publica	-	-	-	-	-	-
Soy Chile	Publica: 4	XXX	XX	XX	XX	XX	-
Total	5 Noticias	4	3	3	3	3	0

Análisis del caso 1: Primero, destacar que los medios La Tercera y LUN no recogieron la noticia, para luego indicar que los medios que sí lo hicieron y que precisamente tienen una identidad regional en su misión, caen en los mismos errores a la hora de elaborar la noticia.

En el caso de BioBioChile se destacan los problemas de ortografía y redacción, que dan a entender un trabajo descuidado a la hora de analizar los hechos, y por otro lado el morbo excesivo y la poca empatía hacia la víctima, de la cual no sabemos casi nada.

En el medio SoyChile si bien se cae en errores relacionados a la justificación del agresor y la nula información sobre la víctima, destacándose que Karen estaba presentando los papeles del divorcio y que tenía una nueva relación, en una tercera nota, conocemos que era profesora de biología, que el Sernam incluirá una querrela por el hecho y que sus familiares realizarán un mural en su honor, que permite concientizar a la población sobre la violencia de género.

Caso 2: Silvana Sepúlveda Durán

Ocurrido el 05 de marzo, en Maipú. Silvana Sepúlveda Durán, de 41 años, madre de dos hijos y una hija. Fue asesinada por su conviviente, Francisco Marchant Marchant, quien posteriormente se suicidó. El feminicida llamó a su hija, que vivía en otra ciudad y ella fue quien alertó a vecinos que descubrieron el hecho. Se trató del sexto feminicidio de 2016.

Tabla 2

Medio	Cobertura (nº de noticias relacionadas)	Categoría A	Categoría B	Categoría C	Categoría D	Categoría E	Categoría F
BBCL	Publica: 1	X	X	X	X	X	-
La Tercera	No publica	-	-	-	-	-	-
LUN	No publica	-	-	-	-	-	-
Soy Chile	Publica: 2	-	X	-	X	X	-
Total	3 Noticias	1	2	1	2	2	0

Análisis caso 2: En esta noticia, el feminicidio tampoco fue cubierto por LUN y La Tercera, se hace énfasis en el morbo del crimen, entregando detalles violentos del hecho, como que Francisco Marchant golpeó a Silvana con un bate de béisbol frente a uno de los hijos pequeños de la víctima y que le narró todo lo ocurrido a una hija que vivía en otra ciudad. También destacar que en las notas no se da a conocer el nombre del victimario, pese a que se suicidó luego de perpetrar el hecho. De Silvana se desconocen más antecedentes, salvo su rol de madre y lo cruel de su asesinato.

Caso 3: Magali Carriel Garrido

Ocurrido el 7 de marzo, en Talcahuano. Magali Carriel Garrido, de 63 años fue degollada por su esposo, Carlos Delgado Delgado. Existían denuncias anteriores de violencia intrafamiliar. Magali se encontraba postrada hace aproximadamente un año, tras sufrir un accidente vascular. El hombre se infirió un corte en la mandíbula y fue detenido. Se trató del séptimo feminicidio de 2016.

Tabla 3

Medio	Cobertura (nº de noticias relacionadas)	Categoría A	Categoría B	Categoría C	Categoría D	Categoría E	Categoría F
BBCL	Publica: 2	-	XX	-	-	XX	-
La Tercera	No publica	-	-	-	-	-	-
LUN	No publica	-	-	-	-	-	-
Soy Chile	Publica: 4	-	XX	XX	XX	X	-
Total	6 Noticias	0	4	2	2	3	0

Análisis caso 3: En este hecho, el morbo relacionado al asesinato aparece como un elemento más importante que el feminicidio como tal. SoyChile difunde más de 4 fotografías donde aparecen los vecinos desconcertados frente a la noticia, de Magali no sabemos mucho más, salvo que estaba postrada hace más de un año debido a un accidente vascular. Ambos medios que cubrieron la noticia -SoyChile y BiobioChile, toman declaraciones emitidas por las autoridades, sin embargo, no incluyen un reporteo previo y viendo la similitud de las cuñas se puede deducir que se trataría de comunicados de prensa.

Caso 4: Nelly Leighton

Ocurrido el 8 de marzo, en Tijerales. Nelly Leighton Salazar, de 45 años, fue asesinada por su pareja, José Arriagada Baeza, quien posteriormente se suicidó, todo esto presenciado por el hijo de ambos, de 9 años. Se trató del octavo feminicidio de 2016.

Tabla 4

Medio	Cobertura (nº de noticias relacionadas)	Categoría A	Categoría B	Categoría C	Categoría D	Categoría E	Categoría F
BBCL	Publica: 2	-	XX	-	XX	X	-
La Tercera	No publica	-	-	-	-	-	-
LUN	No publica	-	-	-	-	-	-
Soy Chile	Publica: 1	X	X	-	X	-	-
Total	3 Noticias	1	3	0	3	1	0

Análisis caso 4: El hecho que tampoco fue cubierto por medios como La Tercera o LUN, posee errores en el momento de describir la localidad, lo cual denota escaso reporteo, entrega nulos antecedentes sobre la víctima, y las noticias solo rondan en torno a lo macabro del crimen y el menor que presencié todo. En el seguimiento realizado por ambos medios se cuenta que el Sernam y Sename intervendrán debido al shock psicológico del hijo de la pareja, también de forma muy similar, denotando un posible comunicado de prensa de ambas entidades. Si bien el uso de comunicados de prensa es de gran valor a la hora de reportear, se hace necesario también contrastar la información y profundizarla más. En el medio SoyChile se dice que el crimen fue motivado por los "celos".

Caso número 5: Amelia García

Antecedentes: Ocurrido el 8 de marzo, en Paredones. Amelia García de 47 años, dueña de casa y madre de una hija, fue asesinada por su esposo, Juan Humberto Cornejo González. Su feminicidio ocurrió el mismo día en que interpuso una denuncia por VIF. Se trató del noveno feminicidio del 2016.

Tabla 5

Medio	Cobertura	Categoría A	Categoría B	Categoría C	Categoría D	Categoría E	Categoría F
BBCL	Publica: 1	-	X	-	-	X	-
LUN	No publica	-	-	-	.	.	-
LaTercera	No publica	-	-	-	-	-	-
SoyChile	No publica	-	-	-	-	.	.
Total	1 noticia	0	1	0	0	1	0

Análisis del caso 5: Llama la atención la prácticamente nula cobertura que se le dio al caso. Sólo BioBioChile sacó un artículo y contaba con pocos datos, cayendo en errores como la falta de empatía y una mala contextualización de la nota.

Se intuye que los medios no publicaron este caso, porque: a) La cobertura noticiosa en comunas regionales como Paredones es baja, b) La figura de una madre y dueña de casa de 47 años no es muy atrayente para una noticia y c) El caso no contaba con detalles muy gráficos o violentos, como los que sí existían en otros casos de femicidios, como el de Juliana Acevedo o Magali Carriel.

Caso número 6: Juliana Acevedo

Antecedentes: Ocurrido el 9 de marzo, en Santiago, Juliana Acevedo de 21 años, trabajadora, fue asesinada y descuartizada por su conviviente, Edwin Vásquez Ortiz. Sus restos fueron hallados en el río Mapocho. Fue ingresada como el feminicidio número 10 del 2016.

Tabla 6

Medio	Cobertura	Categoría A	Categoría B	Categoría C	Categoría D	Categoría E	Categoría F
BBCL	Publica: 2	-	X X	X X	X X	X X	-
LUN	Publica: 3	X	X	X	X X X	X X X	X X
LaTercera	Publica: 4	X X	X X X	X X	X X X	X X X X	X
SoyChile	Publica: 2	-	X X	X X	X X	X X	X
Total	11 noticias	3	8	7	10	11	4

Análisis del caso 6: Fue uno de los feminicidios con mayor cobertura, sumando 11 noticias sólo en cuatro medios de comunicación. Uno de los errores que más imperó es la falta de contextualización de la noticia, ya que técnicas como incluir fonos de ayuda, las condenas a agresores y explicaciones de expertos en violencia contra la mujer no están incluidas en los rituales de reporte de los periodistas. Incluso, en varios artículos de Las Últimas Noticias, se desprendía del relato varias señales de alerta, como los celos enfermizos de Edwin, la denuncia de una pareja anterior y el hecho de que Juliana se apartara de su familia y amistades, pero como no se habló con especialistas, estas señales pasaron desapercibidas tanto para el periodista como para el lector, apuntando a que el caso fue una tragedia inevitable.

La segunda categoría de error que más se repitió, fue el morbo y sensacionalismo: la mayoría de las noticias recogió excesivos detalles de la pelea de Edwin y Juliana y su posterior descuartizamiento y lanzamiento del cuerpo al río Mapocho. La tercera categoría más importante fue la falta de empatía con la víctima: algunos medios culparon a Juliana de “violencia mutua” y otros apenas recogían datos de su vida, dejándola a ella invisibilizada en el relato, mientras su asesino era destacado por sus habilidades con la anatomía humana y por ser muy formal y amable, al punto de que se entregó a la policía.

También, los medios hicieron un excesivo hincapié en que Juliana era una mujer extranjera, de una familia numerosa y pobre de Colombia, siendo que la violencia contra la mujer es un problema transversal a todos los países, culturas y clases sociales. Otro error que se detectó fue el constante cambio de nombre y de trabajo que sufrió la víctima

alrededor de todos los relatos (era llamada por su nombre de usuario de Facebook, “Yuliana”) y la excesiva exposición de sus imágenes en las redes sociales, incluyendo fotos de sus tatuajes tomadas cuando ya estaba muerta.

Este caso parece haber tenido más cobertura que el de otras mujeres asesinadas, porque a) Contaba con fuertes detalles sobre el asesinato y descuartizamiento de Juliana, b) Juliana era una mujer joven e incluso calificada de “bella” por los periodistas y c) Ocurrió en Santiago, por lo que era más fácil para los medios de comunicación –todos con sede en esta ciudad- cubrir la noticia.

Caso número 7: Nancy Arenas Astudillo

Antecedentes: Ocurrido el 10 de marzo, en Rinconada de Los Andes. Nancy Arenas de 60 años fue asesinada por su esposo, Fernando Gómez Muñoz, quien posteriormente se suicidó. Fue ingresada como el feminicidio número 11 del 2016.

Tabla 7

Medio	Cobertura	Categoría A	Categoría B	Categoría C	Categoría D	Categoría E	Categoría F
BBCL	Publica: 1	-	X	-	-	X	-
LUN	No publica	-	-	-	.	.	-
LaTercera	No publica	-	-	-	-	-	-
SoyChile	No publica	-	-	-	-	.	.
Total	1	0	1	0	0	1	0

Análisis del caso 7: El caso de Nancy Arenas apenas fue cubierto por estos cuatro medios de comunicación. Sólo BioBioChile recogió su caso en una noticia demasiado corta, mal contextualizada y que nuevamente, apenas aportaba datos sobre la víctima. Se intuye que los medios digitales no recogieron su caso, porque: a) Su asesinato ocurrió en un pueblo pequeño, b) Nancy era una mujer rural, de la tercera edad y dueña de casa, c)

Porque no existieron mayores datos gráficos sobre su muerte y d) Porque el caso de Juliana Acevedo estaba acaparando la atención de los periodistas.

Caso número 8: Yuri Álvarez

Antecedentes: Ocurrido el 25 de marzo, en Quillón. Yuri Álvarez de 28 años, vendedora y madre de un hijo, fue asesinada por su cónyuge, Ángelo Iturra. Existía una denuncia del año 2014. Fue ingresada como el feminicidio número 12 del 2016.

Tabla 8

Medio	Cobertura	Categoría A	Categoría B	Categoría C	Categoría D	Categoría E	Categoría F
BBCL	Publica: 2	X	X X	X	-	X X	-
LUN	No publica	-	-	-	.	.	-
LaTercera	No publica	-	-	-	-	-	-
SoyChile	Publica: 3	-	-	X	X	X X X	.
Total	5 noticias	1	2	2	1	5	0

Análisis del caso 8: Este caso recibió un poco más de atención, siendo recogido por dos medios que suelen cubrir noticias a regiones: BioBioChile y SoyChile. Nuevamente, la categoría de error que más imperó fue la falta de contextualización de la noticia, ya que el periodista se contenta con informar sobre feminicidios de manera aislada, sino aportar mayores datos que eduquen a la población o que busquen concientizar sobre el tema. Le sigue la falta de empatía con la víctima –de quien no se conocen mayores datos que su edad o que era casada- y la justificación del agresor. Sólo una noticia de SoyChile informó que Yuri vendía helados y tenía un hijo. Se incluyeron fuentes institucionales, puntualmente del Servicio Nacional de la Mujer, pero siguen sin incluirse las declaraciones de expertos en violencia de género.

Cobertura total y errores

Los ocho casos de feminicidios fueron cubiertos en 35 noticias, en estos cuatro medios de comunicación digitales. Primaron errores como la falta de empatía hacia la

víctima, morbo y sensacionalismo y especialmente, la falta de contexto en la noticia, como resumen la siguiente tabla.

Tabla 9

	Cobertura	Categoría A	Categoría B	Categoría C	Categoría D	Categoría E	Categoría F
	35 noticias	10	24	13	21	27	4
%	100%	28,5%	68,5%	37,1%	60%	77,1%	11,4%

También existió disparidad en la cobertura individual que cada medio le dio a los feminicidios. Los medios digitales chilenos que más cubrieron el problema fueron BioBioChile y SoyChile, como resumen la siguiente tabla.

Tabla 10

Medios	Cobertura total	%
BioBioChile	12	34,2%
Las Últimas Noticias	3	8,5%
La Tercera	4	11,4%
SoyChile	16	45,7%
Total	35	100%

EJE TEMÁTICO: COMUNICACIÓN Y DESARROLLO SOSTENIBLE

SUBJECT AREA: COMMUNICATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Estrategias Comunicacionales para reducir el riesgo en salud: el caso de la Alerta Sanitaria por Marea Roja en la Región de Los Lagos

Communication Strategies to Reduce Health Risk: the case of the Red Tide Alert in Los Lagos region

Leonardo Javier Díaz Bouquillard,
Secretaría Regional Ministerial de Salud, Región de Los Lagos
diazbouqui@gmail.com, leonardo.diaz@redsalud.gov.cl

Abstract

The following paper has the purpose to present the precautionary experience developed during the event about Red Tide occurred in the Region de los Lagos (the lake country) between the months of March and August of the present year. Where; probably as a consequence of the climatic phenomenon known as “El Niño” (the boy), through the unusual rise of temperatures in the oceanic waters, the Region de los Lagos experienced a Harmful Seaweed Blossom (HSB) in a wide extension of its territorial waters with the added presence of paralyzing shellfish venom (PSV)

The impact that causes the Red Tide towards man and its activities include poisoning by shellfish eating that can be deadly (the amount of toxins passed the 9 thousand micrograms, being 80 micrograms the standard limit), massive mortalities of sea organisms in the natural environment, alterations of the shore habitat and their effects in the social and economic system. To face this seaweed phenomenon several strategies were extend through complementary disciplines such as communications about risks and communications for health.

Keywords: Public Health, Risk Communicaction

Resumen

El siguiente trabajo tiene por objetivo presentar la estrategia preventiva comunicacional desarrollada durante el evento de Marea Roja ocurrido en la región de Los Lagos entre los meses de febrero y agosto del presente año -al momento de escribir este trabajo aún existen zonas con presencia de la toxina- y donde, probablemente como consecuencia del fenómeno climático de El Niño, a través del inusual aumento de la temperatura de las aguas oceánicas, la región de Los Lagos experimentó un Florecimiento Algal Nocivo (FAN), en una amplia extensión de sus aguas territoriales con presencia de veneno paralizante de los mariscos (VPM), lo que derivó en una exitosa estrategia comunicacional que logró minimizar las intoxicaciones por Marea Roja en la comunidad.

Palabras Clave: Salud Pública, Comunicación de Riesgos, Public Health, Risk Communication

*

La Marea Roja es un fenómeno natural incluido dentro de un grupo de eventos denominados Floraciones Algales Nocivas (FAN), y se refiere a rápidos aumentos en la concentración de microalgas tóxicas o no tóxicas que colorean el agua y revisten peligrosidad por las toxinas que contienen o por el daño físico que causan a los seres vivos. Los moluscos afectados por las floraciones algales tóxicas no sufren ningún tipo de alteración de sus características organolépticas (color, sabor, olor), de manera que, a “simple vista”, no es posible detectar su toxicidad, de ahí el peligro que revisten para las personas que los consumen. Las microalgas causantes de estas floraciones nocivas producen toxinas de diferente naturaleza en su metabolismo normal, compuestos que son acumulados por los organismos bentónicos filtradores (los mariscos) que se alimentan del fitoplancton. De esta forma los mariscos pueden transmitir estas sustancias tóxicas a niveles superiores de la cadena trófica dando lugar a los conocidos “síndromes de intoxicación de mariscos” que afectan a los vertebrados y al hombre.

Los moluscos bivalvos más conocidos y que se ven involucrados en estos episodios corresponden a ostras, choros, cholgas, choritos, almejas, culengues, ostiones,

navajuelas y machas, aunque también se ha detectado presencia de toxinas en otros mariscos como loco, picorocos, caracoles y lapas.

Los síndromes tóxicos en seres humanos causados por microalgas con presencia en la región de Los Lagos corresponden a: **Intoxicación Diarreica por mariscos**, causada por el veneno diarreico de los mariscos (VDM), **Intoxicación Amnésica por mariscos**, causada por el veneno amnésico de los mariscos, (VAM) e **Intoxicación Paralizante por mariscos**, causada por el veneno paralizante de los mariscos (VPM).

Es la Intoxicación Paralizante por mariscos (VPM), el problema de salud pública que reviste mayor preocupación por parte de las autoridades de salud. La circular epidemiológica emitida por la Seremi de Salud Los Lagos, describe sus efectos en el ser humano:

“La sospecha de intoxicación por VPM constituye una emergencia médica. El cuadro clínico se instala rápidamente después de la ingesta de mariscos contaminados, de 5 a 20 minutos después del consumo, y su intensidad depende de factores tales como el nivel de toxinas acumulada en los mariscos, la cantidad de unidades de mariscos consumidas, la ingesta alcohólica (que favorece la absorción de la toxina), edad, contenido estomacal al momento de la ingesta del paciente y patologías asociadas, etc” (Seremi de Salud Región de Los Lagos, Alerta Epidemiológica, 2016)

Fig. 1.- Descripción de casos (Alerta Epidemiológica, por Veneno Paralizante de los Mariscos).

Casos Leves	Casos Moderados	Casos Graves
Sensación de cosquilleo y adormecimiento de la boca, región peribucal, encías y lengua, irradiándose luego a cuello y hombros	A los síntomas descritos en los casos leves, se suman cefalea, mareos, náuseas, insensibilidad de brazos, piernas y cuello, dificultad para hablar y tragar, rigidez e incoordinación de extremidades, sensación de flotación, dificultad respiratoria y taquicardia.	A todo lo anterior se suma parálisis de los músculos de las piernas y brazos, y finalmente muerte por parálisis respiratoria, en el lapso de 2 a 10 horas

De acuerdo a las estadísticas de la institución desde el año 2000 - 2015, la ocurrencia de casos por intoxicación por consumo de mariscos con marea roja del tipo

paralizante en el país son de 167, con una cifra de 9 fallecidos (concentrados en las regiones de Los Lagos, Aysén y Magallanes). En nuestra región los casos son 65 con 1 fallecido, en el mismo espacio temporal. Cabe señalar que no existe antídoto frente a la presencia de la toxina de VPM, y solamente el tratamiento es sintomático para los pacientes.

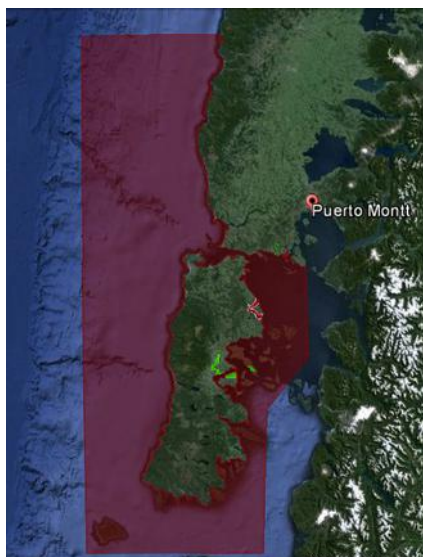
Al problema de salud pública se suma el problema social que significa la presencia de zonas con presencia de Marea Roja, en efecto, se hace necesario tomar en cuenta que en las regiones afectadas y/o amagadas por un fenómeno algal nocivo existen grupos sociales que dependen económicamente de la actividad extractiva de moluscos bivalvos, los cuales se ven afectados en su subsistencia al momento de decretar la medida de acción sanitaria de prohibición de extracción, impactando toda la cadena productiva y económica asociada a la extracción de los recursos marinos (Informe Final Revisión del Programa Nacional de Vigilancia y Control de Intoxicaciones por Fenómenos Algales Nocivos, 2008).

El evento de Marea Roja 2016

Desde principios de enero y con mayor profundización en el mes de marzo del presente año, derivado de los fenómenos del Niño y en concordancia con los monitoreos realizados por la Seremi de Salud en conjunto con Sernapesca se detectó la presencia de la toxina del tipo paralizante, Veneno Paralizante de los Mariscos (VPM), en concentraciones nunca antes conocidas en la región. Ejemplo de ello fue el recurso machas en Cucao (Chonchi) con concentraciones de 9 mil microgramos de toxina por 100 gramos de carne de molusco, considerando que el límite regulatorio para consumo humano es de 80 microgramos de toxina por 100 gramos de carne de molusco. Otros recursos exhibieron cifras toxicológicas altísimas en torno a los 3800 microgramos (tumbaos), 2031 microgramos (navajuelas) y 1951 microgramos (almejas y cholgas).

El riesgo inminente derivó en un cierre preventivo para extracción de mariscos, primero en la zona sur de Chiloé y posteriormente un extenso cierre en la totalidad del borde costero oceánico, desde el sector de Quellón por el sur, hasta el límite de la región de Los Ríos por el norte, incluyendo el mar interior del Canal de Chacao (bahía de Ancud), abarcando hasta Isla Huar, lo que derivó en una Alerta Sanitaria.

Fig. 2.- Mapa de cierre por presencia Marea Roja al 20 de abril 2016 (En rojo las zonas amagadas)



Con el riesgo inminente de intoxicaciones y el eventual desenlace en fallecimientos por consumo de mariscos, desde el punto de vista comunicacional, orientamos una estrategia que contó con 3 fases y que desde su conceptualización teórica la situamos en la Comunicación para la Salud, entendiéndose como el “estudio y uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud” (Organización Panamericana de la Salud, OPS, Healthy People, 2010).

Esta disciplina incluye áreas como la educación, el periodismo sanitario, comunicación interpersonal, abogacía por la salud comunicación sobre riesgos y el marketing social (Mosquera, 2003, p 30).

Con este marco definimos como objetivo general “disminuir el riesgo de intoxicaciones y muertes asociadas al consumo de mariscos, durante el evento de marea roja”, relevando 4 públicos objetivos: recolectores de orillas de diversas caletas quienes utilizan los mariscos como fuente proteica y estaban mayormente expuestos a una posible intoxicación debido a su condición de vulnerabilidad y ruralidad, consumidores promedio

de mariscos de edades entre 20 y 70 años (visitantes de ferias y comprador de productos en desembarcos), sindicatos y asociaciones de pesca extractiva y medios de comunicación.

Fase 1

En la fase 1 desarrollamos diversas piezas comunicacionales -principalmente gráficas y mensajes radiales-, que están insertos en los modelos de Comunicación de Riesgos, a través del siguiente mensaje unificador del discurso: *El consumo de mariscos con Marea Roja puede producir la muerte en pocos minutos*. Desde el punto de vista visual utilizamos elementos cromáticos que vehiculizan sentido del riesgo, como es el color rojo, en todas las piezas comunicacionales, además del negro en otra materialidad (bolsas). Complementariamente se explicitan mensajes dirigidos a la población más vulnerable para *No extraer ni consumir productos del mar por su eventual contaminación*, además de informar sobre los signos de intoxicación (Ver figura 3).

Determinar la intensidad con que se comunica una alerta es uno de los retos más complicados a los que se enfrenta una institución (Rodríguez, 2011 p.36); sin embargo, se ha constatado que las apelaciones al miedo en la comunicación de riesgos son muy efectivas para condicionar las opiniones y comportamientos, siendo un importante factor de influencia, “el secreto de este poder reside en que actúa de forma directa sobre los sentimientos y lo emocional” (Gordon, 1971).

Siguiendo a Rodríguez (2011) reproducimos parte de sus recomendaciones que fueron aprehendidas en nuestra estrategia de fase 1, a saber:

1.- Evaluando que efectivamente se está ante una crisis sanitaria de proporciones, donde la graduación del nivel de alerta debía ser muy elevada, 2.- Conociendo a nuestras audiencias, es decir, a través de un mapa de actores que tenía en los recolectores de orilla de carácter rural a nuestros principales receptores, 3.- Hacer de la amenaza algo cercano, donde “las apelaciones al miedo son mucho más impactantes cuando se muestran más próximas” (Rodríguez, 2011, p. 40).

La Comunicación de Riesgos también significa “transparencia” es por ello que adicionalmente para los medios de comunicación se establecen diversas vías de contacto (comunicados de prensa, contactos, pautas), pero además se relevó un informe cada dos días, con los siguientes datos: Estado actual de cierres, N casos (confirmados y

sospechosos), N muestras analizadas, N controles carreteros, N muestras con mayor toxicidad. Con esta información redujimos el rumor y establecimos canales claros para comunicar “es muy importante saber que si no eres tú quien da la información, otro lo hará por ti, porque hay mucha demanda de noticias en momentos de crisis”, (Rodríguez 2011, p, 42). Paralelamente desplegamos una estrategia de redes sociales intensiva, con mensajes sanitarios e información periodística actualizada.

Fig. 3.- Calendarios, afiches y gráficas utilizadas en la Fase 1



Fase 2 y 3

El éxito de la primera fase, donde instalamos una percepción de riesgo real (periodo que dura aproximadamente 1 mes), nos permite reorientar los ejes discursivos en una 2da fase donde se reduce la percepción de riesgo y se establecen medidas de co responsabilidad, con el mensaje *Controlar la Marea Roja es Tarea de Todos*. Además se instalan ejes discursivos en torno a la compra y consumo de mariscos solo en lugares autorizados por la Seremi de Salud, insistiendo además que la marea roja *No se elimina al cocer los mariscos*. Se utiliza una paleta cromática similar a la fase anterior sin embargo se trabajan colores blancos y azules más claros que vehiculizan un mensaje más amigable y ciertamente de menor riesgo (Ver Figura 4).

Paralelamente en lo que podríamos decir una transición a una Fase 3, re orientamos nuevos mensajes sanitarios promoviendo el consumo de mariscos no afectos a

la toxina (erizos, jaibas, pulpos etc.), se trata de una orientación cuyo objetivo fue minimizar los efectos económicos de la cadena productiva propia de la marea roja.

Además utilizamos recursos derivados de lo que se conoce como Edu - entretenimiento, siguiendo a Igartúa (2011), estrategias que incluyen mensajes que son atractivos para las audiencias, que tienen un fuerte componente emocional y una estructura narrativa clara y suelen enganchar a las audiencias al igual que cualquier otro contenido de entretenimiento de carácter comercial. Para ello utilizamos viñetas educativas a través de un reconocido comic con fuerte identidad de Chiloé (principal zona afectada) pues aprehendemos que los procesos de comunicación y salud deben tener una fuerte vinculación con los fenómenos de interculturalidad, por ejemplo a través del lenguaje (Fig. 5)

Fig. 4.- Volantes utilizados en fase 2 (Utilización cromática difiere a fase 1)



MAREA ROJA: EL MITO DE LA COCCIÓN CHILOTITO

HIJITO E DIOS, HOY TE CONTARÉ SOBRE UN MITO !!!

ÉRASE UNA VEZ, UNA FIURA CONDENA DEL DIAULO QUE CREÍA QUE SE LAS SABÍA POR LIBRO

LA MUY CONDENA PENSABA QUE AL HERVIR LOS MARISCOS, DESAPARECÍAN LAS TOXINAS DE LA MAREA ROJA !!!

BUENO, AHORA LO SABRÁ MUJATA-JAJAJAJA!

LA MAREA ROJA NO SE ELIMINA AL COCER LOS MARISCOS.

¿Y QUÉ LE PASÓ A ESA ROSA?

CONSUMO RESPONSABLE CHILOTITO

CHILOTITO SALE A COMPRAR MARISCOS

¿SUS MARISCOS ESTÁN AUTORIZADOS POR LA SEREMI DE SALUD LOS LAGOS?

SIPO, SI AYER HABLAMOS CON ESA ROSA Y NOS DIÓ SU APROBACIÓN

CHORO CHAMULLENTO

PERO ALGUNOS NO SON DE FIAR...

¿TIENEN CERTIFICACIÓN SUS CHOROS?

SE ME VOLO POR AHI, PERO TE LOS DEJO MÁS BARATO

FINALMENTE LLEGA AL MERCADO

DOÑA CHELITA, QUE BUENO VERLA POR ESTOS LARES

HOLA MI CHICO

Autorizado por SEREMI SALUD LOS LAGOS

HAGA COMO CHILOTITO Y SU GATO Y CONSUMA MARISCOS CON CONFIANZA SI ESTÁN CERTIFICADOS POR LA AUTORIDAD SANITARIA

SI CONSUME MARISCOS ADQUIÉRALOS EN LOCALES AUTORIZADOS Y EXIJA DOCUMENTOS QUE GARANTICEN SU SEGURIDAD. SEA RESPONSABLE CON SU SALUD Y LA DE SU FAMILIA.

SI CONSUME MARISCOS ADQUIÉRALOS EN LOCALES AUTORIZADOS Y EXIJA DOCUMENTOS QUE GARANTICEN SU SEGURIDAD. SEA RESPONSABLE CON SU SALUD Y LA DE SU FAMILIA.

Sin duda un éxito sanitario que tuvo en la Comunicación para la Salud a uno de sus mejores aliados, pues debemos considerar que los 10 casos confirmados se produjeron entre el 20 y 22 de abril, es decir, a dos días de decretarse la Alerta Sanitaria (20 abril). Podemos inferir entonces que estas 10 personas no estuvieron expuestas a los mensajes sanitarios, por la proximidad temporal.

293

muy reciente desde el campo académico, metodológico y teórico, deben existir los esfuerzos necesarios para potenciarla.

Ante una sociedad altamente dinámica y en tensión permanente, el gran reto del comunicador ya no es comunicar para mejorar la salud de las personas, sino que para preservarla (Hidalgo, 2011) y eso significa trabajar con cercanía (la tan importante noción de interculturalidad), ajustar herramientas, ser creativo y por supuesto enfatizar en las evaluaciones, pues sabemos que lo que no se mide no se puede mejorar.

Son algunos desafíos que nos plantea el mayor Fenómeno Algal Nocivo que se haya registrado en la región de Los Lagos y que por cierto, nos acompañará por mucho tiempo.

Bibliografía

Ubaldo Cuesta, Tania Menendez, Aitor Ugarte (Coordinador). (2011). Comunicación y Salud, Nuevos Escenarios y Tendencias. España: Editorial Complutense.

Juan José Igartua. (2011). Mejor convencer entreteniéndolo: comunicación para la salud y persuasión narrativa. Revista de Comunicación y Salud, Vol 1, 69-83.

Roberto Rodríguez Andrés. (2011). La efectividad del uso del miedo como factor persuasivo en la comunicación de riesgos en las crisis sanitarias. Revista de Comunicación y Salud, Vol 1, 33 - 46.

Centro Estudios del Desarrollo. (2010). Estudio cualitativo: Factores sociales presentes en la relación de los buzos mariscadores y recolectores de orilla con el Programa Nacional de Control y Prevención de Intoxicaciones por Marea Roja. Chile: Centro de Desarrollo - Ministerio de Salud.

Ministerio de Salud. (2008). Programa Nacional de Vigilancia y Control de las Intoxicaciones por Fenómenos Algales Nocivos (“Marea Roja”). Chile: Ministerio de Salud - División de Políticas Públicas y Saludables y Promoción.

Mario Mosquera. (2003). Comunicación en Salud: Conceptos, Teoría y Experiencias. 2016, Portal Comunicación. Sitio web:

http://www.portalcomunicacion.com/obregon/pdf/Mosquera_2003.pdf

Organización Panamericana de la Salud, OPS (2010) Healthy People, Understanding and improving health <http://www.healthypeople.gov/2010/document/pdf/uih/2010uih.pdf>

Exposición a Información sobre Hábitos de Vida Saludable vía Búsqueda y Escaneo y su Asociación con la Adopción de estas Prácticas

Exposure to Information about Healthy Lifestyle Habits via Seeking and Scanning and its Association with the Adoption of these Practices

Macarena Peña y Lillo
Universidad Diego Portales
macarena.penaylillo@udp.cl

Abstract

Health information exposure through the mass media, new technologies or interpersonal networks has the potential to influence people's decisions and behaviors. The purpose of this research is to determine whether actively seeking and scanning or incidental exposure to information about physical activity and fruit and vegetable consumption are associated to the adoption or increase in the practice of these behaviors in a sample of Chilean adolescents. This study is based on a longitudinal survey conducted between October of 2015 and January 2016 among 751 female students between seventh and 11th grade (age $M = 14,71$; $SD = 1,34$) in three public schools in the Santiago Municipality. Data were quantitatively analyzed through multiple regressions. It was found that scanning was a significant predictor of both examined behaviors, while seeking was not. Furthermore, scanning information about physical activity and fruit and vegetable consumption in time 1 works as reinforcement for those adolescents who already presented high levels of both behaviors.

Keywords: *Physical activity, fruit and vegetable consumption, adolescents, media effects, self-care habits.*

Resumen

La exposición a información sobre salud a través de los medios de comunicación, las nuevas tecnologías o las redes interpersonales tiene el potencial de influir en las decisiones y comportamientos de las personas. El propósito de esta investigación es determinar si la búsqueda activa y el escaneo o exposición incidental a información sobre actividad física y el consumo de frutas y verduras se asocian a la adopción o aumento de la práctica de estos comportamientos en una muestra de adolescentes chilenas. Este estudio consiste en una encuesta longitudinal realizada entre octubre de 2015 y enero de 2016 a 751 estudiantes mujeres de entre séptimo básico y tercero medio (edad $M = 14,71$; $DS = 1,34$) en tres liceos públicos de la comuna de Santiago. Los datos fueron analizados cuantitativamente a través de regresiones múltiples. Se encontró que el escaneo es un predictor significativo de ambos comportamientos examinados, mientras que la búsqueda no. Además, el escaneo de información sobre la práctica de actividad física y sobre el consumo de frutas y vegetales en el tiempo 1 actúa como un refuerzo para aquellas adolescentes que ya presentaban niveles altos de ambas conductas.

Palabras clave: Actividad física, consumo de frutas y vegetales, adolescentes, efectos de los medios de comunicación, prácticas de auto-cuidado.

*

La obesidad y el sobrepeso se han vuelto una epidemia global. En este contexto, es importante conocer qué motiva a las personas a adoptar hábitos de auto-cuidado, como la práctica regular de actividad física y el consumo diario de frutas y verduras. Desde el campo de la comunicación, una importante contribución para enfrentar este problema sanitario es entender qué impacto tienen los mensajes sobre estos comportamientos en las prácticas de auto-cuidado que adopten los individuos.

Este estudio se concentra en la búsqueda y escaneo de información. La búsqueda corresponde a esfuerzos activos hechos por los sujetos para encontrar información sobre salud (Niederdeppe et al., 2007). El escaneo, en tanto, corresponde a la adquisición de información a través de la exposición rutinaria de los individuos a los medios y a sus redes interpersonales (Niederdeppe et al., 2007). Ambos conceptos se han estudiado

profusamente en Estados Unidos (Anker, Reinhart, & Feeley, 2011; Askelson, Campo, & Carter, 2011; Beaudoin & Hong, 2011; Hornik et al., 2013; Jung, Ramanadhan, & Viswanath, 2013; Kelly et al., 2010; Kelly, Niederdeppe, & Hornik, 2009; Lewis et al., 2011; Powe, 2015; Ruppel, 2016) y particularmente en lo que respecta a la prevención del cáncer (Hovick, Kahlor, & Liang, 2014; Hovick, Liang, & Kahlor, 2013), pero poco se sabe sobre estas prácticas en poblaciones hispanoamericanas y personas sin un diagnóstico de salud específico. El propósito de esta investigación es determinar si la búsqueda y/o el escaneo de información sobre actividad física y el consumo de frutas y verduras se asocian a la adopción o aumento de la práctica de estos comportamientos en una muestra de adolescentes chilenas.

Exposición a información y hábitos de salud

La información sobre salud a la que están expuestos los individuos tiene el potencial de influir en sus decisiones sobre adopción de hábitos saludables, por ejemplo, esta información puede referir a herramientas útiles para que las personas adopten nuevos comportamientos, o puede reforzar creencias positivas respecto de alguna conducta y por ende actuar como gatillante de su adopción. En el campo de la comunicación de la salud se han estudiado dos maneras de relacionarse con la información sobre salud, por un lado, la búsqueda activa, que corresponde a esfuerzos deliberados por encontrar información acerca de un tema en particular, ya sea a través de los medios masivos de comunicación, internet, redes interpersonales, entre otros (Niederdeppe et al., 2007). Por otro lado está el escaneo o exposición incidental a información sobre salud que ocurre como parte del consumo informativo rutinario de los individuos (Kelly et al., 2010; Niederdeppe et al., 2007).

La búsqueda de información sobre salud ha sido ampliamente estudiada. En Estados Unidos se realiza la encuesta HINTS (National Institutes of Health, 2014) que busca conocer cómo las personas acceden a información sobre cáncer y qué tipo de información obtienen (Huerta, Walker, Johnson, & Ford, 2016). A partir de ella se obtiene información acerca de la exposición a información sobre salud, particularmente sobre la búsqueda activa de información asociada al cáncer o a su prevención. Se espera que la búsqueda activa de información se explique por una motivación o interés especial de las

personas en la conducta y por ende, se ha propuesto una vinculación entre búsqueda de información y prácticas de conductas de salud.

Estudios previos han mostrado que tanto la búsqueda como el escaneo de información tienen asociaciones transversales con la práctica de ciertas conductas preventivas. Tal es el caso del consumo de frutas y verduras y el ejercicio físico (Kelly et al., 2010; Ramanadhan & Viswanath, 2006) y la realización de exámenes médicos, como una colonoscopia en poblaciones adultas (Kelly et al., 2010; Shim et al., 2006). Estudios que han explorado la relación longitudinal entre búsqueda, escaneo y práctica de conductas de salud han encontrado que la búsqueda de información predice la realización de actividad física, el consumo de frutas y vegetales y el cuidado de la dieta (Ramírez et al., 2013), mientras que el escaneo ha mostrado ser efectivo en la mantención de dichas conductas (Hornik et al., 2013).

Una consideración al examinar la relación longitudinal entre búsqueda, escaneo y práctica de una conducta es el rol de la conducta previa. Una posibilidad es que la búsqueda y/o el escaneo actúen como motivadores de la conducta, independiente de las prácticas iniciales de los individuos, en otras palabras, que la búsqueda y escaneo actúe en todas las personas por igual. Una segunda alternativa, sin embargo, es que la búsqueda y/o escaneo actúen como reforzadores de conductas que ya se están llevando a la práctica, en ese caso, los efectos de la búsqueda y el escaneo en las conductas a través del tiempo van a ser contingentes a las conductas iniciales de los individuos. Así, los efectos de la búsqueda y/o el escaneo en la práctica de una determinada conducta a través del tiempo van a ser más poderosos entre aquellos individuos que ya estaban practicando la conducta. Evidencia reciente da cuenta de que el escaneo de información sobre consumo de frutas y vegetales estaba asociado con una mantención de esta conducta entre aquellas personas que ya consumían una alta cantidad de frutas y vegetales (Hornik et al., 2013). De manera similar, entre las mujeres que ya se encontraban al día en su mamografía anual, el escaneo de información predecía la repetición de la conducta al año siguiente (Hornik et al., 2013).

Hipótesis y preguntas de investigación

A partir de la literatura revisada más arriba, se proponen las siguientes hipótesis y preguntas de investigación:

H1: la búsqueda de información sobre actividad física/consumo de frutas y vegetales en el tiempo 1 estará asociada a un aumento en la práctica de ambas conductas dos meses después.

H2: el escaneo de información sobre actividad física/consumo de frutas y vegetales en el tiempo 1 estará asociado a un aumento en la práctica de ambas conductas dos meses después.

Pregunta 1: ¿Son los efectos de la búsqueda y escaneo en la práctica de actividad física y el consumo de frutas y vegetales en el tiempo 2 contingentes a los niveles basales de estas conductas?

Método

Participantes y procedimiento

El estudio se realizó a través de una encuesta presencial auto-aplicada en una muestra de estudiantes de entre 7° y 3° medio de tres liceos públicos de niñas de la comuna de Santiago. La encuesta se administró en dos etapas, la primera en octubre de 2015 (n = 632) y la segunda en diciembre 2015 – enero 2016 (n = 495). Las estudiantes podían entrar o dejar el estudio en cualquiera de las dos etapas. La tasa de retención de la primera a la segunda aplicación fue de 59,4% (n = 375).

El promedio de edad de las participantes era de 14,7 años (DE = 1,4), el promedio de índice de masa corporal era de 22,2 (DE = 3,5), 6,6% de las participantes nacieron fuera de Chile y 13,3% se definieron a sí mismas como parte de un grupo indígena. La mayoría de las estudiantes de la muestra eran de 2° medio (30,6%), seguido por 1° medio (27%), 8° (18,3%), 7° (14,4%) y 3° medio (9,7%).

Luego de obtener autorización de las directoras de cada uno de los establecimientos participantes, la investigadora principal visitó cada una de los 27 cursos que componían la muestra para entregar a las estudiantes antecedentes acerca de la

investigación. En dicha visita las estudiantes recibieron una carta con información sobre el proyecto para ellas y sus apoderados que adjuntaba un formulario de “no participación” para ser completado y presentado en caso de que los apoderados prefirieran que la estudiante no respondiera la encuesta.

Luego de esa primera visita se comenzó a aplicar la encuesta en periodos de clase determinados para cada curso en acuerdo con los establecimientos. Antes de aplicar la encuesta, la investigadora volvió a entregar información sobre el estudio. Luego se repartieron las encuestas y los consentimientos informados. A las estudiantes se les solicitó leer cuidadosamente este documento y poner su nombre y fecha en éste si consentían en participar del estudio. Los consentimientos informados se recogieron junto con las encuestas una vez que éstas estaban completas. Las estudiantes recibieron una copia del documento. Todo el procedimiento de la encuesta tomó entre 25 y 45 minutos en la primera ronda y entre 15 y 20 minutos en la segunda ronda, pues el instrumento de medición fue acortado en el segundo caso. En cada ronda las estudiantes que respondieron la encuesta participaron en el sorteo de una Tablet Samsung Mini.

Mediciones

Consumo de frutas y verduras. A las estudiantes se les pidió cuantificar en tazas las porciones de frutas y las porciones de vegetales que habían consumido la jornada anterior a la encuesta. En ambos casos las opciones de respuesta eran: “ninguna”, “½ taza o menos”, “entre ½ y 1 taza”, “entre 1 y 2 tazas”, “entre 2 y 3 tazas”, “entre 3 y 4 tazas”, “más de 4 tazas”. La recomendación internacional para el tramo de edad de las estudiantes encuestadas es consumir 1 ½ tazas de fruta al día y 2 ½ tazas de verduras al día.

Práctica regular de actividad física. Las estudiantes respondieron si habían realizado alguna actividad física fuera del horario de clases el día anterior. Además, se les pidió que indicaran en cuántos de los últimos 7 días habían realizado alguna actividad física.

Exposición a información sobre salud (búsqueda y escaneo). La exposición a información sobre la práctica de actividad física y el consumo de frutas y vegetales se evaluó a través de dos variables que dan cuenta de distintos tipos de exposición. A las estudiantes se les preguntó si en los últimos dos meses habían estado expuestas a

información sobre la práctica regular de actividad física y sobre consumo de frutas y verduras en conversaciones con médicos u otro profesional de la salud, miembros de su familia, profesor u otro adulto en el colegio y/o amigos(as) o compañeras. En todos los casos se les preguntó si la exposición había sido incidental (“esa persona mencionó algo acerca de...”.) o si es que había habido un esfuerzo activo (“tú le preguntaste a esa persona sobre...”).

Además, se les preguntó por exposición a través de la televisión, redes sociales en internet como Facebook, Twitter o Instagram, internet y volantes, posters o folletos. Tal como en el caso anterior se les preguntó si la exposición fue incidental (“te encontraste con información acerca de...”.) o motivada (“buscaste información sobre...”).

Variables de control. Como variables de control en este estudio se incluyeron la edad, el índice de masa corporal de la estudiante calculado a partir de su talla y peso autorreportados, las horas de consumo televisivo y el curso al que pertenecía.

Análisis

Para poner a prueba las hipótesis de este estudio y responder a la pregunta de investigación los datos fueron analizados cuantitativamente a través de regresiones múltiples con porciones de frutas y verduras diarios y número de días a la semana en que se practica actividad física en el tiempo 2 como variables dependientes, controlando por cada conducta en el tiempo 1.

Resultados

La Tabla 1 presenta los estimados de las regresiones múltiples para consumo de frutas y verduras y práctica de actividad física en tiempo 1 y tiempo 2. La H1 anticipaba que la búsqueda de información sobre actividad física y/o el consumo de frutas y vegetales en el tiempo 1 estaría asociada a un aumento en la práctica de ambas conductas dos meses después. Esta hipótesis no encontró sustento, pues los resultados de las regresiones múltiples muestran que no hay asociación longitudinal entre búsqueda en tiempo 1 y conductas en tiempo 2.

Tabla 1. Estimados de la regresión múltiple para consumo de frutas y verduras y práctica de actividad física en tiempo 1 y tiempo 2

	Consumo de frutas y verduras		Actividad física	
	β <u>Transversal</u>	β <u>Long.</u>	β <u>Transversal</u>	β <u>Long.</u>
Edad	-0,16	0,14*	0,06	0,11
IMC	-0,09***	-0,08*	-0,07*	-0,07
Consumo TV	-0,04	0,00	-0,03	-0,03
Curso	0,16	-0,03	-0,14*	-0,10
Conducta en tiempo 1		0,17***		0,19***
Escaneo	0,21***	0,09*	0,30***	0,08*
Búsqueda	0,38***	-0,03	0,43***	0,03
	17,0%	6,6%	21,0%	5,9%
Escaneo X conducta en T1	-	0,26*	-	0,27***
Búsqueda X conducta en T1	-	-0,08	-	-0,01
		7,3%		7,5%

Nota: * $p < ,05$; ** $p < ,01$, *** $p < ,001$.

Se observa, sin embargo, que existe una asociación transversal entre búsqueda en tiempo 1 y conductas en tiempo 1, pero esa asociación puede ir en ambas direcciones, pues tanto en el caso de la práctica de actividad física como en el caso del consumo de frutas y vegetales se observa que la búsqueda de información está positivamente asociada a la conducta y la conducta está positivamente asociada a búsqueda. En ese sentido, no se puede descartar que sea la práctica de conducta la que motive la búsqueda y no al revés.

La H2 anticipaba que el escaneo de información sobre actividad física y/o consumo de frutas y vegetales en el tiempo 1 estaría asociado a un aumento en la práctica de ambas conductas dos meses después. En el caso de ambas conductas se encontró que el escaneo predice positivamente los comportamientos dos meses después controlando por la práctica de las respectivas conductas en el tiempo 1. Tal como en el caso de la búsqueda, se observa una relación transversal entre el escaneo de información y ambas conductas examinadas. Sin embargo, a diferencia del caso de la búsqueda, el haber encontrado sustento para la asociación longitudinal entre escaneo y conductas indica que hay un orden temporal en el efecto del escaneo, por lo que se puede aseverar que la exposición incidental

a información sobre la práctica de actividad física y el consumo de frutas y vegetales tiene una influencia en la práctica de estas conductas.

La pregunta de investigación 1 buscaba examinar la relación entre búsqueda, escaneo y práctica de los hábitos de salud examinados en el tiempo 1, específicamente determinar si los potenciales efectos de la búsqueda y escaneo en la conducta eran contingentes a los niveles basales de éstas. Se encontró que en el caso de la búsqueda los niveles de práctica de actividad física y consumo de frutas y vegetales en el tiempo 1 no hacían una diferencia, pues la interacción entre conducta en T1 y búsqueda es no significativa.

La interacción entre escaneo y conductas en tiempo 1 para práctica de actividad física y consumo de frutas y vegetales es positiva y significativa, lo que implica que el escaneo es más influyente en las conductas en el tiempo 2 entre aquellas estudiantes que ya practican la conducta en el tiempo 1. Este resultado implica que la exposición incidental a información sobre estos hábitos de vida saludable no solo motiva a su práctica, sino también refuerza los comportamientos entre aquellas personas que ya los habían adoptado.

Discusión

Este estudio buscaba examinar la relación longitudinal entre la exposición a información sobre salud, vía búsqueda activa y exposición incidental o escaneo, y la práctica de dos hábitos de vida saludable como son la práctica regular de actividad física y el consumo de frutas y vegetales. La investigación se realizó en una muestra de adolescentes mujeres de la ciudad de Santiago de Chile durante 2015 y 2016.

Los resultados de este estudio destacan la importancia de la exposición incidental a información sobre hábitos de vida saludables en la práctica de estas conductas. Es más, dan cuenta de la importancia de esta exposición para reforzar la práctica de comportamientos que ya han sido adoptados. Estos hallazgos están en línea con investigaciones internacionales en poblaciones adultas que muestran que el escaneo de información juega un rol clave tanto en motivar a los individuos a practicar hábitos preventivos de enfermedades como en reforzar estos hábitos entre quienes ya los han adoptado (Hornik et al. 2013).

Hasta ahora la investigación se había centrado en los efectos de la búsqueda de información sobre las conductas de los individuos, porque se asumía que una persona que estuviera motivada para realizar una búsqueda activa estaría también motivada para llevar a cabo la conducta (ej. Ramírez et al., 2013). En ese sentido, la exposición a información sería más funcional a las necesidades específicas de las personas, de acuerdo a la cercanía que ésta pudiese tener con la realización de la conducta. Siguiendo el modelo de las etapas del cambio para comprender el cambio de comportamiento (Prochaska et al., 1994), podría esperarse que las personas que están en etapa de preparación necesitan información práctica para llevar a cabo una modificación de su conducta, mientras que las personas que están en contemplación necesitan información que las motiva a la acción.

A través de este estudio, sin embargo, se da cuenta de la importancia de la exposición a información incidental, incluso por sobre la búsqueda, cuando ambas variables son incorporadas en la ecuación. Esto indica que el escaneo de información sobre salud juega un rol clave en la generación de hábitos de vida saludable y en la mantención de esos hábitos. En ese sentido, es importante examinar a través de estudios futuros si los medios dan espacio a estos hábitos en sus agendas y la manera en que estos temas son abordados. En la misma línea, es fundamental conocer de qué manera estos temas son abordados por las personas en su entorno inmediato, ya sea sus redes interpersonales cara a cara como aquellas a las que acceden virtualmente.

A pesar de sus contribuciones, hay algunas limitaciones de este trabajo que es preciso mencionar. En primer lugar, la muestra estudiada corresponde a una muestra por conveniencia y por lo tanto no representa a un universo mayor. Pese a esta limitación, la muestra corresponde a un segmento de la población que pocas veces es estudiado, como son las jóvenes mujeres, en especial en el contexto de búsqueda y escaneo de información, donde han predominado los estudios entre adultos y entre poblaciones aquejadas con cáncer.

Otra limitación de este trabajo es que, debido a la alta correlación entre las variables de búsqueda y escaneo para cada una de las fuentes examinadas éstas debieron ser condensadas en una sola variable para cada uno de los mecanismos de exposición a información sobre salud. Con esta medida es imposible diferenciar los efectos que tiene el

escaneo o la búsqueda a través de una fuente específica, como por ejemplo un profesional de la salud, la televisión, familiares o internet, en la adopción y mantención de la práctica de actividad física y/o el consumo de frutas y vegetales.

Más allá de sus limitaciones, este trabajo hace una contribución al estudio de la comunicación de la salud destacando la importancia de la exposición incidental a información en la adopción y mantención de hábitos de vida saludables como la práctica regular de actividad física y el consumo de frutas y vegetales. Además, estudia la relación longitudinal entre estas variables, lo que permite establecer el orden en que los efectos ocurren. Finalmente, al centrarse en una población poco estudiada, como son adolescentes mujeres chilenas, aporta evidencia para la relación entre escaneo y comportamiento que ya ha encontrado sustento en otras poblaciones.

Referencias

- Anker, A. E., Reinhart, A. M., & Feeley, T. H. (2011). Health information seeking: A review of measures and methods. *Patient Education and Counseling*, 82(3), 346-354. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.pec.2010.12.008>
- Askelson, N. M., Campo, S., & Carter, K. D. (2011). Completely isolated? Health information seeking among social isolates. *Health Education & Behavior*, 38(2), 116-122. doi: 10.1177/1090198110369055
- Beaudoin, C. E., & Hong, T. (2011). Health information seeking, diet and physical activity: An empirical assessment by medium and critical demographics. *International Journal of Medical Informatics*, 80(8), 586-595. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2011.04.003>
- Hornik, R., Parvanta, S., Mello, S., Freres, D., Kelly, B., & Schwartz, J. S. (2013). Effects of scanning (routine health information exposure) on cancer screening and prevention behaviors in the general population. *Journal of Health Communication*, 18(12), 1422-1435. doi: 10.1080/10810730.2013.798381

- Hovick, S. R., Kahlor, L., & Liang, M.-C. (2014). Personal cancer knowledge and information seeking through PRISM: The planned risk information seeking model. *Journal of Health Communication, 19*(4), 511-527. doi: 10.1080/10810730.2013.821556
- Hovick, S. R., Liang, M.-C., & Kahlor, L. (2013). Predicting Cancer Risk Knowledge and Information Seeking: The Role of Social and Cognitive Factors. *Health Communication, 29*(7), 656-668. doi: 10.1080/10410236.2012.763204
- Huerta, T. R., Walker, D. M., Johnson, T., & Ford, E. W. (2016). A time series analysis of cancer-related information seeking: Hints from the Health Information National Trends Survey (HINTS) 2003-2014. *Journal of Health Communication, 21*(9), 1031-1038. doi: 10.1080/10810730.2016.1204381
- Jung, M., Ramanadhan, S., & Viswanath, K. (2013). Effect of information seeking and avoidance behavior on self-rated health status among cancer survivors. *Patient Education and Counseling, 92*(1), 100-106. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.pec.2013.02.008>
- Kelly, B., Hornik, R., Romantan, A., Schwartz, J. S., Armstrong, K., DeMichele, A., . . . Wong, N. (2010). Cancer information scanning and seeking in the general population. *Journal of Health Communication, 15*(7), 734-753. doi: 10.1080/10810730.2010.514029
- Kelly, B. J., Niederdeppe, J., & Hornik, R. C. (2009). Validating measures of scanned information exposure in the context of cancer prevention and screening behaviors. *Journal of Health Communication, 14*(8), 721-740. doi: 10.1080/10810730903295559
- Lewis, N., Martinez, L. S., Freres, D. R., Schwartz, J. S., Armstrong, K., Gray, S. W., . . . Hornik, R. C. (2011). Seeking Cancer-Related Information From Media and Family/Friends Increases Fruit and Vegetable Consumption Among Cancer Patients. *Health Communication, 27*(4), 380-388. doi: 10.1080/10410236.2011.586990
- National Institutes of Health (2014). *HINTS 2014 Survey Instrument*. Recuperado de: <http://hints.cancer.gov/instrument.aspx>
- Niederdeppe, J., Hornik, R. C., Kelly, B. J., Frosch, D. L., Romantan, A., Stevens, R. S., . . . Schwartz, J. S. (2007). Examining the dimensions of cancer-related information seeking

and scanning behavior. *Health Communication*, 22(2), 153-167. doi: 10.1080/10410230701454189

Powe, B. D. (2015). Health information seeking among rural African Americans, Caucasians, and Hispanics: It is built, did they come? *Nursing Clinics of North America*, 50(3), 531-543. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cnur.2015.05.007>

Prochaska, J. O., Redding, C. A., Harlow, L. L., Rossi, J. S., & Velicer, W. F. (1994). The transtheoretical model of change and HIV prevention: A review. *Health Education & Behavior*, 21(4), 471-486. doi: 10.1177/109019819402100410

Ramanadhan, S., & Viswanath, K. (2006). Health and the information nonseeker: A profile. *Health Communication*, 20(2), 131-139. doi: 10.1207/s15327027hc2002_4

Ramírez, A. S., Freres, D., Martinez, L. S., Lewis, N., Bourgoin, A., Kelly, B. J., . . . Hornik, R. C. (2013). Information seeking from media and family/friends increases the likelihood of engaging in healthy lifestyle behaviors. *Journal of Health Communication*, 18(5), 527-542. doi: 10.1080/10810730.2012.743632

Ruppel, E. K. (2016). Scanning health information sources: Applying and extending the comprehensive model of information seeking. *Journal of Health Communication*, 21(2), 208-216. doi: 10.1080/10810730.2015.1058438

EJE TEMÁTICO: ANÁLISIS DEL DISCURSO Y ESTUDIOS CULTURALES

SUBJECT AREA: DISCOURSE ANALYSIS AND CULTURAL STUDIES

Tecnologías de la información y las comunicaciones en el proceso migratorio. El colectivo de la radio Renaissance

Information technologies in the migratory process. The collective of the Renaissance's radio.

Camila Alcaíno Monsalves

Estudiante de Magíster en Ciencias Sociales

Instituto de Estudios Avanzados de la Universidad de Santiago de Chile.

cpazalcaino@gmail.com

Summary

The objective of this paper is to expose the Project and preliminar interviews of the investigation about the collective of the Renaissance's radio, which is in a developing process and the culminating activity of the Master in Social Sciences of the Advanced Studies Institute (Universidad de Santiago de Chile). This investigation started its development from the interest for studying the migratory process of Haitians in Chile, process in which the information technologies and communications acquire a relevant rol, while permits new forms of communication –maybe of integration to the society that recieves them-. The focus from which it seeks to describe and understand the collective of the Renaissance's radio, is a sociomaterial focus.

Key words: *online radios, Internet, new information technologies, Haitian immigrants, sociomaterial ethnography.*

Resumen

El objetivo de esta ponencia es exponer el proyecto y las entrevistas preliminares de la investigación sobre el colectivo de la radio Renaissance, la que se encuentra en realización y es la actividad culmine del Magíster en Ciencias Sociales del Instituto de Estudios Avanzados (Usach). Esta investigación comienza su desarrollo a partir del interés por estudiar los procesos migratorios de los haitianos en Chile, proceso en el cual las tecnologías de la información y la comunicación adquieren un papel central, en tanto posibilitan nuevas formas de comunicación –y quizás de integración a la sociedad receptora-. El enfoque desde el cual se busca describir y comprender el colectivo de la radio Renaissance, es un enfoque sociomaterial.

Palabras clave: radios online, Internet, nuevas tecnologías de la información, inmigrantes haitianos, etnografías sociomaterial.

Introducción

En el campo de los estudios migratorios existe consenso acerca de que las nuevas tecnologías de la información y comunicación han comenzado –desde hace un tiempo– a ser claves en la re-construcción de identidades de los migrantes y en el cómo se relacionan con la sociedad de llegada. En este sentido, los aparatos tecnológicos –como actores que también participan de este proceso– y los procesos comunicativos que se establecen mediante dichos dispositivos, son claves. El presente trabajo, se propone describir y explorar los procesos comunicativos –rastreados socio-materialmente– que establecen los inmigrantes haitianos que participan del colectivo de la radio Renaissance. Quienes buscan hacer frente a los prejuicios y mirada discriminatoria establecida por los medios de comunicación masivos chilenos, instalándolos como “sujetos propios de trabajos forzados”.

La investigación en progreso, que aquí se presenta, se propone explorar, describir y comprender el agenciamiento de la radio Renaissance en el proceso migratorio haitiano, desde un enfoque sociomaterial. Para ello se utilizarán metodologías cualitativas y

etnográficas para rastrear quiénes, de qué modo y con cuáles resultados, moviliza esta radio a sus partícipes y a parte de su audiencia.

Antecedentes

Chile ha experimentado en la última década un aumento sostenido en el número de inmigrantes, fenómeno que hoy se hace evidente a simple vista. Según cifras del Ministerio de Relaciones Exteriores la inmigración se ha duplicado desde el 2006, las visas definitivas otorgadas en el 2009 fueron superiores a las del 2008 en un 170,9%; siendo cinco los lugares de orígenes más comunes: Perú, Bolivia, Colombia, Ecuador y Argentina. Por su parte, la migración haitiana, considerada como una “comunidad emergente” que comenzó a llegar a Chile desde el terremoto que afectó a Haití en el 2010, ha ido creciendo fuertemente en los últimos años, según cifras del Departamento de Extranjería del Ministerio del Interior; además, este grupo pertenece a los llamados “nuevos grupos” de inmigrantes, que provienen principalmente de Colombia, Haití y República Dominicana, los que han aumentado sostenidamente su llegada al país en el último tiempo. Según datos del Departamento de Extranjería y Migración, los permisos de residencia definitiva otorgados a migrantes haitianos son alrededor de 1.854, lo que equivale al alrededor del 0,7% del total de inmigrantes que cuentan con este tipo de permiso de residencia. Sin embargo, existen otros permisos de residencia como los temporales, los que en el 2014 se entregaron más de 3.500 a ciudadanos haitianos. Además, hay que considerar a aquellos inmigrantes que se encuentran en situaciones irregulares en el país, sobre lo cuales no existen datos oficiales.

Por otro lado, la inmigración haitiana en Chile ha tenido un carácter masculino. Según cifras de la PDI entre el 2009 y 2011, el 72% de las visas otorgadas –como primer permiso de residencia en el país- a extranjeros de nacionalidad haitiana fueron para hombres y el 28% restante para mujeres (PDI, 2012). Del mismo modo, los ciudadanos haitianos que llegaron a Chile son predominantemente personas en edad económicamente activa o adolescentes. Las últimas cifras de Extranjería (2013) indican que a 291 ciudadanos haitianos se les otorgaron permanencia definitiva, siendo 59,8% a hombres y el porcentaje restante a mujeres.

La integración a través de la Política Migratoria

La inmigración que vive Chile en la actualidad es muy diferente a los movimientos que lo precedieron. En el siglo XIX la inmigración europea fue promovida por el Estado para generar progreso y desarrollo social; lo que se buscaba era «integrar y reactivar económicamente la Araucanía, así como otras zonas despobladas y centros urbanos, construyendo a su vez al mejoramiento de la `raza chilena´» (Jensen, 2008, 8) En el siglo XX, continuó la misma lógica de atraer población europea de forma selectiva, al territorio nacional, como política migratoria.

Jensen (2008) indica que el Estado-nacional ha configurado la identidad chilena a través del principio de alteridad «el nosotros», a partir de la experiencia o la diferencia con un “otro”. En este sentido Jensen señala que Chile ha construido –su identidad- a partir de la «dialéctica de la negación del otro», buscando la homogenización nacional y en esa misma línea, generando una dualidad de superior/inferior «lo que supone que si se ubica al `otro´ en la segunda categoría se termina por discriminarlo y marginarlo» (Jensen, 2008, 8)

En esa perspectiva es que, la inmigración desde países no considerados desarrollados y ejemplos a seguir, como los europeos desde donde se promovió la inmigración en el siglo XIX, se identifica como un problema –y esto mismo se ve reflejado en la actual Ley de Extranjería-. Esta misma condición de “problema” se expresa en las dinámicas que se dan en la sociedad de acogida –en este caso chilena-, quien le atribuye características negativas al inmigrante y estos al mismo tiempo, tienden a sentirse no reconocidos como parte de la sociedad.

En ese sentido es que se puede ver el cómo el Estado considera y construye la figura del inmigrante y su consecuente estrategia de integración –y por tanto la incorporación del inmigrante a la realidad nacional-, a través de la política migratoria y también de las ausencias y silencios en torno a dicha legislación (Jansen, 2008) Hoy los inmigrantes, fundaciones y ONGs, dedicados a los temas de migración, presionan al Estado para que una Ley de Migración sea realidad, cambiando así la actual política migratoria, que tiene su más fiel reflejo en la existencia de la Ley de Extranjería –que data de la dictadura militar- y recursos administrativos como el marco regulador de la inmigración chilena.

«Actualmente la migración es entendida más bien como un “problema social” que es necesario contener y controlar, dado que ya no es el propio Estado quien atrae con sus políticas a inmigrantes —en aquellos se llama migrantes “deseados”—, sino que la llegada de inmigrantes actuales es producto de las características que han asumido las economías, los estados y el proceso de globalización» (Jansen, 2008:11)⁵²

Nuevas tecnologías en los procesos migratorios

El 46,5% de los inmigrantes encuestados en un estudio realizado en Chile, por la Alianza Comunicación y Pobreza (2012), indican que visitan sitios web de sus países de origen para estar al tanto del acontecer. Al mismo tiempo, señalan que las principales dificultades a las que se enfrentan en el país de acogida son las diferencias culturales y la desinformación de sus derechos.

En relación al uso de la tecnología en Chile por parte de la comunidad haitiana no se manejan cifras, sin embargo, mediante los testimonios publicados en medios de comunicación escrita se sabe que para comunicarse, utilizan predominantemente aparatos electrónicos portables con conexión a Internet, no se señala con qué frecuencia, pero sí que la aplicación WhatsApp es una de las herramientas de la tecnología que utilizan para conectarse con integrantes de la comunidad haitiana en Chile y también con sus familiares que quedaron en su país. El celular inteligente, es preferentemente, en el caso de los haitianos en Chile, la herramienta tecnológica que les permite mantener la comunicación con sus familias y conectarse con la comunidad en Chile. Lo anterior no es de extrañar si se considera que la penetración del celular en Haití es del 80% al 90%, según Imogen Wall (2011).

«El desarrollo de los medios comunitarios ha sido central en la capacidad de las diásporas haitiana para mantener los lazos comunitarios y la organización social y política en los últimos años. Desde 1960 (...) el diario y la radio han sido los medios comunitarios más usados para mantener lazos transnacionales (...) mientras que el periódico y la radio siguen siendo los medios de comunicación comunitarios más frecuentemente utilizado para la obtención de noticias e información, un número

52 Explicación en nota al pie de página de la autora.

cada vez mayor de la diáspora están recurriendo a Internet para la comunicación»
(247)

El estudio que aquí se expone se conecta con la realidad de los inmigrantes haitianos expresada y comunicada a través de las nuevas tecnologías de la información, las que impactan en la reconstrucción de las identidades y en el proceso de integración, es decir, en el aprender a moverse en la nueva sociedad.

Enfoque Teórico

El enfoque teórico de la investigación *Tecnologías de la información y las comunicaciones en el proceso migratorio*. El colectivo de la radio *Renaissance*, se sitúa a partir de tres ejes teóricos, los cuales a lo largo de la investigación se imbrican y relacionan constantemente. Estos cimientos teóricos son:

Integración o exclusión desde las políticas del Estado: La globalización ha puesto en jaque los tipos de ciudadanía, hoy existen migrantes o grupos étnicos en Chile que no se sabe bien dónde encajan sobre todo con una legislación que los califica como “amenaza”. Para desarrollar este punto se utiliza a Kymlicka (1996).

Comunicación y las nuevas tecnologías de la información: La teoría de Manuel Castells (2012) de “Comunicación y poder” posiciona en un papel central a la comunicación, la que en la sociedad en red -también sociedad de la globalización y de constantes flujos de información, de humanos, de objetos, etc.- tiene diferentes funciones, también atribuibles a sus conexiones con las redes financieras y políticas. La comunicación en esta época encuentra nuevas formas de ser, multimediales, videos, fotografías, letras, todas formas que hoy pueden convivir en la plataforma digital, la que es una nueva alternativa de comunicar -porque además está al acceso de gran parte de la población- y por tanto, de construir realidades e influir en el imaginario o en la imaginación de los sujetos (Appadurai, 1996). En el caso de los inmigrantes son estas formas de comunicación del siglo XXI y de la sociedad en red, las que posibilitan también, nuevas formas de resistencia, de identidades y de integración.

Actor-Red: Mediadores e intermediarios son expuestos como actores que tienen diversos papeles dentro del colectivo que se estudia. Los procesos sociales aparecen así como un sin número de asociaciones de diversos actores –humanos y no humanos-, para este caso actores-red que forman parte de la acción o el acontecer social. En este caso la acción que se estudiará es la que tiene lugar en la radio Renaissance, la que es producida por inmigrantes haitianos y aparatos tecnológicos, que posibilitan también la acción y que por tanto, son parte de ella. El actor-red de Bruno Latour (2005) aquí se posiciona como la forma de mirar –una perspectiva teórica- el hecho social que se propone investigación el presente proyecto.

Metodología

La investigación que aquí se expone sobre el colectivo de la radio Renaissance es, una de enfoque cualitativo, descriptiva y exploratoria, en cuanto se trata de un acercamiento que busca dejar abiertas interrogantes para la realización de nuevas investigaciones, y tiene sus cimientos en un enfoque sociomaterial. En este sentido la recogida de la información se realizará por medio de la observación –que posibilita la etnografía sociomaterial- y entrevistas semiestructuradas las que se analizarán bajo el enfoque del discurso material que plantea Barad (2007).

Hipótesis: El espacio comunicativo y de relación sociomaterial que establece la radio Renaissance generaría un espacio de compensación y resguardo para los inmigrantes haitianos que buscan integrarse a la sociedad chilena. Generando relaciones compensatorias ante un escenario con realidades sociomateriales –mejores en algunos aspectos, pero peores en otros- diferentes a su lugar de origen. La radio Renaissance como un espacio de resistencia pero también de búsqueda de la integración al nuevo escenario, Santiago de Chile, de los inmigrantes haitianos.

Pregunta general: ¿Cómo influyen las tecnologías de información y los actores en los procesos comunicativos que establece la radio Renaissance, vista como un colectivo socio-material, con la comunidad migrante haitiana –residente en Santiago– en su integración a la sociedad receptora?

Preguntas específicas

- ¿Qué procesos de acción colectiva, especialmente desde sus vertientes comunicativas, se llevan a cabo en la Radio Renaissance?
- ¿Cómo se relacionan con los distintos dispositivos tecnológicos los integrantes –o trabajadores– de la radio Renaissance?
- ¿Cómo la radio – a través del proceso comunicativo– influye en las barreras encontradas en el país de llegada y la restitución del hogar dejado atrás, de los inmigrantes haitianos en Chile?

Objetivo general: Explorar, describir y comprender el agenciamiento de la radio Renaissance en el proceso migratorio haitiano, desde un enfoque socio material, especialmente comunicativo, realizando del colectivo de la radio Renaissance

Objetivos específicos:

- Describir el proceso comunicativo que configura radio Renaissance.
- Analizar el papel de los aparatos tecnológicos –agentes no humanos– en el proceso de comunicación de la radio Renaissance.
- Identificar el papel de la comunicación ante las barreras idiomáticas y culturales de los inmigrantes haitianos.

Aproximaciones al colectivo de la radio Renaissance

Un escenario desconocido y al que se llega casi azarosamente resulta algo estimulante y abrumador; a cada paso que se da en la construcción del proyecto de investigación –cualitativo– se encuentra nueva información, y la mirada va cambiando, los fenómenos van saliendo a la luz, exponiéndose, dinámicos, heterogéneos, relacionales. Es bajo esta perspectiva que la orientación de considerar este estudio no como un estudio de caso encuentra sus cimientos.

La investigación que aquí se plantea no pretende contrastar una teoría, sino que esta propuesta parte de una orientación teórica-metodológica que reconoce que la carga teórica de las prácticas observadas influyen en lo observado, y desde lo observado y vivido se

abren nuevos procesos reflexivos, por parte de la analista. En estas etapas no sólo representativas, sino performativas, el reconocimiento de los espacios abiertos desde las experiencias vividas y la conformación de evidencias, permiten abrir otros espacios teóricos y metodológicos de ajustes recurrentes, los que se reconocen clausurados gracias a dar por satisfecho el cumplimiento de los objetivos de investigación planteados.

Es precisamente por lo anterior que la construcción misma del presente proyecto de investigación ha generado el acercamiento y descubrimiento de nuevos actores que influyen en el colectivo de la radio Renaissance y que tienen relación con el agenciamiento que la radio realiza. A la fecha actores como la religión ha sido una novedad, el papel que tiene el aspecto religioso para los inmigrantes haitianos influye en sus acciones, creencias, relación con el espacio e incluso en la misma decisión de migrar, pese a esto no todos los haitianos que participan de la radio son evangélicos o cristianos, muchos ni siquiera comprende el por qué del apego de esta religión de sus compatriotas. La religión evangélica emergió durante las entrevistas preliminares como un actor importante y al indagar más sobre el aspecto de creencias de los haitianos se descubrió –gracias a la literatura sobre el tema- que para muchos de ellos, el vudú es el culpable de todos los padecimientos de su país, (Bertin, 2011)

Las condiciones materiales que tienen en Chile los inmigrantes haitianos también han sido uno de los hallazgos interesantes a tener presente, puesto que estos han señalado que en un primer momento lo primero que extrañan, es contar con su casa y no compartir piezas con –muchas veces- desconocidos; aspecto que no deja de ser curioso cuando en Haití aún no se cuenta con servicio de alcantarillado o suministro de agua potable. Sin embargo, hay que considerar que las viviendas informales son la tónica del país de origen de estos inmigrantes que acostumbrados a la autoconstrucción, levantan sus casas sin necesidad de conseguir permisos o cumplir con estándares de construcción, lo que finalmente posibilita que muchos cuenten con casas propias. En otras palabras, el contar con un espacio propio –algo que les pertenezca-, es lo que primero extrañan de su país natal y la radio Renaissance los hace sentir cercanos a su territorio, a la vida que dejaron atrás; esta percepción parece ir cambiando a medida que el inmigrante comienza a pasar más tiempo en Chile.

El colectivo de la radio Renaissance, está conformado por haitianos y chilenos, es a priori –no se ha comenzado el proceso de recogida de la información- un colectivo diverso –en cuanto a características e historias- pero que confluyen en un espacio que trasciende el lugar físico y los reúne en un espacio de comunicación que solo existe gracias a las posibilidades que permiten las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y la autogestión de quienes conforman la radio Renaissance, que nace al alero de la ONG Buen Samaritano.

El colectivo de la radio Renaissance señala como su principal objetivo el compartir con los nuevos haitianos recién llegados cómo es la cultura chilena, cosas tan cotidianas como que aquí la legislación no permite tomar alcohol en la calle, o que el al subirse al transporte público deben cancelar el pasaje inmediatamente y no al bajarse, como hacen en su país⁵³. “Facilitar una mejor vida y convivencia para los inmigrantes Haitianos en Chile”⁵⁴ es lo que señala buscar el colectivo de la radio Renaissance.

Bibliografía

- Appadurai, Arjun (1996) La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización. Ediciones Trilce, Montevideo, Uruguay, 2001.
- Arias, G., Moreno, R., Nuñez, D. (2010) Inmigración latinoamericana en Chile: analizando perfiles y patrones de localización de la comunidad peruana en el área metropolitana de Santiago (AMS). Revista Tiempo y Espacio 25/2010
- Barad, K. (2007). Meeting the Universe Halfway: quantum physics and the entanglement of matter and meaning. London, UK: Duke University Press.
- Bertin M., Louis (2011) Haitian protestand Views of vodou and the importance of karactè within a transnational social field. Journal of Haitian Studies, Vol. 17, No. 1. pp. 211-227
- Cano, Verónica y Soffía, Magdalena (2009) Los estudios sobre migración internacional en Chile: apuntes y comentarios para una agenda de investigación actualizada. Papeles de

53 Información de conversaciones contextuales, previas a la realización de la investigación en sí, sobre el colectivo de la radio Renaissance y la realidad haitiana en Chile.

54 Objetivo oficial que declaran en su sitio web <http://radiorenaissancefm.cl/>

Población, vol. 15, N° 61, julio-septiembre, pp.129-167. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México.

Canales, Manuel (2006) Metodología de investigación social, LOM ediciones, Santiago de Chile.

Castells, Manuel (2012). Obertura. En: Redes de Indignación y Esperanza, Madrid, Alianza. Pp.19-36

Castells, Manuel (2012). Cambiar el mundo en la sociedad red. En: Redes de Indignación y Esperanza, Madrid, Alianza. Pp.209-230

Castells, Manuel (2009) “Comunicación y Poder”. Alianza Editorial, Madrid, España.

Creswell, J. (1994) Research Design Qualitative & Quantitative Approaches. USA: Sage Publications.

Departamento de Extranjería y Migración (2013) Balance Permanencias Definitivas otorgadas período 2013. Disponible:

<http://www.extranjeria.gob.cl/media/2014/07/Permanencias-definitivas-otorgadas-2013.pdf>.

Revisado el 26/04/2016

Feldmann, Andreas (2013).“El ‘Estado fantasma’ de Haití”. Forced Migration Review.

Vol.43. Pp. 34-44. <http://www.fmreview.org/es/estadosfragiles/feldmann.html>. Revisado el 09/08/2016

Giménez, Gilberto (1996): Territorio y Cultura. Estudios sobre las culturas contemporáneas, diciembre, vol. II. NÚMERO 004. Universidad de Colima, México.

Gonzales, María Eugenia y Barranquero, Alejandro (2006) Empleo y usos de internet en las comunidades inmigradas. La red como herramienta neutralizadora de la distancia.

Publicada en TESM Campus Estado de México: Proyecto Internet 2006. Disponible en:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%209/CortesBarrenquero.pdf>

Revisado el 15/10/2015

Granados-Gutiérrez (s.f.) Inmigrantes latinoamericanos en la ciudad de Santiago: una construcción social desde sus prácticas cotidianas. Universidad Nacional de Costa Rica.

Ermitte St. Jacques (2011) *Between Periphery and Center in the Haitian Diaspora: The Transnational Practices of Haitian Migrants in the Bahamas*. In *Geographies of the Haitian Diaspora*, Regine O. Jackson, ed. Pp. 91-110. New York and London: Routledge.

Hernández, Fernández y Batista (2010) *Metodología de la investigación*. 5ta edición, McGraw Hill educación, México.

Hidalgo, Rodrigo y Borsdorf, Axel (2005): *La exclusión residencial y el desarrollo de la ciudad moderna en América Latina: de la polarización a la fragmentación*. El caso de Santiago de Chile. En: *Gographicalia* (2005), 48, 5-29. Disponible en: [http://www.uibk.ac.at/geographie/personal/borsdorf/pdfs/geographicalia_48\(05\)hid_bors.pdf](http://www.uibk.ac.at/geographie/personal/borsdorf/pdfs/geographicalia_48(05)hid_bors.pdf). Revisado el 07/05/2015

Imilan, Walter (2013) *Restaurantes peruanos en Santiago de Chile: construcción de un paisaje de la migración*. En: *Revista de Estudios Sociales* (Impact Factor: 0.13). 04/2014; 48:15-28. DOI: 10.7440/res48.2014.02. Disponible en: <http://res.uniandes.edu.co/view.php/888/index.php?id=888>. Revisado el 11/05/2015

Jensen, María Florencia (2008) *Inmigrantes en Chile: la exclusión vista desde la política migratoria chilena*. Presentado en el III Congreso de la Asociación Latinoamericana de Población, ALAP, realizado en Córdoba –Argentina, del 24 al 26 de Septiembre de 2008. Disponible en: http://www.alapop.org/2009/images/DOCSFINAIS_PDF/ALAP_2008_FINAL_354.pdf. Revisado el 11/05/2015

Kymicka, Will (1997) *Ciudadanía Multicultural*. Editorial Paidós Estado y Sociedad.

Rodríguez, G., Gil, J., García, E. (1996) *Metodología de la investigación cualitativa*. Ediciones Aljibe, Málaga.

Latour, Bruno (2005) *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Editorial Manantial, Primera edición. Buenos Aires, Argentina, 2008.

Margarit y Bijit (2014) *Barrios y poblaciones inmigrantes: el caso de la comuna de Santiago*. En: *revista Invi*, Vol 29, No 81, 2014

Melella, Cecilia (2007) Migración y Tecnologías de la Información de la Comunicación (TIC). La presencia de los periódicos de migrantes en Internet y los desafíos del análisis de las redes sociales virtuales. Disponible:

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/33156/Documento_completo.pdf?sequence=1. Revisado el 02/05/2016

Moraga, Jorge (2012) Hannerz y Appadurai: la transnacionalidad ¿anda suelta?. Revista Ciencias Sociales 28/ Segundo semestre 2012

Navarrete, Bernardo (2015) Factores explicativos de una oleada migratoria. El caso de Haití. Revista de ciencias Sociales. Vol. XXI, No 1, Enero-Marzo 2015, pp.97-107.

PDI (2012) Análisis de situación migratoria de extranjeros de nacionalidad haitiana. Disponible en: <http://ciperchile.cl/wp-content/uploads/Informe-Migratorio.pdf>. Revisado el 26/04/2016

Pérez S., Gabriel (2010) Internet como medio de comunicación entre migrantes y sus familias de origen: barreras de acceso. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-19182010000200007. Revisado el 26/04/2016

Parham, Angel A. (2011) “Language, Identity and Public Sphere in Haiti’s Diaspora: The evolution of the Haitian Creolists’ Internet Network”, pp.247-264 in Geographies of the Haitian Diaspora, Regine Ostine Jackson, ed. Routledge.

Rodríguez, José Luis (2001) Multiculturalismo. El reconocimiento de la diferencia como mecanismo de marginación social. Universidad Católica San Antonio, Murcia. Disponible en: http://antroposmoderno.com/antro-version-imprimir.php?id_articulo=154. Revisado el 05/10/2015

Stefoini, Carolina (2004) Inmigrantes transnacionales: la formación de comunidades y la transformación en ciudadanos. FLACSO, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Chile, 2004. Disponible en:

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/chile/flacso/artstef.pdf>. Revisado el 11/05/2015

Thomaz, Diana (2013) La migración haitiana tras la catástrofe. Revista Migraciones Forzadas. No 43, julio 2013. Disponible en:
<http://www.fmreview.org/sites/fmr/files/FMRdownloads/es/estadosfragiles/Thomaz.pdf>
Revisado el 20/08/2016

Valenzuela, et.al. (2014) Integración laboral de los inmigrantes haitianos, dominicanos y colombianos en Santiago de Chile. Disponible:
<http://www.revistaantropologiasdelsur.cl/wp-content/uploads/2015/03/07-valenzuela-et-al.pdf>. Revisado el 25/04/2016

Wall, Imogen (2011) Iniciativas ciudadanas en Haití. Revista Migraciones Forzadas. No 38, octubre 2011. Disponible en: <http://www.fmreview.org/es/tecnologia/wall.html>. Revisado el 10/08/2016

Wilnkler, María Inés (2014) ¿Una mismas deontología para distintas ciencias? Revisión de Pautas nacionales e internacionales el ética de la investigación científica. Acta Bioethica 2014; 20 (01): pp.81-91

Comunicación y Tecnología en los Museos Mineros

Communication and Technology in the Mining Museums

Karla Palma

Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile

karla.palma@uchile.cl

Abstract

In Chile, mining technologies are understood in relation to the extraction of minerals; however, not much is spoken about the rest of technologies that are involved in facilitating mineral production. This article will discuss how museums have become part of an extractive and political technology that mediates memory and materiality accommodating scientific and public memories within a narrative of production.

Through the articulation of museums, the past serves the interests of the present by defining what can and cannot be remembered and what should be seen or hidden. This article will analyze two museums owned or funded by the mega mining project Los Pelambres, which began its operations in 1999 in the Choapa Valley, the “Museum of Copper and Sustainable Development” located in Los Vilos and the “Mining Center Andrónico Luksic”, located at the engineering department at the Pontificia Universidad Católica in Santiago.

This article will incorporate ethnographic fieldwork and will draw on archival and contemporary documents, as well as observational research field notes and ethnographic interviews of community members of the Choapa Valley, Los Pelambres’s staff, and workers at the museums.

Keywords: *Communication, Technology, Mediation, Materiality, Museums, Mining*

Resumen

En Chile las tecnologías mineras se asocian principalmente con el proceso de extracción de minerales, no mucho se habla del resto de tecnologías que facilitan la producción. Este artículo discutirá cómo los museos se han convertido en parte de una tecnología extractiva y política que media sobre la memoria y materialidad, acomodando el conocimiento científico y la memoria pública dentro de una narrativa de producción.

A través de la articulación de los museos, el pasado sirve a los intereses del presente al definir qué puede o no puede ser recordado y lo que debe o no ser visto. Este artículo analizará dos museos que son propiedad o fueron financiados por el mega proyecto minero Los Pelambres, que comenzó sus operaciones en 1999 en el Valle del Choapa, el “Museo del Cobre y Desarrollo Sustentable” ubicado en Los Vilos y el Centro Minero Andrónico Luksic”, ubicado en el Departamento de Ingeniería de la Pontificia Universidad Católica en Santiago.

Para la realización de este artículo se desarrolló trabajo etnográfico, así como se analizó archivos y documentos contemporáneos. Se incluyen notas de campo y entrevistas a miembros de las comunidades del Valle del Choapa, trabajadores de Los Pelambres y del museo.

Palabras clave: Comunicación, Tecnología, Mediación, Materialidad, Museos, Minería

*

“La roca arriba en un contexto, si íbamos a construir un centro minero e íbamos a construir un museo minero, la roca era lo primero que tenía que ser instalado, el resto tenía que ser construido a su alrededor [...] Ahora, ¿cómo la instalamos? Moverla requería un gran plan ingenieril”

(Entrevista a museóloga Centro Minero Andrónico Luksic, Santiago, 2014)

Introducción

El neoliberalismo ha servido como un sistema que establece nuevas relaciones entre gobierno y conocimiento científico. El enfoque que existe sobre los temas públicos se caracteriza por una aproximación que no es ideológica, ni política, incrementando el interés del estado en desarrollar tecnologías para gobernar que optimizan la privatización de la esfera pública (Ong, 2006). En el caso de Chile, los gobiernos han preferido retraerse de estos espacios y promover relaciones directas entre compañías y comunidades locales, a fin de que entre las partes negocien directamente sus necesidades (Palma-Millanao, 2014). Este escenario ha propiciado la instalación de la industria minera y ha impactado las narrativas que emergen desde el sector, privilegiando un conocimiento técnico. Este fenómeno que es horizontal al sector empresarial en el Chile de post-dictadura (Montero, 1993), tiene un importante impacto en la producción minera del país al remover la discusión política sobre el sistema productivo y sus externalidades, enmarcando a la minería en una discusión técnica sobre la administración de la naturaleza y el contexto social.

En este escenario, las mineras proponen el uso de museos mineros como artefactos de mediación que desvinculan a la minería desde su contexto de producción, relocalizando al proceso minero en nuevos escenarios. A partir del análisis se propone que los museos participan en la producción del espacio (Lefebvre, 1991), a nivel social y material, articulando un sentido simbólico de la minería que es capaz de re-incorporarse en nuevos contextos. Esta re-incorporación forma parte del proceso de recontextualización que experimenta el capital, que se articula como una herramienta que le permite su expansión y subsistencia a pesar de múltiples resistencias (Fairclough, 2006).

Como institución, los museos producen y sostienen formaciones político-sociales, transformándose a sí mismos en aparatos ideológicos. El rol del museo es crucial en transformar el significado de la producción de minerales al controlar la producción de la memoria visual y reproducción de memorias específicas. A la vez, los museos transforman lo desconocido en algo familiar, ofreciendo nuevos patrones de conectividad hacia significados e historias a las que de otra forma no se tendría acceso (Morley, 2000). Así los museos actúan como parte del proceso de producción minera, al difundir información

enseñando al público objetos y significados, y al re-contextualizar las operaciones extractivas. Esto último lo hace al incorporar los archivos científicos y las memorias públicas en una narrativa de producción que le entrega a la industria minera una justificación histórica.

Tecnologías de producción minera

A modo general, se entiende por tecnologías a un “método para alcanzar un objetivo que incluye el uso de uno o más artefactos, y a la vez el conocimiento y herramientas que hacen posible a los artefactos de ser utilizados” (Barry, 2001, p. 269; traducción personal). Sin embargo, a través de la investigación se sugerirá que las tecnologías desarrolladas por la empresas minera van más allá, al exceder su zona de extracción redibujando límites en sus operaciones. Con este motivo, se define como tecnologías de producción minera al arte de gobernar que incorpora a la población nacional y local en nuevas formas de subjetividad. Éstas nuevas formas de gobernar emergen de la reconfiguración del conocimiento y habilidades que permiten a la industria minera subsistir y crecer a pesar de múltiples resistencias. Dentro del estudio de las empresas mineras destacan tres tecnologías principales, las tecnologías extractivas, políticas y populares (Palma, 2015).

Las “tecnologías extractivas” envuelven un ámbito tecno-científico que gobierna la naturaleza a través de regímenes de la memoria (Bowker, 2005), de “fijación” (Bhabha, 1999), y sedimentación (De Landa, 1997) de la realidad. A esto se une el ejercicio de poder basado en la experticia y privilegio (Mitchell, 2002), que permiten que la naturaleza sea conocida por medio de las ciencias (Latour, 2004).

Las “tecnologías políticas” son el producto de una racionalidad neoliberal que llama la atención sobre cómo el conocimiento es aplicado pragmáticamente para transformar el estado y la sociedad (Tironi & Barandiarán, 2014). Este modelo instaurado durante el periodo de dictadura en Chile, siguió asentándose durante las administraciones democráticas (Carruthers, 2001; Gudynas, 2010), siendo adaptado por las empresas nacionales (Ossandón & Tironi, 2013), creando un escenario particular en el país en que este tipo de configuraciones excede lo que se conoce como “zona de excepción neoliberal” (Ong, 2006) al posicionar a las empresas mineras como mediadores que se encargan de la

administración de las prácticas cotidianas de las comunidades, incluyendo el ejercicio de derechos.

Finalmente, las “tecnologías populares”, nacen de la resistencia de quienes enfrentan opresión, desarrollando nuevos conocimientos y herramientas para crear prácticas contra-hegemónicas que permiten a un grupo resistente establecer nuevos imaginarios (Zerilli, 2005) que en su centro reconocen la responsabilidad del Estado y el rol que diferentes instituciones juegan en la administración del territorio.

En este estudio se analizarán el Museo del Cobre y Desarrollo Sustentable que se ubica en Los Vilos, Región de Coquimbo, y el Centro Andrónico Luksic ubicado en la Pontificia Universidad Católica de Santiago. Ambos museos han sido financiados por la empresa Minera Los Pelambres (MLP) y en el caso del primero, este se encuentra bajo la administración de la minera.

Este artículo se construye a partir de un trabajo etnográfico multi-sitio (Marcus, 1995) desarrollado entre los años 2011 al 2015 que estudia las tecnologías de producción mineras, realizando el estudio en el Valle del Choapa, Región de Coquimbo, donde Los Pelambres comenzó sus operaciones en el año 1999. Este estudio además, analiza un archivo de medios junto con los museos que se discuten en este artículo. El estudio reconoce la fluidez del sistema productivo minero haciendo visible la relación, traducción y asociación entre los sitios estudiados. Junto con esta aproximación, la investigación utiliza etnografía crítica (Madison, 2012); performance (Conquergood, 2012) y análisis crítico del discurso (Fairclough, 2004, 2006) como sus principales metodologías de aproximación a los sitios de estudio.

Museos Mineros

“El taxista, un ex carabinero, me continúa preguntando sobre qué hago y el propósito de mi viaje. Él me cuenta sobre su vida y su pequeño negocio de transporte y arriendo de casas, luego comenzamos a conversar sobre cuán grande y notorio es el puerto que se encuentra frente a la playa de Los Vilos. Le pregunto: ¿y la gente se opuso a la construcción del puerto?, Él (con gran sarcasmo) responde:

donde la mayoría toma las decisiones... la mayoría toma las decisiones. Ah, usted quiere decir ¿los poderosos?

Eso es lo que le estoy diciendo, me dice. Al final, ellos van a hacer lo que quieran y ¿qué puede hacer uno? Nada, solo trabajar hasta que Dios diga que es su tiempo. Lo que le estoy diciendo es que la gente no tuvo muchas opciones”.

(Nota de campo, 2 de agosto, 2014, carretera 5 sur, Los Vilos.)

Museo del Cobre y Desarrollo Sustentable

El Museo del Cobre y Desarrollo Sustentable se encuentra en la entrada del “Santuario de la Naturaleza Laguna Conchalí”, cercano a la Ruta Cinco Sur. Si observamos con atención podremos identificar la tubería que termina en el Océano Pacífico. Esta tubería transporta cobre y agua desde la cima de los Andes donde el mineral es extraído, formando parte de la intervención material de la compañía en el Valle del Choapa. Los miembros de la comunidad del Choapa son claros en describir los efectos de la tubería que incluyen la depreciación del valor de la tierra, hasta los derrames tóxicos producidos desde su instalación. A pesar de estos efectos, la presencia de la tubería en la bahía ha sido naturalizada dentro del territorio y a través de la intervención del museo se transforma a la tubería en parte de la vida cotidiana del sector, mientras al mismo tiempo se naturaliza la presencia de la industria minera en la zona.

En el museo la exhibición muestra una línea de tiempo que explica la presencia y relevancia del cobre en la historia de la humanidad. La línea de tiempo desplegada por la compañía sigue una lógica que vincula el cobre con una visión sobre el origen de la humanidad, mientras en otra parte de la exhibición se presenta el cobre como elemento fundamental en el funcionamiento del cuerpo humano, y en una tercera sección de la muestra se describe al cobre como un elemento que nos rodea, en nuestras casas, computadores y medios de transportes.

El museo también sirve como centro de juego y esparcimiento para las familias que van al lugar, algunas de ellas van de forma recurrente para aprovechar el servicio de internet gratis que ofrece el museo. El lugar destinado para que se conecten a internet dispone de un juego de cubos gigantes con los que se arman figuras como un camión

minero. Todo esto ocurre en un piso que está decorado con un mapa de la región que destaca los hitos de la minera Los Pelambres.

El Santuario de la Laguna Conchalí, adyacente al museo, es propiedad privada de Los Pelambres, pero está abierta de manera gratuita al público. Este lugar es el hogar de especies protegidas y se ha convertido en una atracción turística de Los Vilos. Mientras en el museo se genera un sentido de proximidad a la mina, las familias pueden disfrutar de un sector de asados, baños públicos, la sombra de los árboles y acceso a la playa.

En términos del rol del museo en el proceso de construcción de la memoria, el Museo del Cobre y Desarrollo Sustentable lograr sintetizar una descripción de la minería del cobre junto con el medio ambiente, creando un nuevo “ambiente natural” donde por ejemplo la tubería que recorre el Valle del Choapa desde cordillera a mar, se convierte en parte de lo que es “natural”, sirviendo el museo como punto de entrada y re-contextualización de los significados asociados a la minería.



Reverso de folleto informativo sobre flora y fauna diseñado por el Museo del Cobre y Desarrollo Sustentable en Los Vilos.

Museo Minero Pontificia Universidad Católica

En el caso del Centro Andrónico Luksic, la construcción fue diseñada para evocar una mina a tajo abierto y una mina bajo tierra en el resto de la infraestructura. El centro está

compuesto por un auditorium, un club para académicos y el museo que se ubica en la torre. El departamento de Ingeniería de la Pontificia Universidad Católica describe al complejo como una construcción sustentable que privilegia la luz natural. El complejo tiene más de 1200 metros cuadrados de áreas verdes (Escuela de Ingeniería, 2013).

La torre está orientada hacia los Andes y en la punta tiene un sacado que permite que el sol entre a través del edificio al amanecer, iluminando la mina a tajo abierto que se evoca en el complejo. Esta torre está cubierta por cobre y se conecta con el resto de las instalaciones bajo suelo. Las escaleras fueron construidas en forma de caracol y en las murallas hay artefactos que narran la historia de la ingeniería a través de hitos de la Pontificia Universidad Católica. En los niveles más cercano al subsuelo se despliegan artefactos que narran la historia de la experiencia minera de Andrónico Luksic Abaroa y al llegar al fondo de la torre se ubica una roca que representa a la minería en Chile. Esta fue la primera roca que Los Pelambres extrajo y que fue personalmente seleccionada por Andrónico Luksic Abaroa .

De acuerdo con Militza Augusti, museóloga encargada de la conceptualización e implementación del museo, la estructura completa se construyó para poder revivir la experiencia de descender a una mina a tajo abierto. Augusti concilió el “paisajismo con la idea de honrar al fundador del edificio, que es Andrónico Luksic, que era un minero 100% y el gran propulsor que catapultó a la minería privada en Chile” (Militza Augusti, entrevista, 2014). A la salida del subsuelo la museóloga diseñó un espacio que llamado la “Geografía General de Chile”, este es un jardín de rocas que representan la diversidad de mineral que existe en Chile. Este jardín es utilizado como un espacio de aprendizaje para los estudiantes del departamento de ingeniería que visitan el jardín para estudiar estos minerales.



Centro Minero Andrónico Luksic, Pontificia Universidad Católica.

Discusión

Vincular el estudio de la minería y los museos mineros nos permite conocer más sobre comunicación y las tecnologías de producción minera y sus impactos en nuestro país. Las empresas mineras al controlar el contenido y forma de los museos mineros crean una estructura ideológica que facilita a la industria minera sostenerse a sí misma. En esta estructura construida para la contemplación y producción, las narrativas socio-históricas y políticas son reducidas (González, 2008) a partir de los contenidos que las empresas mineras instalan en el espacio público.

El estudio y análisis de estos dos museos nos ayuda a entender cómo el proceso minero se refleja en este espacio, el cómo los museos mineros producen prácticas culturales que resultan en intervenciones materiales, y la forma en cómo los museos se transforman en parte del proceso de producción tecnológica. Por ejemplo, a través del análisis de los artefactos dentro de los museos se observa la narrativa de la empresa minera que construye un discurso sobre lo que es natural en el territorio, naturalizando impactos medioambientales.

Los museos mineros analizados en este trabajo se insertan dentro del proceso productivo del cobre, al participar de la producción de memorias visuales que reproducen

una memoria específica diseñada por la empresa minera Los Pelambres. Al mismo tiempo, los museos re-contextualizan y naturalizan tecnologías extractivas y políticas como parte del ambiente natural, así los museos crean una nueva percepción sobre minería para asegurar el futuro desarrollo de la industria.

Otro de los roles de los museos mineros, es el controlar qué es lo que podemos o no podemos ver de la minería. En Los Vilos, una de las funciones principales del museo es naturalizar el uso del cobre transformándolo en parte inherente del territorio, dejando de lado otros usos del suelo y formas de vida que existen en el Valle del Choapa. Mientras en el museo ubicado en la Pontificia Universidad Católica, la naturalización del proceso minero va enlazado a una visión de minería limpia e inocua. Mientras, al mismo tiempo ambos museos intentan narrar una historia única lineal donde convergen minería, naturaleza y sustentabilidad. Se establece en el museo que no hay pasado ni futuro sin minería.

El estudio de museos mineros también permite conocer cómo estos están conectados a través de diferentes asociaciones, que son parte de la fluidez y sofisticación del sistema minero. Por ejemplo, al estudiar museos mineros podemos analizar la narrativa inmaterial que se genera a través de los artefactos exhibidos y cómo ésta se vincula con espacios materiales, lo que nos permite conocer el uso científico y tecnológico que desarrolla la minería para poder sustentar su “régimen de verdad” (Foucault, 1984) que se instala sobre la naturaleza, el territorio y últimamente en los discursos de sustentabilidad y responsabilidad social empresarial.

Sobre su rol educacional, los museos son espacios donde se regularizan normas y se reescriben representaciones de actos y artefactos, logrando que cada participante aprenda a comportarse en estos espacios y construya discursos a partir de sus experiencias en él (Luke, 2002). Así los museos ofrecen nuevos patrones de conectividad hacia significados e historias a las que de otra forma no se podría tener acceso. Es así que los museos actúan como medios de comunicación que difunden información enseñando al público sobre qué observar y de qué manera generar significados desde sus exhibiciones y estructuras.

Bibliografia

- A. González, J. (2008). *Subject to Display: Reframing Race in contemporary Installation Art* (First Ed.). Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology.
- Barry, A. (2001). *Political Machines: Governing a Technological Society* (First.). London: The Athlone Press.
- Bhabha, H. (1999). The other question: the stereotype and colonial discourse. In *Visual culture: the reader* (pp. 370–378).
- Bowker, G. (2005). *Memory Practices in the Sciences* (First Ed.). Cambridge, MA: The MIT Press.
- Carruthers, D. (2001). Environmental politics in Chile : legacies of dictatorship and democracy. *Thirs World Quarterly*, 22(3), 343–358. doi:10.1080/0143659012006164
- Conquergood, D. (2012). Performing as a Moral Act: Ethical Dimensions of the Ethnography of Performance. In P. Johnson (Ed.), *Cultural Struggles: Performance, Ethnography, Praxis* (First Ed., pp. 1–336). Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.
- De Landa, M. (1997). *A Thousand Years of Nonlinear History* (First Ed.). New York, NY.
- Fairclough, N. (2004). Critical Discourse Analysis. In S. Michael, Lewis-Beck, A. Bryman, & T. Futing Liao (Eds.), *Encyclopedia of Social Science Research Methods Critical Discourse Analysis* (pp. 215–217). Thousand Oak, CA: Sage Publications.
- Fairclough, N. (2006). *Language and Globalization* (First Ed.). New York, NY: Routledge.
- Foucault, M. (1984). *The Foucault Reader*. (P. Rabinow, Ed.) (First Ed.). New York, NY: Pantheon Books.
- Latour, B. (2004). *The Politics of Nature: How to bring the sciences into democracy*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space* (First Ed.). Malden, MT: Blackwell Publishing.
- Luke, T. (2002). *Museum Politics: Power Plays at the Exhibition* (First Ed.). Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Madison, S. (2012). *Critical Ethnography: Methods, Ethics, and Performance* (Second Ed.). Thousand Oak, CA.
- Marcus, G. (1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95–117.
- Montero, C. (1993). El actor empresarial en transición. Colección Estudios CIEPLAN, (37), 37–68.
- Morley, D. (2000). *Home Territories: Media, Mobility and Identity* (First Ed.). New York, NY: Routledge.
- Ong, A. (2006). *Neoliberalism as Exception: Mutations in Citizenship and Sovereignty* (First Ed.). Durham, NC: Duke University Press.
- Ossandón, J., & Tironi, E. (2013). Introducción: Por qué estudiar la empresa chilena después de Friedman. In J. Ossandón & E. Tironi (Eds.), *Adaptación : La Empresa Chilena Después de Friedman* (First Ed., pp. 11–27). Santiago, Chile: Universidad Diego Portales Publicaciones.
- Palma, K. (2015). Technologies of mining production: space, discourse, new materialities, and media. University of Illinois at Urbana Champaign. Disponible: <https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/88292>
- Palma-Millanao, K. (2014). What is the Cost of Changing a Discourse? Sustainable Development and the Implications of an Alternative Path for Conflict Resolution. In C. McCarthy, A. Kozma, K. Palma-Millanao, M. Fitzpatrick, & N. Lamers (Eds.), *Mobilized Identities: Mediated Subjectivity and Cultural Crisis in the Neoliberal Era* (First Ed.). Urbana-Champaign, IL: Common Ground Publishing.

Tironi, M., & Barandiarán, J. (2014). Neoliberalism as Political Technology: Expertise, Energy, and Democracy in Chile. In E. Medina, I. da Costa Marques, & C. Holmes (Eds.), *Beyond Imported Magic: Essays on Science, Technology, and Society in Latin America* (First Ed., pp. 305–329). Cambridge, MA: The MIT Press.

Palma, K. (2015). Technologies of mining production: space, discourse, new materialities, and media. University of Illinois at Urbana Champaign. Disponible:
<https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/88292>

Del giro lingüístico al giro economicista: Retórica y Economía: hipótesis de lectura de *El ladrillo. Bases de la política económica del régimen militar chileno*

From the linguistic to the economicist twist: Rhetoric and Economy

Valentín Palomé Délano
Facultad de Comunicaciones, Universidad del Pacífico
valentinpalome@gmail.com

Abstract

This paper covers Rhetoric as a research method for discourse analysis, inserted within the framework of the so-called "linguistic perspective" particular to philosophy in the the 20th Century. Subsequently, possible parameters will be established between rhetorical analysis and economic constraints and particularly with El Ladrillo. Bases de la política económica del régimen/gobierno/paraíso militar chileno. The central idea behind this is to lay the foundations for the study of economic constraints (monetarist and/or neoliberal in this case) and thus understand them as persuasive-discursive constructions rather than scientific.

Key words: *linguistic turn - rhetoric —el ladrillo- economists turn*

Resumen

Nuestro *paper* realiza un recorrido de la Retórica como método de análisis de discurso inserto en el contexto del llamado “giro lingüístico” que tiene la filosofía en el siglo XX. Se verá el devenir de la retórica en el siglo recién pasado. Luego se establecerán posibles parámetros de análisis retórico para con el discurso económico y muy particularmente con *El ladrillo. Bases de la política económica del régimen militar chileno*. Se busca sentar bases de análisis del discurso económico (monetarista y/o neoliberal en este caso) y entenderlos como construcciones discursivo-persuasivas antes que científicas.

Palabras clave: giro lingüístico, giro economicista, retórica, *El ladrillo*

"Las ideas de los economistas son mucho más poderosas de lo que generalmente se piensa. De hecho el mundo no está gobernado por otra cosa. La vida de las personas, que muchas veces creen que son independientes de lo que piensa esta disciplina, suele estar determinada por la teoría de algún fallecido economista". (John Maynard Keynes)

Antecedentes

Si tuviéramos que poner una fecha que implicara un punto de inflexión en la cultura del siglo XX esta sería 1916. Este año como se sabe se publica el *Curso de lingüística general* de Ferdinand de Saussure, libro que se hace bajo la responsabilidad “textual” de Charles Bally y Albert Sechehaye, Con Saussure (aunque él no lo supiera) se funda la lingüística moderna y se entregarán de una u otra manera los insumos para lo que posteriormente se denominará estructuralismo. Sin embargo, lo relevante es que a partir de este momento la filosofía, los estudios literarios, las ciencias sociales, etc., derivan hacia lo que Richard Rorty ha calificado como “el giro lingüístico” (1990). ¿Pero qué significa precisamente este “giro”? Rorty señala:

“Podría ocurrir que la lingüística empírica pudiera dotarnos de hecho dotarnos [a los filósofos] de formulaciones no banales de las condiciones necesarias y suficientes de la verdad de los enunciados, así como de explicaciones no banales del significado de las palabras” (1990).

Sin embargo, estas y otras afirmaciones deben ser leídas *cum grano salis*. Brevemente debemos contextualizar. Luego que a partir, como señalamos, de Saussure el Lenguaje se *reposicionara*⁵⁵ como objeto de atención en la filosofía contemporánea en cierto Martin Hiedegger (*Ser y tiempo*, 1927), con Ludwig Wittgenstein (especialmente *Las investigaciones filosóficas*, 1953), *Como hacer cosas con palabras* (1955) de J. L Austin,

⁵⁵ Las cursivas apuntan al hecho de que el lenguaje estuviera de una u otra manera siempre presente en las discusiones de Occidente, al menos, solo basta remitirse al *Crátilo* de Platón y la *Poética* y *Retórica* de Aristóteles, al menos.

hasta llegar a *Las palabras y las cosas* (1966) de Michel Foucault por nombrar a ejemplos paradigmáticos. Se comprende que los textos señalados -y muchos más- vendría a representar una parte importante, mas no exhaustiva del corpus filosófico del siglo XX.

Sin embargo, correcto es decir, no debemos confundir al “giro lingüístico” como una suerte de imperialismo del Lenguaje en todas y cada una de las preocupaciones de las así llamadas “ciencias del espíritu”.

“Una cosa es que el lenguaje pasara al primer plano el foco filosófico y otra muy distinta que la filosofía se debiera hacer usando un método lingüístico. El giro lingüístico había ayudado a entender que muchos problemas de la filosofía dependían de imágenes persistentes [...], pero era distinto a creer que la filosofía había encontrado otro camino seguro” (Del Castillo, 2015)

Y en este momento donde se debe poner atención pues en este giro se retorna a la primera reflexión -y tal vez no superada- acerca del lenguaje: la Retórica⁵⁶.

La (Neo)Retórica⁵⁷

En 1958 Chaim Perelman y Lucien Olbrech-Tyteca publican el *Tratado de la argumentación*. Este texto significa un punto de inflexión en lo que a estudios del lenguaje se refiere. Perelman, esencialmente, logra volver a la tradición retórica clásica bajo la figura de Aristóteles (especialmente la Retórica en su aspecto fundamentalmente argumentativo) con el fin de construir una teoría del discurso “no demostrativo, y de organizar sistemáticamente los antiguos esquemas argumentativos” (Mortara Garavelli, 1991). Esto es relevante pues apunta a contextualizar, en primer lugar, el arte retórico en el contexto de la Europa de la postguerra: “un arte para la democracia (racional)”; y, en segundo lugar, detiene su teoría en rechazar las verdades (y falsedades) demasiado netas pues entre unas y otras hay espacio de grises que deben ser “inventadas” en el sentido retórico de la expresión, es decir, *construidas*.

Sin temor a equivocarnos, podríamos denominar los 50’ del pasado siglo como una verdadera “década milagrosa”, veamos el porqué. Posteriormente al *Tratado de la*

56 No se debe pensar que de ahora en adelante por el solo hecho de hablar de Retórica desde una óptica privilegiada estaremos defendiendo una suerte de reduccionismo metodológico; en lo absoluto. Simplemente que el arte retórico es tan bueno como otros al momento de aproximarnos a los objetivos señalado. Al decir del Giovanni Boccaccio (cfr. *Vida de Dante*) al referirse a la definición de poesía: “no será la mejor pero es la que me gusta a mí”.

57 Como se supondrá la definición de Retórica no es unívoca en el contexto de nuestro trabajo la entenderemos como “la negociación de la distancia entre individuos a propósito de una cuestión dada” (Meyer, 2013). *A priori*, la ventaja de esta definición apuntaría a un equilibrio entre los componentes propios del *ethos*, del *logos* y el *pathos* (cfr. cuadro 1).

argumentación tendremos los trabajos de Stephen Toulmin (*Los usos de la argumentación*, 1958) o, Roman Jakobson y Morris Halle (*Fundamentos del lenguaje*, 1958). En los 60' comienzan los trabajos del Grupo de Lieja que tiene como punto fundamental la *Retórica general* del Groupe μ , (1970). Sin embargo, lo relevante es darnos cuenta que la retórica (y lo retórico) aún viene a ser una *techné* productiva al momento de acercarnos al lenguaje en sus diversas dimensiones. Independiente si al decir de algunos (López Eire, 1995) piensen que la Nueva Retórica es antes que todo filosófico (en sus preocupaciones por la *argunmentatio*) antes que una serie de reglas (un *ars*) como se piensa que era en la Antigüedad. En síntesis, planteo que no hay solución de continuidad entre la *vetus rhetorica* retórica y la (bien o mal) llamada Neorretórica.

Un elemento a considerar, continuando con lo arriba expuesto, es que en la Retórica Clásica, se produce una tripartición que, a nuestro entender, aún es válida. En esta *grosso modo* podemos ver el devenir de la retórica a lo largo de casi veintiséis siglos. Véamoslo en el siguiente cuadro:

	ethos	logos	pathos
Platón	intención	sofística (equivocos)	manipulación
Aristóteles	pericia	razonamiento	pasión
Cicerón	virtudes	elocuencia (y figuras)	convicción

Cuadro 1: Meyer (2013)

Desearíamos que se pusiera especial atención en la primera antítesis que se establece entre Platón y Aristóteles, esencialmente acá se determina una clásica división que pervive en el seno de la antigua y nueva retórica; Retórica como *Doxa u opinión* (Platón) y Retórica como (posible) *episteme o ciencia* (Aristóteles)⁵⁸. En lo que respecta a

⁵⁸ "[Platón realiza] una severísima condena de la retórica practicada por los sofistas y la afirmación de su contrapartida filosófica: la dialéctica. A la primera, entendida -y rechazada- como un ejercicio meramente formal de persuasión que no repara en los temas sobre los que se aplica, dedicada a distraer a las <<multitudes>> mediante la seducción de sus elegancias encantatoria y de sus sonoridades vacuas; le opuso Platón la dialéctica como arte de la discusión, formalmente adecuada a unos contenidos específicos y destinada al análisis de los argumentos de los discursos, a sus disposición en elementos fundamentales y a sus reordenación en categorías esenciales" (Mortara Garavelli, 1992)

Cicerón prima la fórmula *vir bonus dicendi peritus*, es decir, el valor del argumento está supeditado al peso ético del orador, eje que no será relevante para nosotros por el momento.

Empero pensamos que lo relevante es determinar cómo estas pulsiones de lo retórico perviven y en muchos casos resuelven el devenir comunicativo de no pocos discursos en la actualidad. Para eso debemos detenernos en el siguiente cuadro donde se verá una idea fundamental para comprender el sitio que le correspondería posteriormente al discurso económico dentro del corpus retórico⁵⁹.

A los anterior debemos agregar el cuadro que nos permitirá visualizar las dimensiones sobre las cuales debiera enfocarse cada discurso. De esto se debiera inferir la enorme especificidad pragmática que poseía y posee el arte retórico en sus orígenes, especificidad que de una u otra manera todavía posee⁶⁰.

GÉNERO RETÓRICO	JUDICIAL	DELIBERATIVO	DEMOSTRATIVO O EPIDEÍCTICO
EJE TEMPORAL	Pasado	Futuro	Independiente
PÚBLICO	Jueces	Legislador	Oyente común
TEMAS	Acusación/defensa – justo/injusto	Aconsejar lo útil/ desaconsejar lo dañoso	Alabanza/vituperio. bello/feo

Cuadro 3; Géneros discursivos

Retórica de la economía: *El Ladrillo*

No pocas veces se nos olvida que la economía moderna que surge con Adam Smith y su *Riqueza de las naciones* (1776) está basada en gran medida en: “la mano

⁵⁹ En este momento creemos necesario recordar que no pocas veces se piensa que la Argumentación es un género particular y ajeno a la retórica, sin embargo, la argumentación (*pistis, argumentatio*), bueno es recordarlo, forma parte de las partes del discurso y este a la vez dependiente de la *dispositio*. En síntesis, paradójicamente, toda vez que hablemos de Argumentación, como en este caso, estaremos hablando *pars pro toto*.

⁶⁰ Entenderemos fundamentalmente *pragmática* en este contexto como aquella disciplina que se ocupa de la relación entre el signo y sus usuarios; a diferencia de la sintaxis y la semántica. Esta tricotomía sigue siendo válida para nuestros objetivos. (Morris, 1985)

invisible”⁶¹. Sobre esta base pasaremos a ver el *Capital* (libro I) (1867)⁶², para determinar si se puede hablar de un eje relativamente transversal al momento de construir el “discurso económico”. Porque por muy obvio que parezca, la Economía antes que economía es discurso. Y lo que planteamos que ese discurso, al menos en las obras mencionadas es en su base retórico; es decir, “recursos y estrategias eficaces para inducir creencias, disposiciones o acciones”.⁶³ Creemos al decir de Georges Steiner que la economía conserva esa “presencia real” hasta el día de hoy.⁶⁴

Donald N. McCloskey señala, de manera valedera lo siguiente: “Un economista no hace economía en general. Lo hace en particular. Sin duda, si lo hace bien utiliza figuras retóricas concretas de acervo común” (1990). Empero no es menos cierto, que el uso de lenguaje figurado (¡cuál no lo es!) no implica necesariamente un uso premeditado y consciente de lo retórico. Sobre la base de lo que hemos señalado hasta el momento creemos oportuno adentrarnos en un texto creemos que fundamental y fundacional del Chile contemporáneo: *El ladrillo. Bases de la política económica del régimen militar chileno*⁶⁵.

Como señalamos más arriba se haría necesario en algún momento determinar el devenir textual de *El ladrillo*, pues la edición con que se cuenta es de 1992⁶⁶. Pero eso nos evita volcar algunos juicios que sean consecuentes con los señalado hasta el momento en nuestro trabajo.

61 Si querer exagerar las comparaciones es “curioso” darnos cuenta que en la tradición alegórica de la Antigüedad y durante la Edad Media la Retórica era representada como “una mano extendida o abierta”, mientras que la Dialéctica como un “puño cerrado”.

62 “[Marx] Escribió un artículo ensayístico sobre filosofía del derecho, estudió de manera meticulosa la *Historia del arte* de Winckelmann, empezó a aprender inglés e italiano, *tradujo la Germania de Tácito y la Retórica de Aristóteles...*”. ((Wheen, 2007. Cursivas nuestras)

63 Se podría pensar, complementariamente que es la base es, por ejemplo, mas creemos que gran parte de los textos económicos, y en particular los que nos preocupan, no apuntan a evaluar “actuaciones correctas / incorrectas de interacción y de confrontación entre roles argumentativos, mediante análisis pragmáticos y contextuales del proceder según reglas”.

64 “Esta apuesta -es la Descartes, la de Kant y la de cualquier poeta o artista, compositor de quien tengamos constancia explícita- afirma la presencia de una <<subtanciación>> (es patente la resonancia teológica de esta palabra) en el lenguaje y en la forma. Supone un paso, más allá de lo ficticio o lo puramente pragmático, desde el significado a la significatividad” (Steiner, 1991)

65 Para una historia crítico-textual de *El ladrillo* véase Sergio de Castro (1992), Catalina Allendes (2015) y Carlos Tromben (2016)

66 Nos en que casualmente se publica *El desafío neoliberal: el fin del tercermundismo en América Latina*, otro texto que se debiera leer como la proyección de las políticas económicas que habría resultado exitosas en Chile. El texto que abre el libro es del escritor Mario Vargas Llosa (*sic*).

El ladrillo está dividido en dos capítulos (“Diagnóstico” y “Políticas Económicas Especificadas”, respectivamente). No olvidemos que “supuestamente” todas y cada uno de los elementos vertidos en el texto datan desde un período antes del Golpe de Estado de 1973, específicamente 1972, aun cuando las políticas económicas vertidas en el mismo datan de al menos desde la década del 50’ del pasado siglo cuando llegaron los primeros estudiantes a la Facultad de Economía de la Universidad de Chicago (Carlos Massad, Ricardo French Davis, Sergio de Castro y Rolf Lüders). Esto resulta relevante pues no pocas veces pensamos que el discurso de las políticas económicas a las cuales se ha visto afecto Chile durante los últimos años ha carecido de líneas históricas claras. Lo que planteamos que si de discurso y retórica se trata estos se viene gestando desde al menos 60 años. Señala el mismo Sergio de Castro en relación a la génesis de *El ladrillo* lo siguiente:

“El 4 de septiembre de 1970 fue elegido con la primera mayoría relativa don Salvador Allende Gossens [...]. Mucha agua pasó por bajo el puente en los mil días del gobierno marxista. Quizá demasiada agua tormentosa que produjo profundas trizaduras en los causes de la convivencia nacional. Aquel grupo que en 1969 había elaborado, con *fe y esperanza*, un programa socioeconómico volvió a las aulas universitarias, principalmente a la Escuela de Economía de la Universidad Católica” (1992, cursivas nuestras).

Es sintomático que Sergio de Castro (in)conscientemente se establezca -con la distancia del tiempo- en un terreno que para mayor comodidad se denomina en retórica: tópico⁶⁷, y particularmente en el relativo al elogio personal (“sabiduría y valor”, “nobleza de alma”). Esto es un claro ejemplo de la mentada “presencia real”.

Ahora bien, adentrándonos en *El ladrillo* este se establece, por ejemplo, sobre el tópico de “cosas nunca dichas”, veamos: “El esquema de políticas económicas que se proponen en este informe supone un cambio radical en la situación presente y está concebido en términos de la existencia de un Gobierno de conciliación nacional” (p.22). Sin embargo, pensamos que lo realmente relevante es que el texto que nos convoca debe darle voz a un oponente que, si inferimos correctamente, no es necesariamente la Unidad Popular sino todas y cada una de las políticas económicas de Chile...hasta que llegaran ellos.

67 “Del griego, *topoi*, lugar. El sustantivo castellano ‘topico’, usado tradicionalmente en lógica y retórica como sinónimo de ‘lugar’ o ‘locus’, en el sentido de principio que ampara la plausibilidad de un argumento -ya se trate de una garantía de tipo proposicional, como premisa reconocida o ‘lugar común’- o inferencial, como regla comúnmente aceptada de derivación- es en realidad, trasposición del adjetivo griego *topikos*, que se aplicó históricamente al estudio de tales lugares a partir del tratado homónimo de Aristóteles” (Olmos, 2011)

“La actual situación [gobierno de la UP] se ha ido incubando desde largo tiempo y ha hecho crisis sólo porque se han extremado las erradas políticas económicas bajo las cuales ha funcionado nuestro país a partir de la crisis del año 30” (p. 19)

En este sobreentendido *El ladrillo* se posiciona como un texto técnico que busca darle una salida al país alejado de debates ideológicos⁶⁸. Los autores del texto directa e indirectamente reiteran la cuita de Platón en relación a la retórica; productora de *doxa*, no de episteme. Esa sería la primera lectura, pues todos los anteriores a ellos

“Estos problemas [de inflación] son hábilmente aprovechados por quienes predicán la lucha de clases, los que genera encono y odio entre los chilenos y que impide la coordinación y la suma de fuerzas productivas, sin las cuales es ilusorio alcanzar un ritmo de desarrollo económico” (p.36).

Amén de sustentar gran parte de su crítica a los sistemas políticos (independiente del sesgo de los mismos) lo que subyacería sería que estos sistemas no han sabido (por indolencia y miopía) adaptarse a los nuevos contextos sociopolíticos de un mundo cada vez más complejo. Decidora viene a ser la siguiente cita:

“La pugna social así generada induce políticas inflacionarias porque grupos políticos, en especial los que están en la oposición [1972], pretenden hacer creer a la ciudadanía que se puede repartir el 100% del ingreso nacional en forma permanente y así, dar más a todos sin quitarles a los muy ricos. De esta manera, se ha ido desarrollando dos hechos cuyos resultados son funestos tanto desde el punto de vista político y social. Uno, quizá el más grave, es la acentuación de la idea de que la pobreza puede derrotarse sin que sea necesario trabajar más esforzadamente [...]. El otro hecho es la exacerbación de las tensiones sociales en el seno de las empresas...” (p. 36s.)

El ladrillo resulta un texto que busca constituirse como una suerte de ojo crítico pero objetivo de una realidad nacional fracturada no desde 1970 en adelante sino desde mucho antes, tal como esbozamos. Pero lo relevante es que se estructura sobre la base de elementos que buscan darle verosimilitud y necesidad⁶⁹. Descansa en bases literarias y, luego, científicas. El uso de 1) ordenación cronológica; 2) constitución de un relato con principio, medio y fin (o, si se quiere, *exordio*, *narratio*, *argumentatio* y *peroratio*), 3) adscripción aun género, aunque no explicitado, apunta al drama (presentación del conflicto, nudo, desenlace); 4) “explicación por argumentación formal” (Tozzi, 2003)⁷⁰; y 5)

68 No creemos que sea necesario profundizar en la paradoja que conlleva dicha afirmación.

69 Principios rectores, entre otros, de la *Poética* de Aristóteles.

70 En este punto no podemos de dejar de nombrar el trabajo de Haydem White. Uno de los principales artífices de la aplicación del análisis retórico a textos que supuestamente debieran escapar a dichas construcciones. Estamos pensando en la historiografía del siglo XIX (cfr. White 1973 y 2003)

explicación por implicación ideológica (“las raíces paternalistas de la sociedad chilena son muy ondas y tienen su origen en la tradición monárquica española”, p. 58).

Peroratio

El ladrillo ha sido hasta el día de hoy mal leído⁷¹. Las *Bases de la política económica del régimen militar chileno* no es un texto de economía, en lo absoluto. Es un texto político construido sobre la base de un género retórico llamado *deliberativo*⁷² es decir, su grupo objetivo siempre fue los legisladores (léase en nuestro contexto militares, específicamente la Marina; primero Roberto Kelly y luego el almirante José Toribio Merino), y su eje temporal siempre fue el futuro donde buscaba “aconsejar lo útil/desaconsejar lo dañoso”. Para eso *El ladrillo* viene a ser un ejemplo relativamente claro de los que Albert Hirschman⁷³ denominó “las pasiones y los intereses”. Las *Bases de la política económica del régimen militar chileno* nos cuenta cómo los intereses (supuestamente racionales, previstos e inofensivos); o sea la nueva economía, fueron llamados a contrapesar las pasiones (supuestamente irracionales, indisciplinadas y nocivas)⁷⁴, es decir, la vieja política. Acá se produciría, a nuestro entender, un verdadero giro coperniquiano en lo que a diferencia de la tradición el Estado no le correspondería “corregir” esta desviación de las pasiones sino sería el Mercado a quien se le endosaría dicha responsabilidad. Y ese giro se produce, realiza y concreta mediante un discurso de claramente que apela a estructuras mesiánicas en su constitución⁷⁵.

Creemos fervientemente que estamos en posición de al decir de Nigel Thrift (2004), empezar a entender el discurso económico -y no solo este sino incluso las

71 Me sirvo de la noción de *Misreading* acuñada por Harold Bloom en *The Anxiety of Influence*.

72 GÉNERO DELIBERATIVO: En el *genus deliberativum*, se engloban todos los discursos que se pronuncian ante cualquier asamblea, tanto a favor como en contra de un curso de actuación colectivo futuro. Siempre se refiere a una decisión futura. Convierte al auditorio se convierte en gobernante/legislador, ya que se le pide que tome una decisión que va a repercutir en el futuro del auditorio. La argumentación del *genus deliberativum* se rige por la proposición de la oposición útil/inútil. Su finalidad básica es *mouere*

73 Otro texto fundamental del mismo autor y en la línea planteada es *Retóricas de la intransigencia* (1991), donde el autor analiza tres tesis (tropos para nosotros) que subyacen a todo argumento conservador ante los “argumentos progresistas”.

74 “Característica importante en el desarrollo económico chileno ha sido la dificultad de la economía para proveer de trabajo productivo y estable al total de la fuerza de trabajo del país [...]. La solución integral de este problema debe venir por tres vías complementarias, la primera, a través de un cambio cuantitativo y cualitativo en el proceso educacional; la segunda a través de una alta tasa de desarrollo económico que aumente por sí sola la tasa de trabajo, y la tercera, a través de políticas económicas que rebajen el alto costo del trabajo en Chile” (p. 34)

75 El uso del modo gramatical del futuro (casi) de los autores de *El ladrillo* es cercano a un género tradicional en Occidente: el Apocalipsis (ya sea como revelación y/o *telos* trágico. Véase Burke (2014).

matemáticas- como formas de una específica retórica. Esto no le resta “verdad” al discurso, sino más bien nos permite agregar la categoría de seducción, es decir, consecuente con nuestra definición de retórica (“la negociación de la distancia entre individuos a propósito de una cuestión dada”) transparenta el acto comunicativo al (re)integrarlo al eje del *pathos*. He ahí el verdadero *quid* de lo planteado: el Neoliberalismo no triunfa únicamente por shock (Klein, 2007), sino porque logró constituirse en una máquina retóricamente más persuasiva. Triunfa porque mueve las pasiones bajo la máscara de los intereses.

En síntesis, *El ladrillo* vendría a ser una suerte de “texto bisagra” que configura y prefigura una serie de construcciones discursivas (donde *Chile: una revolución silenciosa* de 1987, libro de Joaquín Lavín resulta ejemplar). De aquí en adelante ya no será el fantasma del comunismo (y su retórica) el que recorra América Latina sino el fantasma de la retórica Neoliberal.

Bibliografía básica

(c.1972) *El ladrillo*. Bases de la política económica del régimen militar chileno, Sergio de Castro (pról.) 2ª ed., Santiago de Chile: Centro de Estudios Públicos.

(1992). *El desafío neoliberal: el fin del tercermundismo en América Latina*, Santafé de Bogotá: Norma.

Allendes, Catalina E. *Capital* (Revista : Santiago, Chile)-- no. 393 (abr. 3 al 16, 2015), p. 58-62. <http://www.capital.cl/negocios/2015/04/02/000452-a-40-anos-de-el-ladrillo>

Aristóteles (1994). *Retórica*, Quintín Racionero (intr., trad., y notas), Madrid: Gredos.

Burke Kenneth (2014). *Retórica de la religión*. Estudios de logología, México D. F.: F.C.E.

De Saussure, Ferdinand (1945), *Curso de lingüística general*, Amado Alonso (pról., trad., y notas), 24ª ed., Buenos Aires: Losada

Godelier, Maurice (1972). *Rationality and Irrationality in Economics*, New York: Monthly Review Press,

Lavín, Joaquín (1987). *Chile: La revolución silenciosa*, Santiago de Chile: Zig-Zag.

- Rorty, Richard (1990). *El giro lingüístico*, Barcelona: Paidós
- Cristi, Renato y Carlos Ruiz, (1999), “Pensamiento conservador en Chile”; Cristi, Renato, (1999) “La síntesis conservadora de los años 70”. En: AA. VV, *El pensamiento chileno en el siglo XX*, México D.F.: FCE
- Hunneus, Carlos, (2000), “Technocrats and Politicians in an Authoritarian Regime. The ‘ODEPLAN Boys’ and the ‘Gremialist’ in Pinochet’ Chile”, *Journal of Latin American Studies*, 32:2
- Caldwel, Bruce y Leonidas Montes, (2015), “Friedrich Hayek y sus dos visitas a Chile”, *Estudios Público*, n° 137; Gárate, Manuel, (2012),
- Del Castillo, Ramón (2015). *Rorty y el giro pragmático*, Madrid: Batiscafo.
- Gárate, Manuel, (2012), *La revolución capitalista en Chile (1973-2003)*, Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado
- Hirschman, A. O. (1958) *The Strategy of Economic Development*. Yale University Press
- Hirschman, A. O (1991) *The Rhetoric of Reaction: Perversity, Futility, Jeopardy*, Cambridge, MA: Harvard University Press
- Hirschman, A. O (1997) *The Passions and the Interests: Political Arguments for Capitalism before Its Triumph (Princeton Classics)*, Princeton/Oxford: Princeton University Press.
- Klein, Naomi (2007). *La doctrina del shock. El auge del capitalismo del desastre*, Barcelona: Paidós.
- McCloskey, Donald N. (1995). *La retórica de la economía*, Madrid: Alianza
- Mayol Miranda, Alberto *La Tecnocracia: el falso profeta de la Modernidad*, en *Revista de Sociología Facultad de Ciencias Sociales – Universidad de Chile*, No 17 – 2003 (P. 95-123).
- Meyer, M. (2013). *Principia Rhetorica. Una teoría general de la argumentación*, Buenos Aires: Amorrortu
- Morris, C. W. (1985). *Fundamentos de la teoría de los signos*, Barcelona: Paidós.

- Sedláceň, Tomás (2011). *Economics of good and evil. The Quest for Economic Meaning from Gilgamesh to Wall Street*, Cambridge, MA: Oxford University Press
- Polanyi, Karl (2012) *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*, Amereon Ltd
- Groupe μ (1970). *Rhétorique générale*, Paris: Larousse.
- Perelman, Chaïm y Lucie Olbrechts-Tyteca (1969)., *The new rhetoric: A treatise on argumentation*. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- Steiner, George (1991). *Presencias reales. ¿Hay algo en lo que decimos?*, Barcelona: Destino.
- Thrift, Nigel (2004). “Intensities of Feeling: Towards a Spatial Politics of Affect”. En *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 86(1), 57-78.
<http://dx.doi.org/10.1111/j.0435-3684.2004.00154.x>
- Toulmin, Stephen, (1958). *The Uses of Argument*, Cambridge MA: Cambridge University Press.
- Tromben, Carlos (2016). *Crónica secreta de la economía chilena*, Santiago de Chile: Ediciones B
- Vega Reñón, Luis y Paula Olmos Gómez (2011). *Compendio de lógica, argumentación y retórica*, Madrid: Trotta.
- Wheen, Francis (2007). *La historia del Capital de Karl Marx*, Barcelona: Debate
- Whyte, Hayden (1973), *Metahistory: The Historical Imagination in Nineteenth-Century Europe*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Whyte, Hayden (2003). *El texto histórico como artefacto literario*, Verónica Tozzi (intr.), Barcelona: Paidós

Representación de la mujer y los cambios sociales en la publicidad del *retail* chileno

Un análisis de los años 1980, 1997 y 2013

The evolution of women's image in Chilean retail ads (1980, 1997 and 2013)

William Porath (wporath@uc.cl)
Claudia Labarca (claudialabarca@uc.cl)
Enrique Vergara (evergaral@uc.cl)
Paulina Gómez-Lorenzini (mpgomezl@uc.cl)
Constanza Ortega (cortegal@uc.cl)
Facultad de Comunicaciones – Pontificia Universidad Católica de Chile.

Agradecimientos:

Proyecto financiado por Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico de Chile FONDECYT, proyecto N° 1140990.

Se agradece a los ayudantes de investigación Camila Barros; Tania Ramdohr, Javier González-Carquin, Ivette Sougarret, Paula Miranda-Herrera, Ignacia Godoy y Consuelo Ulloa.

Abstract

During past years, the gender representation in the mass media area has begun to be a subject of interest to the academy. However, in Chile there are no studies on this. This is why this work aims, through a qualitative analysis of ads published in printed media in 1980, 1997 and 2013, to determine whether there is evidence that there has been any change through time, on gender stereotyping contained in these advertising pieces, and if you notice more equal treatment in the representation of men and women in advertising, considering the important cultural changes in this period. For that, we taken as reference, variables that have been worked in previous studies, which were adapted to the national context. The results show that in Chile, we continue reproducing some gender stereotyping

found in the international literature. Another interesting finding, is the strong presence of Caucasian characteristics and the manner in which the social class of women is represented in relation of the men, at the present.

Keywords: *Gender stereotyping, Chile, Advertising, Content Analysis*

Resumen

Durante años, la representación de género en los medios masivos de comunicación ha sido un tema de interés para la academia. Sin embargo, en Chile no existen muchos estudios al respecto. Es por ello que este trabajo busca, por medio de un análisis cuantitativo de avisos publicitarios impresos en medios de prensa en los años 1980, 1997 y 2013, determinar si existe algún tipo de cambio a través del tiempo, en los estereotipos de género contenidos en dichas piezas publicitarias, y si se observa en Chile un trato más igualitario en la representación de hombres y mujeres en la publicidad, considerando los importantes cambios culturales ocurridos en ese periodo. Para ello, se tomaron como referencia variables que han sido trabajadas en estudios anteriores, las cuales se adaptaron al contexto nacional. Los resultados muestran que en Chile se reproducen algunos estereotipos encontrados en la literatura internacional como, por ejemplo, la función mas bien decorativa. Otro hallazgo es el predominio del aspecto caucásico y el sesgo de clase con que se representa a la mujer en relación a los hombres en la actualidad.

Palabras claves: Estereotipo de género, Chile, Publicidad, Análisis de contenido.

Introducción

El estudio del rol de la mujer en la publicidad ha sido desarrollado, principalmente, por académicos europeos y estadounidenses⁷⁶. En el último tiempo esta área de estudio se ha visto influenciada por el rápido incremento de oportunidades que ha tenido la mujer, lo

76 Siendo los trabajos pioneros: Chutney & Lockeretz (1971), McArthur & Resko (1975), y Goffman (1979).

que ha redundado en una mayor preocupación respecto a la forma en que son representadas en los medios de comunicación (Zotos & Lysonski, 1994).

En el caso de Chile, según el Índice de Igualdad de Género del Informe de Desarrollo Humano del PNUD 2014, el país ocupa el lugar 68° de 152, siendo el mejor posicionado América del Sur mejor posicionado. Estos datos muestran que se ha alcanzado la igualdad en educación primaria, secundaria y terciaria. Sin embargo, aún existen áreas de la sociedad donde las mujeres no son incluidas. Es por lo que, en los últimos veinte años, se ha prestado especial atención a la situación de las mujeres en la sociedad chilena, desarrollando una serie de políticas, que han buscado crear condiciones de trabajo más igualitarias, luchar contra la violencia doméstica, aliviar la pobreza, promover los derechos y la participación social y política de las mujeres.

Ciertas cifras arrojan luz sobre algunos de los cambios que han tenido lugar en lo que respecta a las mujeres entre 1980 y 2013. La tasa global de fecundidad (número de nacimientos por mujer) disminuyó de 2,7 en 1981 a sólo el 1,79% en 2013. También ha habido un aumento en el número de hogares encabezados por mujeres, pasando de un 21,6% del total de los hogares en 1980 a 37,9% en 2013⁷⁷. Además, Chile es el país que tuvo la tercera mayor proporción de mujeres en América Latina que declara tener un ingreso independientes pasando de un 52% en 1994 a un 77% de mujeres mayores de 15 años (Lupica, 2015; Cepal, 2015).

Es por tanto evidente que las mujeres en el Chile de hoy tienen un nivel significativamente más alto de educación y una mayor independencia económica y social, que lo que tenían a principios de la década de 1980. Ante esto, nuestro estudio pretende ver si el nuevo entorno fomenta una representación más equitativa y, por lo mismo, se busca desde el análisis del discurso y la semiótica, analizar la publicidad del *retail*⁷⁸ y como ésta ha reflejado los cambios sociales ocurridos en nuestro país en las últimas cuatro décadas. De la misma forma, se pretende responder las siguientes preguntas:

⁷⁷ Información obtenida principalmente del Instituto Nacional de Estadística INE, página web, www.ine.cl

⁷⁸ Se entenderá *retail* como todas las actividades involucradas en la venta de bienes y servicios a un consumidor final, pero más específicamente las empresas especializadas en la venta de productos comercializados en masa. Este sector es constituido por grandes almacenes o tiendas por departamento, supermercados, farmacias y tiendas de mejoramientos para el hogar (ferreterías).

- P1:** Considerando este nuevo entorno más inclusivo, ¿es posible observar algún cambio en la forma en que son representados los personajes que aparecen en la publicidad *retail*?
- P2:** Ante la disminución de la brecha entre mujeres y hombres, ¿la publicidad *retail* ha reflejado estos cambios en la acción, profesión y rol social que tienen los personajes que se muestran en los avisos de publicidad *retail*?

En consideración a que la publicidad es una dimensión simbólica significativa de gran relevancia social, cultural e instrumental (Mattelart, 1989; Caro, 2007. al ser una forma de co-creación, permite reflejar a la sociedad al mismo tiempo que la moldea (Zotos & Tsihla, 2014). A través del uso de estereotipos, los cuales son aquellas creencias populares sobre los atributos que caracterizan a una categoría social en la que existe un acuerdo sustancial" (Mackie, 1973, p. 435). Estas representaciones actúan como marcos con los cuales se construyen identidades sociales (Goffman, 1991), en la medida en que ofrecen "expectativas normativas" (Morales, 1989, según De Andrés, 2002, p. 124) con respecto a la categoría de comportamiento, características y atributos.

Consumo y cultura en Chile

El año 1975 marca un punto de inflexión en el desarrollo económico, social y cultural de Chile, ya que es en este año cuando se impone un modelo económico de libre mercado, dando paso a una apertura comercial⁷⁹ sin precedentes en la economía chilena (Vergara, 2003). Además, a partir de 1975 el protagonismo que tenía el Estado en el campo político, cultural y económico es paulatinamente reemplazados por una lógica de mercado centrada en los consumidores como nuevos actores sociales. Para Tironi (1999) esto se traducirá en que la lógica del consumo comienza un proceso de expansión teniendo consecuencias en diferentes ámbitos de la vida social. En este sentido, uno de los principales legados de la dictadura de Pinochet habría sido un profundo cambio cultural, que se manifiesta en la centralidad que adquiere el consumo en la construcción de

⁷⁹ Es importante destacar que junto con esta apertura comercial —y como requerimiento de esta— durante este periodo la industria publicitaria presenta un acelerado desarrollo, lo que se traduce en el regreso de las agencias trasnacionales a Chile, el desarrollo de agencias locales y en un sostenido aumento de la inversión publicitaria (Catalán, 1982).

identidades y en la búsqueda de reconocimiento personal, gracias en parte al masivo acceso a bienes que tradicionalmente habían constituido símbolos de estatus (cfr. Larraín, 2001; Fontaine, 2002).

Una nueva fase se inicia con el proceso de transición a la democracia y la elección de primer gobierno de la Concertación de Partidos por la Democracia, que comienza a gobernar en marzo de 1990. A partir de ese año Chile experimenta un rápido y continuo desarrollo económico, que le permitió duplicar su ingreso per cápita en menos de una década. Esto, unido a un creciente esfuerzo por lograr una mayor integración política, económica y sociocultural del país al mundo, acercó el consumo y su lógica cultural permitiendo la inclusión de amplios sectores de la población que habían permanecido al margen de este proceso de modernización en los '80.

Junto con lo anterior, la recuperación de las libertades públicas y ciertos ajustes sociales al modelo económico contribuyeron definitivamente a la consolidación del nuevo modelo de desarrollo durante los '90⁸⁰. Estos cambios, a nivel político y económico, unido a una creciente incorporación de las tecnologías de la información y la liberalización del mercado de la televisión, se tradujeron en un acelerado proceso de globalización, no solo económico, sino también de índole cultural.

Estos procesos instalarán al consumo como eje articulador de las relaciones sociales y protagonista de la vida cotidiana (Tironi, 1999), al ser “la cristalización física de la identidad individual, al tiempo que un nuevo anclaje material al vínculo social” (PNUD, 2002, p. 98). Para el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2002), el consumo adquiere en Chile un significado similar al del trabajo, ya que constituiría la materialización de la identidad individual: “soy lo que consumo”.

Esta centralidad del consumo irá acompañada de un aumento significativo de los instrumentos financieros que posibilitan su acceso, como es el caso de las tarjetas de crédito y el auge de los denominados Malls (centros comerciales). Finalmente, y en relación a lo anterior, es importante destacar el incremento de 130% en la inversión publicitaria entre los años 1992 y 2000 (Achap, 2002). Es en esta era donde la publicidad comienza a adquirir

80 En este periodo se verifica un nuevo pick de inversión publicitaria, en 1997, el segundo año de medición de nuestra muestra.

centralidad en los medios, convirtiéndose en un importante referente en los procesos de construcción de la realidad e identidades sociales (Fontaine, 2001; Moulian, 1997). Como consecuencia de lo anterior, a partir del año 2000 el sector publicitario continuó su expansión –incorporando aún más los medios digitales- a la par que el país se desarrolla económicamente.

Metodología

Se analizaron avisos publicitarios publicados en los años 1980, 1997 y 2013 en diarios de cobertura nacional que concentran los mayores índices de inversión publicitaria: El Mercurio, La Tercera y Las Últimas Noticias. Se considerando mes por medio a partir de enero hasta noviembre, conformando así una muestra de 6 meses. En el caso del año 2013, por un aumento sustancial en la publicación de avisos, se revisaron siete ediciones, seleccionadas con el método del salto sistemático, con el fin de establecer para cada medio una semana construida a partir de diferentes días, buscando lograr una mayor dispersión de los avisos seleccionados. También se revisaron las revistas Cosas, Caras, Paula, Veja y Qué Pasa. Finalmente, se eliminaron las piezas repetidas. De esta selección, se obtuvieron y clasificaron 2078⁸¹ avisos, de los cuales 648 no tenían personajes.

Respecto del análisis cuantitativo, se elaboró un libro de códigos y una ficha *ad-hoc*, adaptando al contexto nacional las categorías trabajadas por los autores que se tomaron como referencia: Courtney & Lockeretz (1971), McArthur & Resko (1975), Lysonski (1985), Furnham & Farragher (2000), Fullerton & Kendrick (2000), Zotos & Tsichla (2014), Michell & Taylor (1990), Soley & Kurzbard (1986), Reid et al. (1984), Rodríguez, Saiz & Velasco (2009) y Colle (1985). La muestra fue codificada por un equipo de cuatro ayudantes especialmente entrenados para este propósito.

81 En la muestra final de 2.078 avisos, 1.430 sujetos, hombres y mujeres, fueron codificados, correspondiendo 304 al año 1980 (145 mujeres, 159 hombres), 492 al año 1997 (260 mujeres y 232 hombres) y 634 para el año 2013 (453 mujeres y 181 hombres). Para comprobar si las categorías de las variables analizadas diferían entre hombres y mujeres se utilizó la prueba χ^2 de Pearson por año, a un nivel de confiabilidad del 95%.

Resultados

Para responder a la pregunta: Primero se observó quienes eran representados en los avisos publicitarios, es decir, si se trataba de mujeres, hombres, ambos u otra situación. Los resultados mostraron que de la muestra que considera los 3 años, un 60% (de un n=1430) son mujeres (n=858), siendo el 31,7% de este 60%, las mujeres del año 2013.

También se estimó la edad de los personajes por medio de ocho categorías (tercera edad, adultos, adultos jóvenes, adolescentes, niños, bebés y no se puede determinar). Aquí fue posible ver que en los tres años trabajados existe una tendencia a mostrar tanto a mujeres y hombres como “adultos jóvenes”, es decir, personajes que representan más de 30 años pero menos de 40. Sin embargo, las mujeres en comparación a los hombres han sido representadas como modelos cada vez más jóvenes. Al observar el año 2013, el 44,4% (n=453) de la muestra son mujeres jóvenes, versus un 38,6% correspondiente a mujeres adultas jóvenes. Esta situación no ocurre en los años anteriores donde en el año 1997 un 61,2% (n=260) correspondía a mujeres adultas jóvenes, mientras que un 28,8% eran jóvenes. Asimismo, en el año 1980 el 42,1% (n=145) eran mujeres adultas jóvenes y un 31% correspondía a mujeres jóvenes. Ahora bien, en relación a los hombres, salvo por el año 1997 donde las mujeres eran mayores, existe una tendencia a que las mujeres sean más jóvenes que sus compañeros masculinos⁸². Siendo todas estas diferencias significativas, con un nivel de confianza del 95%.⁸³

Además, se trabajó con la clase social, categoría que utilizó la división de grupos socio económico. Aquí se observa que en el año 1980, un 53,1% (n=145) correspondía a mujeres de clase media, mientras que un 45,9% (n=159) a hombres de la misma clase. En 1997, tanto hombres como mujeres, eran representados como clase media; siendo un 47,7% mujeres (n=260) y 44,8% hombres (n=232). Y en el año 2013, ocurre que las mujeres tienden a ser representadas como clase media alta (64,7%, n=453), mientras que los

82 En el año 1980, donde el 46,5% (n=159) de los hombres son adultos jóvenes, mientras que un 15,1% son jóvenes. Para el año 2013, los hombres adultos jóvenes representan un 40,9% (n=181) versus un 13,8% que son representados como jóvenes.

83 Muestra 1980: [χ^2 (5, n=304) = 14,65, p < 0,012]; Muestra 1997: [χ^2 (5, n=492) = 57,948, p < 0,000*]; Muestra 2013: [χ^2 (5, n=634) = 79,771, p < 0,000*].

hombres en su mayoría son presentados como clase media (64,1%, n=181). Nuevamente todas estas diferencias son significativas con un nivel de confianza del 95%⁸⁴.

Junto con lo anterior, se consideró qué tan vestidos estaban los personajes presentados y qué tipo de ropa llevaban. Se observó que la mayoría de mujeres y hombres en 1980, estaban vestidos completamente (80,7% (n=145); 90,6% (n=159) respectivamente). Mientras que en 1997 es posible observar como la cantidad de ropa disminuye, ya que el porcentaje de mujeres vestidas completamente se reduce a un 58,8% (n=260) y el de hombres a 70,3% (n=232). En cuanto al 2013, las mujeres continúan vistiendo menor cantidad de ropa, correspondiendo al 40,8% (n=453) las que no aparecen vestidas completamente⁸⁵. En cambio, los hombres, a diferencia del año 1997, vuelven a ser presentados con más ropa y esto se ve en el porcentaje de hombres vestidos completamente, el cual es igual a 89,5% (n=181). En relación al tipo de ropa, salvo por los hombres en 1980, los cuales en su mayoría eran presentados con atuendos formales, en el resto de la muestra predomina el estilo casual, aun así, las mujeres en el 2013 tienden a ser significativamente más formales que los hombres, siendo un 15,5% (n=453) versus un 3,9 (n=181), con un $[\chi^2 (4, n=634) = 111,846, p < 0,000^*]$.

Otra variable que se estudió para responder la primera pregunta fue la forma física. Con el pasar de los años, las mujeres han sido representadas de forma más estilizada, ya que en el año 1980 solo un 21,4% (n=145) correspondía a mujeres estilizadas, mientras que en el año 1997 esto cambió, aumentando las mujeres con cuerpos estilizados a un 38,8% (n=260), llegando así al año 2013 en el que las mujeres estilizadas son el 44,4% de la muestra (n=453). De la misma forma, los hombres han ido aumentando paulatinamente en la categoría de cuerpos normales, porque como muestran los datos en el año 80 un 69,8% (n=159), correspondía a hombres “normales”, mientras que en el año 1997 eran 72,8% (n=232) y en el año 2013, un 89% (n=181).

84 Muestra 1980: $\chi^2 (3, n=304) = 3,523, p < 0,318$; Muestra 1997: $[\chi^2 (3, n=492) = 37,535, p < 0,000^*]$; Muestra 2013: $[\chi^2 (3, n=634) = 75,594, p < 0,000^*]$.

85 Resultado similar al encontrado por Colle (1985) en su estudio: La pérdida del pudor en la prensa [Mimeo], Pontificia Universidad Católica de Chile-CENCOSEP.

Por último, se consideró el color de pelo, ojos y piel (tabla 1)⁸⁶. Entre los resultados obtenidos, se puede ver que tanto mujeres como hombres son más representados con pieles de colores claros, a pesar de que en el 2013 los resultados no sean significativos. En relación al color de pelo, en ambos años las mujeres tienden a tener el pelo claro, mientras que los hombres son representados con cabellos oscuros. En cuanto al color de ojos, en ambos años, las mujeres los tienen más claros que los hombres, quienes suelen tener los ojos oscuros. Tanto los resultados del color de pelo como de ojos son estadísticamente significativos.

Tabla 1:	<i>Representación de los personajes por género</i>			
	1997		2013	
	Mujeres (n=168)	Hombres (n=130)	Mujeres (n=445)	Hombres (n=179)
Color de piel				
Otra situación	10,10%	19,20%	3,60%	6,70%
Piel clara	89,90%	80,80%	96,40%	93,30%
	$X^2 = 5,026; p = 0,250$		$X^2 = 2,878; p = 0,900$	
Color de pelo				
Otra situación	13,10%	26,90%	9%	18,40%
Claro	39,90%	7,70%	30,10%	23,50%
Castaño	24,40%	32,30%	33,90%	15,10%
Oscuro	22,60%	33,10%	27%	43,0%
	$X^2 = 41,306; p < 0,000$		$X^2 = 38,054; p < 0,000$	
Color de ojos				
Claros	26,80%	14,60%	36,90%	14,50%
Oscuros	27,40%	26,90%	29,90%	34,60%
Otra situación/ Indeterminado	45,80%	58,50%	33,30%	50,80%
	$X^2 = 7,337; p < 0,260$		$X^2 = 32,123; p < 0,000$	

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la segunda pregunta, es posible ver, que la principal acción que realizan las mujeres, durante los 3 años, corresponde a “modelar”. En cambio, los hombres si bien en el año 1980, también realizaban esta acción, con el pasar de los años las acciones mostradas se diversifican. Y para el año 2013, solo el 28,7% (n=181) se reconocía como un modelo. Los resultados anteriores, tienen relación con la variable profesión, la cual indica

⁸⁶ Para esto solo se trabajó con los avisos publicados en el año 1997 y 2013 que cumplieran con el criterio de cuatricromía.

que en su mayoría las mujeres son representadas como modelos, mientras que los hombres, a medida que pasan los años, comienzan a ser representados como obreros, doctores, farmacéuticos y/o padres.

Relevancia social de los personajes por género						
Actividad	1980		1997		2013	
	Mujeres (n= 145)	Hombres (n=159)	Mujeres (n= 260)	Hombres (n=232)	Mujeres (n= 453)	Hombres (n=181)
Trabajar	2,80%	3,80%	0,00%	1,70%	0,40%	13,30%
Divertirse/ Viajar, pasear, estar al aire libre/Hacer deporte	16,60%	16,40%	21,20%	31,50%	23,60%	29,80%
Informar a alguien/Ser informado por otros	5,50%	6,30%	0,80%	4,40%	0,90%	4,40%
Ser cuidado o atendido por otros/ Cuidarse/Cuidar a	3,40%	1,30%	2,30%	3,90%	4,40%	3,90%
Usar el producto	5,50%	6,90%	0,40%	2,80%	2,90%	2,80%
Demstrar efectos de usar el producto/Asombrarse	0,70%	1,90%	2,30%	1,70%	5,10%	1,70%
Modelar, posar	55,90%	57,20%	65,00%	31,70%	57,20%	28,70%
Otras acciones	9,70%	6,30%	8,10%	10,60%	5,50%	15,50%
	$X^2 = 4,074; p = 0,771$		$X^2 = 32,926; p < 0,000$		$X^2 = 102,764; p < 0,000$	
Ocupación	1980		1997		2013	
	Mujeres (n= 145)	Hombres (n=159)	Mujeres (n= 260)	Hombres (n=232)	Mujeres (n= 453)	Hombres (n=181)
Estudiantes	10,30%	10,70%	1,50%	1,70%	0,00%	1,10%
Modelos	51,70%	51,60%	68,80%	37,90%	63,40%	17,70%
Mamá/papá	14,50%	7,50%	6,90%	2,60%	6,40%	7,20%
Hijo/a	1,40%	6,90%	1,90%	3,90%	5,50%	10,50%
Obrero - trabajador manual	1,40%	2,50%	0,00%	1,70%	0,70%	3,30%
Deportista	0,70%	2,50%	0,80%	12,90%	1,40%	3,90%
Otro del área de la salud	1,40%	0,00%	0,40%	0,40%	0,40%	14,90%
Niño no hijo	4,10%	3,80%	5,80%	18,50%	3,80%	8,80%
Sin identificar	7,60%	3,80%	11,90%	6,50%	16,80%	20,40%
Otra profesión	6,90%	10,70%	1,90%	13,80%	1,80%	12,20%
	$X^2 = 16,264; p = 0,062$		$X^2 = 104,187; p < 0,000$		$X^2 = 170,003; p < 0,000$	
Rol social	1980		1997		2013	
	Mujeres (n= 145)	Hombres (n=159)	Mujeres (n= 260)	Hombres (n=232)	Mujeres (n= 453)	Hombres (n=181)
Madre/Padre	5,50%	7,50%	5,40%	2,60%	6,40%	6,10%
Pareja/Matrimonio	7,60%	6,30%	9,60%	10,30%	2,20%	4,40%
Hijo/a	2,80%	8,20%	2,30%	7,30%	5,30%	10,50%
Amigo/a/Vecino/a	1,40%	1,30%	4,20%	2,60%	5,10%	1,70%
Experto/a	1,40%	3,10%	0,40%	3,40%	0,70%	9,90%
Consumidor/a	20,70%	7,50%	3,50%	0,40%	20,50%	8,80%
Famoso/a	0,00%	2,50%	1,50%	2,60%	28,00%	19,90%
Trabajador/a	2,80%	1,30%	0,00%	2,20%	0,90%	13,80%
Sin identificar	2,80%	5,70%	5,80%	4,70%	18,30%	16,60%
Otros	4,10%	6,30%	1,20%	19,40%	0,80%	2,20%
Modelo	40,70%	39,60%	64,20%	42,20%	18,30%	5,50%
Estudiante	10,30%	10,70%	1,90%	2,20%	0,00%	0,60%
	$X^2 = 16,264; p = 0,062$		$X^2 = 81,197; p = 0,000$		$X^2 = 126,710; p = 0,000$	

Fuente: Elaboración propia

Por último, se trabajó con la variable rol social. De los resultados obtenidos, presentes en la tabla 2, resulta interesante que, en el año 1980, tanto mujeres como hombres, representaban una proporción bastante similar en cuanto al rol de modelo, pero en el año 1997 esto cambia, ya que aumenta en 23,5 punto porcentuales en el caso de las mujeres y en 2,6 puntos porcentuales en el caso de los hombres. Luego, en el año 2013 es posible ver como el rol de modelo disminuye drásticamente, debido a que en ese año las mujeres tienden a representar otros roles, como lo son el de rostro o consumidoras, mientras que los hombres se posicionan como expertos, rostros y trabajadores.

Discusión

De los datos obtenidos, el aumento que ha tenido la participación femenina en la publicidad retail, refleja una tendencia similar al observado en otros estudios, como el realizado por Pielera, M., Ivanov, A. & Hagiwara, S. (2015). Mostrando que en Chile se utiliza más a mujeres que a hombres al momento de promover productos y servicios. En términos de segmentación de edad, las mujeres tienden a desaparecer entre los 35 y 39 años, en contraste con los hombres, quienes se mantienen hasta los 50 años (Furnham & Farragher, 2000).

En cuanto a la clase social, en los '80 se privilegiaba la representación de la clase media alta, mientras que en los '90 esto cambia centrándose en la clase media. Posiblemente, esto se deba al fuerte desarrollo económico que se dio entre un periodo y el otro, lo que permitió que sectores que no tenían acceso a ciertos bienes y servicios pudiesen conseguirlos gracias a la oferta de instrumentos financieros. En cambio en el 2000, las mujeres comienzan nuevamente a ser representadas como clase media alta, mientras que los hombres continúan siendo clase media. En relación a la vestimenta, ocurre algo parecido, ya que se pasa de lo formal a lo casual, posiblemente por los mismos motivos que se da el cambio en la variable de clases social. Otra cosa interesante, es el que las mujeres visten más formal que los hombres en el 2013, lo que puede entenderse como una forma de retratar elegancia y belleza.

En lo referente a las características físicas, es posible ver como las mujeres son retratadas mostrando mayor preocupación por cómo se ven⁸⁷. Este hecho probablemente se deba a que el ideal de belleza predominante en Chile está asociado con el fenotipo europeo, personas estilizadas, rubias, de piel y ojos claros consecuencia del legado cultural del país, que establecía que si se tenía procedencia europea se recibía un trato mejor, ya que en su mayoría era la clase alta quien tenía este tipo de ascendencia⁸⁸.

Ahora bien, en relación a lo que hacen los personajes, es decir, la relevancia social, se observa que la similitud entre mujeres y hombres que modelan en los '80 cambia, ya que en los '90 se reportan más mujeres realizando esta profesión. Esto cambia en 2013, cuando los personajes masculinos comienzan a representar roles más activos y papeles profesionales –como de salud, trabajadores o expertos- mientras las mujeres continúan interpretando papeles pasivos –como modelos, rostros o consumidoras-.

En conclusión, es posible ver que la publicidad, de cierta forma, ha retratado los cambios vividos por el país en estos 33 años, pero aún continúa reproduciendo lógicas desiguales entre mujeres y hombres, siendo un ejemplo el que los expertos sean hombres. Igual así, es necesario destacar que el que en 2013 hay más mujeres en la publicidad, lo cual si bien no es sinónimo de un trato igualitario, sienta un precedente de que la inclusión ha empezado a ser tema dentro de la publicidad chilena.

Bibliografía

Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (Achap). [On line]: diversos informes de la inversión publicitaria. <<http://www.achap.cl>> [Consulta: 05/11/04].

Adam, J.-M. & Bonhomme, M. (2000). La argumentación publicitaria. Retórica del elogio y de la persuasión. Madrid: Cátedra.

Baudrillard, J. 1970 [2009]. La sociedad de consumo. Madrid: Siglo XXI.

87 Otro estudio que muestra esta preocupación, es el realizado por Michell & Taylor en 1990

88 Chile ha mantenido esta idea de que lo extranjero es más valioso, convirtiéndose en una sociedad altamente clasista y segmentada. Esto ha llevado a que se vincule el fenotipo europeo con el éxito socioeconómico.

- Bauman, Z. (2002). *Modernidad Líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Caro, A. (2007). Fundamentos epistemológicos y metodológicos para un estudio científico de la Publicidad. *Pensar la Publicidad*, I (1), pp. 55-81.
- Catalán, C. (1982). El mercado de revistas de actualidad y la inversión publicitaria: el caso de Chile. Documento de Trabajo. México DF: ILET DEC/D/89.
- Ceulemans, M. y Fauconnier, G. (1981). Imagen, papel y condición de la mujer en los medios de comunicación social. *Compilación y análisis de los medios de comunicación*. Colección Estudios y Documentos de Comunicación Social, 84. París: UNESCO.
- Chacón, P. (2008). La mujer como objeto sexual en la publicidad. *Comunicar*, 31, pp. 403-409.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2012). Informe regional sobre el examen y la evaluación de la Declaración y la Plataforma de Acción de Beijing y el documento final del vigesimotercer período extraordinario de sesiones de la Asamblea General (2000) en los países de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Colle, R (1985). La pérdida del pudor en la prensa [Mimeo] Pontificia Universidad Católica de Chile - CENCOSEP
- Courtney, A. & Lockeretz, S. (1971). A Woman's Place: An Analysis of the Roles Portrayed by Women in Magazine Advertisements. *Journal of Marketing Research* 8 (1), pp.92-95.
- De Andrés, S. (2002). Estereotipos de género en la publicidad de la segunda república española: Crónica y blanco y negro. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Eisend, M. (2010). A meta-analysis of gender roles in advertising. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38, pp.418-440.
- Fontaine, R. (2001). Chile 2010, nuevos escenarios de la comunicación. En II Congreso de Publicidad. Santiago de Chile: ACHAP.

- Fontaine, A. (2002) Tendencias hacia la globalización en Chile, en P. Berger y S. Huntington, Globalizaciones múltiples. La diversidad cultural en el mundo contemporáneo. Barcelona: Ediciones Paidós, 2002.
- Fraenkel, B. y Legris-Desportes, C. (1999). *Entreprise et sémiologie*. Paris: Dunod.
- Fullerton, J. & Kendrick, A. (2000). Portrayal of Men and Women in U.S. Spanish-Language Television Commercials. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77 (1), pp.128-142
- Furnham, A. y Farragher, E. (2000) A Cross-Cultural Content Analysis of Sex-Role Stereotyping in Television Advertisements: A Comparison Between Great Britain and New Zealand. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44 (3), pp.415-436.
- García, E. & García, I. (2004). Los estereotipos de la mujer en la publicidad actual. *Questiones Publicitarias*, 1 (9), pp.43-64.
- Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. New York: Harper and Row.
- (1991). *Los momentos y sus hombres*. Textos seleccionados y presentados por Yves Winkin, Barcelona: Paidós.
- Holtz-Bacha, C., Johansson, B., Leidenberger, J., Maarek, Ph.J. & Merkleal, S. (2012). Advertising for Europe. TV Ads during the 2009 European Campaign in Four Countries. *Nordicom Review*, 33(2), pp.77-92.
- Ibáñez, J. (1989). Publicidad: la tercera palabra de Dios. *Revista de Occidente*, No. 92, pp.73-96.
- Larraín, J. (2001). *Identidad chilena*. Santiago de Chile: LOM.
- Lupica, C. (2015). Instituciones laborales y políticas de empleo. Avances estratégicos y desafíos pendientes para la autonomía económica de las mujeres. Naciones Unidas: Santiago de Chile.
- Luther, C., McMahan, C. y Shoop, T. (2008). Depictions of women and men in advertisements featured in Japanese fashion magazines. Paper presented in the Annual Meeting of the International Communication Association, Montreal, Canada.

- Lyonski, S. (1985). Role portrayals in British magazine advertisements. *European Journal of Marketing*, 19, pp.37-55.
- Mackie, M.M. (1973). Arriving at Truth by Definition: Case of Stereotype Inaccuracy. *Social Problems*, 20, pp. 431-447.
- Martin, M. I. & Alvarado, M.C. (Coords.) (2007). *Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI*. Sevilla: Comunicación Social
- Mattelart, A. (1989) *La internacional publicitaria*. Madrid: Fundesco.
- McArthur, L. & Resko, B. (1975). The Portrayal of Men and Women in American Television Commercials. *The Journal of Social Psychology*, 97(2), pp.209-220.
- Mitchell, P.C.N. and Taylor, W. (1990). Polarising trends in female role portrayal in UK advertising. *European Journal of Marketing*, 24(5), pp.41.
- Mols, M. (1985). *Demokratie in Lateinamerika*. Kohlhammer: Stuttgart
- Mooij, M. (2010). *Global marketing and advertising: understanding cultural paradoxes*. Sage.
- Morales, J. F. (1989). Identidad social y personal. En Rodríguez, A. y Seoane, J. (eds.), *Creencias, actitudes y valores*, 7, *Tratado de Psicología General* (pp. 41-87), de J. Mayor y J.L. Pinillos. Madrid: Alhambra.
- Moulian, T. (1997). *Chile actual: anatomía de un mito*. Santiago: LOM.
- Plakoyiannaki, E. & Y. (2009) Female role stereotypes in print advertising: Identifying associations with magazine and product categories. *European Journal of Marketing*, 43(11/12), pp. 1411 - 1434.
- Pollay, R.W. (1986). The distorted mirror: Reflections of the unintended consequences of advertising. *Journal of Marketing*, 50, pp. 18-36.
- Prieler, M., Ivanov, A. & Hagiwara, S. (2015). Gender representations in East Asian advertising: Hong Kong, Japan and South Korea. *Communication & Society*, 28 (1), pp. 27-41.

- Prieler, M. & Centeno, D. (2013). Gender Representation in Philippine Television Advertisements. *Sex Roles*, 69, pp. 276-288.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD (2002). *Nosotros los chilenos: un desafío cultural*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Reid, L.N., Salmon, C.T., & Soley, L.C. (1984). The nature of sexual content in television advertising: A cross-cultural comparison of award-winning commercials. In R. Belk et al. (Eds.), *Proceedings of the American marketing association* (pp. 214-216). Lexington, KY.
- Rodríguez, P., Saiz, V. & Velasco, M. L. (2009). *Tratamiento de la variable género en la publicidad que se emite en los medios de titularidad pública*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Rodríguez, X. & Mora, X. (2002). *Frankenstein y el cirujano plástico: Una guía multimedia de Semiótica de la Publicidad*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Sánchez Aranda, J. J. (2002). *El espejo mágico: La nueva imagen de la mujer en la publicidad actual*. Pamplona: Instituto Navarro de la Mujer.
- (2003). La publicidad y el enfoque de la imagen femenina. *Comunicación y Sociedad*, XVI (2), pp.67-92.
- Soley, L. & Kurzbard, G. (1986). Sex in Advertising: A comparison of 1964 and 1984 Magazine Advertisements. *Journal of Advertising*, 15 (3), pp.46-64.
- Tartaglia, S. & Rollero, C. (2015). Gender Stereotyping in Newspaper Advertisements: A Cross-Cultural Study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 46 (8), pp.1103– 1109.
- Tironi, E. (1999). *La irrupción de las masas*. Santiago de Chile: Grijalbo.
- Uribe, R., Manzur, E., Hidalgo, P. y Fernández, R. (2008). Estereotipos de género en la publicidad: un análisis de contenido de las revistas chilenas. *Academia, Revista Latinoamericana de Administración*, 41, pp.1-18.
- Valls-Fernández, F. & Martínez-Vicente, J.M. (2007). Gender stereotypes in Spanish television commercials. *Sex Roles*, 56 (9-10), pp.691-699.

- Vergara, E. (2003). Identidades culturales y publicidad: los usos de la cultura en la creatividad publicitaria en Chile. *Trípodos*, 15, pp.109-126.
- Vergara, E. & Garrido, C. (2012) La comunicación gráfica como dispositivo ideológico en Chile entre 1970 y 1980. Working paper presented to the XII Congress of the Historians of the Communication. Universidad Pompeu Fabra, 2012.
- Williams, R. (1999) [1960]. Advertising: The magic system. En S. During (Ed.), *The Cultural Studies reader*, Second Edition. London: Routledge, pp. 410-423.
- Zotos, Y., & Lysonski, S. (1994). Gender representations: The case of Greek magazine advertisements. *European Journal of Marketing*, 3, pp. 27-47.
- Zotos, Y. & Tsihla, E. (2014). Female Stereotypes in Print Advertising: A Retrospective Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, pp. 446–454.

La construcción semiótica de actores y personajes en el discurso periodístico. La transformación de la realidad en show. El caso del bosón de Higgs

Semiotic construction of actors and characters in journalistic discourse. The transformation of reality into show. The Higgs's boson case

Claudia Andrea Ramírez Friderichsen
Universidad Autónoma de Barcelona, UAB
Claudiaramire@gmail.com

Summary

The academics and the entertainment industry have addressed how the media transforms some news events in entertainment. Two examples are the film “The Big Carnival/ Ace in the hole” of 1951, and, more recently, the academic work “The television viewer” (2001) and “The television of ‘miners’: transparency of Evil” (2010).

The main hypothesis of our research is the existence of two media discourse about the Higgs boson. One about the description of the facts that function as current references, that we call journalistic discourse. And another -built by the flow and accumulation of discourses referred to the event-, which is installed as a media macro discourse. Therefore, we intend to describe how protagonists of a scientific milestone, acquire different narrative-semiotic positions.

After use the tool named “News file” we conclude that the media do not speak only of scientists, but also of heroes, and they try to broadcast a complex finding, using popular elements, such as music and digital video. The underlying message is: “We talk about this because it's pop too.”

Keywords: *semiotic, reality show, discourse*

Resumen

Los académicos y la industria de la entretenición han abordado cómo los medios de comunicación transforman algunos hechos noticiosos en show. Dos ejemplos son la película “El gran carnaval”, de 1951 y, más recientemente, el libro académico “El espectador televisivo” (2001) y el trabajo “La televisión de ‘los mineros’: la transparencia del mal” (2010).

La principal hipótesis de nuestra investigación es la existencia de dos discursos mediáticos sobre el bosón de Higgs. Uno, relativo a la descripción de los hechos que funcionan como referentes de la actualidad, que llamaremos el discurso periodístico y, otro, —construido por el flujo y la acumulación de discursos referidos al acontecimiento—, que se instala como macrodiscurso mediático. Por tanto, pretendemos describir cómo las fuentes- protagonistas de un hito científico, adquieren posiciones semionarrativas diferentes.

A través de la herramienta “Ficha de noticia” concluimos que, por ejemplo, los medios no hablan solo de científicos, sino que construyen héroes, y pretenden masificar un hallazgo complejo, utilizando elementos populares, como la música y los videos digitales. El mensaje de fondo es: “hablamos de esto porque también es pop”.

Palabras clave: semiótica, reality show, discurso

*

“-Tatum: ‘La acongojada esposa, con su cara enrojecida por las lágrimas quiere entrar para poder estar con su esposo’.

-Lorraine: ‘Ya pues, tendrá que volver a escribirlo’.

-Tatum: ‘Ni hablar. Esta es la mejor manera de contarlo, así seguiré. Esto es lo que le gusta leer a la gente en el periódico y yo voy a dárselos’”.

Tal como lo sugiere la escena de la película *El Gran Carnaval* (1951), desde hace varias décadas, la industria de la entretención y los académicos abordan cómo los medios de comunicación transforman algunos hechos noticiosos en espectáculo.

El objetivo principal de nuestra investigación⁸⁹ es analizar el discurso periodístico de un hecho con repercusión internacional, desde el análisis del discurso y la semiótica, y determinar si los medios de comunicación han transformado este acontecimiento y a sus protagonistas en parte de un show.

Esta investigación tiene dos objetivos generales a cumplir. En primer lugar, determinar qué hablaron y cómo hablaron los sitios web de *The New York Times* y *Washington Post* sobre el descubrimiento del bosón de Higgs, en julio de 2012. En otras palabras, se buscará responder a una cuestión relativa a las fuentes de información habituales en prensa: Si los medios de comunicación han eludido a algún tipo de fuente y han privilegiado a otras, y de ser así, ¿cuáles y por qué?.

El segundo objetivo general es analizar en qué circunstancias algunas fuentes protagonistas se transforman en personajes mediáticos y otras son marginadas de esta categoría.

Aquí las preguntas son: ¿Quiénes son las fuentes protagonistas de la información? ¿Cómo se determina que dichas fuentes son los protagonistas de la información? ¿Cuáles son los rasgos del discurso que elevan a esas fuentes a dicha categoría?

En este sentido, cabe adelantar la hipótesis principal de nuestro trabajo: La existencia de dos discursos periodísticos en torno a este hito científico. Uno relativo a la descripción de los hechos que funcionan como referentes de la actualidad, en particular sobre el descubrimiento del bosón de Higgs, el que llamaremos discurso periodístico. Y, de un discurso segundo, construido por el flujo y la acumulación de discursos referidos al acontecimiento, y que se instala como macrodiscurso mediático. Por tanto, nos interesa describir cómo las fuentes-protagonistas adquieren posiciones semionarrativas diferentes,

⁸⁹ Esta investigación es parte de la tesis doctoral que la autora realiza en la Universidad Autónoma de Barcelona, UAB. Ha sido evaluada por tribunales de seguimiento en cinco ocasiones, como parte de un programa especial para doctorandos con dedicación parcial. Además, se ha presentado en congresos y en 2017 debería depositarse como parte de la tesis final de la doctorando.

tanto en un discurso referencial o estrictamente informativo, como en un macrodiscurso más amplio y relativamente autónomo con respecto al discurso de referencia.

Cabe destacar que este no es el único caso en que los medios de comunicación desarrollan el que llamamos segundo discurso. La tesina que dio origen a la presente investigación analizó 40 noticias sobre los 33 mineros atrapados en una mina al norte del Chile en 2010. Las informaciones estudiadas fueron publicadas por LUN y La Cuarta en octubre y noviembre de 2010 y tenían como actores principales a los mineros Mario Sepúlveda y Carlos Mamani, considerados entre los que recibieron mayor cobertura mediática⁹⁰.

En dicha investigación constatamos que también está presente el segundo discurso, tanto en las noticias previas al rescate de los mineros (entre el 11-10-2010 y el 13-10-2010) como las inmediatamente posteriores a éste (13-10-2010 y 14-10-2010). Un ejemplo es que los medios hablaban de Mario Sepúlveda como “Súper Mario”, es decir, el héroe, el súper minero.

Marco teórico

Con la finalidad de hacer aportes teóricos innovadores, el análisis de las noticias se desarrollará desde la semiótica narrativa⁹¹, en particular, la desarrollada por A. J. Greimas y J. Courtés (1979). El estudio de las noticias se abordará a través de tres técnicas.

Primero, se establecerán las unidades mínimas (o semas), constituyentes del nivel profundo de la estructura narrativa de los textos y su organización de acuerdo con el cuadrado semiótico⁹², Greimas en Baiz Quevedo (n.d.)⁹³.

Luego, en el nivel narrativo de superficie de cada noticia, se evaluará a los actantes, entendidos como “el que realiza o sufre el acto”, según Greimas y Courtés,

90 En “Los beneficios del rescate de los 33 mineros irán a la marca Chile”, Pujol (2010).

91 Se entenderá por análisis semionarrativo o semiótica narrativa a la unión de la semiótica y la narración y que usamos para referirnos a los signos que forman parte del relato, pero que aluden a un discurso segundo dentro de este.

92 Cuadrado semiótico es definido por Greimas y Courtés como “la representación visual de la articulación lógica de una categoría semántica cualquiera”, Greimas y Courtés (1979:96).

93 Contenido en el sitio Web: www.lapaginadelguion.org/semionar.htm

(1979:23), y se determinarán los verbos modales -querer, deber, poder y saber- atribuidos a los actantes en torno al bosón de Higgs o a este fenómeno propiamente tal.

Por ejemplo, en el caso de los 33 mineros, la unidad mínima de la noticia es la separación, la que puede ser expresada a través del binomio de estados contrarios: encuentro versus desencuentro.

A su vez, el verbo modal es “querer –hacer” en relación con el objetivo que desea cumplir el héroe. En el caso de los mineros, el actante protagonista se encuentra en estado de disjunción, pues no ha conseguido el objeto de su deseo, esto es, reencontrarse con su familia y amigos.

La unidad de superficie muestra a los actantes como sigue: hay un “héroe” – quien es representado por los mineros Mario Sepúlveda y/o Carlos Mamani – que desea reencontrarse con su familia y/o amigos, pues se han separado de ellos por circunstancias desgraciadas. Para lograrlo, el héroe debe superar una dura prueba – el encierro en la mina-, la que se ha extendido por varios días.

En las noticias sobre el bosón de Higgs se identificará al sujeto –definido por Greimas y Courtés, como “un actante cuya naturaleza depende de la función en la que se inscribe”, y al objeto –que para Greimas y Courtés es “en cuanto actantes (...) posiciones actanciales, susceptibles de recibir vertimientos, ya sea de los proyectos de los sujetos (...) o bien de sus determinaciones”.

Finalmente se aplicará a cada noticia las 31 funciones de los personajes, desarrolladas por Vladimir Propp. Así, sobre las 28 noticias escogidas se empleará una estructura de análisis similar a la que Propp aplicó a los cuentos maravillosos.

Fichas de noticia

Tal como lo comentamos, en el caso del bosón de Higgs, el análisis semionarrativo lo realizamos a través de 28 “Fichas de noticia”, de informaciones publicadas en los sitios web de *New York Times* y *Washington Post* en julio de 2012. Un ejemplo es el siguiente:

Noticia 104

1-Sitio web: *New York Times*

2-País: Estados Unidos

3-Fecha: 6 de julio de 2012

4-Género de la noticia: Opinión

5-Foto: Una foto de la autora de la columna

6-Otro elemento gráfico: Cero

7- Fuentes: Tres fuentes, los científicos que anunciaron el hallazgo del bosón de Higgs: el periodista del New York Times, Dennis Overbye y el físico ganador del Premio Nobel Leon Lederman. El resto de las fuentes corresponden a personajes puestos en contexto de ficción.

8- Autor: Gail Collins, editora de *The New York Times*

9- Sección: Opinión

10- Título: *Our political black hole/* Nuestro hoyo negro político

11-Antetítulo: Op- Ed. Columnist

12-Contextualización: La autora hace una sátira sobre cuál es el significado de la confirmación de la teoría del bosón de Higgs para los políticos y cuáles son las explicaciones para que el hallazgo no se haya hecho en Estados Unidos.

13-Análisis semionarrativo: La unidad mínima de la noticia es el aprovechamiento político que podrían sacar distintos políticos estadounidenses del hallazgo del bosón de Higgs, la que puede ser expresada a través del binomio de estados contrarios: Oportunismo versus altruismo. Estos dos estados dan origen a la “acción” noticiosa, ya que a partir de un hecho real, como es el hallazgo del bosón de Higgs en Europa y no en Estados Unidos, la autora hace una ficción sobre la reacción de distintos políticos ante el tema. El verbo modal es “querer- saber” en relación con el deseo de anticiparse a los hechos, aunque sea a través de la ficción.

La unidad de superficie muestra a los actantes como siguen: Un fenómeno (objeto) protagonista, el bosón de Higgs; unos “héroes”, los científicos que lo descubrieron en Europa, y unos “antagonistas”, los políticos estadounidenses, que no permitieron que este fenómeno protagonista fuese descubierto en Estados Unidos.

A diferencia del resto de las noticias analizadas, en este caso, la noticia traspasa lo netamente periodístico y utiliza la ficción. En este caso, no hay un solo estado para los personajes, no están en conjunción o disyunción, pues se trata de una situación irreal.

La autora de la columna, que podría ser considerada un personaje más del relato, y en los hechos convirtió la realidad en ficción, se encuentra en conjunción, pues cumplió su deseo de anticiparse a los hechos y narrar en clave de ficción cuál sería el provecho político que sacarán desde el Presidente Obama hasta Mitt Romney del descubrimiento del bosón de Higgs.

La temporalidad tiene dos estructuras hoy (6 de julio), cuando se relata el hallazgo del bosón de Higgs y un tiempo que llamaremos de “ficción” en el que los políticos reaccionan a este hallazgo. La espacialidad está

dada por un espacio real Ginebra y Estados Unidos y espacios que dan lugar a la ficción: New Hampshire, Trenton, un bus, otro bus, Washington, Nueva York.

14-Funciones de Propp: La función de Propp que predomina en este breve relato es la Función IX, pero en el sentido de que se divulga la noticia de una carencia más que de una fechoría.

15- Recorrido narrativo: El recorrido narrativo es dinámico. Parte desde un punto, como es el supuesto aprovechamiento político que hubiesen hecho los políticos estadounidenses del hallazgo del bosón de Higgs, si es que este se hubiera efectuado en Estados Unidos. La progresión de los personajes está literalmente ligada al ámbito de la ficción. Los personajes principales tienen distintos papeles en el relato, como es un grupo de “héroes” los científicos y de “antagonistas”, los políticos.

Si bien hay noticias cuya unidad mínima es el descubrimiento científico, en alusión directa al hallazgo del bosón de Higgs; la mayoría tienen que ver con temas relacionados o consecuencia del hallazgo, tal como se observa en la Ficha de noticia anterior, donde se desarrolla el binomio oportunismo versus altruismo.

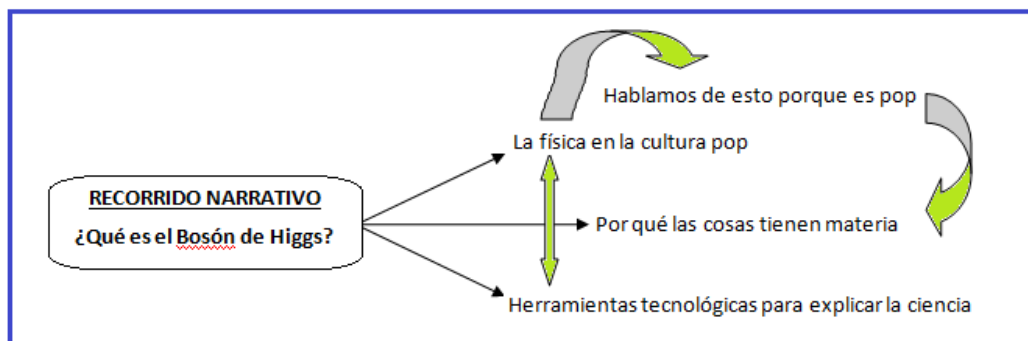
En general, *The New York Times* ha utilizado más temas relacionados con la política y la fama y el *Washington Post* más vinculados a la religión.

Además, en cada noticia analizamos el recorrido narrativo del sujeto, entendido como la descripción y análisis de los hechos desde una perspectiva dinámica, pues sirve para comprobar si ha existido progresión o no de los hechos, “no sólo es una disposición lineal y ordenada de los elementos (...) sino también una perspectiva dinámica que sugiere una progresión de un punto a otro”, dice Greimas y Courtés (1982: 333).

Por ejemplo, en la noticia titulada: “What in the world is a Higgs Boson?”/ “¿Qué es un bosón de Higgs?”, publicada en el sitio web de *The New York Times*, el 4 de julio de 2012, el recorrido narrativo parte desde la pregunta: ¿qué es el bosón de Higgs? La siguiente cuestión es que la física y sus descubrimientos no están tradicionalmente asociados a la cultura pop. No obstante, en este caso sí hay motivos para pensar que se trata de un hecho popular, asegura la noticia, y para probarlo muestra varios ejemplos de herramientas tecnológicas populares como Twitter, que intentan explicar lo que es el bosón de Higgs. El relato se vuelve dinámico porque nos va entregando ejemplos, un rap, una aplicación tecnológica, que explican por qué la observación de este fenómeno es atractiva a nivel masivo.

Lo que nos demuestra el relato es que una noticia del área científica, y por lo

mismo muy anclada en el discurso primero de la información, llena de “datos”, también puede acceder a este discurso segundo, ser parte del show- del *reality show*, comandado por el espectador- y transformarse en un rap, en un videojuego, etc. El mensaje en profundidad es “hablamos de esto porque también es pop”.



Conclusiones

La manera de abordar este fenómeno se divide en dos claras vertientes, una de tipo informativa – el primer discurso al que hicimos alusión-, en cuyo caso las fuentes son de tipo técnico, por ejemplo, las columnas de opinión de científicos. Y, por otro lado hay un segundo discurso mítico en el que la confirmación de la teoría del bosón de Higgs tiene implicancias religiosas, políticas y económicas, donde encontramos, por ejemplo, columnas de opinión de religiosos.

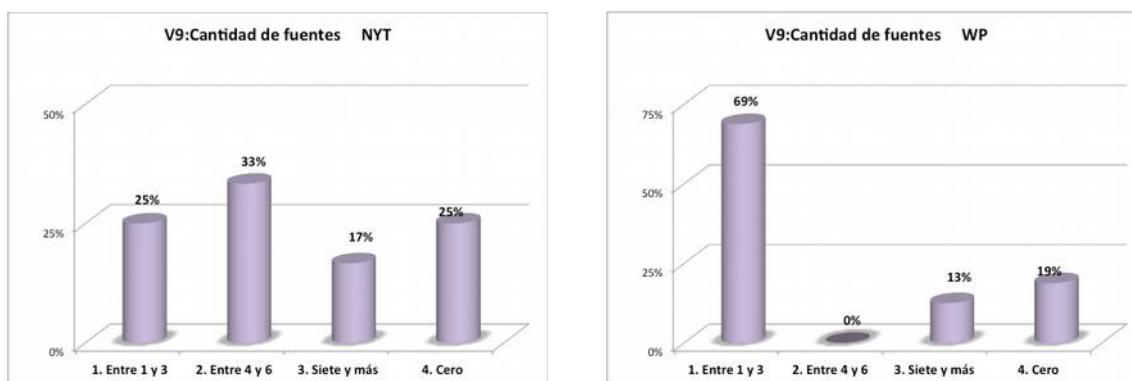
En este segundo caso, el actante principal ya no es bosón de Higgs como fenómeno propiamente tal, sino que muchas veces es Dios, cuestionado por este avance científico. O, los políticos, igualmente cuestionados por el hecho de que el hallazgo sea europeo y no estadounidense, lo que denota adicionalmente nacionalismo.

Si bien no todas las noticias analizadas aluden al discurso segundo de manera directa – por ejemplo hay textos muy breves y netamente informativos- sí se percibe la existencia de “héroes”, los científicos, “antagonistas”, la gente que ignora el fenómeno y su importancia, y de un recorrido narrativo dinámico y con una progresión en la mayoría de las informaciones.

En cuanto a las funciones de Propp, las más utilizadas son las más cercanas a la función XXXI, que tienen relación con un héroe (o héroes) victorioso, que logra el reconocimiento de sus pares, comúnmente Peter Higgs o el grupo de físicos que realiza el hallazgo. En concreto, hablamos de las funciones XXII y XXVII (el héroe es auxiliado y reconocido), en alusión a que los físicos han superado pruebas o desafíos en el campo de la física, lo que ha dado origen a su galardón. Además, está presente la última función de Propp, XXXI, el héroe asciende al trono, pues la noticia describe cómo el hallazgo cambiará la vida de los científicos.

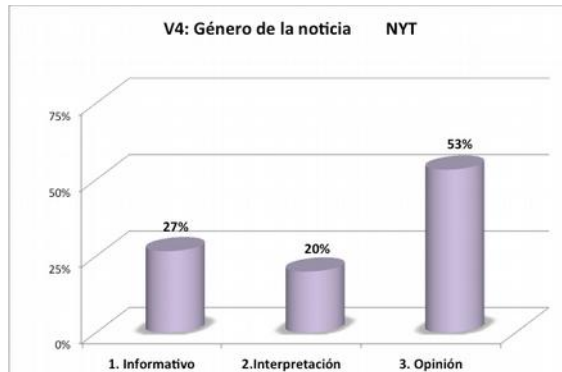
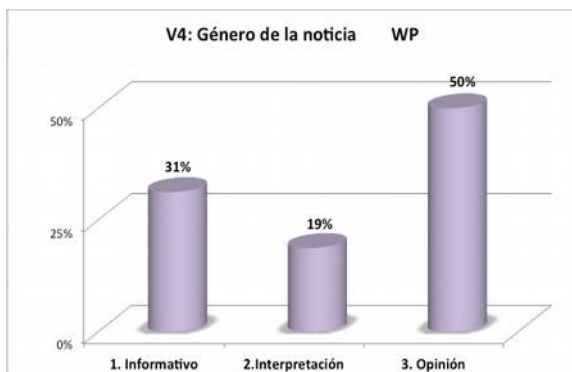
No obstante también se muestran funciones menos beneficiosas para los actantes como la IX, se divulga una fechoría, en relación con la ignorancia popular sobre lo que significa el bosón de Higgs.

En cuanto a las conclusiones de tipo cuantitativo, , si bien WP (*Washington Post*) tiene más noticias con cero fuente, a la vez tiene, en números absolutos, más noticias con al menos una fuente que el NYT (*New York Times*). La proporción porcentual en cada caso se distribuye como se aprecia en los siguientes gráficos:



El uso de las fuentes fue selectivo para hablar sobre Peter Higgs pues no se utilizaron como fuentes parientes, amigos y personas que lo conocen.

En cuanto al género de la noticia, predomina el de opinión, el que se distribuye casi en la misma proporción en ambos sitios webs, tal como lo muestran los gráficos a continuación:



Finalmente, cuantificamos la cantidad de autores que pertenecen al sitio web de NYT y de WP y los que son externos a estas webs. En el primer caso, dos tercios de los autores de las noticias son periodistas, editores y colaboradores del periódico. En el caso del WP, la mitad de las noticias son escritas por colaboradores externos del periódico, lectores o científicos. En otras palabras, el WP privilegió la variedad de fuentes y opiniones distintas sin importar si surgen del propio diario o no.

Bibliografía

- GREIMAS, J. Y COURTÉS, J. (1979) Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Madrid: Gredos (versión española 1982).
- LACALLE, Ch. (2001) El espectador televisivo. Barcelona: Gedisa.
- PROPP, V. (1981). Morfología del cuento. Madrid: Fundamentos.
- PUJOL, J. (2010) Los beneficios del rescate de los 33 mineros irán a la marca Chile **En** <http://mauriciobertero.espacioblog.com/post/2010/10/19/los-beneficios-delrescate-los-33-mineros-iran-la-marca>
- SILVA ECHETO, V. (2010) La televisión de "los mineros": la transparencia del mal. **En** *sitio Web Guión Actualidad*. Obtenido el 27 de febrero de 2011, de <http://guionactualidad.uach.cl/spip.php?article4243>

La Unión Civil como Consenso: Diversidad Sexual Normativa en la Prensa Chilena

The Civil Union as Consensus: Normative Sexual Diversity in the Chilean Press

Ricardo Ramírez Vallejos
Universidad de Chile
ig.ramirezvallejos@gmail.com

Abstract

Through an analysis of newspapers articles about the Civil Union Law, this paper seeks to explain some discourses constructed about and around sexual diversity in Chile. It is argued that, through different strategies, the articles are (re)producing ideologically based discourses that are functional to the maintenance of hegemonic social structures in the Chilean society. Specifically, this paper is focused in one of these strategies: the representation of the Civil Union Law as a consensual decision for the national society.

Key Words: *Sexual Diversity, Homonormativity, Newspapers.*

Resumen

A través de un análisis de artículos de prensa sobre el Acuerdo de Unión Civil, esta ponencia busca explicar algunos discursos contruidos alrededor de la diversidad sexual en Chile. Se argumenta que, a través de variadas estrategias, los artículos están (re)produciendo discursos que son funcionales a la mantención de estructuras sociales hegemónicas dentro de la sociedad chilena. En específico, esta ponencia se enfoca en una de esas estrategias: la representación de la unión civil como una decisión consensuada dentro de la sociedad nacional.

Palabras Clave: Diversidad Sexual, Homonormatividad, Prensa Escrita.

En enero de 2015, después de cuatro años de discusión e incontables modificaciones, el Congreso Nacional de Chile aprobó el Acuerdo de Unión Civil⁹⁴, ley que entrega a parejas hétero y homosexuales la posibilidad de tener un ‘vínculo formal’. La aprobación de esta normativa venía a satisfacer una demanda que durante años había sido sostenida por algunas agrupaciones LGBTQ⁹⁵ y que solo durante los últimos años había contado con cierto apoyo gubernamental; en concreto, por los gobiernos de Sebastián Piñera y el segundo de Michelle Bachelet, aunque no por todos los partidos políticos que formaban sus coaliciones. Antes de aquello, los gobiernos de la Concertación no habían mostrado mayor interés por este tipo de cambios legales. El día de la aprobación, sin embargo, las celebraciones fueron compartidas por políticos y políticas de todo el espectro y organizaciones de la diversidad sexual.

Todo el proceso de discusión y aprobación de la ley fue cubierto profusamente por los medios de prensa nacionales. Esta investigación se centra en ese período y pretende, mediante un análisis ideológico de artículos de prensa sobre el Acuerdo de Unión Civil, explicar ciertos discursos contruidos alrededor de la diversidad sexual. Se argumenta que, a través de variadas estrategias, los artículos están (re)produciendo discursos que son funcionales a la mantención de estructuras sociales hegemónicas dentro de la sociedad chilena. En específico, este texto se enfoca en una de esas estrategias: la representación de la unión civil como una decisión consensuada dentro de la sociedad nacional.

Pese a que diversos autores, por ejemplo Contardo (2011), han demostrado que los temas de la diversidad sexual han sido paulatinamente incorporados a la agenda de los medios de comunicación y que sujetos y sujetas que reconocen una sexualidad distinta a la heterosexual han sido incluidos/as cada vez más como fuentes informativas, en Chile no existe una cantidad considerable de estudios que reflexionen en específico sobre las representaciones mediáticas de la comunidad LGBTQ, sus necesidades y agendas. De cualquier forma, investigaciones conducidas en otros países y que reflexionan sobre otras

94 A lo largo de su discusión parlamentaria, esta nueva normativa también fue conocida como Acuerdo de Vida en Pareja (AVP) y Pacto de Unión Civil (PUC). En esta investigación nos referiremos a ella únicamente con su denominación definitiva: Acuerdo de Unión Civil (AUC).

95 Para este texto, el concepto de LGBTQ será usado al tratar temáticas asociadas a toda la comunidad, mientras que ‘homosexual’ será usado al abarcar temáticas asociadas solo a gays y lesbianas.

estrategias mediáticas proponen un marco para comprender la puesta en discurso de la diversidad sexual en el contexto de la prensa escrita chilena.

Doty y Gove (1997), por ejemplo, dan cuenta de cómo la creciente visibilidad de sujetos/as LGBTQ produjo que críticos/as notaran cuán reducido y estereotipado era el rango de representaciones para gays y lesbianas, mostrando a los primeros como reinas amaneradas y a las segundas como marimachos violentos. Este tipo de reflexiones era coherente con la idea compartida en círculos feministas de análisis mediático respecto a la existencia de formas ‘positivas’ y ‘negativas’ de representar a grupos sociales. Sin embargo, críticos de esta postura, por ejemplo Gill (2007), han indicado que lo positivo es disputado y que, por consiguiente, tanto las representaciones ‘positivas’ como las ‘negativas’ pueden ser restrictivas y funcionales a la reproducción de estereotipos. Así, por ejemplo, Moscowitz (2010), en su estudio sobre la cobertura de los noticiarios televisivos estadounidenses al debate sobre el matrimonio igualitario, indica que las así llamadas ‘imágenes positivas’ han perpetuado una idea de la comunidad gay y lésbica dentro de un estrecho rango de discursos identitarios respecto a género, raza y clase, haciendo que las representaciones de la comunidad estén fundamentalmente hechas para hacer la homosexualidad más ‘tolerable’. Igualmente, Reed (2007), en su investigación sobre el programa de televisión estadounidense *Ellen*; o Gorman-Murray (2009), en su estudio sobre programas de televisión de ‘estilo de vida’ en Australia concluyen que los medios han desarrollado estrategias representacionales para hacer que los y las homosexuales sean casi idénticos/as a los/as heterosexuales, sanitizando la sexualidad disidente. Es importante aquí indicar que estas reflexiones están hechas a través del análisis solo de imágenes de gays y lesbianas –que están más ‘disponibles’ en términos de visibilidad– mientras que representaciones de otras manifestaciones sexuales y de género quedan en segundo plano. Es crucial, por lo tanto, no generalizar en el nombre de la comunidad LGBTQ y dar cuenta de estas invisibilidades.

El trabajo de los medios, de acuerdo a lo explicado por estos/as investigadores/as, sería asegurar que estos/as sujetos/as encajen dentro de una norma que los/as hace semejantes a cualquier otro/a miembro de la audiencia popular. Esto, mediante la construcción de un/a ‘sujeto/a homosexual’ que posee ciertas características y

comportamientos. Estas reflexiones han estado comúnmente basadas en el concepto de *homonormatividad*, política sexual que según Duggan (2002) no discute los supuestos heteronormativos hegemónicos, sino que los apoya mediante la posibilidad de una comunidad gay desmovilizada y privatizada. A través de esta lógica, la ‘equidad’ es redefinida como la nueva capacidad de los/as homosexuales para acceder a instituciones de domesticidad privada (el matrimonio), el ‘libre’ mercado (el capitalismo rosa), y el patriotismo (la inclusión en las fuerzas armadas).

La investigación que este texto reseña forma parte de este debate político, donde también se ubican los grupos de la diversidad sexual chilenos, con algunos de ellos guiándose por la necesidad de acceder a ciertas instituciones y otros, en cambio, enfatizando la diferencia sobre la asimilación. Esto, siguiendo una de las máximas de Brown (2000): que los derechos constituyen una estrategia política que casi siempre sirve como una mitigación, pero no una resolución a la subordinación.

Visualizar el rol de los medios –en este caso de la prensa escrita– en este proceso es fundamental. Siguiendo a Hall (1980), entendemos a los medios como una potente fuerza cultural e ideológica que producen y reproducen discursos a través de la construcción de representaciones, identidades y relaciones. Como consecuencia, al hablar sobre género y sexualidad, es posible afirmar que las noticias están activamente involucradas en la constitución y negociación de las categorías, definiciones, identidades y relaciones de género y sexuales. Esto tiene un valor político que no puede ser ignorado: de acuerdo con Bourdieu (2012), las representaciones *hacen* cosas; crean ilusiones, miedos y fobias. Sobre lo mismo, Gill (2007) afirma que las construcciones culturales están ligadas a patrones de dominación y opresión y Dyer (2002) explica que de la manera en que los grupos sociales son tratados en las representaciones es parte de cómo son tratados en la vida real.

Siguiendo a autores como Rodrigo Alsina (1989), Van Dijk (1990), Charaudeau (2003) o Allan (2010), entre muchos otros, entendemos a las noticias como una construcción discursiva sobre la realidad. Estas no solo son imágenes que pueden ser exitosas o no en su tarea de narrar historias sobre la realidad, sino, de manera más importante, un marco a través del cual la realidad es rutinariamente construida. El trabajo

ideológico de los medios, por tanto, es ejercido mediante la inteligibilización de situaciones y sujetos en formas que encarnan supuestos sobre la sociedad y su funcionamiento (Hall, Critcher, Jefferson, Clarke y Roberts, 2009). Esto es, la construcción de un sentido común que es constantemente reforzado y reinventado por las representaciones mediáticas. De acuerdo con Hall (1995), los medios no deben ser comprendidos como apoyos del consenso, sino como sus productores.

Siguiendo estas bases teóricas, la reflexión que sigue a continuación intenta explicar parte de las construcciones discursivas en torno a la diversidad sexual realizadas por tres periódicos nacionales, *La Tercera*, *El Mercurio* y *Las Últimas Noticias*; en específico, la forma en que una muestra de artículos que tratan sobre la ley de Unión Civil representan o explican esta nueva normativa. Las razones para el uso de estos tres diarios en específico son las siguientes: en primer lugar, son vendidos en todo el país; en segundo lugar, están ubicados en el primer, segundo y cuarto puesto en términos de circulación (ACHAP, 2013); y, en tercer lugar, cuentan con archivos online, elemento que era necesario al haber sido esta investigación conducida desde fuera de Chile.

La muestra está constituida por artículos que tratan sobre el Acuerdo de Unión Civil y que fueron publicados durante seis hitos noticiosos a lo largo de la discusión de la ley. Estos hitos son: 1) 10 de abril de 2013, la ley pasa su primera votación en el Congreso; 2) 10 de julio de 2013, el gobierno aplica urgencia a la discusión; 3) 7 de enero de 2013, la ley es aprobada en general; 4) 16 de diciembre de 2013, el gobierno aplica ‘suma urgencia’ a la discusión; 5) 20 de enero de 2015, la ley es aprobada; 6) 13 de abril de 2015, es promulgada. Para cada una de estas fechas, se recogieron artículos del día del hito, siete días antes y siete días después⁹⁶. Luego de rechazar todas las piezas que eran solo descripciones cortas de eventos, la muestra final quedó formada por 23 artículos.

El análisis realizado a esta muestra de artículos es temático; tipo de análisis que, siguiendo a Braun y Clarke (2006), sirve para identificar y reportar patrones temáticos dentro de un set de datos. Este análisis fue conducido a nivel latente, lo que implica ir más allá del contenido semántico de los datos, apuntando a ideas y conceptualizaciones

96 Para el quinto hito, se tomaron 14 días posteriores, puesto a que, en la mitad de los primeros siete días, la votación fue oficializada.

subyacentes. De igual manera, se toman ciertos elementos del Análisis Crítico del Discurso; particularmente su comprensión del lenguaje como socialmente *constitutivo* o *constructivo*, según autores como Fairclough (1995) o Wetherell (2001); y su interés, de acuerdo con Mendes (2011), en la relación entre lenguaje, práctica social, ideología y poder desde una mirada estricta y deliberadamente política.

Análisis: la Unión Civil como un derecho consensuado

A lo largo del proceso de discusión de la ley de unión civil, una gran cantidad de comentarios y opiniones aparecieron en distintos espacios dentro de la sociedad chilena. Sin embargo, solo algunos de estos fueron expresados mediáticamente. Mientras que los comentarios de políticos/as y miembros de las iglesias fueron incluidos constantemente, las opiniones de miembros de agrupaciones de la diversidad sexual fueron solo eventualmente consideradas o, de plano, ignoradas. Analizar discursos, según Barker (2000), implica dilucidar no solo lo que se dice –lo *decible*, según Probyn (1997)– sino también quién puede hablar, cuándo y dónde. Es necesario entender al discurso, de acuerdo con Van Dijk (2001), como una ‘estructura segregada’ en la cual algunas opiniones son censuradas y algunas voces ignoradas.

En el caso de las piezas analizadas, las voces relevadas son las del ‘mundo político oficial’: congresistas y ministros/as son aquellos/as que con mayor frecuencia explican la ley y sus alcances. Los/as miembros de grupos de la diversidad sexual aparecen mucho menos frecuentemente; en ese sentido, las noticias son ‘sobre ellos/as’ pero no son hechas ‘con ellos/as’. De igual forma, solo un reducidísimo número de estas agrupaciones son consideradas; en general, se trata de los representantes del ‘Movimiento de Integración y Liberación Homosexual’ –Movilh– e ‘Iguales’, agrupaciones que han instalado el Acuerdo de Unión Civil como una de sus más importantes demandas. Contrariamente, no hay espacio en los artículos analizados para grupos críticos o ‘radicales’, que pudiesen plantear puntos de vista cuestionadores ante la centralidad de la unión civil para la diversidad sexual establecida. De esta forma, el movimiento LGBTQ local es construido a través de un aparentemente unificado conjunto de objetivos donde no hay posiciones de desencuentro. Así, por ejemplo, el presidente de ‘Iguales’, Luis Larraín, explica: “*esta es una discusión*

que ya está superada en la sociedad, que corresponde a la década pasada. Deberíamos estar discutiendo el matrimonio igualitario”⁹⁷. Su frase explicita una dirección para el movimiento de la diversidad sexual, consolidando a una demanda como la necesidad principal.

De esta forma, las discusiones quedan siempre construidas al interior de un ‘repertorio ideológico’ particular; por ejemplo, apoyo o rechazo a la unión civil, pero sí a la legitimación de la unión civil en tanto institución social. De acuerdo con Hall (1981), las ideologías dominantes enmascaran o esconden los cimientos antagonistas del sistema. En este caso, los movimientos críticos son ignorados y la agenda LGBTQ queda construida de manera coherente con valores conservadores: la mantención de la ‘familia’ y las ‘relaciones organizadas’ como elementos sociales cruciales.

Así, pese a la presencia de críticas, la unión civil es explicitada como un consenso entre distintas fuerzas políticas y sociales al interior de la sociedad chilena. La muestra seleccionada, sin embargo, no permite identificar patrones temporales claros en cuanto a la obtención de este consenso. Algunos de los artículos publicados inicialmente (hito 1) reproducen este punto de vista; por ejemplo, mediante construcciones como: *“tras recibir a varios profesores de Derecho Civil, a representantes de las iglesias, y a organizaciones sociales como la fundación Iguales y el Movilh, la comisión de constitución del Senado aprobó ayer en general el proyecto por 4 votos contra uno*”⁹⁸. La interpretación consensual es más fuerte hacia los últimos hitos. Durante el quinto, por ejemplo, un artículo menciona: *“en el resto de la iniciativa, en tanto, existía un relativo consenso, por lo que desde temprano se anticipaba una aprobación sin inconvenientes*”⁹⁹. De cualquier forma, este patrón está lejos de ser lineal y sus cambios durante el tiempo no pueden ser claramente identificados a través de la muestra que fue utilizada para esta investigación.

Lo que sí puede ser especificado son las estrategias a través de las cuales esta visión consensual es producida como una forma de comprender el Acuerdo de Unión Civil. Es recurrente, por ejemplo, la construcción de ciertos puntos de vista críticos como ‘extremos’, ‘atomizados’ o incluso ‘irracionales’. Por ejemplo, uno de los artículos cubre

97 *El Mercurio*, 28 de enero de 2015.

98 *El Mercurio*, 11 de abril de 2013.

99 *La Tercera*, 21 de enero de 2015.

una instancia de votación en específico relevando el voto disidente –de Carlos Larraín, Senador de extrema derecha. La pieza está titulada: “*Adivine quién fue el único que votó contra el AVP*”¹⁰⁰. Algo similar, en torno al aparente extremismo de los críticos, puede ser visto en un artículo¹⁰¹ que narra cómo el cardenal Jorge Medina le envió al Senador Hernán Larraín una carta expresando su “*profunda alarma*” por el Acuerdo de Unión Civil, calificando a los actos homosexuales como “*depravaciones graves*”. El senador le respondió: “*en Chile, la ‘noción’ tradicional de familia cambió*”. Otra pieza narra la violenta respuesta del pastor evangélico Javier Soto, quien quiso golpear a uno de los/as diputados/as que votó a favor del proyecto. El artículo explica esta situación como los “*15 minutos de furia*”¹⁰² del pastor. Es interesante destacar que, en los últimos dos ejemplos, los congresistas que defendieron las ‘posturas progresistas’ eran políticos de derecha, lo que contribuye a la construcción de la Unión Civil como un consenso y a las críticas como ‘extremas’ o ‘atomizadas’, en tanto son esgrimidas por individuos particulares sin aparente apoyo institucional.

Estas críticas, por lo tanto, son construidas de manera descontextualizada como posiciones ‘poco comunes’ y no como parte de un panorama homofóbico más amplio. En ese sentido, la oposición a la ley –particularmente cuando está se hace desde un punto de vista homofóbico– es usualmente construida solo como un capricho personal. Si el contexto homofóbico chileno es ignorado o solo levemente abordado, no es sorprendente que la unión civil sea explicada como la solución a la discriminación.

Mediante diversas opiniones, el Acuerdo de Unión Civil es enmarcado como 1) “[una forma de avanzar hacia] un Chile más inclusivo, respetuoso y diverso, que brinda las mismas oportunidades a todos sus ciudadanos”¹⁰³; 2) “[una forma de avanzar hacia] un país que no discrimina y en que se reconocen los distintos tipos de familia”¹⁰⁴; y 3) “un paso fundamental en este camino de derechos, de justicia y de respeto a la libertad individual”¹⁰⁵. La unión civil, por lo tanto, es construida como un derecho que contribuye a

100Las Últimas Noticias, 11 de abril de 2013.

101La Tercera, 14 de abril de 2013.

102Las Últimas Noticias, 17 de diciembre de 2014.

103El Mercurio, 8 de enero de 2014.

104El Mercurio, 21 de enero de 2015.

105El Mercurio, 14 de abril de 2015.

conseguir un estado de igualdad. Esta construcción, sin embargo, invisibiliza otras formas de discriminación que están cotidianamente presentes en la vida de sujetos/as LGBTQ y produce una sobre-simplificación de los ‘beneficiarios directos’ de la ley.

Críticas a la política de los derechos son altamente relevantes para enmarcar estas interpretaciones. De acuerdo con Kiss (1997), por ejemplo, los derechos están siempre definidos de una manera tal que deja a algunas personas afuera. Brown (2000), por otro lado, explica que los derechos empoderan desigualmente a diferentes grupos sociales, dependiendo de su habilidad para ejercer el poder que un derecho potencialmente otorga. La construcción de la unión civil como un derecho consensual que termina con las prácticas discriminatorias hace invisible las preocupaciones y necesidades de aquellos/as cuyas exclusiones están construidas sobre la intersección (Crenshaw, 1989) de la sexualidad con otras formaciones de poder, como el género, la clase, la raza, la habilidad física o la nacionalidad.

Esto no significa que lograr la posibilidad de que parejas del mismo sexo legitimen formalmente su relación no contribuye a la superación de ciertas formas de discriminación. Sin embargo, los significados producidos en los artículos analizados construyen a la unión civil como una manera principal de inhabilitar instituciones y prácticas discriminatorias, ignorando el hecho de que son aquellos/as más privilegiados los que se verán mayormente beneficiados/as mediante un derecho que, además, es sensible a ser políticamente instrumentalizado.

Respecto a esto último, por ejemplo, uno de los artículos narra el apoyo que el entonces candidato presidencial Pablo Longueira planeaba dar al Acuerdo de Unión Civil. Los eventos son explicados así: *“la estrategia [apoyar la ley] buscaba un solo propósito: acercar al abanderado a un electorado de centro y liberal de cara a las elecciones de noviembre”*¹⁰⁶. La visión consensual de la unión civil, por tanto, prueba ser frágil, en tanto algunas de sus bases están construidas sobre una ideología de instrumentalización de derechos. Con ‘tolerancia’, ‘libertad’, y ‘respeto’ como parte del campo semántico construido alrededor de la unión civil como un derecho, es importante preguntarnos, siguiendo a Butler (2008), sobre sus usos y considerar cómo podemos repensar esta lógica

¹⁰⁶La Tercera, 12 de julio de 2013.

para resistir su actual instrumentalización y otorgarle otro significado que pueda ser útil para políticas democráticas radicales.

La construcción parcial de la diversidad sexual como un consenso social, su afirmación como una forma de superar prácticas excluyentes para todos/as los/as miembros de un grupo social y su insinuación como una estrategia política instrumental se sostienen, de acuerdo con Butler (2008), sobre una cultura hegemónica, una que es llamada ‘modernidad’ y cuya base es la aparente obtención progresiva de libertades. Estas libertades son producidas mediáticamente como igualitarias y libres de discriminación, contribuyendo a la construcción de la ‘diversidad sexual’ como un grupo coherente y ‘bien portado’. Esta construcción, aunque puede sonar como una ‘imagen positiva’ y ‘libre de estereotipos’ está construida sobre el rechazo de todo aquello que no ha sido domesticado o asimilado y es, por lo tanto, también excluyente.

A modo de cierre: reflexiones finales y consideraciones políticas

El Acuerdo de Unión Civil ha sido comprendido como uno de los mayores logros del movimiento LGBTQ en Chile. La discusión del proyecto que se transformó en ley duró más cuatro años, proceso que fue seguido por los medios de prensa nacionales, produciendo una profunda circulación de discursos alrededor de la diversidad sexual. Este texto ha dado cuenta de una interpretación particular sobre el contenido de una muestra de artículos sobre el tema. En específico, la representación de la unión civil como un consenso entre diversos grupos sociales nacionales y la invisibilización o la descontextualización de posturas de disenso. Lo primero, cuando vienen de espacios críticos dentro del movimiento de la diversidad sexual; y lo segundo, cuando vienen de lógicas homofóbicas.

Es necesario mencionar que estos discursos fueron contruidos en tres de los periódicos más grandes de Chile, medios que son parte de los dos grandes conglomerados de prensa escrita que existen en el país. De esta manera, se ha puesto aquí mayor atención a relaciones de dominación que de resistencia. No obstante, siguiendo a Wetherell (2001), sabemos que los significados pueden ser movilizidos y re-pensados, resistiendo la dominación. Esto permite pensar en múltiples opciones para futuras investigaciones. Por

ejemplo, el rol de publicaciones críticas u otros medios o la respuesta de las audiencias, particularmente de sujetos/as LGBTQ.

Finalmente, es crucial indicar que he escrito esta interpretación estando políticamente involucrado en el debate. Veo a cada decisión, tanto teórica como metodológica, como una instancia política. Mientras desconozco sus posibles efectos, mi motivación para conducir este análisis debería ser claro: la superación de todas las prácticas discriminatorias y excluyentes dentro de la sociedad chilena.

Referencias

ACHAP, Asociación Chilena de Publicidad (2013). *Inversión publicitaria 2013*.

Recuperado desde <http://www.achap.cl/estudios.php>

Allan, S. (2010). *News culture*. Maidenhead: Open University Press.

Barker, C. (2000). *Cultural studies: theory and practice*. Londres – Thousand Oaks – Nueva Delhi: Sage.

Bourdieu, P. (2012). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

Braun, V. y Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.

Brown, W. (2000). Suffering rights as paradoxes. *Constellations*, 7(2), 230-241.

Butler, J. (2008). Sexual politics, torture, and secular time. *The British Journal of Sociology*, 59(1), 1-23.

Charaudeau, P. (2003). *El discurso de la información*. Barcelona: Gedisa.

Contardo, Ó. (2011). *Raro: una historia gay de Chile*. Santiago de Chile: Planeta.

Crenshaw, K. (1989). Demarginalizing the intersection of race and sex: a black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory, and antiracists politics. *University of Chicago Legal Forum*, 139, 57-80.

- Doty, A. & Gove, B. (1997). Queer representations in the mass media. En A. Medhurst y S. R. Munt (Eds.), *Lesbian and gay studies: a critical introduction* (pp. 84-98). Londres – Washington: Cassell.
- Duggan, L. (2002). The new homonormativity: the sexual politics of neoliberalism. En D. Nelson y R. Castronovo (Eds.), *Materializing democracy: toward a revitalized cultural politics* (pp. 175-194). Durham: Duke University Press.
- Dyer, R. (2002). *The matter of images: essays on representation*. Londres: Routledge.
- Fairclough, N. (1995). *Media discourse*. Londres: Hodder Arnold.
- Gill, R. (2007). *Gender and the media*. Londres: Polity.
- Gorman-Murray, A. (2009). Queering home or domesticating deviance? Interrogating domesticity through lifestyle television. En S. Thornham, C. Bassett y P. Marris (Eds.), *Media studies: a reader (3rd edition)* (pp. 302-313). Edimburgo: Edinburgh University Press.
- Hall, S. (1980). Introduction to Media Studies at the Centre. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 117-121). Londres: Hutchinson University Library – Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
- Hall, S. (1981). La Cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico». En J. Curran, M. Gurevitch y J. Woollacot (Eds.), *Sociedad y comunicación de masas* (pp. 357-392). Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Hall, S. (1995). The rediscovery of ‘ideology’: return of the repressed in media studies. En O. Boyd Barrett y C. Newbold (Eds.), *Approaches to media: a reader* (pp. 354-364). Londres: Arnold.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. y Roberts, B. (2009). The social production of news. En S. Thornham, C. Bassett y P. Marris (Eds.), *Media studies: a reader (3rd edition)* (pp. 648-655). Edimburgo: Edinburgh University Press.

- Kiss, E. (1997). Alchemy or fool's gold? Assessing feminist doubts about rights. En M. Shanley y U. Narayan (Eds.), *Reconstructing political theory: feminist perspectives* (pp. 1-24). Cambridge: Polity.
- Mendes, K. (2011). Reporting the women's movement. *Feminist media studies*, 11(4), 483-498.
- Moscowitz, L. (2010). Gay marriage in television news: voice and visual representation in the same sex marriage debate. *Journal of broadcasting & electronic media*, 54(1), 24-39.
- Probyn, E. (1997). Michel Foucault and the uses of sexuality. En A. Medhurst y S. R. Munt (Eds.), *Lesbian and gay studies: a critical introduction* (pp. 131-146). Londres – Washington: Cassell.
- Reed, J. (2007). The three phases of Ellen: from queer to gay to postgay. En T. Peele (Ed.), *Queer popular culture. Literature, media, film, and television* (pp. 9-26). Nueva York: Palgrave.
- Rodrigo Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona – Buenos Aires: Paidós.
- Van Dijk, T. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, T. (2001). Principles of Critical Discourse Analysis. En M. Wetherell, S. Taylor y S. J. Yates (Eds.), *Discourse theory and practice: a reader* (pp. 300-317). Londres: Sage.
- Wetherell, M. (2001). Themes in discourse research: the case of Diana. En M. Wetherell, S. Taylor y S. J. Yates (Eds.), *Discourse theory and practice: a reader* (pp. 14-28). Londres: Sage.

Discurso y Género: Competencias para la Proyección Laboral de las Mujeres en la Minería del siglo XXI¹⁰⁷

Discourse and Gender: Competencies for female employability in Mining in the 21st century

Paulina Salinas
Escuela de Periodismo
Facultad de Humanidades, Universidad Católica del Norte,
Antofagasta. Chile.
psalinas@ucn.cl

Abstract

This article analyzes the perceptions of higher education students enrolled in mining careers in Chile, on their employment expectation and employment conditions offered by the mining industry. Through a descriptive, comparative and qualitative methodology, based on 59 interviews with thematic focus to mining career students. The results show the tensions that students perceive from the beginning to the end of their careers, related to male hegemony that dominates the industry, to the uncertainty caused them to combine motherhood and work, to inequity perceived and to the labor obstacles they face.

Keywords: *employment projection, gender, mining careers, higher education*

Resumen

Este artículo analiza las percepciones de las mujeres, que cursan carreras mineras en la educación superior, sobre la proyección laboral y las condiciones de empleabilidad que ofrece el rubro. A través de una metodología cualitativa, basada en 59 entrevistas a estudiantes de carreras mineras. Los resultados muestran las tensiones que perciben las jóvenes desde el inicio hasta el término de su formación profesional, por la hegemonía

masculina del rubro, la incertidumbre por compatibilizar la maternidad y el trabajo, y la inequidad que perciben entre los años que estudian y los obstáculos laborales que enfrentan.

Palabras clave: proyección laboral, género, carreras mineras, educación superior

Introducción

La proyección laboral de las mujeres en el mercado laboral minero y los aspectos que rodean su desarrollo es un tema central, a la luz del art. 4 de la declaración mundial sobre la Educación Superior en el siglo XXI de la UNESCO, donde se establece la relevancia de tener en cuenta el punto de vista de género en las distintas disciplinas, y consolidar la participación cualitativa de las mujeres en todos los niveles, sobre todo en las áreas en que están insuficientemente representadas (Unesco, 1998). Aunque la minería es un ejemplo de aquello, son escasos los estudios en América Latina en general y, en Chile en particular, que abordan desde la perspectiva de las estudiantes específicamente, las brechas existentes entre sus proyecciones laborales y las condiciones de empleabilidad que perciben en este rubro de la economía. En Chile se desconocen las percepciones sobre la formación que reciben las mujeres en el sistema de educación superior y su futuro laboral.

La distribución de género en la Educación Superior en el país es un ejemplo de inequidad, ya que las mujeres participan en un 51,8%; pero mayoritariamente en carreras típicamente femeninas, en cambio en las típicamente masculinas y orientadas al rubro minero, (Ingeniería Civil Industria, Civil Metalurgia, Civil en Minas, Geología, Civil en Construcción e Ingeniería en Prevención de Riesgo) la presencia alcanza sólo un 23%, acentuándose esta asimetría en las carreras técnicas (Electricidad, Electrónica, Automatización y Control Industrial, Técnico en Minería y Geominería) donde participa sólo un 4,3% (Servicio de Información de Educación Superior (SIES), 2014).

Se advierte que el sistema de educación superior requiere transformaciones para fortalecer el acceso y proyección femenina en las carreras para la minería, así como para la ulterior incorporación a mercados laborales de predominio masculino. A partir de estos antecedentes, las interrogantes centrales del estudio han sido ¿cuáles son las motivaciones,

visiones y expectativas laborales de las estudiantes de carreras mineras de nivel universitario y técnico sobre su futuro laboral en la industria? ¿Qué diferencias y/o semejanzas se hallan en sus discursos? La implicancia del estudio es abordar la formación de género desde la educación superior y con ello aportar evidencia para mejorar la proyección laboral de las mujeres en mercados laborales masculinos.

Elección de carrera y proyección laboral desde los constructos de género

Al respecto la literatura a nivel internacional ha sido extensa y coincidente respecto a que la elección de una carrera típicamente femenina o masculina se relaciona con múltiples factores relacionados con la socialización de mujeres y hombres en el sistema familiar y escolar; ambos son los mecanismos de mayor influencia sobre el comportamiento personal y social del individuo Sáinz et. al. (2004), en el caso de España, y Espejo, (2015) en un estudio realizado en Colombia.

López-Sáez (1995, 2004) plantea que las diferencias entre hombres y mujeres en la elección de carreras, está determinada por los patrones culturales de género, incorporando en su modelo variables psicosociales como el Auto-concepto de Género y las Normas Culturales. Afirma que los estereotipos que existen sobre ambos sexos afectan al esquema del yo, en los valores personales y en las características estereotipadas asociadas a cada carrera.

Un supuesto compartido por las teorías y modelos que describen la conducta de las personas frente a la elección de carrera, es la elaboración de una serie de creencias o expectativas de resultado asociado a cada alternativa (proyección laboral), por quien hace la elección, donde el logro esperado tiene una importante valoración (López-Sáez 1995).

Algunas de las teorías desarrolladas respecto a la elección de carrera se vinculan aquella basada en el *Autoconcepto o Autoconfianza*; la relacionada con la *Atribución*; la Orientación a la *Superación* o a la *Indefensión Aprendida* y la sustentada en la Expectativa-Valor (López-Sáez, 1995).

La primera, *Autoconcepto*, se refiere a la evaluación de la propia capacidad para realizar tareas específicas o para llevar a cabo las conductas apropiadas para cada función (Eccles et al, 1983), siendo uno de los factores que influye en la elección de carreras. Por

tanto, en las decisiones académico-profesional de mujeres y hombres existen diferencia que son asociadas al género (Mosterio, 1997). La segunda teoría, de la *Atribución*, explica la diferencia en los estilos atributivos de hombres y mujeres. En relación a los fracasos, ellos los atribuyen a factores externos e inestables, mientras que las mujeres a circunstancias internas y estables. En cambio, la atribución a los éxitos por parte de los varones se vincula a factores internos y estables; por el contrario, las mujeres lo asocian a causas externas e inestables (López-Sáez, 1995).

La tercera, la teoría de la *Orientación* a la *Superación* o a la *Indefensión Aprendida*, se relaciona con los estilos atributivos antes mencionados. De este modo, la diferencia en la elección de carrera está basada en la debilidad frente a los fracasos que anticipan las mujeres, y la tendencia a la superación que prima en el caso de los hombres. Por último, el *Modelo de Expectativa-Valor*, explica la elección de tareas y de una ocupación, respectivamente. Al respecto, hay diferencias entre hombres y mujeres en la forma de valorar los beneficios que se asocian al cumplimiento de un determinado rol (Lisbona y Topa, 2003). Las expectativas de éxito y la valoración de las tareas explican los motivos por los cuales las personas llevan a cabo una determinada elección. Tanto las expectativas de éxito como la valoración, no están libres de los roles de género ni de las presiones sociales y culturales prevalecientes (Sáinz, et. al. 2004).

Otro modelo relacionado con la elección de carrera es el *de Elección de Logro*, desarrollado por Eccles et.al. (1983). Este patrón propone que “tanto los acontecimientos pasados vividos, como las experiencias previas de éxito o fracaso, y otros factores culturales ejercen un efecto indirecto sobre las elecciones que los sujetos realizan. Este proceso está mediado por las interpretaciones personales que los individuos hacen de las experiencias vividas, por la percepción de las expectativas de otros, y por el proceso de identificación con las metas y valores en torno a los roles prevalecientes en el contexto sociocultural” (Eccles y otros, 1983: 82).

Género y mercado laboral minero

El género se asocia con un sistema de poder que circula en términos universales y que está presente bajo la misma lógica en todos los ámbitos de la vida de las mujeres,

estableciendo jerarquías y asimetrías entre los sujetos (Ramos, et.al. 2002, Benitez, 2012, Painter-Morland, 2012). Scott (1986) señala que el género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales, basado en las diferencias percibidas entre ambos sexos. Según esta autora, el género comprende cuatro elementos interrelacionados: primero, los símbolos culturales, que son representaciones múltiples y a menudo contradictorias; segundo, los conceptos normativos que expresan interpretaciones del significado de estos símbolos, frecuentemente como oposiciones binarias (fuertes/débiles, activos/pasivas); tercero, los sistemas de parentesco, mercado laborales, sistemas educativos y la organización política; y cuarto, las identidades subjetivas.

Desde las teorías del mercado laboral, se ha estudiado la segregación de género en aquellos espacios de la estructura ocupacional donde el empleo se considera conforme a la “naturaleza femenina”, como una extensión de sus responsabilidades domésticas, en trabajos con escasa estabilidad, compatibles con el cuidado de los hijos, baja productividad y reducidos salarios. Es una fuerza de trabajo secundaria, cuyo salario es un suplemento del ingreso del hombre (Espino, 2012).

Así, la segregación ocupacional por sexo constituye un aspecto estructurante, ya que no responde a la ineficiente asignación de recursos laborales a ciertas áreas, sino que gran parte de las diferencias salariales se deben a que el sector femenino se concentra en ocupaciones con menor remuneración (Ibañez, 2010).

Metodología

El estudio es de carácter descriptivo, comparativo, con una metodología cualitativa. Se realizaron entrevistas abiertas a estudiantes de carreras vinculadas a la industria minera¹⁰⁸ que cursan el primer año y así conocer las motivaciones que las llevaron a optar por esta área, y a la vez se seleccionaron a estudiantes que cursaban los últimos dos años de sus carreras respectivamente, para identificar las expectativas laborales que tenían, dada su cercanía con el mercado laboral.

¹⁰⁸ Las carreras universitarias tienen en promedio entre 4 y 6 años de duración, mientras que las carreras técnicas (Formación Técnica Profesional, FTP) tiene en promedio dos años de duración.

Las entrevistas abordaron las temáticas asociadas a las *motivaciones, visiones y expectativas* laborales. Para cada entrevista se solicitó la autorización de la participante, a través de un consentimiento informado, asegurando la aceptación y confidencialidad de su identidad. Las entrevistas fueron realizadas entre mayo y agosto 2014. Se entrevistaron estudiantes hasta saturar la información, es decir la reiteración de los discursos de las entrevistadas, punto que fue alcanzado con un total de 59 jóvenes, que cursan carreras de nivel técnico y universitario. Las entrevistadas fueron contactadas directamente en sus universidades o Centros de Formación Técnica, y el contacto de una permitió acceder a la siguiente y así sucesivamente (muestro por bola de nieve).

Descripción de la muestra

De las 59 entrevistadas, 19 cursan el primer año de una carrera universitaria y 14 de carácter técnico. En el último año de estudio, se entrevistaron 16 universitarias y 10 técnicas. 19 años es la edad promedio de las alumnas de primer año universitario y/o técnico; 24 años en el caso de las universitarias que cursan el último año de la carrera, y 26 años la edad promedio en las técnicas (Tabla N° 1).

Tabla N°1 Características de la Muestra

	Universitarias	Técnicas
Primer año (n)	19	14
Edad Promedio (Primer año)	19	24
Último año (n)	16	10
Edad Promedio (último año)	24	26
Carreras	Geología, ingeniería civil; ambiental, metalurgia y Minas, Química y Geomática, Civil Industrial, Ingeniería de Ejecución Metalúrgica y mecánica.	Técnico en Minería, Explotación minera, Maquinaria Pesada, Automatización y control Industrial, Mecánica Automotriz en Sist. Elect. Y Mantenimiento Industrial
Instituciones	UCN, UA	CEDUC ¹⁰⁹ , AIEP ¹¹⁰ , INACAP ¹¹¹

¹⁰⁹Centro de Educación y Capacitación de la Universidad Católica del Norte

¹¹⁰Instituto Profesional

¹¹¹Instituto Nacional de Capacitación Profesional,

Análisis de la información

La información recogida fue analizada a través de la técnica de codificación de la Teoría Fundamentada (Strauss y Corbin, 2002) de acuerdo a los ejes de las entrevistas. Para ello el proceso de análisis consideró: transcripción textual de las entrevistas, análisis de los discursos, la identificación de categorías abiertas (conceptuales) y subcategorías relacionadas con las motivaciones, visiones y expectativas laborales.

Resultados

Motivaciones para ingresar a carreras del área minera

En nuestra investigación, en esta primera categoría sobre las motivaciones, los discursos de las estudiantes muestran similitudes entre aquellas que cursan primer año de nivel técnico y/o universitario, pero también algunas diferencias. En lo específico, la *Familia* es la primera motivación asociada al área minera, pues ser hijas de padre minero o hermana, produce un estrecho vínculo con el rubro y su cultura. Es decir, la socialización del sistema familiar vinculada al sector es un motor central en la proyección laboral de las estudiantes que eligen carreras en el área. Pero también, están los casos inversos donde la familia no apoya el interés temprano de la hija en la minería, por el hecho de ser mujer e iniciar una carrera en este rubro, provocando el efecto contrario, a pesar de la desaprobación familiar.

Tengo un hermano por parte de mamá, él es ingeniero en maquinaria pesada y salió de aquí, de INACAP... me tiene fe... entonces me motivó y fue como un ejemplo a seguir” (Tecnología en Minería, 19 años).

La segunda motivación identificada en las entrevistadas corresponde a las *Competencias Personales*, es decir, la pericia y el conocimiento, lo que las jóvenes saben de sí mismas. Ellas evalúan sus propias capacidades, orientadas a las matemáticas y a la ciencia. Los discursos a continuación lo expresan:

“Siempre he sido buena para las matemáticas... y eso es un beneficio, aparte la geología es súper matemática y científica a la vez entonces esa es una ventaja” (Geología, 18 años).

Una tercera motivación, relacionada con la anterior, está vinculada con el temprano interés que identifican las estudiantes de primer año por el *Área Minera*. No obstante, las universitarias lo expresan de manera más general y abstracta: “gusto por el área industrial”, “interés por innovar y aprender nuevas tecnologías” y “gusto por trabajo al aire libre”. En cambio las técnicas expresan motivaciones más concretas: “tomar muestras”, “salir a terreno”, “interés por análisis metalúrgico”.

La cuarta motivación identificada en los discursos de las estudiantes se refiere al aspecto *Económico*. La alta rentabilidad que ofrece el rubro es un incentivo importante para elegir una carrera del sector minero; al respecto, existe coincidencia en ambos grupos analizados: “independencia económica”, “interés por las remuneraciones del sector”, “sustentabilidad económica de la carrera”, “interés por carrera rentable” y “bienestar económico”. Las estudiantes técnicas agregan en este ámbito el aporte que conlleva el beneficio económico para los hijos: “satisfacer las necesidades de la familia”.

“[...] la vi por las lucas (dinero), hay hartito campo acá en la segunda región. Yo sola con mi hijo y tener mis cosas... que a mi hijo no le falte nada, eso es como lo primordial”
(Tecnología en Minería,

Por último, la *Duración de la Carrera* es otra de las motivaciones mencionadas. Sin embargo, en este aspecto las estudiantes de FTP son más precisas en señalar las ventajas de optar a carreras de nivel técnico: “son carrera más corta de nivel superior”, “es un escalafón para alcanzar una ingeniería” y “la práctica para obtener experiencia y conocimiento”. Destacan la flexibilidad que ofrece este tipo de formación: a) las salidas intermedias (primero un grado técnico a los dos años y luego, opcional, dos años más para obtener el grado de ingenieras); b) las horas de práctica como vínculo directo con la empresa, y c) el estatus de formación superior.

En cambio las estudiantes universitarias destacan que al menos existe la posibilidad que en cuatro años obtengan el título de ingeniera en ejecución.

Visión sobre la carrera

La segunda categoría corresponde a *Visión sobre la Carrera*, o sea, la proyección laboral que tienen sobre ella. En ambos grupos (universitarias y técnicas) hubo coincidencia en valorar positivamente la *Alta Empleabilidad de la Minería*. Esta apreciación se observa

desde el inicio al término de la carrera, destacando la rentabilidad, las proyecciones y diversidad de opciones laborales del sector, así como los altos ingresos. Además, las estudiantes técnicas aspiran a tener un futuro mejor.

“El sueldo, como todos saben, tiene (en la minería) mucha rentabilidad, una carrera en Antofagasta donde puedes surgir, donde hay trabajo, nunca va a estar limitado el trabajo en ese sentido” (UCN, Ing. Ejecución Metalurgia).

La segunda categoría que emerge de los discursos se refiere a las *Distinciones de Género*. Al respecto se observan similitudes entre las estudiantes de primer año; técnicas y universitarias coinciden en que cuando ingresan a la carrera: “los hombres tienen más capacidad para las matemáticas”, “más experiencias”, “más conocimiento”, “se manejan mejor”; además “tienen ventaja aquellos estudiantes que provienen de un liceo técnico”. Sus discursos giran en torno a los atributos que ven en los hombres respecto a ellas mismas.

En cambio, en los discursos de las estudiantes técnicas o universitarias que cursan los últimos años de la carrera, se evidencia una transformación significativa en el *Autoconcepto*, relacionado con la evaluación que ellas hacen de sus propias capacidades (Eccles, 1987, Eccles et. al., 1983). Manifiestan que no hay diferencias entre hombres y mujeres para desempeñarse en la minería, ya que tienen igualdad de capacidades: “son ordenadas”, “responsables”, e incluso aprecian “el incremento en el número de mujeres en sus carreras”. No obstante, el grupo de universitarias destaca que no hay incentivos suficientes para la incorporación de mujeres en carreras mineras.

“Yo creo que la mujer igual podría realizar todo lo que el hombre hace en la mina. Creo que tenemos las mismas capacidades. Quizás no se le ha dado la misma oportunidad a la mujer para que la demuestre” (Operación de Plantas Mineras, 19 años).

La tercera categoría, *Hegemonía Masculina*, se muestra en un sentido inverso respecto a la anterior, pues aquí hay coincidencias tajantes entre ambos grupos estudiados, universitarias y técnicas de primero o último año. Comparten la visión sobre las carreras del área minera y el rubro en general. Al respecto, mencionan la vigencia de la cultura “machista” en dos dimensiones: la primera asociada a las características masculinas del trabajo en la minería, cuando reconocen que se trata de un rubro donde predominan los hábitos masculinos como la fuerza física, las groserías en el vocabulario, la mayor

disponibilidad para desempeñarse en el rubro, el alto riesgo del sector, entre otros. La segunda dimensión está referida a las discriminaciones percibidas hacia ellas en tanto mujeres: “la mujer es un tabú aún en la industria”, “tienen menos disponibilidad por embarazo”, “se ahorran costos contratando mujeres”, “enfrentan el asedio masculino”, “reciben menos remuneraciones”, “prejuicios por cambios hormonales”, “menstruación”, “se desconfía de las intenciones de las mujeres”, “se sorprenden porque estudian carreras mineras” o “porque están en carreras de hombres”, entre otras. Algunos discursos que ejemplifican lo expuesto.

“No me agrada que a veces son demasiado ordinarios, tiran mucha talla doble sentido, groserías... hay que adaptarse no más” (Automatización y Control de Gestión, 21 años).

La fuerza y transversalidad de estos discursos en las entrevistadas, puede ser comprendida desde la perspectiva analítica de *género*, que planteamos al inicio, y que ha sido desarrollada por Scott (1986), donde plantea que se trata de un elemento constitutivo de las relaciones sociales, basado en las diferencias percibidas entre ambos sexos, como una forma primaria de significación de las relaciones de poder, expresado en símbolos culturales, representaciones múltiples y a menudo contradictorias.

La cuarta categoría, *Compatibilizar el Trabajo y la Familia*, expresa la temprana, histórica y aún vigente tensión que enfrentan las mujeres al momento proyectar su futuro laboral, más aún en un rubro como la minería, donde el sistema de turno y la lejanía de las faenas mineras, es una *conditio sine qua non* de los yacimientos de cobre, en el caso de Chile. Los discursos analizados son similares en ambos grupos. No hay diferencias entre universitarias y técnicas, ni tampoco hay modificaciones entre las que inician o terminan sus carreras, lo que agudiza esta visión.

Las estudiantes manifiestan que no resulta fácil compatibilizar las demandas de la familia con el trabajo. La maternidad es lo más difícil, es una limitante armonizar ambos roles e, incluso, en forma radical las estudiantes técnicas expresan que “la maternidad es un problema, es mejor no tener hijos para mantener la independencia”.

“Mis abuelos que son muy influyentes en mi familia (los papás de mi papá) me dijeron: ‘No, que eso era una cuestión para hombres’, aparte son a la antigua, súper

machistas, dijeron: 'NO!, eso es para hombres, tú eres una niña, tú tienes que estar en la casa con los niños'..." (Geología, 18 años).

Por último, en la quinta categoría, "*Carreras con Alta Dificultad*", se evidenciaron diferencias entre las estudiantes universitarias y técnicas que cursan primero y aquellas que están en el último año de la carrera. Las estudiantes de primer año destacan en sus discursos las dificultades que ellas percibían al ingresar a la carrera: estudiar mucho, adaptarse a los turnos, usar casco y llenarse de tierra, usar zapatos de seguridad, la idea de que no era carreras femeninas, no confiaban en sus capacidades, pensaban que iban a andar llenas de grasa (motor), que tenían que buscar minerales o que iba a ser una carrera más práctica. En cambio en el grupo de estudiantes de último año, estas dificultades se disipan, ya que ellas visualizan la infraestructura de las carreras como insuficientes. Por ejemplo, laboratorios en la universidad y, en el caso de las estudiantes técnicas, son asignaturas de matemáticas la dificultad central.

Expectativas sobre el futuro laboral

En la tercera categoría abordada por las estudiantes que cursan el último año de carreras, se reiteran en los discursos la fuerza de los estereotipos de género en los dos subtemas identificados: la *Hegemonía Masculina* y *Compatibilizar el Trabajo y Familia*. Ambos se configuran como tensiones frente a las expectativas laborales para incorporarse al área minera.

Las estudiantes universitarias precisan: "hay que estar preparadas para enfrentar a los hombres", "son pesados, hablan fuerte", "siempre quieren pisotear", "hacemos el mismo trabajo y ganamos menos". Las estudiantes técnicas son inclusive más explícitas en expresar: "hay que tener carácter fuerte para trabajar en esto", "hay que ubicar al machista (hombre) que te quiere pasar a llevar" y "la menor capacidad de las mujeres para hacer trabajo de fuerza física". La segunda dimensión, relacionada con los estereotipos de género, se expresa: "las mujeres son más organizadas", "planificadas", "ordenadas" y "detallistas".

En la segunda categoría presente en los discursos analizados, *Compatibilizar el Trabajo y Familia*, se muestra dos aspectos a considerar. El primero y más presente corresponde a las estudiantes universitarias de último año; para ellas la maternidad es lo más difícil de compatibilizar con el trabajo, ya que es considerado un obstáculo en sus

expectativas laborales. Señalan que es injusto tratar de compatibilizar el desarrollo profesional con la maternidad y que sus expectativas laborales sean limitadas por lo mismo. En el caso de las jóvenes de carreras técnicas, manifiestan su interés en seguir estudiando y luego pensar en tener hijos, y evalúan la fertilidad femenina como un problema para los empleadores.

Conclusiones

De los resultados de las entrevistadas y sus análisis podemos concluir por una parte que existen un conjunto de *Transformaciones* y, por otra, una serie de *Tensiones*, al proyectarse laboralmente en el rubro minero. Entre las *Transformaciones* destacan *Modificaciones en los Estereotipos de Género*. En la actualidad las estudiantes valoran la mayor empleabilidad y las altas remuneraciones que ofrece el rubro, motivaciones que eran inexistentes en generaciones anteriores, producto de las restricciones legales que limitaba el acceso de las mujeres a los yacimientos¹¹². Adicionalmente, la precariedad laboral que caracteriza el empleo femenino en otros sectores de la economía nacional, donde las mujeres se encuentran sobre representadas.

Junto al aspecto económico, el *Auto Concepto* que tienen las jóvenes de sí mismas, reflejado en una mayor confianza en sus capacidades y en las habilidades personales que poseen, son importantes.

También se destacan los cambios que vivencian las estudiantes durante la formación profesional, lo que se expresa en que aquellas que cursan los últimos años de carrera acentúan su *Autoconfianza* y se sienten *Seguras de los Aprendizajes* que han alcanzado, proyectándose con mayor certeza en el mercado laboral.

Desde el inicio hasta el término de sus carreras, las jóvenes perciben la fuerza de la *Hegemonía Masculina* presente en el mercado minero, que se incubaba en las aulas de las universidades e institutos desde el principio de la formación profesional. La *Hegemonía*

112 En 1996 se eliminan las restricciones existentes en el Código del Trabajo contra las mujeres, catalogándolas como personas que traían la mala suerte a los piques mineros, lo que impedía que ellas se acercasen a los yacimientos y limitándolas sólo a trabajos administrativos o domésticos dentro de la industria. <http://www.comunidadmujer.cl/wp-content/uploads/2011/08/Revista-Norte-Minero-lunes-8-de-agosto.pdf>

Masculina se expresa de distinta manera: en el menor número de mujeres en los diferentes cursos; en las interrelaciones entre estudiantes y profesores con algunos comentarios que reciben de los docentes, quienes dudan de las capacidades de las jóvenes para trabajar en el sector; en las relaciones con los compañeros durante la carrera; en las dificultades para obtener cupos para práctica profesionales en forma temprana en las diferentes empresas del rubro, entre otras.

Las entrevistadas perciben una situación de *Inequidad* respecto a los años que estudian y a los esfuerzos que ello implica, sobre todo porque no existe una motivación temprana en la escuela y/o familia por proyectarlas en esta área; además de las dificultades que luego experimentan para insertarse a este mercado laboral como profesionales.

Por otra parte, los resultados permiten visualizar la fuerza de la *Socialización Familiar y Escolar* y como se relaciona con la posterior proyección laboral que hacen las estudiantes. A pesar de los cambios que han posibilitado el ingreso de las mujeres al mercado laboral a nivel internacional y nacional, el acceso a los medios de comunicación y con ello a patrones y modelos culturales globalizados, al interior de la familia y de la escuela se incuban y reproducen estereotipos de género tradicionales, que no se ajustan al escenario de transformaciones que han experimentado las sociedades occidentales, retrotrayendo a las mujeres al mundo privado y a la idealización de la familia nuclear patriarcal, donde ellas juegan un rol central, limitándose la democratización de las relaciones al interior de la familia.

Finalmente, algunas de las limitaciones de esta investigación se relacionan con la necesidad de ampliar las percepciones a los estudiantes varones. Estudios futuros, en esta misma línea, podrían incorporar a los hombres para saber si sus percepciones difieren de aquellas de las mujeres. Igualmente, podrían entrevistarse a mujeres y hombres trabajadores en la industria y a dirigentes sindicales y así triangular sus percepciones y enriquecer esta línea investigativa.

En esta misma dirección, también sería importante recoger información sobre el proceso de formación que se imparte en los distintos establecimientos de educación superior a partir de los actores que participan en el proceso, con el propósito de averiguar si éstos consideran que la Universidad o el Instituto Técnico, otorga los conocimientos y

habilidades que se requiere en la industria. Esto entregaría antecedentes sobre el proceso de formación, donde hasta el momento los hombres son protagonistas.

Referencias

- Benítez, L. (2012). “La perspectiva de género en comunicación y desarrollo”. En Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local. Serie Comunicación Latina, España: Editorial Gedisa, 201-239.
- Eccles, J., Adler, T., Futterman, R., Goff, S., Kaczala, C., Meece, J. and Midgley, C. (1983). Expectations, values and academic behaviors. En J.T. Spence. Perspective on achievement and achievement motives. Psychological and sociological approaches. San Francisco, EEUU: Freeman, 75-146.
- Eccles, J. S. (1987). Gender Roles And Women's Achievement-Related Decisions. Psychology of Women Quarterly, 11, 2, 135-172.
- Espino, A. (2012). Perspectivas teóricas sobre género, trabajo y situación del mercado laboral latinoamericano. La economía feminista desde América Latina. Una hoja de ruta sobre los debates actuales en la región. ONU Mujeres, Santo Domingo, República Dominicana.
- <http://www.unwomen.org/~media/Headquarters/Media/Publications/es/Economiafeminista desdeamericalatina.pdf> . Acceso 15 de mayo (2015).
- Espejo, R. (2015). Interacción Simbólica en un Acto de Subjetividad de Género. Formación Universitaria 8(5) 43-58.
- Ibañez, M. (2010). “Al otro lado de la segregación ocupacional por sexo. Hombres en ocupaciones femeninas y mujeres en ocupaciones masculinas”. Revista Internacional de Sociología, 68, 1, 145-164.
- Lisbona, A. y Topa, G. (2003). Trabajando en la diversidad: inserción profesional de la mujer. En F. Palací y J. Moriano, *El nuevo mercado laboral. Estrategias de inserción y*

desarrollo de inversión. Madrid, España: Universidad nacional de educación a distancia, 229-259

López-Sáez, M. (1995). Modelos de elección de estudios en la revisión de la literatura. En M. López-Sáez, *La elección de una carrera típicamente femenina o típicamente masculina*. 1a. ed. Madrid, España: Centro de investigación y documentación, 21-38

López-Sáez, M. (2004). Expectativa de rol Profesional de mujeres estudiantes de carreras típicamente femeninas y típicamente masculinas. *Acción Psicológica*, 3, 2, 111-123.
<http://e-spacio.uned.es/revistasuned/index.php/accionpsicologica/article/viewFile/506/443>. Acceso 15 de julio (2015).

López-Sáez, M., Lisbona, A. y Sáinz, M. (2004). Mujeres ingenieras: percepciones sobre su vida profesional. *Revista de Psicología General y Aplicada*, 57, 161-180

Ministerio de Minas y Energía Censo Minero Departamental Colombiano. 2012
<http://www.minminas.gov.co/minminas/downloads/UserFiles/File/Minas/CensoMinero/CensoMineroDptal3.pdf>. Acceso 21 de diciembre 2013.

Mosterio, M. (1997). El género como factor condicionante de la elección de carrera: hacia una orientación para la igualdad de oportunidades entre sexos. *Revista Galeno-Portuguesa de psicología e educación*, 1, 305-315
http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/2183/6622/1/RGP_1-28.pdf. Acceso 12 de Mayo (2015).

Painter-Morland, M. (2012). Género Liderazgo y Organización
http://www.juntadeandalucia.es/economia/hacienda/planif_presup/genero/documentacion/Genero_liderazgo_y_organizacion.pdf. Acceso 28 de octubre (2014).

Ramos, A., Sarrió, M., Barberá, E. and Candela, C. (2002). Mujeres directivas y demandas organizacionales. *Revista de Psicología Social*, 17, 2, 183-192

Sáinz, M., López-Sáez, M., and Lisbona, A. (2004). Expectativas de rol profesional de mujeres estudiantes de carreras típicamente femeninas o masculinas, *Acción Psicológica*, 3, 2, 111-123

Scott, J. (1986). Gender: A Useful Category of Historical Analysis. *The American Historical Review*. Vol. 91, N° 5: 1053-1075 <http://links.jstor.org/sici?sici=0002-8762%28198612%2991%3A5%3C1053%3AGAUCOH%3E2.0.CO%3B2-Z> Acceso 10 de Noviembre (2012).

Servicio de Información de Educación Superior (SIES) (2014). *Principales Indicadores de Educación Superior en Perspectiva de Género* <http://www.mifuturo.cl/index.php/estudios/estudios-recientes>. Acceso el 22 de mayo (2014)

Trauss, A. and Corbin, J. (2002). *Bases de la Investigación Cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la Teoría Fundamentada*. Medellín, Colombia: Editorial Universidad de Antioquia. Colección Contus.

Unesco (1998) *Declaración Mundial Sobre la Educación Superior en el Siglo XXI: Visión y Acción Conferencia Mundial Sobre la Educación Superior. Visión y acción* http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm. Acceso 17 de abril (2014).

**EJE TEMÁTICO: ASPECTOS POLÍTICOS,
CORPORATIVOS Y ECONÓMICOS**
SUBJECT AREA: POLITICAL, CORPORATE, AND ECONOMIC ASPECTS

**Breve cartografía de rutinas periodísticas: el uso de fuentes no
identificadas en secciones económicas de los diarios El Mercurio
y La Tercera**

***Brief mapping of journalistic routines: the use of unidentified
sources in economic sections of El Mercurio and La Tercera
newspapers***

Alejandro Gabriel Lagos
Universidad de Chile
alejandrogabriel.lagos@gmail.com

Abstract

Journalistic routine presents a set of characteristics that allow the journalist to protect the sources of information that are necessary for the construction of the new. Between these safeguards, highlights the right to no identify the source, action that allows the no revelation of the source to which reference, when building story is done. Within the framework of research titled “Journalistic routines in Centre-North Zone”, it was possible to glimpse the presence of such sources in the news business section of national circulation “La Tercera” and “El Mercurio de Santiago”, in both media, the presence of unidentified sources such as “sources close to the directory”, “sources involved” or “related to industry sources,” allowed the deployment of positions of particular groups, who are seeking to establish certain economic notions according to their interests in the media in question, in that sense, this research aims at a general level to establish the prevalence of unidentified source within the journalistic routines that allow the construction of the news, and more specifically, seeks to identify the importance of no revealed sources in the economic

sections of the newspapers “El Mercurio” and “La Tercera”. The matrix of analysis of research called “Centre-North Journalistic Routines” directed by Academics Claudio Salinas and Hans Stange, allows to gather the necessary information to develop a reading on the relationship between journalist and source during the data collection process.

Keywords: *written press, economic power, journalistic routines, unidentified sources*

Resumen

La rutina periodística presenta un conjunto de particularidades que permiten al periodista, resguardar las fuentes de información que son necesarias para la construcción de la noticia. Entre estos resguardos destaca la no identificación de la fuente, acción que permite el no revelamiento explícito de la fuente a la que se hace alusión al momento de construir una noticia. En el marco de la investigación sobre Rutinas Periodísticas de La Zona Centro - Norte, fue posible vislumbrar la presencia de este tipo de fuentes en las noticias de la secciones económicas de los diarios de tiraje nacional La Tercera y El Mercurio de Santiago, en ambos medios, la presencia de fuentes no identificadas tales como “fuentes cercanas al directorio”, “fuentes involucradas” o “fuentes relacionadas al sector”, permitieron el despliegue de posiciones sobre una determinada acción política o social por parte de grupos que buscan establecer ciertas nociones político-económicas acorde a sus intereses en los medios de comunicación en cuestión, en ese sentido, la presente investigación busca en un plano general establecer la preponderancia de la fuente no identificada en el marco de las rutinas periodísticas que permiten la construcción de la noticia, y más específicamente, busca identificar la importancia de las fuentes no reveladas en las secciones económicas de los diarios El Mercurio de Santiago y La Tercera, para ello, se utiliza la matriz de análisis de la investigación sobre Rutinas Periodísticas de la Zona Centro – Norte dirigida por los Académicos Claudio Salinas y Hans Stange, la que permite recabar la información necesaria para desarrollar una lectura sobre la relación entre periodista y fuente durante el proceso de recolección de información.

Palabras clave: Prensa escrita, Poder económico, Rutinas periodísticas, Fuentes no identificadas

Introducción

La presente ponencia busca dar cuenta de una breve cartografía de las fuentes no identificadas de dos diarios de tiraje nacional como son El Mercurio de Santiago y La Tercera, deteniendo el análisis en sus respectivas secciones económicas. Esta investigación se genera en el marco del trabajo realizado para la investigación titulada “Rutinas profesionales y pluralismo. Un estudio sobre las condiciones de producción informativa en la prensa nacional y la prensa de la zona norte” dirigida por los académicos Claudio Salinas y Hans Stange y nace de la observación de la fuentes no identificadas como un fenómeno presente en la producción de noticias en los medios estudiados, en ese sentido, se busca establecer la preponderancia de esta clase de fuentes, para ello, se utilizó la matriz de análisis de la investigación realizada por Stange y Salinas, la que permitió recabar la información necesaria para establecer la presencia de esta particularidad y realizar un esbozo de sus posible consecuencias e implicancias. El periodo de tiempo analizado va desde el 4 al 10 de mayo de 2015, fechas asignadas por la investigación sobre rutinas y su objetivo apunta a establecer la presencia de la fuente no identificada en el marco de la producción de noticias, buscando además, establecer su importancia y el por qué su presencia es requerida en la rutina periodística de los medios analizados.

Soporte fundamental

La fuente, aquel manantial de información que permite al periodista establecer determinados alcances de su producción noticiosa, es uno de los elementos centrales al momento de realizar la rutina que permite responder a los ciclos de producción de un determinado medio de comunicación. Tanto la calidad de la fuente como la profundidad de sus planteamientos permite elaborar un trabajo más o menos completo relacionado con el abarcar las aristas de un hecho transformado en noticia, en ese sentido, la recopilación de fuentes es un elemento central en la producción del material informativo, independiente de

las implicancias éticas o de su naturaleza, la fuente asoma como necesaria para entregarle verosimilitud al producto de la empresa periodística, por esto, la presente investigación toma distancia de los enfoques ético-normativos y los de carácter mítico, ya que no entendemos la producción noticiosa con los enclaves del “buen” y el “mal” periodismo, tampoco buscamos interpelar a los periodistas bajo los designios liberales del *deber ser* de la prensa, esto porque la prensa, en toda su magnitud e interrelación con otras Instituciones e intereses tanto políticos como económicos, forma parte de un complejo sistema de relaciones que guarda vínculos con el orden contemporáneo, siendo un elemento clave en la configuración de las sociedades de control (Deleuze, 1994). Por todo lo anteriormente expuesto es que consideramos fundamental aproximarnos al grupo de investigadores que han decidido estudiar las prácticas de prensa más allá de un “deber ser”, examinando el producto que deja el trabajo de prensa e intentando no tocar los horizontes míticos que abundan en esta determinada práctica. En la investigación sobre rutinas periodísticas de Hans Stange y Claudio Salinas del año 2009 existe una mención sobre esta corriente sosteniendo que:

Estos estudios han utilizado a menudo los mismos marcos teóricos y metodológicos de los demás trabajos pero han desplazado significativamente el eje y el punto de vista de sus investigaciones. En primer lugar, han centrado su atención en la producción periodística, involucrando tanto el proceso como sus condiciones e intentando, en lo posible, las dimensiones discursivas y materiales del mismo. En segundo lugar, han repuesto la complejidad de la producción de la noticia como aspecto relevante de sus análisis, impidiendo reducciones categoriales comunes en el pasado y entendiendo que el periodismo es algo más que una “fábrica” de noticias o una “técnica” de transmisión de contenidos. (Stange & Salinas, 2009: 07)

Es desde aquí en donde consideramos relevante el presente trabajo, ya que más allá de las concepciones ideológicas que se tengan sobre la producción periodística nos preocupa y concierne lo que está ocurriendo en este ámbito y para ello, el estudio de las marcas que deja el trabajo de prensa en el producto final nos entrega un valioso material que nos permite evaluar ciertas prácticas presentes en las rutinas periodísticas contemporáneas.

La importancia de abordar la rutina

La obtención de la fuente, enmarcada en el ejercicio del reporteo periodístico, implica un conjunto de acciones insertas en una rutina que tiene por objetivo producir la noticia en un determinado lapso de tiempo que permita darle continuidad a la maquinaria de prensa, es importante agregar, que además de este marco de funcionamiento, se suman la tensa coexistencia de la institución con un conjunto de otras instituciones que realizan los más diversos ejercicios de influencia para posicionar sus perspectivas en los medios, desde ahí, se nos hace necesario estabilizar la noción de rutina, la que Stange y Salinas (2009: 25) definen como “una práctica internalizada e institucionalizada (...) históricamente determinada y situada en relación a los marcos políticos, sociales y económicos en los que se realiza.” Esta definición nos es útil porque reconoce al ejercicio periodístico inmerso en un medio ambiente en el cual debe subsistir a través de la adaptación y comprensión de su entorno, además de la necesidad de articular el dinamismo con el que debe operar:

(...) la práctica es autoexplicativa, en constante modificación –o ajuste- según los cambios de estos marcos pero, a la vez, preserva un núcleo invariable, transhistórico, de carácter material, que le otorga coherencia, lógica propia y cierta identidad. La rutina incorpora prácticas contradictorias entre sí, en un marco comprensivo que dota de sentido a estas contradicciones sin alterar en lo sustancial la relación entre este tipo de práctica social con las lógicas y racionalidades a las que, en última instancia se debe. Es esta doble condición la que permite referir la rutina al mismo tiempo como una práctica cotidiana constitutiva y constituyente: operación, cultura, sentido común y mito/modelo a la vez. (Stange & Salinas, 2009: 25)

Es desde esta estabilización de la noción de rutina que podemos comprender en toda su complejidad la producción de la noticia y la obtención de fuentes para su construcción, en ese sentido, la noción de “racionalidad” adquiere plena vigencia, entendiendo que el proceso fundamental para la producción noticiosa descansa en la regularidad del procedimiento en sí, ya Adorno y Horkheimer en *Dialéctica de la Ilustración*, daban cuenta de este fenómeno que copaba a Occidente a través de los motores procedimentales del funcionamiento cuando sostiene que “Lo que importa no es aquella satisfacción que los hombres llaman verdad, sino la operación, el procedimiento eficaz.” (2006: 51). Como bien identifican Stange y Salinas (2009: 28) “la racionalidad supone que determinada interpretación de la realidad que se produce en la articulación de prácticas

concretas que manifiestan su sentido, su tiempo y su modo”, es esta articulación compleja sintetizada en una rutina, la que le otorga validez al procedimiento y valida a la maquinaria en todo su espesor. La certeza del funcionamiento es algo que sin duda excede la producción periodística pero la atraviesa de manera intensa e ininterrumpida y otorga la requerida validación frente al cuerpo social del ejercicio de prensa.

Los “entre” que conforman la rutina

Tomando en consideración los elementos que definen la racionalidad y entendiéndola como “ideología puesta en acto” (Stange & Salinas, 2009: 28), debemos analizar las consecuencias de dicha materialización, es por esto, que consideramos que la noción de dispositivo es capaz de otorgarnos el espesor que buscamos para comprender las vicisitudes de la labor periodística. En su ensayo titulado ¿Qué es un dispositivo? Giorgio Agamben (2011: 250) intenta realizar una estabilización del concepto, para ello, hace una primera consideración en la que sostiene que Foucault nunca define este concepto central en su teoría, sin embargo, esboza ciertas características:

- (El dispositivo) se trata de un conjunto heterogéneo que incluye virtualmente cada cosa, sea discursiva o no: discursos, instituciones, edificios, leyes, medidas policíacas, proposiciones filosóficas. El dispositivo, tomado en sí mismo, es la red que tiende entre estos elementos.
- El dispositivo siempre tiene una función estratégica concreta, que siempre está inscrita en una relación de poder
- Como tal, el dispositivo resulta del cruzamiento de relaciones de poder y saber.

Desde esta perspectiva consideramos fundamental la noción de red, tejido capaz de inter-conectar no sólo la rutina con un conjunto de elementos que conforman el dispositivo comunicacional, sino que además, permite comprender la conexión entre diversos dispositivos, ya que entre unos y otros no existe vacío, sino, un conjunto de prácticas y elementos que configuran la realidad e interconectan diversas esferas que configuran el poder, siempre maleable y en transformación, independiente de las continuidades y interrupciones que experimente en un determinado periodo histórico. La potencialidad de la noción de dispositivo, y que nos permite profundizar en nuestra investigación, consiste en su anclaje material, ya no entendiendo como un enigma a descifrar el trabajo periodístico,

sino, como un trabajo concreto que genera un producto tal como es la noticia que aparece en un determinado medio de comunicación, desde ahí, es posible retomar la fuente, ya no sólo como una parte del trabajo de prensa, sino como un elemento que forma parte en el *entre* del dispositivo y que por lo tanto deja entrever los juegos de poder que se producen en la maquinaria de prensa. La fuente es clave porque es capaz de domiciliar la brújula inserta en la rutina con la que se produce la noticia, por esto, el establecer una medición de las fuentes no identificadas de dos medios escritos de tiraje nacional y que cuentan con el prestigio y la historia como son el Mercurio de Santiago y La Tercera, nos permite aproximarnos a las tendencias que se aprecian en la rutinización y los pulsos que el dispositivo comunicacional presente en estos diarios entrecruza con otros dispositivos insertos en la red de poder.

Para esta labor utilizamos la grilla de categorización de fuentes de la investigación del proyecto “Rutinas profesionales y pluralismo. Un estudio sobre las condiciones de producción informativa en la prensa nacional y la prensa de la zona norte”. En esta investigación, fuimos capaces de categorizar la naturaleza de las fuentes de diversos medios de comunicación, sin embargo, nuestro eje se centró en dos de los diarios con mayor historia de nuestro país por motivos anteriormente expuestos, a esto se suma la importancia de analizar las fuentes no identificadas, entendiéndolas como espacios no determinados que cumplen un fin en la producción de la noticia, siendo además, una parte integrante en el proceso de producción.

La fuente: esencial en la producción de noticias

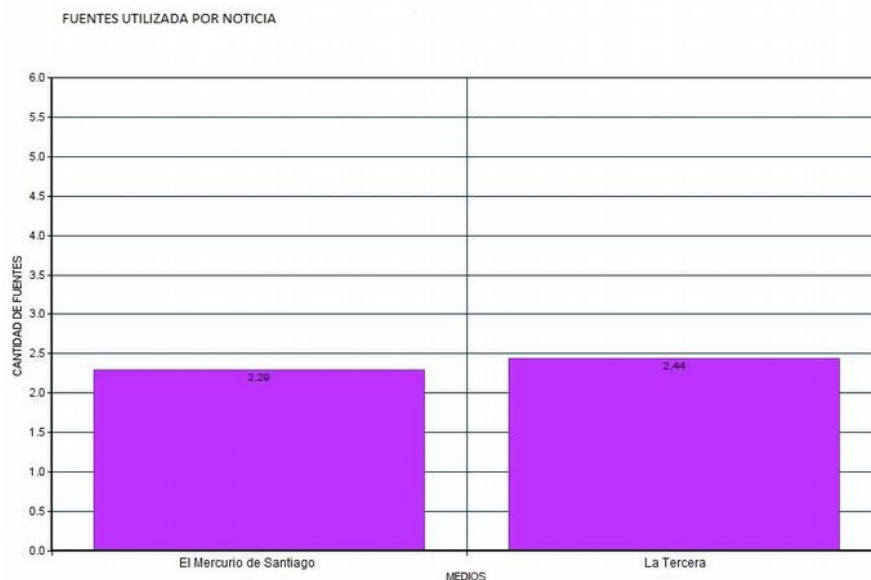
La Tercera y El Mercurio de Santiago son los medios de prensa escrita más prestigiosos del territorio chileno, en ambos, diferentes representantes de grupos sociales buscan ganar notoriedad en el dispositivo periodístico para dar a conocer sus agendas y perspectivas, este interés y su interrelación con otras instituciones que conforman la sociedad les permite a ambos medios guiar la agenda noticiosa, es por esto que su estudio es particularmente importante, tomando especial relevancia la manera en la que sus respectivas rutinas quedan plasmadas en sus productos finales, dejando entrever las tensiones y los pulsos de disputa de diversas instituciones por marcar pauta.

Cifras

Para la presente investigación utilizamos los datos arrojados por La Tercera y El Mercurio de Santiago con fechas de emisión entre el 4 y el 10 de mayo del año 2015. Este lapso de tiempo fue determinado por la investigación sobre rutinas periodística dirigida por los profesores Hans Stange y Claudio Salinas.

En el plano de las fuentes utilizadas por noticia (gráfico 1) El Mercurio de Santiago tuvo una media de 2,29 fuentes por producto, mientras que La Tercera contó con 2,44. El Mercurio marcó un mínimo de 0 fuentes accesadas para la producción de una noticia, mientras que la mayor cantidad de fuentes llegó a 6. En el Caso de La Tercera, la mínima cantidad de fuentes fue 1 mientras que la máxima 6. Esto abre una primera tensión relacionada con la posibilidad de producir una noticia con un mínimo de fuentes, en este tipo de casos, se puede considerar la producción de la noticia como una transmisión directa de información por parte de un interlocutor validado por la rutina, lo que convierte el trabajo de prensa en una cuasi transmisión de comunicados oficiales.

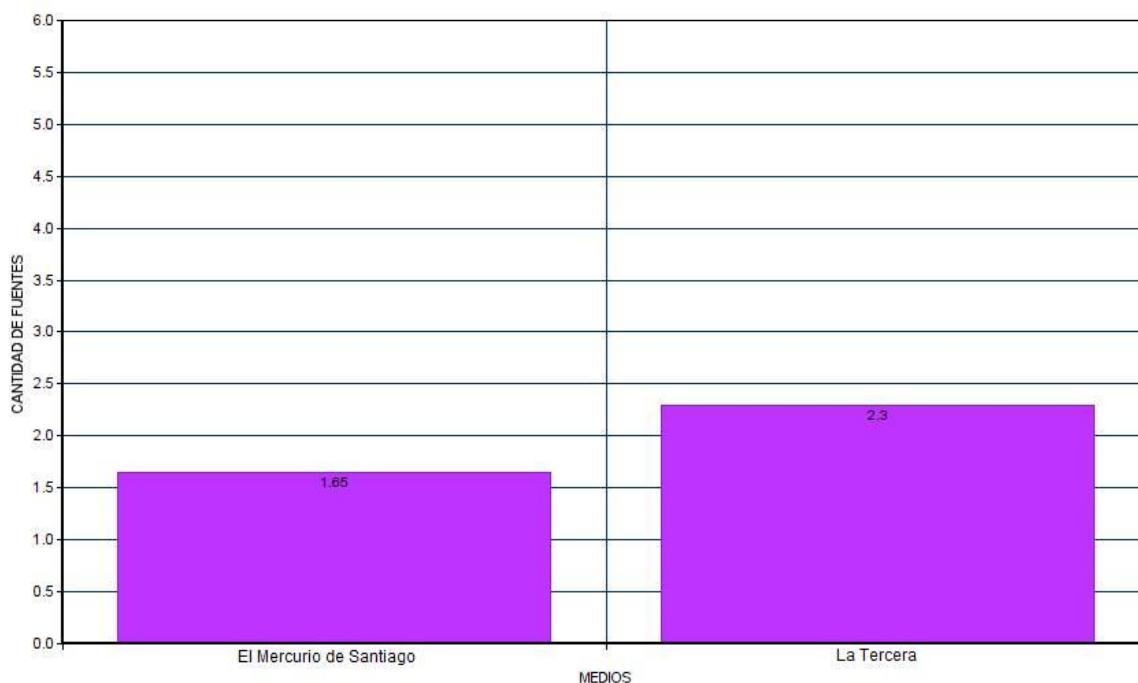
Gráfico 1: Cantidad de fuentes por noticia al 2015



Fuente: Stange & Salinas (2016)

Ya en el caso específico de las respectivas áreas económicas de cada medio, La Tercera (gráfico 2) tuvo una media de 2,3 fuentes por noticia producida, mientras que su mínima y máxima fueron 1 y 5 respectivamente. El Mercurio de Santiago marcó una media de 1,65 fuentes por noticia, teniendo además 0 fuentes como mínima y 4 como máxima. En esta área en particular, El Mercurio de Santiago experimentó una baja en comparación con sus cifras generales. Si bien esta información es particularmente relevante no es una sorpresa, ya que ambos medios suelen utilizar pocas fuentes en reiteradas ocasiones para la construcción de una nota, lo que disminuye la pluralidad de perspectivas que pueden converger en este tipo de problemáticas, en ese sentido se asoma el factor de la burocratización de la rutina periodística.

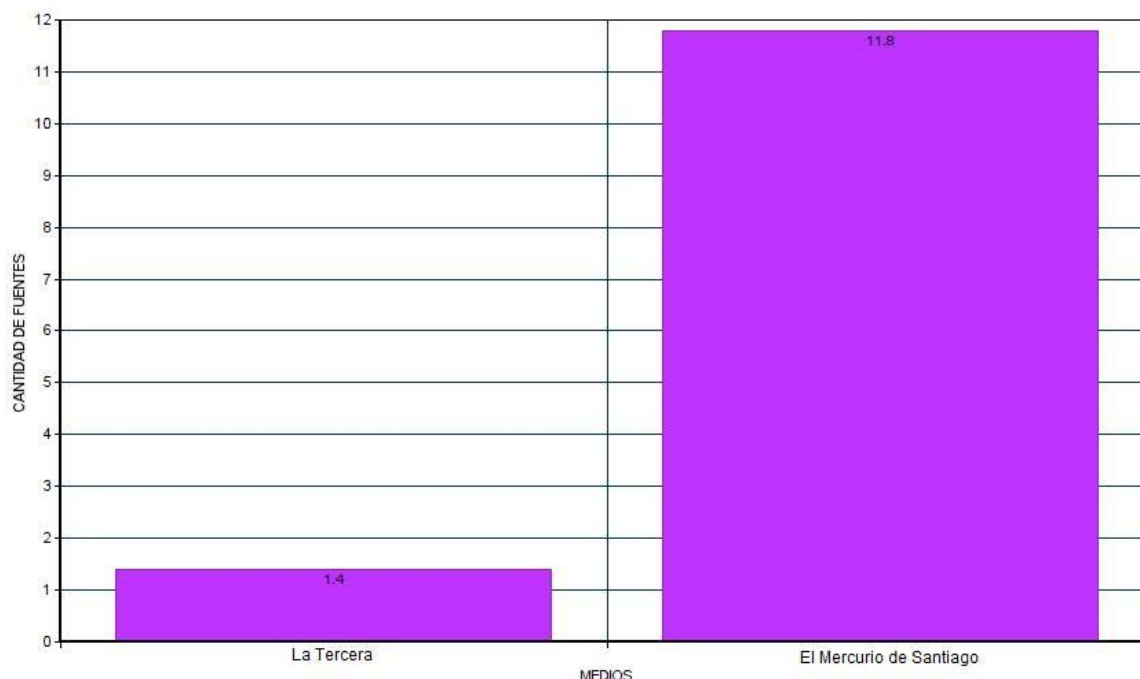
Gráfico 2: Cantidad de fuentes por noticias en el área económica al año 2015.



Fuente: Stange & Salinas (2016)

En torno a los porcentajes totales (gráfico 3), La Tercera sólo alcanzó el año 2015 el 1,4% de fuentes no identificadas, por su parte, El Mercurio alcanzó la cifra del 11,8%, muy superior a la de su competencia.

Gráfico 3: Total fuentes no identificadas al año 2015.



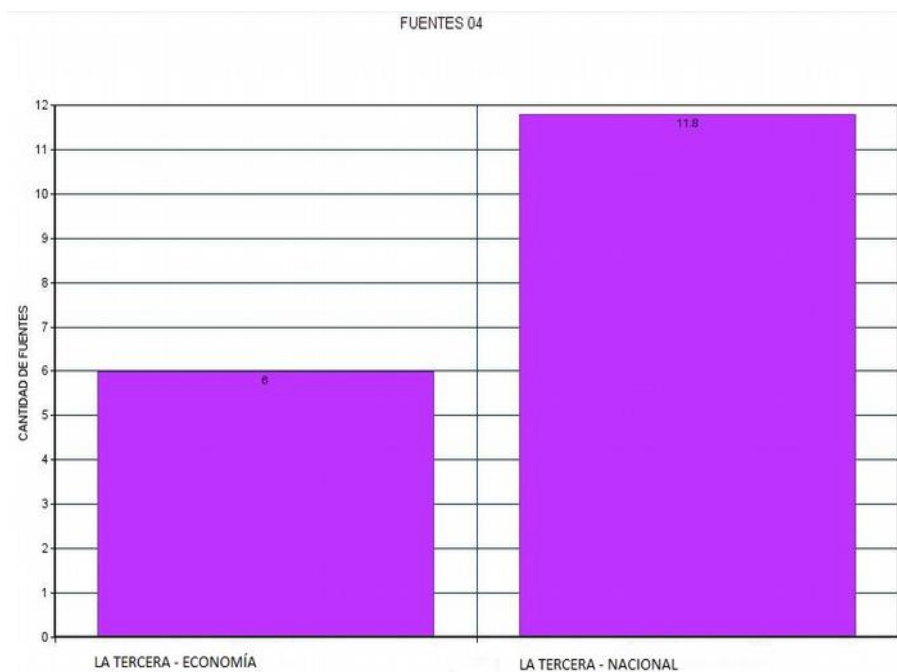
Fuente: Stange & Salinas (2016)

En el área de las fuentes no identificadas por medio y sección, La Tercera alcanzó un 6% en <<Economía>> (gráfico 4), muy inferior a las cifras alcanzadas por el área <<Nacional>> que alcanzó un 11,8%, por su parte, El Mercurio de Santiago (gráfico 5) marcó un 11,8% en <<Economía>> y en <<Nacional>> un 7,5%, esto arroja un fenómeno particularmente interesante, nos referimos a la manera inversa en las que ambos diarios abordan la fuente no identificada.

En el área de las fuentes no identificadas por medio y sección, La Tercera alcanzó un 6% en <<Economía>> (gráfico 4), muy inferior a las cifras alcanzadas por el área <<Nacional>> que alcanzó un 11,8%, por su parte, El Mercurio de Santiago (gráfico 5)

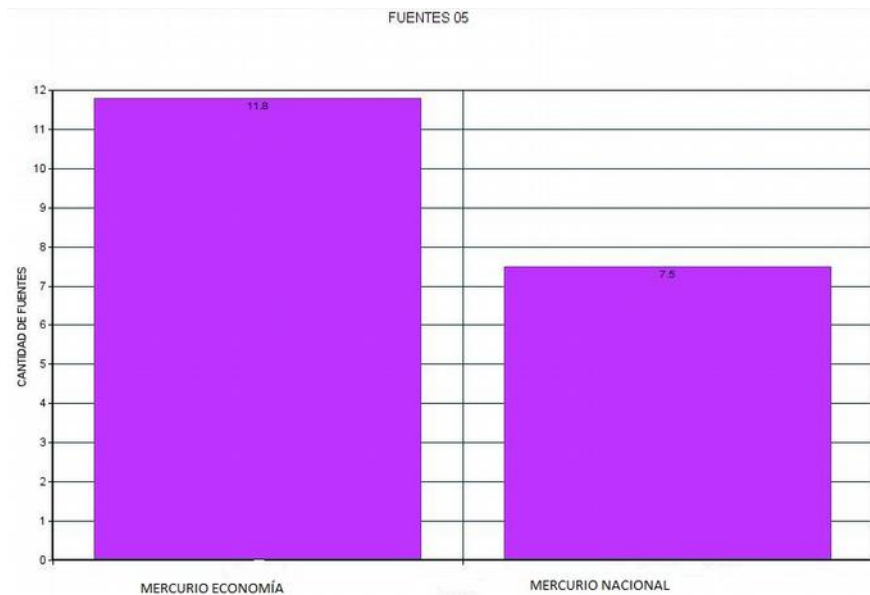
marcó un 11,8% en <<Economía>> y en <<Nacional>> un 7,5%, esto arroja un fenómeno particularmente interesante, nos referimos a la manera inversa en las que ambos diarios abordan la fuente no identificada.

Gráfico 4: Comparación secciones "Economía" y "Nacional" del Diario La Tercera al año 2015



Fuente: Stange & Salinas (2016)

Gráfico 5: Comparación secciones "Economía" y "Nacional" del Diario El Mercurio al año 2015



Fuente: Stange & Salinas (2016)

Consideraciones en torno a los resultados

El realizar un análisis por medio de datos de carácter cuantitativo sobre la cantidad de fuentes no identificadas presentes en los dos principales y más prestigiosos diarios de Chile, nos permite establecer algunos elementos fundamentales en torno a las respectivas rutinas periodísticas que los atraviesan:

1. Si bien la fuente no identificada no es un elemento central o mayoritario en las rutinas periodísticas que permiten producir las noticias en estos dos medios, sí cuenta con una presencia regular, lo que quiere decir que habita la periferia de la rutina y su naturaleza es constante, en ese sentido, no se comporta como una excepción, sino más bien, como un elemento presente, aunque marginal. La fuente no identificada forma parte del arsenal de los productores de noticias de estos dos medios.
2. El Mercurio de Santiago y La Tercera tienen de manera inversa un uso sistemático de la fuente no identificada, mientras que La Tercera utiliza mayoritariamente este

recurso en el área política, El Mercurio de Santiago lo hace en el área económica. Este fenómeno se puede deber a múltiples factores, sin embargo, el más probable puede ser el enfoque Editorial de cada medio.

3. Para complementar el estudio sobre las fuentes no identificadas, se requiere una fase complementaria capaz de analizar en detalle un conjunto de noticias en las que sea estudiada minuciosamente la naturaleza subjetiva de este tipo de fuentes, sólo así, podremos ingresar en los límites generados por la rutinización de la profesión periodística y las conexiones producidas por los dispositivos que buscan generar influencia y llevar adelante sus respectivas agendas.

Bibliografía

Adorno, Th. y Horkheimer, M. (2006). *Dialéctica de La Ilustración*. Madrid: Akal.

Agamben, G. (2011). ¿Qué es un dispositivo?. *Sociológica*, Nr. 73, 249-264.

Deleuze, G. (1991). Posdata sobre las sociedades de control,
<http://www.fundacion.uocra.org/documentos/recursos/articulos/Posdata-sobre-las-sociedades-de-control.pdf>. Acceso 26.09.2016

Stange, H. y Salinas, C. (2009). *Rutinas periodísticas*. Santiago: ICEI.

La mediatización de las elites políticas chilenas y la conformación de circuitos de comunicación de elite

The mediatization of Chilean political elites and the formation of elite communication circuits

Ximena Orchard
Escuela de Periodismo Universidad Alberto Hurtado¹¹³
morchard@uahurtado.cl

Abstract

This paper addresses the relationship between political elites and the media with the aim of contributing to the understanding of how national elites have adapted to the process of mediatization of politics, with particular emphasis on a characterization of what is here denominated as circuits of elite communication, as well as in the identification of structural elements that determine the mediatization levels of political actors.

Findings are presented from the analysis of 60 semi-structured interviews conducted in the cities of Santiago and Valparaiso, including 30 politicians (ministers and former ministers, parliamentarians and leaders of political parties) 12 communications officers and 18 journalists, which were analyzed by combining grounded theory and thematic analysis techniques.

The research identifies key elements of a centralist, elitist and self-referential political communications culture, integrated by political and media actors that engage in well-established routines and frequent exchanges, and seem aware of their own encapsulation. Additionally, the study identifies contributing factors to the mediatization of political actors, in particular the super-visibility of the executive power, sharp differences between national and regional leaderships and the limited pluralism of the national media system.

Keywords: *mediatization of politics, political elites, institutional logics, qualitative research*

¹¹³ Los resultados que se presentan forman parte de una investigación doctoral desarrollada por la autora en The University of Sheffield, Reino Unido.

Resumen

Esta ponencia aborda la relación entre elites políticas y medios de comunicación con el objetivo de contribuir a la comprensión de la forma en que las elites nacionales se han adaptado al proceso de mediatización de la política, poniendo especial énfasis en una caracterización de lo que aquí se denomina como circuitos de comunicación de elite, así como en la identificación de elementos de tipo estructural que condicionan los niveles de mediatización de los actores políticos.

Los resultados se presentan a partir del análisis de 60 entrevistas semi-estructuradas realizadas en las ciudades de Santiago y Valparaíso, entre las cuales se incluye a 30 políticos (ministros y ex ministros, parlamentarios y líderes de partidos políticos) 12 encargados de comunicaciones y 18 periodistas del área política, las cuales fueron analizadas combinando técnicas de la teoría fundamentada y del análisis temático.

La investigación identifica los elementos clave de una cultura de comunicación política centralista, elitista y auto-referente, compuesta por actores políticos y mediáticos que mantienen rutinas establecidas de intercambios frecuentes y que se manifiestan conscientes de su propio encapsulamiento. De forma adicional, el estudio identifica factores contribuyentes a la mediatización de actores políticos, en particular, la súper-visibilidad del poder Ejecutivo, las diferencias entre liderazgos nacionales y regionales y el limitado pluralismo del sistema de medios nacional.

Palabras clave: mediatización de la política, elites políticas, lógicas institucionales, investigación cualitativa.

*

Esta ponencia aborda la relación entre las elites políticas y medios de comunicación con el objetivo de contribuir a la comprensión de la forma en que las elites nacionales se han adaptado a la mediatización de la política, proceso que ha sido objeto de un intenso debate académico, como consecuencia de lo que es percibido como creciente influencia de los medios de comunicación en la esfera política (Mazzoleni & Schulz, 1999; Schulz, 2004; Strömbäck, 2008). Esta teoría en desarrollo ha provisto un locus para

revisitar preguntas sobre la relación entre actores políticos y mediáticos bajo la premisa de que una creciente autonomía institucional por parte de los medios de comunicación ha resultado en una mayor dependencia por parte de los actores políticos de los recursos de visibilidad manejados por los medios de comunicación (Kunelius & Reunanen, 2012; Thompson, 1995).

En el caso de los medios de comunicación chilenos, la mayor autonomía institucional del sistema de medios proviene principalmente del proceso de comercialización que se desarrolla durante la dictadura militar y que se traduce, entre otros aspectos en el desarrollo de infraestructura, el ingreso de agentes privados y la modernización de las industrias de medios desde la década de los ochenta y noventa (Tironi & Sunkel, 1993). A lo anterior se suma, por una parte, un movimiento lento pero consistente hacia la producción de contenidos noticiosos menos condescendientes con la autoridad y más ajustados a los requerimientos operacionales de los propios medios de comunicación (Cordero & Marin, 2006; Mellado & Rafter, 2014; Porath, 2007). Por otra parte, se puede constatar una clara percepción, por parte de las elites políticas, del creciente poder adquirido por los medios en las últimas décadas, institución que la elite política identifica –al mismo tiempo– como la más poderosa del país, pero con un poder que no legitima completamente, al calificar a los medios como una institución que tiene “demasiado poder”, como puede observarse en las encuestas a la elite aplicadas en los Informes de Desarrollo Humano del PNUD (2004, 2014).

Si bien la mediatización de la política es reconocida tanto coloquialmente como en la academia como una característica del proceso político del Chile contemporáneo, este proceso no ha sido objeto de un programa de investigación sistemático. Los análisis de la intersección entre actores políticos y mediáticos derivan fundamentalmente de estudios enfocados en la economía política de los medios de comunicación (Leon-Dermota, 2003; Monckeberg, 2009; Sunkel & Geoffroy, 2002) y de manera más reciente en el estudio de cambios en los contenidos de los medios de comunicación que pueden discutirse en un contexto de mediatización de la política (Mellado & Rafter, 2014; Porath, Suzuki, & Ramdohr, 2015). No obstante, la mediatización de los actores políticos, cuarta y última fase del proceso de mediatización de la política de acuerdo al modelo propuesto por Jesper

Strömbäck, (2008), no ha sido abordado hasta ahora de manera sistemática. La mediatización de actores políticos se entiende como la adopción de lógicas propias de los medios de comunicación por parte de actores políticos, tanto individuales como organizacionales. Este proceso ha sido descrito de manera teórica en relación a modelos basados principalmente en la observación de la realidad europea (Strömbäck, 2008; Stromback & Van Aelst, 2013), no obstante su desarrollo depende de características de la cultura de comunicación política propia de cada contexto nacional (Strömbäck & Dimitrova, 2011).

A partir del análisis de entrevistas con políticos, periodistas y encargados de comunicación chilena, esta ponencia describe las características principales de lo que puede ser descrito como los “circuitos de comunicación de elite” en la cultura de comunicación política chilena, caracterizando el contexto cultural en el cual se ha desarrollado la mediatización de las elites políticas. El análisis de las entrevistas permite describir una micro-cultura de comunicación política excluyente, centralista, auto-referencial y dominada por jugadores tradicionales que se relacionan de manera frecuente y rutinaria. Este circuito, no obstante, no es un espacio abierto en el que todos los actores tienen las mismas posibilidades de visibilidad. A partir del análisis de entrevistas con los participantes de investigación se identifican características estructurales que definen las relaciones entre actores mediáticos y políticos, así como el acceso de estos últimos a los medios de comunicación. La súper-visibilidad del poder ejecutivo, la diferencia entre liderazgos nacionales y regionales, y el pluralismo limitado del sistema de medios se identifican como elementos determinantes para asignar poder comunicativo a unos actores por sobre otros, condicionando al menos de manera parcial los niveles de mediatización que estos alcanzan.

Notas metodológicas

Los resultados que se presentan en esta ponencia derivan del análisis de un corpus de 60 entrevistas realizadas con políticos (N=30), periodistas (N=18) y encargados de prensa y comunicaciones (N=12) localizados en Santiago y Valparaíso. Al ser un estudio exploratorio y de orientación interpretativa, el enfoque metodológico utilizado es de tipo inductivo y persigue el objetivo central de desarrollar un relato acerca de la mediatización

de las élites políticas chilenas, a partir de las experiencias de políticos chilenos (ministros y ex ministros, parlamentarios y miembros de las directivas de partidos políticos), las que son cotejadas y complementados con las perspectivas de periodistas y editores con experiencia en reporteo político, así como con encargados de prensa que se desempeñan en este sector. Esta información fue complementada con notas de campo, observación y conversaciones informales en entornos profesionales como La Moneda, el Congreso en Valparaíso y Santiago, sedes de partidos políticos y medios de comunicación.

La estrategia metodológica utilizada contiene elementos distintivos de la teoría fundamentada, orientándose al desarrollo de una explicación general para un proceso (en este caso, la mediatización de actores políticos) a partir de las experiencias e interpretaciones de un gran número de participantes (Charmaz, 2006; Strauss & Corbin, 2008)

Todas las entrevistas fueron transcritas y analizadas utilizando un software de análisis cualitativo (NVivo) en etapas sucesivas de codificación. Debido a la gran cantidad de información recolectada, se utilizaron de manera complementaria algunas técnicas propias del análisis temático (Guest, MacQueen, & Namey, 2012), tales como la comparación de frecuencias con las que códigos fueron aplicados, la exploración de co-ocurrencias y la utilización de herramientas de visualización como el cluster analysis.

La narrativa del encapsulamiento: un entorno informativo excluyente y delimitado por la prensa de elite

Al analizar las relaciones entre actores políticos y medios de comunicación con un prisma neo-institucionalista (Dimaggio & Powell, 1983; March & Olsen, 2006) es posible inferir que por su convergencia dentro de un micro-cultura que tiene límites bastante reconocibles, actores políticos y mediáticos han desarrollado normas y reglas que guían sus intercambios. En efecto, rutinas de comunicación constante, intercambios de información frecuentes y patrones similares en el consumo y monitoreo de medios de comunicación refuerzan la naturaleza auto-referencial de los circuitos de comunicación de elite, un grupo integrado por actores políticos y mediáticos que convergen en torno a espacios comunes,

algunos de ellos de naturaleza física (las dependencias del Congreso en Valparaíso y Santiago, La Moneda, las casas centrales de los partidos políticos) y otros de tipo mediado, y cuyos integrantes tienden a construir relaciones en el tiempo, a partir de una activa e intensa red de contactos formales e informales -cara a cara, por teléfono y/o a través de aplicaciones de mensajería instantánea. En la generalidad, el acceso a fuentes políticas no se percibe como una cuestión problemática por parte de los periodistas de política. Por el contrario, las interacciones entre políticos, encargados de prensa y periodistas se describen como fluidas, intensas y frecuentes.

Los patrones de consumo de medios de comunicación presentan variaciones a nivel individual. Sin embargo, es posible reconocer que ciertos medios cumplen un papel fundamental en la delimitación del territorio de la información relevante para quienes habitan los circuitos de comunicación de elite. A nivel nacional, la prensa escrita tradicional –representada por El Mercurio, La Tercera y, en menor medida La Segunda¹¹⁴ - se considera una parte no negociable del día para la mayoría de los participantes de investigación y se le atribuyen importantes roles en la construcción de la agenda política. La prensa de élite es generalmente reconocida como el centro gravitacional de este circuito, a pesar de que existe una consciencia generalizada respecto del sesgo elitista de este ambiente informativo, por lo que resulta común que lo describan utilizando palabras que denotan su aislamiento y desconexión de la ciudadanía, tales como “microclima”, “cápsula”, “burbuja”, “pequeño mundo” o “reality”, una narrativa que refuerza la idea de que el circuito de la información política se entiende sobre todo como un espacio para la comunicación intra- élite. Estos periódicos constituyen un foro codiciado para establecer posiciones, enviar señales a aliados y adversarios políticos, así como un espacio de validación política y social. El acceso a ellos, sin embargo, es altamente competitivo y, por supuesto, no está garantizado.

114 Este núcleo es complementado por otros medios, en especial radios (Cooperativa, Biobío, el ADN y de Agricultura), canales de noticias (TVN 24 Horas y CNN Chile) y medios que funcionan en plataformas digitales (El Mostrador, Ciper, El Dínamo, The Clinic). En el área de las redes sociales, Twitter se menciona en aproximadamente la mitad de la muestra (y una tercera parte de los políticos entrevistados) como una importante fuente de información, especialmente útil para tomar la temperatura del momento político. Otros medios de comunicación, en particular la televisión abierta y los medios regionales y locales, son referidos en términos distintos, concebidos como espacios de comunicación hacia el exterior, vale decir orientados a un público situado fuera del circuito de comunicación de élite.

Con conocidos sesgos políticos, de clase y geográficos¹¹⁵, la prensa de élite cumple la función de contener simbólicamente la narrativa de encapsulamiento que caracteriza las descripciones de la micro-cultura de comunicación política chilena.

Así como las fronteras de este circuito son reconocidas, políticos de distintas tendencias, periodistas y encargados de comunicación coinciden en que las habilidades de definición de agenda pública del circuito de comunicación de elite, así como su capacidad para invisibilizar temas o actores –percibida como mayor al inicio de la transición democrática- se encuentra gravemente disminuidas, gracias a la consolidación de un nuevo entorno de comunicación que permite y estimula la circulación de una mayor variedad de fuentes y puntos de vista, especialmente en Internet. Estas capacidades disminuidas son extensibles tanto a actores políticos como mediáticos, ya que es el circuito de comunicación de élite en su conjunto el que aparece cuestionado. En general, la erosión del circuito de comunicación de élite se percibe como procedente del "exterior", impulsado por nuevos actores políticos y medios de comunicación que no comparten necesariamente el sistema de prácticas que han sostenido la cultura de comunicación política chilena de las últimas décadas. Esta pérdida de control a nivel social no implica necesariamente una pérdida de poder simbólico al interior de las propias elites. En gran medida, organizaciones de noticias como las anteriormente identificadas actúan como contenedores de la élite política: delimitan informativamente a este circuito y proporcionan foros reconocidos y validados entre pares para que estos grupos articulen sus preocupaciones, adquieran visibilidad o compitan por la interpretación de los hechos de actualidad política. En otras palabras, a pesar de que la supremacía de la prensa de élite es percibida como erosionada por un nuevo entorno informativo, este segmento de medios de comunicación continúa ejerciendo un rol significativo como aglutinador de la comunidad de la comunicación política, y punto de referencia obligados para los principales actores políticos. Por un lado, esta disociación refuerza el encapsulamiento de las élites políticas, destacando los signos de agotamiento de

115 Entre otros, existen antecedentes empíricos que respaldan la idea de homogeneidad temática de los medios escritos (Gonzalez-Bustamante & Soto Saldías, 2015; Valenzuela & Arriagada, 2009), su alineación respecto a la agenda de los partidos políticos (Porath, 2007), sus sesgos geográficos de tipo centralizador (Gronemeyer & Porath, 2014), sus sesgos políticos (Navia & Osorio, 2015; Navia, Osorio, & Valenzuela, 2013) y su estrecha relación con grupos empresariales y políticos de la derecha chilena (Couso, 2012; Herrero, 2014; Sunkel & Geoffroy, 2002).

un modelo de comunicación política que podría describirse como un factor contribuyente a la distancia entre las élites políticas y la ciudadanía. Por otra parte, pone de relieve la importancia de comprender de mejor manera las prácticas de comunicación de las élites políticas y las relaciones que estas establecen con los principales actores mediáticos.

Fuentes estructurales de acceso diferenciado a los medios de comunicación

Los tres grupos participantes identifican un conjunto de condiciones estructurales relativas a los sistemas políticos y los medios de comunicación chilenos que determinan los niveles de acceso a la visibilidad mediada que los actores políticos puedan tener. Las dos primeras condiciones reflejan características del sistema político y la tercera del sistema de medios. Estas son la súper-visibilidad del poder ejecutivo; las marcadas diferencias entre liderazgos nacionales y regionales, y el limitado pluralismo del sistema de medios y que se manifiesta en los lineamientos políticos implícitos de algunas organizaciones de noticias, los que podrían ser discutidos en términos de un paralelismo político sui generis. Estas características no deben leerse de manera determinista pero aparecen como condicionantes respecto de los niveles de mediatización de los actores políticos. Esto es, de la medida en que los lenguajes, ritmos y lógicas noticiosas son incorporados.

La visibilidad mediática del Poder Ejecutivo: Reflejando una de las características centrales del diseño institucional del sistema político chileno, el poder Ejecutivo es ampliamente percibido por los participantes de investigación como dueño de una ventaja clara en términos de acceso a los medios de comunicación. Esta ventaja se expresa de dos formas. En primer lugar, a la iniciativa exclusiva que el Ejecutivo tiene en el ámbito legislativo (Aninat, Landregan, & Navia, 2006) se le atribuye un correlato en términos de capacidad de control de la agenda noticiosa. En segundo lugar, se reconoce que el nivel de recursos que el Poder Ejecutivo maneja en el ámbito de las comunicaciones – recursos humanos con dedicación exclusiva a la gestión de medios, desarrollo de estrategias de comunicación profesionalizadas, asesorías, entre otros- es muy superior a los que manejan los parlamentarios o los partidos políticos. Como resultado, los actores ubicados

fuera del Ejecutivo perciben sus opciones de cobertura mediática como disminuidas en comparación con aquellos actores situados en su interior, y para éstos la mejor alternativa de gestionar la atención pública es reaccionar a lo que hace o dice el Ejecutivo.

Liderazgos nacionales vs. regionales: Teniendo en cuenta la fuerte tendencia centralista observada en la cultura política chilena, no es sorprendente que la mayoría de los esfuerzos de comunicación política sobre todo en el espacio de comunicación intra-élite, estén firmemente anclados en Santiago y sean desplegados en medios de circulación nacional con base en la capital. A lo anterior se suma que las dinámicas de gestión de prensa en regiones son claramente distinguidas de aquellas desarrolladas en el centro del país. En el caso de autoridades ubicadas en el gobierno central, las decisiones respecto de estrategias de gestión de prensa suelen surgir en el centro y luego expandirse hacia regiones. En el caso de parlamentarios, tanto políticos como encargados de prensa destacan que aquellos parlamentarios que representan distritos ubicados en el centro del país suelen tener mejores chances de acceso a los medios de comunicación nacionales que aquellos ubicados fuera del centro, siendo muy costoso acceder a medios de circulación nacional para parlamentarios que representan distritos en regiones distintas a la Metropolitana, especialmente diputados.

En un país con una larga tradición de centralismo administrativo y político (Mardones 2006; Boisier, 1992), los liderazgos nacionales suelen proyectarse desde Santiago, lo que incluye establecer rutinas de comunicación con organizaciones de noticias con sede en la capital. Entrar en este espacio privilegiado es percibido como difícil y mucho más competitivo que el acceso a medios regionales y locales.

Es posible argumentar que estas dinámicas de comunicación son un paralelo natural de otras formas de centralismo, como el observada a nivel de la composición de las elites políticas que han poblado las instituciones desde la transición (Joignant 2009), así como la organización interna de los partidos políticos y la selección de candidatos a cargos públicos (Siavelis 2002; Navia 2008). Sin embargo, también pueden entenderse como un factor que contribuye al centralismo político, dado que figuras políticas sin redes con medios de comunicación en Santiago ven significativamente reducidas sus posibilidades de visibilidad mediática a nivel nacional.

Pluralismo limitado y sesgos políticos: La tercera condición de tipo estructural que define el acceso de las élites políticas a la visibilidad mediática se relaciona con el limitado pluralismo que se observa en el sistema de medios. Más concretamente, tanto políticos como encargados de prensa y periodistas aluden de manera frecuente a los sesgos políticos de las organizaciones de noticias, y como ellos las hacen más o menos receptivas frente a ciertas temáticas o ciertos actores.

Resulta relevante indagar en las perspectivas sobre el pluralismo mediático desde las experiencias de políticos y sus encargados de prensa, toda vez que la mayoría de los análisis sobre el tema se basan en la economía política de los medios de comunicación, y destacan asuntos como la concentración de la propiedad o los lazos existentes entre los actores dominantes y grupos económicos ligados a la derecha política (Bresnahan, 2003; Couso, 2012; Sunkel & Geoffroy, 2002). Desde la perspectiva de prácticas cotidianas de gestión de prensa, las posiciones se dividen entre los políticos entrevistados, y no necesariamente en relación a sus afiliaciones partidarias. Si bien algunos reclaman grados de censura o indiferencia por parte de los actores dominantes debido a sus posiciones políticas, otros creen que el acceso privilegiado de ciertas tiendas políticas a medios afines es poco más que un mito que no se sostiene en el actual entorno informativo.

Esta discrepancia entre los participantes de investigación no es trivial e indica que explicar el tipo de relación construida entre actores políticos y los medios de elite en base al eje izquierda-derecha podría ser una interpretación inexacta de las redes de tipo clientelistas que se observan transversalmente entre la elite chilena y algunas organizaciones de noticias. En lugar de explicar estas relaciones en virtud de un paralelismo político estricto (medios de derecha que favorecerían a políticos de derecha), los participantes de investigación identifican relaciones basadas en la proximidad y el privilegio, políticamente transversales, facilitadas por el tamaño pequeño y manejable de la comunidad de comunicación política.

Conclusiones: accesos diferenciados, encapsulamiento y centralización

Esta ponencia ha expuesto características centrales de lo que ha sido descrito como circuitos de comunicación de elite, un espacio constituido a partir de interacciones entre actores provenientes de instituciones políticas y mediáticas, que converge en espacios

físicos y mediáticos específicos. Resulta importante destacar que reconocer la existencia de estos circuitos no implica sugerir que medios de comunicación y actores políticos actúen al unísono de manera alineada, sino únicamente reconocer la existencia de un espacio simbólico relevante, especialmente para la propia elite, y donde se han establecido rutinas, prácticas y relaciones de mediano y largo plazo. Este circuito se caracteriza por ser altamente auto-referente ya que gran parte de los esfuerzos de comunicación política se orientan a los mismos miembros de la comunidad.

De manera complementaria, se han identificado condiciones estructurales que actuarían facilitando o dificultando las opciones de visibilidad de los políticos en los medios de comunicación de noticias tradicionales. Tomadas en conjunto, estas condiciones - la súper visibilidad del poder ejecutivo, la distinción entre liderazgos nacionales y regionales, así como el pluralismo limitado del sistema de medios – ponen de relieve que no todos los actores se relacionan con los medios de comunicación teniendo las mismas opciones de visibilidad, ni cuentan con los mismos incentivos y condiciones para adaptarse a los lenguajes y lógicas propias de los medios de comunicación. En cambio, algunos actores - aquellos localizados en el poder ejecutivo, que proyectan sus liderazgos a nivel nacional y mantienen lazos estrechos con los medios de la elite – tendrán mejores oportunidades y recursos institucionales disponibles para adaptarse a los lenguajes y formatos de los medios; vale decir, para mediatizarse. Otros actores, en cambio, tendrán que trabajar de manera proactiva en su relación con los medios de comunicación para compensar esta misma falta de atributos.

Referencias

- Aninat, C., Landregan, J., & Navia, P. (2006). Political Institutions , Policymaking Processes and Policy Outcomes in Chile.
- Bresnahan, R. (2003). The Media and the Neoliberal Transition in Chile: Democratic Promise Unfulfilled. *Latin American Perspectives*, 30(6), 39–68.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory. A practical guide through qualitative analysis*. London: Sage.

- Cordero, R., & Marin, C. (2006). Los Medios Masivos y las Transformaciones de la Esfera Pública en Chile. Documentos de Trabajo ICSO-UDP (Vol. 7).
- Couso, J. (2012). El mercado como obstáculo a la libertad de expresión: La concentración de la prensa escrita en Chile en la era democrática. In B. Sorj (Ed.), *Democracia y medios de comunicación. Más allá del Estado y el Mercado* (pp. 109–142). Buenos Aires: Catálogos SRL.
- Dimaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160.
- González-Bustamante, B., & Soto Saldías, D. (2015). Pluralismo en los medios digitales escritos en Chile. Santiago.
- Gronemeyer, M. E., & Porath, W. (2014). The Ethical Demand for Editorial Diversity in a Context of Concentrated Newspaper Ownership in Chile. *Palabra Clave*, 17(1), 71–101.
- Guest, G., MacQueen, K., & Namey, E. (2012). *Applied Thematic Analysis*. London: Sage.
- Herrero, V. (2014). Agustín Edwards Eastman, una biografía desclasificada del dueño de El Mercurio. Santiago: Penguin Random House.
- Kunelius, R., & Reunanen, E. (2012). The medium of the media, journalism, politics and the theory of “mediatisation.” *Javnost, The Public*, 19(4), 5–22.
- Leon-Dermota, K. (2003). *And well tied-down. Chile’s press under democracy*. London: Praeger.
- March, J., & Olsen, J. (2006). Elaborating the “New Institutionalism.” In R. A. W. Rhodes, S. Binder, & B. Rockman (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Institutions* (pp. 3–22). Oxford: Oxford University Press.
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). “Mediatization” of Politics : A Challenge for Democracy ? *Political Communication*, 16(3), 247–261.

- Mellado, C., & Rafter, K. (2014). Understanding the influence of journalists and politicians on content: A cross-longitudinal analysis of Chilean political news coverage. *International Communication Gazette*, 76(7), 531–551.
- Monckeberg, M. O. (2009). *Los magnates de la prensa*. Santiago: Debate.
- Navia, P., & Osorio, R. (2015). El Mercurio Lies, and La Tercera Lies More. Political Bias in Newspaper Headlines in Chile, 1994-2010. *Bulletin of Latin American Research*, 34(4), 467–485.
- Navia, P., Osorio, R., & Valenzuela, F. (2013). Sesgo político en las lunas de miel presidenciales: El Mercurio y La Tercera, 1994-2010. In A. Arriagada & P. Navia (Eds.), *InterMedios. Medios de comunicación y democracia en Chile* (pp. 35–57). Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- PNUD. (2004). *Desarrollo Humano en Chile. El poder: ¿para qué y para quién?* Santiago.
- PNUD. (2014). *Auditoría a la democracia. Más y mejor democracia para un Chile inclusivo*. Santiago.
- Porath, W. (2007). Los temas de la discusión pública en las elecciones presidenciales chilenas 2005 relaciones entre las agendas de los medios y las agendas mediatizadas de los candidatos y del gobierno. *América Latina Hoy*, 46, 41–73.
- Porath, W., Suzuki, J., & Ramdohr, T. (2015). Newspaper Coverage of Three Presidential Campaigns in Chile : Personalisation and Political Strategies, 34(4), 451–466.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87–101.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2008). *Basics of qualitative research. Techniques and procedures for developing grounded theory*. London: Sage.
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), 228–246.

- Strömbäck, J., & Dimitrova, D. (2011). Mediatization and Media Interventionism: A Comparative Analysis of Sweden and the United States. *The International Journal of Press/Politics*, 16(1), 30–49.
- Stromback, J., & Van Aelst, P. (2013). Why political parties adapt to the media: Exploring the fourth dimension of mediatization. *International Communication Gazette*, 75(4), 341–358.
- Sunkel, G., & Geoffroy, E. (2002). Concentración económica de los medios de comunicación. Peculiaridades del caso chileno. *Comunicación Y Medios*, 13, 135–150.
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Cambridge, UK.: Polity.
- Tironi, E., & Sunkel, G. (1993). Modernización de las comunicaciones y democratización de la política: los medios en la transición a la democracia en Chile. *Estudios Públicos*, 52, 215–246.
- Valenzuela, S., & Arriagada, A. (2009). Competencia por la uniformidad en noticieros y diarios chilenos 2000-2005. *Cuadernos de Información*, 24(Junio), 41–52.

EJE TEMÁTICO: EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA

SUBJECT AREA: Epistemology and Methodology

Diversos y cambiantes: Reconociendo al público de la ficción televisiva chilena

Diverse and changing: Recognizing the public of the Chilean television fiction

Lorena Antezana Barrios
Instituto de la Comunicación e imagen
Universidad de Chile
lorena.antezana@gmail.com

Abstract

Characterize the actual viewers of fictional and hybrid programs (reality shows, docurrealities, series and mini-series) and understand the relationship established with these proposals is the main objective of the research funded by the Audiovisual Fund 2016 current, which arises this presentation. We will focus on the qualitative methodological strategies used for the generation of knowledge through cultural, historical, economic and political understanding of the social phenomenon under study. The innovation in this case is the adaptation of these methodologies to the characteristics of the current viewing.

Keywords: *Television, fiction, reception studies, methodology.*

Resumen

Caracterizar a los telespectadores reales de los programas ficcionales e híbridos (realities, docurrealities, series y miniseries) y comprender la relación que establecen con estas propuestas es el principal objetivo de la investigación financiada por el Fondo Audiovisual 2016 en curso, de la que surge esta presentación. Nos centraremos en las estrategias

metodológicas cualitativas utilizadas, para la generación de conocimiento a través de la comprensión cultural, histórica, económica y política del fenómeno social en estudio. Lo innovador en este caso es la adaptación de estas metodologías a las características del visionado actual.

Palabras clave: Televisión, ficción, estudios de recepción, metodología

Introducción

La televisión es el dispositivo mediático más relevante en la vida cotidiana de las personas al satisfacer las demandas actuales de un público que prefiere “el directo” y la ilusión del presente, además de lo hipervisible (efecto de lupa) y la redundancia de lo micro sumado al exhibicionismo (Guarinos, 2009). Más que mensajes, en la televisión leemos modos de relación y de percepción de la realidad, pero no sólo en los programas de no ficción, como los noticieros televisivos o los programas de reportajes, sino también en los formatos de ficción: series, telenovelas y películas.

El relato construido y puesto en circulación por la televisión es un acto de comunicación, que supone un intercambio que vincula a un emisor con un receptor de manera indirecta, donde el sentido depende de la relación de intencionalidad que se instaure entre ambos (Charaudeau, 1997). Entre estos dos polos, circulan los discursos sociales. En estas condiciones, es el género televisivo (Corner, 1992) y el conocimiento que tengan de éste ambos interactuantes el que permite que se establezca entre ellos un “contrato de lectura” o una “promesa de sentido” (Charaudeau, 2005). La forma en que será leído un determinado enunciado dependerá entonces del carácter del enunciador (si es real o ficticio) y requiere para su interpretación adecuada de la colaboración de un telespectador que debe estar al tanto de las particularidades de cada formato (Lacalle, 2005).

La televisión en la actualidad está pasando por un periodo de crisis, fundamentalmente por “la reestructuración en los hábitos de consumo del espectador, de la mano de los nuevos dispositivos y el agotamiento de las fórmulas y de las dinámicas de los operadores de televisión” (Iriépar, 2014: 179). Así, desde una concepción de televisión

pública dirigida a un espectador concebido como ciudadano; a una publicitaria (autofinanciada) que piensa al espectador como consumidor y, a una tercera de pago en que éste es más bien un cliente (Méndez y Domínguez, 2014) la transformación sigue en curso.

En un modelo televisivo como el chileno en el que los canales deben autofinanciarse, son los telespectadores los que, a partir de sus preferencias, determinan en gran medida el tipo de programas que se emitirán. La competencia entre las distintas casas televisivas es intensa y cada una desplegará una serie de estrategias destinadas a capturar audiencias que cuentan con tantas opciones -en distintos medios y formatos- para satisfacer sus demandas, que obligan a la industria televisiva a reinventarse para ofrecer nuevas propuestas -realizando variaciones en aquellas ya probadas o experimentando al crear híbridos-. Así los canales van diversificando sus parrillas programáticas de acuerdo a las necesidades del mercado que ha ido segmentando cada vez más a sus consumidores creando productos diferenciados para cada uno de ellos.

En este contexto, se hace necesario complementar los estudios de audiencia que actualmente se realizan en el país (CNTV; Time Ibope, entre otros) con estudios de recepción que permitan reconocer el tipo de relación que los telespectadores actuales establecen con los productos televisivos.

A partir del trabajo realizado en la investigación “Formación de telespectadores de ficción televisiva nacional: caracterización y usos pedagógicos” financiada por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Fondo Audiovisual 2016, realizaremos una reflexión sobre el tipo de metodologías que es más pertinente utilizar para poder entender la relación que los telespectadores de programas ficcionales televisivos establecen con estos productos mediáticos y propondremos algunos criterios metodológicos orientadores para la realización de este tipo de estudios.

Un breve estado del arte

Son cinco las tradiciones en el estudio de las audiencias reconocidas por Jensen y Rosengren (1997): la teoría de los efectos que se preocupa por los cambios cognoscitivos y de comportamiento que provocan los medios de comunicación en los públicos; los usos y gratificaciones que se preocupa por lo que hace el individuo con los medios; la crítica

literaria que se centra en las relaciones entre la estructura de los textos y los géneros y lo que éstos hacen con los lectores; los estudios culturales que analizan cómo se construye una cultura a través de los procesos de producción, circulación y consumo de los medios y; los análisis de recepción que estudian los significados que se generan en las prácticas concretas de consumo (Sampedro, 1997).

Estas cinco perspectivas también difieren en cuanto a las metodologías que privilegian. Las dos primeras utilizan preferentemente metodologías provenientes de la psicología y la sociología; la crítica literaria y los estudios culturales se inscriben más en la tradición humanista y los estudios de recepción son de naturaleza más interdisciplinar (Sampedro, 1997).

A nivel latinoamericano, la preocupación por las audiencias, empieza a desarrollarse en la década de los ochenta, -revitalizada por el auge de los estudios culturales ingleses y el aporte de teoría de la dependencia (Focás, 2014)-, así la investigación reconoce al receptor como un sujeto crítico, enmarcado en un orden cultural –dejando de lado el sesgo individual y funcionalista de las primeras tradiciones-, y reivindicando la premisa de “que todo acto de consumo se enmarca en relaciones de poder” (Focás, 2014: 342) y lo que interesa es la ideología y la propiedad de los medios, enfatizando en la importancia de los contenidos latente de los mensajes. A estas tradiciones y desde la semiología se suma la noción de discursividad social –que señala que las condiciones de producción y reconocimiento no pueden coincidir.

En los noventa y siguiendo esta misma línea, de los sujetos populares y sus “resistencias” se pasa a la investigación de los hábitos de consumo y las modalidades de recepción de sujetos infantiles, adolescentes o juveniles, siendo los estudios de recepción los que “inspiran la mayoría de los trabajos empíricos sobre recepción en América Latina” (Lozano, et al, 2008: 93). Estos estudios reconocen a los telespectadores como sujetos activos, que responden “a patrones socioculturalmente establecidos, aprendidos y desarrollados a lo largo de sus vidas y de su particular historicidad con el medio en cuestión” (Orozco, 2003: 8), es decir, se trataría de un “lector” identificado por su clase, recursos culturales, por su género y por sus necesidades específicas (Wolton, 1992).

En cuanto a las metodologías empleadas, de la aplicación de encuestas, se pasa a la realización de entrevistas y grupos focales, y a la realización de observación etnográfica en ambientes “naturales” y vinculados a la vida cotidiana. Así se releva que las audiencias realizan múltiples vínculos intertextuales entre programas y los contextualizan de acuerdo a sus experiencias cotidianas y sus hábitos de consumo de otros medios. La recepción, “se entenderá [como] los procesos que efectúan las audiencias en su interacción de ver/interpretar/significar/resignificar los medios y mensajes consumidos” (Villarroel et al, 2014: 105).

Sin embargo, fueron dos los acontecimientos que modificaron esta situación: la multiplicación de técnicas que amplía la oferta y el crecimiento del mercado de la comunicación que obligó a una racionalización de las relaciones entre oferta y demanda (Wolton, 1992; traducción propia). Así este tipo de estudios “se enfrentaron de lleno a [el] esfuerzo mercantil-cuantificante de los estudios de rating” (Orozco, 2003: 4), dejándose de lado la comprensión de los aspectos más integrales de los telespectadores, sus usos sociales relacionados con sus intereses y deseos y la producción de sentido (Gray y Lotz, 2012).

El concepto de “mediación” propuesto por Martín-Barbero (1987) que es “el lugar desde donde se produce el sentido en los procesos comunicativos” (Orozco, 2000: 16) será clave para entender el énfasis latinoamericano pues, “no significa que los medios median, sino que los medios entran en relación: medios y sociedad, medios y vidas cotidianas, medios y movimientos sociales, medios y estructuras de producción” (Focás, 2014: 352).

La revisión de estudios de recepción realizados en América Latina entre 1992 y 2007 (Lozano et al, 2008) deja en evidencia que la investigación empírica sigue siendo escasa y que se hace poca o nula referencia al método de recolección de datos que se utiliza, destacándose trabajos que hipotetizan en los efectos de la recepción a partir del análisis de contenido.

En Chile, las primeras investigaciones en recepción se realizan en los años ochenta, en el contexto de la dictadura cuando “la investigación se traslada desde las universidades a las ONG” (Villarroel, et al, 2011: 106). Una de ellas y tal vez la más importante fue Ceneca, centrada en “la educación para fortalecer la recepción activa en la audiencia televisiva y las políticas de comunicación televisiva” (Fuenzalida, 2005, s/n). En

los noventa, con canales privados operando gracias a las leyes promulgadas y el sistema de autofinanciamiento instaurado –por tanto de competencia en el mercado- se empiezan a realizar mediciones de audiencia (1992) a través del sistema de People meter; los canales de televisión también realizan estudios de audiencias y encargan otros a empresas externas. En ese mismo periodo, el Consejo Nacional de Televisión también empezó a realizar distintos estudios.

A partir del 2000 la producción de investigación en el país empieza a aumentar pues ya algunas Universidades cuentan con Centros de Investigación y proyectos financiados por el Fondo Nacional de Ciencia y Tecnología (FONDECYT) y estudiantes de pre y postgrado realizan sus tesis en estos ámbitos -45 tesis entre 1995 y 2009-. La primera década de este siglo se registran 23 investigaciones sobre televisión pero sólo nueve realizan análisis de recepción, utilizando metodologías mixtas “alejadas de las tradiciones latinoamericanas” (Villarroel et al, 2011: 111). Las conclusiones a las que llega la revisión realizada por Villarroel es que en Chile se realizan dos tipos de estudios: los de audiencia (CNTV, Agencias privadas); y los de recepción que prioritariamente se preocupan por los impactos –efectos y usos y gratificaciones-.

En busca de la metodología adecuada

En esta sección y tomando como ejemplo la investigación realizada, asumiendo como perspectiva epistemológica base la de los estudios de recepción en su vertiente latinoamericana, explicaremos cada una de las decisiones metodológicas tomadas intentando responder a la pregunta por ¿cuál es la metodología más adecuada para realizar estudios de recepción?

Los balances realizados en la región (Orozco, 2000 y 2003; Lozano et al., 2008; Focás, 2014) indican que:

- (1) existe una carencia en estudios empíricos;
- (2) en los realizados no se explicitan las perspectivas teóricas ni la metodología utilizada.

Y en cuanto a la revisión realizada en Chile además (Orozco, 2000; Fuenzalida, 2005; Villarroel et al., 2011):

(4) se ha privilegiado el enfoque de los efectos y de los usos y gratificaciones.

(5) hay temas ausentes en la investigación en recepción televisiva pues se ha trabajado fundamentalmente en el ámbito de la recepción de telenovelas e informativos, dejando de lado otro tipo de programas como realitys y series¹¹⁶.

(6) se realizan estudios de audiencia periódicos (CNTV, Time Ibope) con un fuerte interés en la infancia, adolescencia y juventud en el primer caso; y en la industria en el segundo.

En estos estudios se ha reparado que la recepción televisiva se inserta en diversos ritmos diarios –y por tanto a la vida cotidiana- y se conecta con estados de ánimo y emociones, realizando los telespectadores un doble proceso: involucración o inmersión a través del reconocimiento e identificación, y comparación o reflexión a través del distanciamiento (Fuenzalida, 2007).

Los telespectadores no sólo se vinculan con los contenidos emitidos en el programa que están viendo, sino que relacionan los acontecimientos narrados con otras emisiones mediáticas, con el conocimiento que tengan del género en sí y con sus propias referencias. Así, cuentan con una “cultura televisiva” rica y compleja y una cultura audiovisual. La industria cultural global instalada, las transformaciones tecnológicas y las posibilidades de acceso a ellas también han segmentado a los públicos, y estas nuevas condiciones inciden en el desarrollo de productos audiovisuales y en el perfil y tipo de consumo que realizan los telespectadores.

Las condiciones en las que se desarrolla la vida cotidiana repliegan a los individuos hacia su esfera privada, convirtiéndose el hogar en el centro de su vida, su refugio, el espacio de reparación del desgaste y de sus tiempos de ocio y son los medios de comunicación su puerta de acceso hacia la esfera pública. Esto modifica sustantivamente el tipo de relación que establece con la televisión y la importancia que esta adquiere. Así “el posicionamiento de los sujetos como audiencias múltiples, ha llevado al extremo el fenómeno de “masmediación”, que tiene, como contrapartida, una “audienciación” de las sociedades actuales” (Focás, 2014: 357).

116 En este punto y a partir de 2014, se están realizando dos investigaciones financiadas por el Fondecyt sobre recepción de series (Mateos, 2015-2017 y Antezana, 2016- 2019).

Tomando en cuenta estas consideraciones, la metodología diseñada debía considerar al telespectador como un sujeto situado –en un espacio tiempo y en condiciones socio histórica y políticamente determinadas-; parte de “comunidades de interpretación”; y caracterizados por una “mediación múltiple” (Orozco, 2000) -que indica que está permeado por una serie de mediaciones provenientes del género, edad, clase social, competencias comunicativas, hábitos y prácticas cognoscitivas, ubicación territorial entre otras-.

Esta complejidad y la perspectiva epistemológica asumida, advierten sobre la necesidad de utilizar estrategias metodológicas “cada vez más integrales y complejas, multidisciplinarias, que rebasen las técnicas de investigación usuales y logren una combinación, no sólo entre lo cuantitativo y lo cualitativo, sino también que incorpore nuevas herramientas” (Focás, 2014: 354), entre estas la observación *online*.

En estas condiciones, el primer desafío fue caracterizar al telespectador -o “telenauta” como es denominado en la actualidad- de los géneros considerados para la propuesta: reality, docureality, series y miniseries y para esto se revisaron las encuestas del Consejo Nacional de Televisión y los datos de rating (Time Ibope) segmentados de acuerdo a género y generación etaria. Sin embargo, los resultados obtenidos no arrojaron ninguna claridad acerca del perfil, por lo que se diseñó una encuesta de autoaplicación y difusión *online* con el objetivo de corroborar la interpretación de la fase previa que nos indicaba la existencia de telespectadores móviles, cuya dieta televisiva es tan disímil y variable que no es posible fijar un perfil único.

Además se realizó una revisión de prensa y de redes sociales, blogs y sitios de noticias que tampoco arrojaron luces claras sobre el tipo de telespectador de cada uno de los programas considerados, aunque permitieron profundizar en la relación entre televisión y prensa, en el primer caso; y televisión y redes sociales en el segundo; aspectos relevantes para la comprensión del lugar central que sigue teniendo la televisión en la vida cotidiana en el contexto actual puesto que: (1) Las modalidades de socialización han ido cambiando con el paso del tiempo, instituciones como la familia, la escuela, y la iglesia entre otras han ido relativizando la influencia que ejercen en las personas (Urresti et al, 2015); (2) Los medios de comunicación y la facilidad de acceso a la tecnología también han ido transformando también sus patrones relacionales, sus gustos y aficiones (Morduchowicz,

2012); y (3) telespectadores no sólo se vinculan con los contenidos emitidos en el programa que están viendo, sino que relacionan los acontecimientos narrados con otras emisiones mediáticas, con el conocimiento que tengan del género en sí y con sus propias referencias. En el caso de las audiencias más jóvenes realizan además varias tareas a la vez (Phillipi, 2014).

Tres procesos fueron puestos en marcha de acuerdo a los lineamientos brindados por la etnografía de audiencias: una entrevista interpretativa para captar “lo que dicen de lo que hacen” los telespectadores; un análisis de los comentarios online sobre programas televisivos y; una revisión del contenido de la prensa asumida como una interpretación de la relación que establecen los telespectadores con los programas.

Este tipo de entrevista es considerado el más adecuado para estudios de recepción, al tratarse de conversaciones relativamente no estructuradas con informantes sobre el tema de la investigación. Sin embargo, “el formato completamente abierto de [este tipo de] entrevista tiene algunas desventajas, entre otras cosas, por la falta de comparabilidad y la abundancia de información cuya relevancia con el tema de investigación puede ser poco clara” (Van Zoonen, 1994: 137). Para evitar esta dispersión se estableció un “guión” en que no sólo los temas que se discutirían fueron decididos de antemano, sino también la secuencia preferible y la formulación de las preguntas iniciales aunque de manera flexible – modalidad “grand-tour”- que permite a los participantes contar su historia en sus propios términos.

La entrevista interpretativa comparte con la etnográfica los principios generales de formulación y secuencia de las preguntas. La introducción en la conversación de hechos y situaciones más específicas debe ser muy cuidadosa ya que “requiere que el investigador se abstenga de formular preguntas directas o que pueden inducir dirección u orientación” (Sautu, 2004:44).

La muestra seleccionada considera género y segmento socio económico, y estuvo constituida por 16 personas distribuidas de la siguiente manera:

13 – 17 años				25 – 34 años				35 – 49 años				50 – 64 años			
C1		C3 - D		C1		C3 - D		C1		C3 - D		C1		C3 - D	
H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

La entrevista consideró dos ámbitos: el primero centrado en las prácticas concretas de visionado televisivo y el segundo en los sentidos y usos que los telespectadores le asignan a los distintos tipos de programas. La realización operó sobre la base de una conversación.

En cuanto al análisis realizado se trabaja bajo las condiciones establecidas por una investigación interpretativa, en que las fases de la recolección de datos y el análisis, no están estrictamente separadas. Se trata de transformar el material en bruto que son las transcripciones y organizarlo “construyendo un discurso, que no es el discurso que el grupo te ha dado, sino que es una construcción del investigador a la búsqueda del discurso social, que ha servido como referencia para la producción del discurso empírico del grupo” (Valles, 2014: 159).

La lógica del análisis es el interjuego entre descripción e inferencia e interpretación. “La descripción ofrece al lector las referencias y el detalle empírico; se incluyen transcripciones de los textos de las conversaciones y narrativas que muestran la construcción de los núcleos temáticos organizados en el esquema integrador del análisis” (Sautu, 2004: 55). Por su parte, el análisis temático, consiste en “identificar, analizar y reportar los patrones de significado presentes en los datos” (Braun y Clarke, 2006: 79). No existe una teoría previa que guíe el análisis estableciendo categorías pre-definidas, por el contrario, se aplica una taxonomía inductiva, es decir, un sistema de clasificación de los datos de acuerdo a categorías emergentes. Así se establecen los ejes temáticos o temas más relevantes. Los temas son entendidos como conceptos recurrentes o el set de ideas que caracterizan la experiencia de los sujetos entrevistados (Bradley et al., 2007).

Para terminar, y ser consecuente con los lineamientos propuestos desde los estudios de recepción en América Latina, el análisis debe ser interpretado de manera

situada, es decir, tomando como referencia el contexto socio histórico en el que se desarrolla el proceso de recepción y las condiciones de producción puestas en juego.

Aprendizajes y desafíos

La experiencia investigativa desarrollada en el marco del Fondo Audiovisual nos indica que entretenimiento, información, novedad y contexto, en distintas combinaciones, parecen ser las claves que seducen a los telespectadores chilenos actuales.

1) El consumo audiovisual se realiza en distintas plataformas y dispositivos. Esto por la independencia que tienen los telespectadores para su utilización y porque les permite realizar varias actividades simultáneamente: jugar, interactuar con sus pares a través de redes sociales; acceder a Internet, etc. En este punto es relevante considerar las diferencias socioeconómicas que inciden, más que en el tipo de visionado que realizan, en la frecuencia y modalidad de éste.

2) Existen diferencias entre hombres y mujeres, en los contenidos que consumen y lo que hacen con ellos. También en la forma en que se relacionan entre ellos. Así, pareciera que las mujeres tienen mayor facilidad para hacerse cargo y expresar sus emociones; tienen una capacidad más desarrollada para interactuar con otros y parecen estar más en contacto con “la realidad” que sus pares hombres.

3) La “fidelidad” hacia programas y contenidos audiovisuales pareciera ser característica de las generaciones mayores; mientras que la novedad y la acción parecen ser los principales móviles de las preferencias de generaciones menores, así, éstos desplazan su atención entre varios tipos de programas, los combinan y utilizan distintos dispositivos y plataformas para acceder a ellos.

4) Los espacios privados y públicos están diferenciados, lo mismo que sus ámbitos de interacción. Aquí también se registran diferencias entre las distintas generaciones.

En cuanto a la metodología más adecuada para realizar estudios de audiencia televisiva, Orozco (2002) indica que los desafíos actuales de la investigación de recepción debiesen considerar: 1) las dimensiones inconscientes de los telespectadores -disposiciones al placer, al deseo, al morbo, etc.; sus sensibilidades-; 2) sus vinculaciones con las

estructuras y dimensiones económicas y materiales. A éstas, y haciéndome cargo de los resultados obtenidos en la investigación realizada, agregaría; 3) las condiciones histórico – políticas en que se desarrolla la vida cotidiana y por tanto las necesidades afectivas que se debiesen canalizar y; (4) el género y el ciclo de vida en que se encuentran los telespectadores.

Las estrategias cualitativas serían más recomendadas para este tipo de estudios, aunque las entrevistas no parecen ser las más adecuadas para trabajar con las generaciones menores al tener menos competencias para la conversación y la expresión de sentimientos – al menos en el caso de algunos hombres-; en tanto que las mayores condicionan sus apreciaciones por el “deber ser” social. Situación que afecta también los resultados que se obtienen a través de la aplicación de encuestas.

Así, existe una brecha entre lo que los entrevistados dicen que hacen y lo que hacen, por lo que se hace necesario combinar e innovar en otro tipo de estrategias de observación vinculadas a esta dimensión.

Bibliografía

Bradley, E. H., Curry, L. A., y Devers, K. J. (2007). Qualitative data analysis for health services research: Developing taxonomy, themes, and theory. *Health Services Research*, 42(4), 1758–1772.

Braun, V., y Clarke, V. (2006) “Using thematic analysis in psychology”. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

Corner, J. (1992) “Genres télévisuels et analyse de la réception”. En *A la recherche du public. Réception, télévision, médias*. Paris: CNRS Editions, 117-124.

Consejo Nacional de Televisión (2014) VIII Encuesta Nacional de Televisión. Santiago: Departamento de Estudios CNTV.

Charaudeau, P. (1997) *Le discours d’information médiatique. La construction du miroir social*. Paris: NATHAN.

- Charaudeau, P. (2005) *Les médias et l'information. L'impossible transparente du discours*. Bruselas: Institut national de l'audiovisuel/Éditions De Boeck Université.
- Focás, B. (2014) "Del funcionalismo al consumo multitasking. Límites y potencialidades de los estudios de recepción". *Astrolabio* 12, 338-364.
- Fuenzalida, V. (2005) "Estudios de Audiencia y Recepción en Chile". Reedición.
- Fuenzalida, V.; Whittle, J. (Eds.) (2013) *III Panorama del Audiovisual Chileno*. Santiago: Consejo Nacional de la Cultura y las artes y Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Guarinos, V. (2009) "Fenómenos televisivos "teenagers": prototipias adolescentes en series vistas en España". *Revista Comunicar* N° 33, 203-211.
- Iriépar, J. (2014) "La agonía de un modelo de televisión sin rumbo". En Francés, M.; Gavalda, J.; Llorca, G.; Peris, A. (Coord.) *La televisión de la crisis ante el abismo digital*. Barcelona: Gedisa, 179-194.
- Jensen, K.; Rosengren, K. (1997) "Cinco tradiciones en busca del público". En Dayan, Daniel (comp.) *En busca del público. Recepción, televisión y medios*. Barcelona: Gedisa, 335-370.
- Lacalle, Charo (Coord.) (2005). *Los formatos de la televisión*. Designis N° 7-8. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Lozano, J.C.; Frankenberg, L. (2008) "Enfoques teóricos y estrategias metodológicas en la investigación empírica de audiencias televisivas en América Latina 1992-2007". *Comunicación y Sociedad* n° 10, 81-110.
- Méndez, C.; Domínguez, J.M. (2014) "Los efectos de la crisis española sobre las ofertas de la televisión de pago". En Francés, M.; Gavalda, J.; Llorca, G.; Peris, A. (Coord.) *La televisión de la crisis ante el abismo digital*. Barcelona: Gedisa, 253-269.
- Morduchowicz, R. (2012) *Los adolescentes y las redes sociales. La construcción de la identidad juvenil en Internet*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Orozco, G. (2000) "Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina". *Comunicación y Sociedad* 38, 11-36.

Orozco, G. (2003) “Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos”. Revista Intexto N° 9, vol .2, 1-13.

Orozco, G. y Vassallo de Lopes, M.I (Coords.) (2010). Convergencias y transmediación de la ficción televisiva: Obitel 2010. Sao Paulo: Globo.

Phillippi, A. (2014) “Cambios y desafíos del consumo de televisión entre los jóvenes”. En Souza, M.D. (Ed.) Los desafíos de la audiencia televisiva como sujeto de estudio. Santiago: Consejo Nacional de Televisión, 116 – 141.

Sampedro, V. (1997) “Audiencias y medios de comunicación: de los placeres posmodernos a las instituciones ruidosas”. Comunicación y cultura 1-2, 145-161.

Sautu, R. (2004) “Estilos y prácticas de la investigación biográfica”. En Sautu, R. (Comp.) (2004) El método biográfico. La reconstrucción de la sociedad partir del testimonio de los actores. Argentina: Ediciones Lumiere, 21-61.

Urresti, M.; Linne, J.; Basile, D. (2015) Conexión total. Los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital. Buenos Aires: Grupo editor universitario.

Valles, Miguel “Sobre estrategias de análisis cualitativo: tras huellas de teoría y práctica investigadoras ajenas en el caso propio”. En Canales, M. (Coord.) (2014) Escucha de la escucha. Análisis e interpretación en la investigación cualitativa. Santiago: LOM ediciones, 141-170.

Van Zoonen, L. (1994) Feminist Media Studies. London: Sage.

Villarroel, M.; Andrada, P.; Dittus, R. (2011) “Chile: posibilidades y certezas de una geografía incierta”. En Jacks, Nilda (Coord.) Análisis de recepción en América Latina. Un recuento histórico con perspectivas al futuro. Quito: Editorial Quipus; CIESPAL, 103- 130.

Wolton, Dominique (comp.) (2001) A la recherche du public. Réception, télévision, médias. Hermes N° 11-12. Paris: CNRS Editions

El oficio de script doctor en Chile: iniciación al estudio de la evaluación de guiones en cine y televisión

The skill of script doctor in Chile: study initiation of the evaluation of film and television scripts

Dr. Oscar Basulto Gallegos.
Universidad Católica de la Santísima Concepción.
oscarbasultogallegos@gmail.com

Abstract

Script consultant (also known as script readers, analysts, consultants and script doctor) fulfill the work of evaluate and filter scripts that are possible embodiments, detecting weaknesses to correct them, and lead them to their full potential. It is a rigorous task that guarantees the quality, viability, and efficiency of an essential project for audiovisual producers, directors, distributors, teachers and especially for scriptwriters. The paper presents the issues that could have the instrument, that will be applied to describe the role of consultant and evaluator of scripts in the Chilean audiovisual industry. Through an updated and professionalizing look, seeks to operationalize the results of a series of interviews applied to thirty filmmakers and Chilean writers during the years 2014 and 2015, and where confirm the existence of guidelines or methods for writing both in the stages of pre-production and editing of an audiovisual work. The generated instrument will be applied in interviews, surveys and focus groups, and will identify more precisely what the artistic criteria and productive employees are at work the called script doctor or evaluator scripts for both film and television. Quantitative measurement of the professional standards of the formation of writers and evaluation thereof, will be done through the application of a questionnaire to players in the audiovisual category (writers, directors, producers, actors, union leaders) after validation of the instrument made by key informants in the evaluation process scripts (responsible departments of the State as CNCA, NTV, CORFO, producers of TV channels, researchers and film critics). The paper is part of

project implementation Fondecyt No. 1160637, entitled The formation of the writer in Chile: Analysis of curricular approaches and assessment models writing for Film, Television and Transmedia, where the author participates as co- investigator.

Keywords: *script doctor, evaluation scripts, movie, television.*

Resumen

Los consultores de guiones (conocidos también como lectores de guion, analistas, asesores y script doctor) cumplen la labor de justipreciar y filtrar los guiones que tienen posibilidades de realización, detectando sus debilidades para corregirlas, y conducirlos al máximo de su potencial. Es una rigurosa tarea que garantiza la calidad, viabilidad, y eficiencia de un proyecto audiovisual imprescindible para los productores, directores, distribuidores, docentes y sobre todo para los guionistas. El trabajo presenta las temáticas con que podría contar el instrumento, que será aplicado para describir el rol del consultor y evaluador de guiones en la industria audiovisual chilena. A través de una mirada actualizada y profesionalizante, se busca operacionalizar los resultados de una serie de entrevistas aplicadas a una treintena de realizadores y guionistas chilenos durante los años 2014 y 2015, y donde se constatan la existencia de orientaciones o métodos para la escritura, tanto en las etapas de pre-producción como de edición de una obra audiovisual. El instrumento generado será aplicado en entrevistas, encuestas y grupos de discusión, y permitirá identificar con mayor precisión cuáles son los criterios artísticos y productivos empleados en el trabajo del denominado *script doctor* o evaluador de guiones, tanto para cine como televisión. La medición cuantitativa de los estándares profesionales del proceso de formación de guionistas y de la evaluación de los mismos, se hará a través de la aplicación de un cuestionario a agentes del rubro audiovisual (guionistas, realizadores, productores, actores, dirigentes gremiales), previa validación del instrumento, hecha por informantes clave de los procesos de evaluación de guiones, (encargados de reparticiones del Estado como CNCA, CNTV, CORFO, productores de canales de TV, investigadores y críticos de cine).

La ponencia se enmarca en la ejecución del proyecto Fondecyt N° 1160637, titulado *La formación del guionista en Chile: Análisis de los enfoques curriculares y modelos de evaluación de la escritura para Cine, Televisión y Transmedia*, donde el autor participa en calidad de co-investigador.

Palabras clave: script doctor, evaluación de guiones, cine, televisión.

Introducción

La presente comunicación busca exponer un marco de contexto, para comprender las dificultades que suscita la evaluación de guiones en nuestro país. Asimismo, se intenta visualizar mejor las características que poseen los guiones en Chile, así como las principales cuestiones que hoy tienen en consideración, las instituciones que evalúan guiones, y las necesidades que posee la incipiente industria audiovisual nacional.

Todo este análisis, además, ha de contribuir a la generación de un temario que pueda adaptarse a una encuesta, a un cuestionario o a una entrevista. Es decir, una malla temática que, según sea el caso, se pueda configurar como categorías y dimensiones a nivel cualitativo, o como variables e indicadores a nivel cuantitativo (Lerma, 2004), desprendiendo de dicha malla las preguntas que correspondan, según sea la naturaleza del instrumento aplicado. Es decir, aquí nos encontramos en una fase preliminar para construir instrumentos que faciliten describir el rol del script doctor y la evaluación de guiones en Chile.

Contexto de la Industria Audiovisual en Chile

Para comprender el escenario en que se desempeña en la actualidad, la industria audiovisual en nuestro país, hemos partido por analizar los datos proporcionados por el proyecto FONDECYT de iniciación n° 11130680 (Dittus, 2015a). Dicho esto, resulta importante referir que la tradición de la incipiente industria audiovisual chilena no ha considerado el guion como una fuente de estudio relevante, tanto a nivel académico-

investigativo como práctico, en cuanto a actividades asociadas a la industria en cuestión. Esto mismo se ha manifestado en esfuerzos aislados y no sistematizados en torno a la temática del guion, lo cual se expresa en una línea muy heterogénea en diversidad pero escasa en número, en cuanto al perfil de docentes e investigadores preocupados por estos temas en Chile.

Asimismo, dicha heterogeneidad se traslada a los propios guionistas, por cuanto se aprecia gran diversidad de procedencias y corrientes metodológicas/epistemológicas para elaborar guiones. De este modo, se puede decir que en Chile no existiría una línea de trabajo clara al respecto, lo cual estaría conformando una *identidad dislocada* (Laclau, 1996) en el mundo audiovisual nacional, según ya venimos diciendo, tanto a nivel académico/formativo e investigativo, como en el propio proceso de creación. Esto nos lleva a pensar que el asunto trasciende a la propia industria audiovisual y que -seguramente- tiene que ver con procesos socio-políticos y culturales de la sociedad de nuestro tiempo, que nos estarían hablando sobre ciertos fenómenos de ajuste social todavía no del todo nítidos.

Nos hace sentido lo anterior, puesto que se ha detectado en el mismo estudio FONDECYT (Dittus, 2015a), la necesidad en Chile del diseño de políticas públicas que contribuyan a una valoración de la comunidad en su conjunto, por desarrollar una industria audiovisual nacional sustentable. Tanto quienes abordan el asunto desde los organismos estatales como los realizadores audiovisuales, coinciden en que los esfuerzos deben ser mancomunados para avanzar en este asunto. Por una parte, se ha planteado la necesidad de profundizar en el conocimiento de los públicos, en relación con el atractivo que poseen las producciones audiovisuales existentes, y cuáles serían los temas de mayor interés para el público nacional. Es decir, estamos refiriendo a conocer un poco más las motivaciones culturales –asociadas a lo audiovisual- de los habitantes de nuestro país. Ejemplo de esto ha sido constatar que, las realizaciones cinematográficas chilenas que gustan en los festivales, no son precisamente las que llevan más público nacional a las salas de cine.

Al mismo tiempo, y en contrapartida, se ha planteado que los públicos locales no se identifican con las producciones audiovisuales chilenas –fundamentalmente el cine-, por falta de educación y sensibilización cultural de la comunidad en general, por cuanto los currículos escolares, sin ir más lejos, adolecen de una formación mínima para desarrollar un

hábito de acercamiento y comprensión de las manifestaciones culturales, y todavía sería más lejano entorno al mundo audiovisual.

También, los hallazgos del FONDECYT mencionado (Dittus, 2015a), plantean otra cuestión que complejiza aún más el escenario analizado. Nos referimos a la existencia de una escasa profesionalización, de la dimensión creativa en la industria audiovisual chilena, lo que -en parte- se refleja en la ausencia de formación sistemática en escritura creativa. Al mismo tiempo, según se venía planteando, se constató que no existe una escuela de guion en Chile, y menos un modelo narrativo, como se observa en otros países de América Latina y del mundo.

Lo anterior, se relaciona con que en nuestro país los procesos creativos audiovisuales, serían tan diversos y variados como realizadores existen, es decir, se nutren de miradas muy personales, autobiográficas y experimentales, lo que sin duda pasaría a constituir una característica de la realización audiovisual chilena, situación que en un primer momento parece no contribuir, a una consolidación del sector audiovisual como una industria sustentable. De todos modos esto estará por verse, puesto que dicha diferenciación creativa, puede terminar siendo un componente decisivo, en términos de identificación y afianzamiento de una industria cultural (Sunkel, 1999; Fuenzalida, 2007) autónoma.

El guion como teoría. Una propuesta para la realidad local en Chile

En un primer momento, resulta relevante mencionar la antigua y no resuelta discusión, entre si el guion es Arte y/o Ciencia (Parker, 2012; Tubau, 2010), por cuanto parece ser una mezcla de ambas cuestiones en dosis variables según el creador. Mencionamos la dualidad arte/ciencia, porque no deja de resultar paradójica en el caso de la construcción de guiones en Chile, puesto que los propios guionistas suelen plantear la necesidad, de una profesionalización de la actividad a través de la sistematización de estudios formales de guion, pero muchos de ellos no cuentan con dichos estudios, ni tampoco con un método reconocible como formal en el ámbito de la teoría del guion. Es decir, se adolece de una metodología que marque tendencia a nivel local.

Pese a ello, de igual modo existirían referentes en los que se puede escudriñar, para intentar identificar ciertos rasgos estilísticos y metodológicos en el hacer audiovisual en

nuestro país, tal vez esa misma *in-definición* sea un buen punto de partida, para indagar en la construcción de un instrumento para evaluar guiones en Chile y caracterizar a sus evaluadores.

En este sentido, que duda puede haber respecto a que cada narrador ajusta el método de creación, a los rasgos y peculiaridades de su propósito, o a las particularidades de cada cultura (Dittus, 2015b), por lo tanto, la teoría dramatúrgica estará al servicio de múltiples y diversas formas de subjetivación de la realidad (Baeza, 2000), sueños, mitos, es decir, extensiones arquetípicas para una identificación cultural (Jung citado en Dittus, 2015:246b), expresadas en la figura de cada guionista/realizador.

Entonces, al parecer estaríamos en la búsqueda de una nueva forma de paradigma crítico contemporáneo, que nos permita encausar el análisis y creación de nuestro instrumento de recolección de datos, teniendo claro que estamos asistiendo a nuevas formas culturales para procesos político-sociales emancipatorios (Santos, 2007). Es decir, los procesos identitarios (Krauskopf, 2010) y multiculturales (Kymlicka, 2010) se funden cada vez más, en las interrelaciones que vivimos como sociedad intercultural (Del Arco, 1998), lo cual es –también– atravesado por distintas formas de interacción, en las nuevas tecnologías de información y comunicación (McLuhan y Fiore, 1987; Castells, 1996; Imbert, 2010). Todas estas cuestiones *de carácter global/local* (Vilches, 2009) y *sus vicisitudes ideológicas* (Ramonet, 1998), sin duda, afectan la construcción y evaluación de un guion, en el contexto del oficio de guionista y/o evaluador de guiones, en nuestro incipiente escenario audiovisual.

También, al volver a centrar nuestro análisis en los guiones, se ha podido constatar en el FONDECYT mencionado (Dittus, 2015a), que al igual que en el cine norteamericano, aparecen en los guiones audiovisuales chilenos, las estructuras del *viaje del héroe* (Campbell, 1991) y/o la de *los tres actos* (Aristóteles, 2006; Field, 1995), llegando –inclusive– a desarrollarse como un proceso inconsciente e/o intuitivo, situación que complejiza mucho más la comprensión de la creación de guiones en Chile, en cuanto a su proceso creativo y, desde luego, esto se debe considerar –además– al pensar en generar el instrumento de recolección de datos ya planteado.

Y finalmente, en cualquier caso, pese a que McKee (2002) plantee que no hay fórmulas de éxito comercial para escribir guiones, de todos modos parece ser que el modelo del viaje del héroe y el de los tres actos, si han tenido éxito y han sido utilizados en muchos lugares del mundo, sin ser la excepción nuestra incipiente e intuitiva industria audiovisual, que desde luego, para surgir no sería lógico que se estuviera pensando en competir con la industria norteamericana, ni ninguna otra, más bien debiera ocuparnos la configuración y fortalecimiento institucional, de nuestra todavía informe y adolescente proyección audiovisual como industria nacional.

Análisis del guion en Chile desde una perspectiva epistemológica

Hasta aquí hemos analizado algunas posibilidades, que desde el contexto de la industria audiovisual chilena y las estructuras o modelos de guion, nos pueden ayudar a caracterizar la creación de guiones y a sus evaluadores, de manera que efectivamente podamos estar en la línea de una identificación audiovisual nacional, problema ya conceptualizado desde una identidad dislocada, y –a la vez- buscar que se satisfagan ciertos requerimientos mínimos, que contribuyan al desarrollo de una industria profesional y autosustentable, tanto en términos técnicos como económicos y estratégicos.

Dicho lo anterior, ahora queremos hacer referencia a una dimensión más epistemológica, (Morin, 1994) del análisis del guion audiovisual chileno, tratando de establecer relaciones de sentido, con el contexto que hemos venido trabajando. En primer lugar, desde una visión más general para luego, en segundo lugar, avanzar hacia una perspectiva más particularista. De esta manera, nos parece importante comenzar haciendo alusión a una *visión sistémica del guion*, que en definitiva se puede extrapolar hacia una dimensión sistémico-social, para comprender en parte las relaciones de la vida misma en sociedad.

Frente a lo expuesto planteamos que el guion se hace un todo articulado, que aquí representamos en la metáfora del organicismo social (Durkheim, 1987), si es que se quisiera esquematizar rápidamente. En este sentido, Truby (2007:29) señala que, el tema del guion sería el argumento moral y correspondería al cerebro de la historia. Los personajes, en sentido orgánico, serían el corazón, y el sistema circulatorio las revelaciones

de la historia. Al sistema nervioso correspondería la estructura, también habría un esqueleto de la historia, y las escenas constituirían la piel.

Entonces, las relaciones que buscan establecerse nos parecen nítidas. Así como existiría una relación de interdependencia entre un guion y un producto audiovisual, dicho proceso relacional también existe entre el guionista, el script doctor, o quien quiera que sea, y sus experiencias de conocimiento, que en definitiva van construyendo realidad (Von Glaserfeld, 2001; Berger y Luckmann, 1976), en un sistema social complejo (Luhmann, 2006), también interdependiente. Todo ello, por cierto, involucra una mirada que nos parece relevante, al querer explorar en la confección del instrumento de recolección de datos que nos convoca.

Y luego, en segundo lugar, debemos intentar hacernos cargo de la dimensión de análisis más particular, la cual tiene relación con *aspectos subjetivos e individuales en la construcción y análisis de un guion*, en decir, la vinculación que se produce entre el guionista y su guion, por ejemplo, o entre el guion y la lectura que puede realizar de él un evaluador, o la interpretación que hace de una historia el público. Nos parece que aquí estamos frente a un momento epistemológico, que tendrá más que ver con la *Hermenéutica*, entendida como la construcción y reconstrucción histórica y social, subjetiva e intersubjetiva de un discurso dado (Coreth, 1972), funcionando como un mecanismo para percibir la intención ajena (Giannini, 1998).

También creemos que la *Fenomenología* tiene algo que decir al respecto, con sus altas cargas de subjetividad y de cercanía probable del investigador con el objeto de estudio, por ejemplo, en el caso de los evaluadores de guiones. Es decir, referimos a un intento por “(...) acercarse a las cosas con una confianza profunda, para escuchar de sus propios labios la palabra esencial que le revela que ellas mismas son en sí mismas” (Colomer, 1990:356, citado en Morales, 2011:14). Nos parece que aquí, nuevamente estamos frente a una cuestión esencial, pensando en el instrumento en construcción.

Ahora bien, al buscar hacer una analogía entre Hermenéutica, Fenomenología y la teoría del Guion, nos parece que el chileno Raúl Ruíz (2013), se acerca a lo que hemos venido explicando, sobre todo al plantear el peso de la subjetividad y experiencia individual en la construcción de guiones en Chile, intentando siempre alejarse de fórmulas de escritura

aunque inconscientemente –muchas veces- se usen igual, según ya se ha planteado. En este sentido, Ruiz (2013) nos hablará de la escritura de un *guion múltiple* (muchos guiones mezclados), lo cual podemos entender como la posibilidad de *un guion como hipertexto* (Wittgenstein, Foucault, Barthes y Derrida, citados en Lamarca, 2013), es decir, elaborado a través de un pensamiento no lineal, más bien a través de las múltiples opciones que nos ofrece la imaginación y la divagación, a partir del funcionamiento natural del cerebro. Es decir, volvemos sobre la Hermenéutica y la Fenomenología.

Instrumento en construcción para la evaluación de guiones, de cine y televisión en Chile

Además de lo ya planteado, para definir el contenido preliminar de una malla temática, que luego nos permita construir el instrumento ya explicado en este trabajo, nos ha parecido relevante visualizar las principales variables, para adjudicar propuestas audiovisuales que, hoy por hoy, tienen en consideración algunos de los organismos más importantes, que otorgan fondos del área en Chile.

Tras realizar un simple ejercicio de observación analítica y establecer una jerarquización por repetición temática de enunciados, se puede decir que el Consejo Nacional de Televisión, CORFO y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, al momento de evaluar un proyecto audiovisual para otorgar fondos, tienen en común consideración y de acuerdo a los siguientes rangos estimativos: *propuesta dramática, calidad de la historia, originalidad, atracción, cercanía con el público*, con el primer rango en nivel de importancia. Luego, *experiencia y competencias académicas de los realizadores e investigadores*, en el segundo rango de nivel de relevancia. Y finalmente, *viabilidad de comercialización, viabilidad presupuestaria y viabilidad técnica*, en el tercer rango en cuanto a su nivel de importancia. Teniendo también esto en consideración, presentamos nuestro instrumento preliminar, conformado como malla temática según lo ya planteado:

VARIABLES / CATEGORÍAS	SUBVARIABLES / DIMENSIONES
<i>Génesis de la idea de guion</i>	Influencias teóricas e ideológicas
	Identificación cultural
	Trabajo de investigación/formación/creación (equipo de trabajo)
	Análisis de la realidad social
<i>Fase de elaboración del guion</i>	Perfiles de audiencias
	Metodologías y orientación epistemológica para escritura de guion
	Temáticas de las historias
	Estructura narrativa
	Identificación personal de modelos de guion
	Trabajo teórico-práctico de producción audiovisual
<i>Dimensión productiva de la industria audiovisual</i>	Formatos clásicos v/s alternativos
	Temáticas de los guiones
	Tendencias de realización
	Productos de consumo masivo/segmentado
	Viabilidad técnica de los proyectos
<i>Desarrollo estratégico de la industria audiovisual</i>	Estudio de percepción de audiencias
	Implementación de políticas públicas
	Viabilidad financiera de los proyectos
	Viabilidad de comercialización de los proyectos
	Competencia industrias audiovisuales internacionales
	Formación profesional de realizadores
	Visión a futuro de la realización audiovisual en Chile

Cuadro 1: Malla temática. *Descripción rol del script doctor en la evaluación de guiones en Chile*. Elaboración propia, septiembre de 2016.

Consideraciones finales

Tras presentar la malla temática, estamos en situación de señalar que ya contamos con la base para construir instrumentos de recolección de datos, tanto de corte cualitativo como cuantitativo, que nos permitan ir describiendo el rol del script doctor y el proceso de evaluación de guiones en nuestro país.

En un trabajo posterior, el próximo paso será elaborar cuestionarios de entrevistas y una encuesta a partir del material aquí expuesto, de modo de continuar adentrándonos en el intrincado mundo audiovisual chileno.

Referencias

- Aristóteles. (2006). Poética. Trad. Eilhard Aschlesinger. Buenos Aires: Losada.
- Baeza. M. (2000). Los Caminos Invisibles de la Realidad Social. Ensayo de sociología profunda sobre los imaginarios sociales. Santiago de Chile: Ril editores.
- Berger. P. y Luckmann. T. (1976). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu.
- Campbell, J. (1991). El poder del mito. Trad. César Aira. Barcelona: Emecé.
- Castells. M. (1996). La sociedad red. La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen 1. Madrid: Alianza Editorial.
- Coreth. E. (1972). Cuestiones Fundamentales de Hermenéutica. España: Editorial Herder.
- Del Arco. I. (1998). Hacia una escuela intercultural. El profesorado: formación y expectativas. Lérida: Edicions Universitat de Lleida.
- Dittus, R. (2015a). Modelos de guion en el cine chileno de ficción: análisis de los estándares profesionales y los principios dramaturgicos aplicados por la industria audiovisual durante el periodo 2003-2013. Proyecto FONDECYT de iniciación n° 11130680. Paper inédito.
- Dittus, R. (2015b). *Fundamentos para un estudio del guion en el cine chileno*: Aisthesis, n.58.
- Durkheim, É. (1987). La división social del trabajo. Madrid: Akal.
- Echeverría. R. (1997). El Búho de Minerva. Santiago: Editorial Dolmen.
- Field, S. (1995). El manual del guionista. Madrid: Plot.
- Fuenzalida, V. (2007). “Audiencias televisivas y consumo cultural”. Pp: 89-94. En: Televisión y cultura, una relación posible. Carrasco, E. y Rampaphorn, N. (Ed.). Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Giannini. H. (1998). Breve Historia de la Filosofía. Santiago de Chile: Ed. Universitaria.
- Imbert. G. (2010). La sociedad informe. Posmodernidad, ambivalencia y juego con los límites. Barcelona: Icaria Editorial.

- Kymlicka, W. (2010). *Ciudadanía multicultural*. Madrid: Ediciones Paidós Ibérica.
- Krauskopf, D. (2010). *La condición juvenil contemporánea en la constitución identitaria*. Revista Última Década N°. 33, CIDPA Valparaíso, pp. 1-17. Disponible en: <http://www.cidpa.cl/wp-content/uploads/2013/05/33.2-krauskopf-ok.pdf>
- Laclau, E. (1996). *Emancipación y diferencia*. Ariel, Barcelona.
- Lamarca, M. (2013). *Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Disponible en: <http://www.hipertexto.info/documentos/racionalidad.htm#ONelson>
- Lerma, H. (2004). *Metodología de la Investigación: Propuesta, Anteproyecto y Proyecto*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Luhmann, N. (2006). *La sociedad de la sociedad*. Madrid: Herder.
- McKee, R. (2002). *El Guion*. Trad. Jessica Lockhart. Barcelona: Alba.
- McLuhan, M. y Fiore, Q. (1987). *El medio es el mensaje*. Barcelona: Ediciones Paidós, Ibérica S.A.
- Morales, J. (2011). *Fenomenología y Hermenéutica como epistemología de la investigación*. Revista Paradigma. 2 (32). 7–22. Revisado en: <http://www.scielo.org.ve/pdf/pdg/v32n2/art02.pdf>
- Morin, E. (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- Ramonet, I. (1998). *Un mundo sin rumbo*. Barcelona: Editorial Debate.
- Ruiz, R. (2013). *Poéticas del cine*. Santiago: Universidad Diego Portales.
- Santos, B. (2007). *Conocer desde el Sur. Para una cultura política emancipatoria*. La Paz, Bolivia: CLACSO, CIDES - UMSA, Plural editores.
- Schütz, A. (1995). *El problema de la realidad social*. (Escritos I). Buenos Aires: Amorrotu.
- Sunkel, G. (coord.). (1999). *El Consumo Cultural en América Latina*. Santafé de Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Truby, J. (2007). *Anatomía del guion*. Trad. Elena Villalonga. Barcelona: Alba.
- Vilches, L. (2009). “La ficción en el espacio iberoamericano”. Pp. 15-41. En: *Mercados globales, historias nacionales*. Vilches, L. (Coord.). Barcelona: Gedisa.

Von Glasarfeld. E. (2001). *The impact of Radical Constructivism on Science*. Fundatios of Science. 1–3 (6). 31–43.

El guion como dispositivo: el régimen invisible del cine chileno¹¹⁷

The script as a device: the invisible regime of Chilean cinema

Rubén Dittus
Universidad Central de Chile
ruben.dittus@ucentral.cl

Abstract

This paper postulates that the film script is a device, in the terms and functions defined by Michel Foucault. The script is set to a structure that shapes the initial idea of history is based on poetry and writing manuals, is a structure that wants to be another structure (which directs the work of the film crew) and discursively reproduced society. The analysis a hundred Chilean films recently released shows that the script can not be reduced to a mere technical system: is a complex circle system and where social architecture is determined, the power relationships in it are woven, making visible certain and leaving other parts in darkness. The current Chilean film speaks through the production of a specific enunciation regime, which gives identity to scriptwriters and directors, parameters decisive influence on the paradigms of their training.

Keywords: script, device, semiotics, Chilean cinema, social discourse

Resumen

Este trabajo postula que el guion cinematográfico es un dispositivo, en los términos y funciones definidas por Michel Foucault. El guion se ajusta a una estructura que da forma a la idea inicial de la historia, se basa en poéticas y manuales de escritura, es una estructura que quiere ser otra estructura (que direcciona el trabajo del equipo de filmación) y reproduce discursivamente la sociedad. El análisis realizado a cien películas chilenas de estreno reciente demuestra que el guion no puede reducirse a un mero agenciamiento técnico: constituye un sistema circular y complejo

117

Este trabajo presenta parte de las conclusiones del Proyecto Fondecyt N°11130680, “Modelos de guion en el cine chileno de ficción” y las bases teóricas del Proyecto Fondecyt Regular N° 1160637, “La formación del guionista en Chile”.

donde se determina la arquitectura social, las relaciones de poder que en ella se tejen, haciendo visibles ciertas partes y dejando otras en penumbra. El cine chileno actual habla a través de la producción de un régimen de enunciación concreto, que le da identidad a guionistas y realizadores, parámetros que influyen decisivamente en los paradigmas de su formación.

Palabras clave: guion, dispositivo, semiótica, cine chileno, discurso social

Introducción

Partiremos con la siguiente máxima: *¡el guion es un dispositivo!* Y lo es, por cuatro razones: primero, porque está amarrado a alguna forma de creación (debe darle estructura a una idea y alimentarla); segundo, porque se basa en reglas de cómo contar buenas historias (poéticas y manuales de escritura); tercero, porque es una estructura que quiere ser otra estructura que direcciona el trabajo del equipo de filmación (tanto estéticos como discursivos) y; cuarto, porque reproduce una sociedad que se basa en principios orientadores del ser y el hacer. El desafío es demostrarles en este breve documento el fundamento de dicha afirmación y por qué el cine chileno actual habla a través de un régimen de formación de subjetividad que lo diferencia del resto de nuestros vecinos latinoamericanos (Dittus, 2015). Éste sugiere una forma de ver la realidad desde temáticas nostálgicas y locales, fiel reflejo del estado anímico de un grupo de profesionales (guionistas, directores) que ven con cautela el modelo económico y social imperante.

Para ello, las precisiones conceptuales son necesarias. Una vez instaladas esas coordenadas, intentaremos de-construirlas.

Al revisar el término *guion*, la literatura especializada está medianamente de acuerdo. “Texto previo al rodaje de una película”, “Escrito que contiene los diálogos y las indicaciones técnicas necesarias para la realización de una película, obra de teatro o programa de radio o televisión” o “Escrito que contiene las indicaciones de todo aquello que la obra requiere para su puesta en escena”, son algunas conceptualizaciones que se leen. Es decir, el guion es un instrumento transitorio, que dejará de servir cuando la producción llegue a su fin. Ello lo convierte en una creación que nace para morir. De hecho,

es curioso (o raro) que algún espectador se incline por leer el guion de la película recién estrenada antes de que vaya a verla. Y si insistiera en esa tarea se encontrará con dos dificultades: primero, las probabilidades de que acceda a dicho texto son escasas (en la industria chilena es un hecho que el 90% de estos documentos de trabajo terminen en el tacho de la basura) y, segundo, observará con cierto desazón que lo que lee en el guion no es exactamente lo que verá en la gran pantalla (habrá cambios de nombres, calles o personajes, y en el peor de los casos, se encontrará con otro final). Incluso, es probable que en el proceso de creación de una película no haya habido guion, así como se le conoce en Hollywood. Desordenadas anotaciones, esquemas, breves escritos son, entonces, el formato de guion que encontrará. Este rasgo no es menor, ya que en gran medida da cuenta actos políticos explícitos. Un director que se aleja de las precisiones narrativas previas abraza uno de los rasgos menos discutidos del hacer cine: la ausencia de realismo y el deseo de soltar amarras con el capitalismo audiovisual.

Por su parte, el término *dispositivo* provoca variaciones un poco menos felices. Los diccionarios de lengua castellana vinculan el término con aquel “mecanismo dispuesto para obtener un resultado” o al “artefacto, máquina o aparato que sirve para hacer algo”. El habla común (la doxa) lo asocia a un artificio, subsistiendo la idea de aparato o de ordenamiento en función de un fin. Así, por ejemplo, se habla del “dispositivo telefónico” o del “dispositivo policial”. En las ciencias sociales, el dispositivo opera como un mecanismo o una red de relaciones que une, orienta o controla en función de un objetivo. En el campo de la filosofía ha sido abordado por pensadores como Michel Foucault, Gilles Deleuze o Jean-Francois Lyotard, y designa al conjunto de normas, instituciones, categorías y formas de control que existen entre los seres humanos y sus prácticas sociales. En una de sus escasas definiciones del término, Foucault (1984) dice en una entrevista concedida en 1977:

"Lo que trato de indicar con este nombre es, en primer lugar, un conjunto resueltamente heterogéneo que incluye discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas; en síntesis, lo dicho, así como lo no dicho, éstos son los elementos del dispositivo. El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos" (Foucault, 1977: 299).

En esta década, ha sido el italiano Giorgio Agamben quien con más nitidez se ha referido al concepto de dispositivo. Lo amplía a cualquier cosa que tenga la capacidad para orientar, capturar, definir, modelar o controlar y, así, asegurar conductas y opiniones. De ese modo, no sólo la prisión, la escuela o el hospital serían dispositivos, sino también la lapicera, la escritura, el ordenador o los medios de comunicación. Puede ser concebido, incluso, como un acto de pensamiento, en la medida que diseña automáticamente un ángulo en la comprensión del entorno significativo.

Las cuatro dimensiones del dispositivo

El guion cinematográfico asume rasgos y funciones que no se alejan de la noción de dispositivo acuñada por Michel Foucault. Al igual que los regímenes discursivos estudiados por el filósofo francés, tanto en la estructura narrativa como en los argumentos morales escogidos para escenificar la realidad, opera un operador metamórfico, una máquina transformadora y un principio de organización ético y discursivo. No se debe olvidar que la tesis del cine como dispositivo sintetiza en gran medida el desarrollo de la teoría fílmica francesa de los años setenta. Una tesis que no ha estado exenta de discusión y cuyos principales promotores (Baudry, 1975; Metz, 2001 y Casetti, 1986) coinciden en tomar no sólo las características propias de la imagen, sino también las condiciones psíquicas de la recepción. Es decir, se postula la doble dimensión del filme, como artefacto y experiencia subjetiva. Así se habla del dispositivo cinematográfico como “todo el engranaje que envuelve al filme”, “lugar del espectador” o “aquel mecanismo de control que mantiene unidos el régimen de composición y el régimen de recepción”. Para otros autores, refleja la evidencia del estatus ideológico en el que el llamado séptimo arte y su industria se mueven. En la tesis de Baudry, el dispositivo desempeña un papel fundamental, pues es lo no visible, pero que permite ver. El ojo del espectador es que se adiestra y se dirige a partir de una serie de artificios que la máquina del dispositivo cinematográfico hacen posible, privilegiando lo que Comolli denomina la “ideología de lo visible”, situando al espectador imaginariamente en un lugar central.

Lo que ocurre con el guion es similar, pero en su trabajo con el equipo de rodaje. Es el ojo del director, productor, actor, financista o montajista el que se busca adiestrar a partir

de un conjunto de artificios (en forma de escenas descritas, diálogos, acotaciones, dibujos) puestos en orden, tal cual como cualquier otro mecanismo de control. El guion, entonces, actúa con un efecto de deseo en el psiquismo del realizador (que en muchos casos es el mismo director) que se impone sobre el resto de los aparatos técnicos audiovisuales que persiguen el mismo fin: una relación en la cual se conjuga toda la potencia creativa y la adhesión discursiva a lo descrito en este dispositivo.

Una manera de verificar esas construcciones discursivas acotadas y circulares es aplicando métodos socio-semióticos al texto dramático y/o al visionado de películas. Para ello, consideramos indispensable tomar en su totalidad la producción social del sentido y de la representación del mundo social, viendo de qué forma los relatos ficcionales se aíslan del resto del sistema social. Esa totalidad de sentido es lo que se conoce como *discurso social*. A juicio de Marc Angenot, el discurso social muestra una diversidad aparente, en circunstancias que ocupa todo el espacio de lo pensable. Es hacia él -y desde él- donde la posición oficial, el malestar cultural o la irreverencia se desvelan a través de múltiples materias significantes. Esta apariencia de naturalidad propio de la hegemonía (no necesariamente en términos de Gramsci) nos explica por qué el discurso social actúa como la conjunción de lo visible y lo enunciable de una época, en una sociedad determinada. La doxa hegemónica no sólo impide hablar sino que impone formas y contenidos de lo que se dice y no se dice. Angenot identifica aquellos elementos constitutivos de la hegemonía: reglas canónicas de los géneros y de los discursos, reglas de precedencia, estatutos de los diferentes discursos, normas del buen lenguaje (desde el literario al periodístico), formas aceptables de narración y de la argumentación, repertorio de temas propios y diversos, y convenciones de forma y de contenido. De aquí se obtiene una concreta propuesta metodológica, definiendo el análisis del discurso social como una búsqueda de lo homogéneo, a partir del cual el investigador debe poner en evidencia el material regulado o recurrente, detrás de las variaciones y avatares.

Esa homogeneidad se plasma en las propuestas ficcionales de la industria audiovisual, recogiendo formas de ser, de hacer y hablar, reforzando arquetipos y promoviendo visiones de mundo. Se construyen, así, formas de subjetividad que provienen de recursos narrativos. La teoría del drama, por ejemplo, reconoce modelos generativos de

historias que producen estructuras narrativas a través de una combinación limitada de elementos. El caso más conocido es el estudio de George Polti (1895) -que se adelanta a los trabajos estructuralistas de Vladimir Propp, Étienne Soriau y A. Greimas- que identifica 36 *situaciones dramáticas* como una serie de constantes en la diversidad de intrigas de cualquier relato. La revista francesa *Synopsis* especializada en guion publicó durante un tiempo “lecturas aplicadas” de la situaciones dramáticas con gran interés por parte de los guionistas. La existencia de una instancia narradora garantiza que en el relato estará siempre presente un punto de vista o un juicio sobre la realidad recreada. Para que dicho discurso se explicita, basta que se presente una situación dramática o una función narrativa, deslizándose, así, el ordenamiento de una realidad ficcionada que está lejos de ser neutral.

Esas influencias estructurales se extienden a paradigmas creativos y recursos estilísticos de diversa índole. Se trata de parámetros de escritura audiovisual, cada vez más extendidos en escuelas de guion en el mundo, y que Hollywood llama “fórmulas de éxito” (Tubau, 2011). No es, sino, otra forma en que el dispositivo se expresa. Es en ese escenario académico donde los textos de Syd Field (1979), Linda Seger (2002), Robert McKee (2002), Christopher Vogler (1998) o Black Snyder (2010) son de lectura obligatoria. Se han convertido en algo más que recomendaciones. Se trata de verdaderos tratados o fórmulas dogmáticas que enseñan sobre el riesgo, el nudo dramático o la transformación de los personajes. Históricamente hablando, uno de los primeros guiones cinematográficos fue el que escribió George Méliès para *El Viaje a la Luna* (1902). Dicho escrito contenía treinta y un líneas en las que se detallaron lugares, tiempo, acciones y personajes. Esos elementos sobreviven hasta nuestros días, convirtiéndose en la base sobre la que se construyen los guiones modernos. Esta normatividad tiene, sin embargo, más de 2.500 años de historia. La *Poética* de Aristóteles puede considerarse el primer dispositivo dramatúrgico. Allí, los principios de la trama y los tres actos garantizan la cohesión y unidad discursiva de la obra, considerada como un todo. Las normas que allí se definen tienden a que el texto dramático (cualquiera sea su lenguaje, como teatro, cine, televisión o medios digitales) realice en una propuesta concreta las condiciones peculiares de la belleza.

Nuestra tesis indica que toda esa discursividad parte en el guion, incluso desde antes del texto dialogado. La idea, la premisa, el argumento moral, la construcción de personajes,

la visualidad imaginada, el ritmo de los diálogos, o el encuadre previsto en los *storyboard*. El bosquejo menos trabajado presenta aquello que no se quiere mostrar. Ese primer dispositivo es la metodología de la creación. En ella confluyen las ideas preconcebidas, la experiencia biográfica y la investigación (observación, trabajo de campo, documentación, entrevistas, lectura o visionado de películas). En cada una de estas etapas el escritor pone en juego las posibilidades que tendrá su historia. Es desde ese primer paso que resuelve qué contar. Se trata de una búsqueda en la que ejerce gran influencia la visión de mundo que el autor tiene de la realidad (su discurso autoral). Probablemente si aplicamos la teoría del psicoanálisis, daremos más importancia a los primeros años de vida como causas de las decisiones que hoy toma -ese guionista o realizador adulto- en su trabajo profesional.

Entonces, al poner en diálogo la teoría del guion y la noción del dispositivo, observamos, los cuatro ámbitos en los que se aplica nuestra tesis: primero, el guion es el resultado inicial de un conjunto de técnicas creativas (más o menos validadas por el arte y la ciencia); segundo, la estructura del guion no es inmune a los principios narrativos aceptados en más de dos mil años de dramaturgia, ya sea como aceptación o rechazo; tercero, el guion es una estructura que direcciona el trabajo de un equipo de realización (consolidando la idea de que el guion es un texto transitorio, es decir, la biblia); y cuarto, el guion refleja los cambios y circunstancias del discurso social que quiere verse reflejado en la película, pero desde una artificiosa mirada del director. Una serie de elementos y dimensiones se observan en cada una de estas categorías, tal como se muestran en el siguiente cuadro:

CUADRO 1: Dimensiones del guion como dispositivo

Dispositivo Metodológico	Dispositivo Narrativo	Dispositivo Textual	Dispositivo Discursivo
El concepto El factor biográfico La investigación La documentación La imaginación La ensoñación La historia La lluvia de ideas El pre-juicio La entrevista La observación	El conflicto Los personajes El antagonista El clímax El universo ficcional Los roles actanciales Las situaciones dramáticas Premisa Nudo dramático Puesta en escena	Ritmo Diálogos Psicología de personaje Didascalias Extensión Pausas Visualidad Locaciones Acentos y tonos Atmósfera	La doxa La ley La moral Lo oficial Lo periférico Los tabúes Los clichés Los paradigmas Las normas estéticas La ciencia La tradición

El régimen invisible del cine chileno

Estos hallazgos teóricos se observan en el cine chileno de ficción, con las respectivas particularidades. La ausencia y presencia de elementos del referente potencia y debilita algunos aspectos de la construcción de subjetividad del espectador. Esa constatación es relevante, pues orienta desde el primer momento lo que será la dirección discursiva, anclada en principios dramáticos que se dicen universales.

Esos principios son tomados como verdades de fe (el amor romántico, la venganza, la búsqueda del anillo, etc.), alimentados con técnicas creativas. Todas ellas, sin embargo, tienen limitados “pies forzados”. Así, por ejemplo, tras reagrupar los filmes estudiados – luego de la combinación de la constante ideológica, los valores premiados y castigados y el dilema moral- se generaron ocho combinaciones en las que aparecen transversalmente los géneros típicos (como el drama, el biográfico, el épico o la comedia), ya que entendemos que esas etiquetas no nos dicen nada sobre el sentido profundo del relato. Las ocho categorías que agrupan discursivamente al cine chileno reciente son: (1) la astucia, el valor y la obsesión como premio; (2) el villano o inadaptado como “falso héroe”; (3) el pasado como fuerza antagónica; (4) el autodescubrimiento; (5) al fin y al cabo todo sigue igual; (6) el secreto revelado; (7) la inocencia castigada y (8) la soledad como eterna compañera.

Las historias del cine chileno tienen una búsqueda autoral que las hace difícil de digerir por el público extranjero. Son películas que tienen miradas muy personales, autobiográficas y experimentales, con reiterados entramados de conflicto interno. Dichas estrategias las han acercado y alejado del circuito comercial, con disímiles reacciones en la crítica especializada. De los mejor evaluados, destacan los personajes protagónicos en *Se arrienda* (Alberto Fuguet), *La Nana* (Sebastián Silva) y *Gloria* (Sebastián Lelio). En tanto, entre los menos aplaudidos están los héroes y anti-héroes de *Tony Manero* (Pablo Larrín), *El verano de los peces voladores* (Marcela Said) o *Velódromo* (Alberto Fuguet). En otros casos, como *El cielo, la tierra y la lluvia* (José Luis Torres Leiva) o *Lucía* (Niles Atallah) los relatos estudiados proponen diversas formas de romper con la ilusión realista, desde el más clásico recurso actoral de distanciamiento hasta aquellas formas propias de la estética

audiovisual en las que la reflexión del espectador se estimula por el visionado y no por los diálogos.

Lo anterior complementa con lo que se ha calificado como “poéticas débiles” del cine chileno (Corro, 2012). Es el término que se usó para explicar esas historias con baja intensidad dramática, poco pretensiosas basadas en asuntos insignificantes, con un interés progresivo por los argumentos de menudencias y con un debilitamiento de la presencia actancial en varios personajes secundarios. Podremos compartir o no el diagnóstico, pero cuando se privilegia lo vago, lo impreciso, las tramas secundarias, o cuando simplemente hay ausencia de éstas, es el discurso autoral el que se pone en acción en la estética narrativa. Dicha concepción se nutre de otros términos con los que se califica al cine chileno de ficción: lateral, nómada, centrífugo, nostálgico, imperfecto, militante, panfletario, local, precario o histórico. Se trata del resultado de análisis estéticos (Cavallo 2010, Horta 2013, Saavedra 2013, Urrutia 2013, Brenes 2014); metodológicos (Valenzuela 2012, Lubbert 2009); sociopolíticos (Barril 2014, Fuenzalida 2011, Trejo 2009); histórico-epistemológicos (Stange & Salinas 2009, Trabuco 2014, Fuenzalida 2009); semiológicos (Corro 2012, Navarro 2014, Sánchez 2011, Soubllette 2011, Dittus 2014) o culturales (Casas 2014, Villarroel 2014). En cualquier caso, más allá de la adscripción conceptual, es el propio cine el que habla a través de la producción de un régimen de enunciación concreto, que le da identidad a guionistas y realizadores.

CUADRO 2: El dispositivo discursivo en el cine chileno

Categorías dramático/discursivas (análisis semiótico del cine de ficción)	Poéticas del cine chileno (en opinión de sus investigadores)
(1) La astucia, el valor y la obsesión como premio (2) El villano o inadaptado como “falso héroe” (3) El pasado como fuerza antagónica (4) El autodescubrimiento (5) Al fin y al cabo todo sigue igual (6) El secreto revelado (7) La inocencia castigada (8) La soledad como eterna compañera.	Lateral Nómada Centrífugo Nostálgico Imperfecto Militante Panfletario Local Precario Histórico

Los métodos creativos no son muy distintos a los que se registran en los principales textos o talleres referidos al tema. El estudio llevado a cabo para indagar sobre los estándares profesionales del guionismo en Chile revela que hay tantas técnicas como escritores existen, desde la participación actuarial en la construcción de los diálogos en el mismo momento de rodaje hasta el trabajo de revisión histórico. Un ejemplo de esta dimensión se observa para la escritura del guion del elogiado filme chileno *El chacal de Nahueltoro* (1968, Miguel Littin). Como se sabe, la película cuenta la historia de José del Carmen Valenzuela autor de un brutal asesinato múltiple en la zona de Nahueltoro. Víctima además de la marginalidad en la que ha vivido, es condenado a muerte por sus actos, aunque antes de la sentencia es rehabilitado: aprende a leer, escribir y sociabilizar. Pero ello no impide que la sentencia se cumpla y que el castigo social caiga sobre él. La premisa es clara: se denuncia la pena de muerte y cómo el sistema no tiene piedad sobre hombres que han actuado justamente debido a la injusticia social entre la que han crecido. El guion original está basado en información de prensa de la época, en entrevistas realizadas por los periodistas José Gómez López, Darwin Contreras, Fernando Rivas Sánchez y en el expediente, actas y documentos que la justicia chilena sustanció al condenado. Con ese dato duro, el realizador y su equipo componen una obra audiovisual con, aplicando nuevas dimensiones de dispositivo. La película sigue una estructura brechtiana, de distanciamiento emocional, precisamente para provocar un alejamiento necesario del espectador, para que éste racionalice el hecho.

La apropiación de los principios dramaturgicos en la estructura del texto es otra de las dimensiones observadas en el cine chileno. En la última década, este rasgo está asociado a la falta de formación en escritura creativa. Ello está directamente vinculado con los grados de profesionalización del trabajo audiovisual y la existencia de roles en ese proceso artístico/productivo. En la investigación realizada observamos que sólo algunos casos emblemáticos experimentan con nuevos mecanismos narrativos o fórmulas híbridas, alejadas del cine comercial, pero con un gran conocimiento de las poéticas. Muchos de esos trabajos no se distribuyen en las cadenas de distribución cinematográfica (en muchos casos se trata de proyectos de título en escuelas de cine o películas con irregular distribución en festivales, plataformas o canales alternativos) por lo que se hace difícil evaluar el impacto

de esas estructuras narrativas en el público que habitualmente paga una entrada por ver cine. Aun así, esos casos reflejan la sensibilidad que tiene la creación cinematográfica a la noción de dispositivo. Ya sea como mecanismo orientador, de control, de alejamiento a las masas o como asegurador de calidad, las tres primeras categorías que se reconocen en este trabajo tienen plena aplicación en el cine chileno.

Un caso a destacar, que sirve como antecedente, es el trabajo del cineasta Cristian Sánchez. Los análisis hechos a su obra coinciden que se trata de un cine lateral o nómada. Alternativo al modelo americano, las películas de Sánchez bordean las estructuras dramáticas clásicas de construcción narrativa, buscando puntos en común que “rápidamente se descarrían, se van por las ramas, desconcertando al espectador” (Torres & Perucca, 2015). Este aparente desvío sirve para mostrar otros aspectos de la vida de sus personajes, que no podrían estar en la trama principal de la película, pero que merecen registro. Sus personajes se mueven por la inmediatez y la frustración, carentes de cariño, faltos de amor, incompletos que finalmente establecen una relación de dominación entre uno y el otro, como si quisieran fusionarse.

En contraposición al modelo clásico hollywoodense, los personajes de Sánchez carecen de voluntad en cumplir las metas que se proponen. Ellos optan por un camino lateral, en el cual se transforman en nómadas, viviendo en distintas casas y pensiones, con actividades laborales fluctuantes, ya que Sánchez se interesa por la simultaneidad de mundos en sus relatos, exhibiendo “cruces sociales entre sectores marginales inmersos en la violencia y el delito, clases medias intelectualmente anémicas, y sectores altos de la sociedad faltos de vida y decadentes” (Ruffinelli, 2007).

En el actual escenario audiovisual, la enseñanza formal de guionistas tiene algo importante que decir. Los cursos de guion y dramaturgia suelen volverse normativos, lo que a la larga resulta pernicioso para el oficio (Stranger, 2011). Ello se evidencia tras la convicción -para algunos- de que el manejo de una técnica podría dificultar las capacidades creativas de un escritor. Otros, en cambio, refuerzan la tesis de que la enseñanza formal permite liberar el imaginario y desarrollarlo plenamente. Los resultados son contundentes cuando se analizan los principios de aquellos programas que entregan una especialización en escritura creativa. Los cursos de formación de guionistas en Chile declaran -en términos

generales- que buscan responder a la creciente necesidad de los profesionales del ámbito audiovisual para enfrentar los vertiginosos cambios de un mercado laboral cada vez más exigente, competitivo y globalizado. Se enfatiza que el mercado está reconociendo, cada vez más, la importancia de los guionistas y de los profesionales que los analizan y evalúan, ya sea para recomendarlos, producirlos, realizarlos, financiarlos, distribuirlos, o con el fin de valorarlos correctamente cuando postulan a fondos concursables.

CUADRO 3: Algunas técnicas creativas de escritura

Historia en tiempo real	Donde el eje central sea el	Que transcurra en un funeral
Con final abierto	destino (profecía auto-	Que transcurra en una boda
Que comience por el final	cumplida)	Que transcurra en un viaje
Donde el protagonista	Donde haya un puzle policial	Donde haya un anillo mágico
muere	(¿quién es el asesino?)	Donde haya un testamento
Muda (sin diálogos)	Donde haya un mayordomo	Donde haya un cura
Con falso final	Donde el protagonista es un	Donde haya un amor
En el mismo lugar	guionista	imposible
Que transcurra sólo de	Donde haya un monstruo	Donde el protagonista
noche	Que transcurra en otro planeta	envejezca
Donde haya sólo mujeres	Donde haya una prostituta	Donde haya un reencuentro
Donde haya un secreto	Donde haya un gigoló	Donde haya un abandono
Donde un personaje sea un	Donde el villano triunfe	Donde haya infidelidad
enano	Donde el gato hable	
Donde haya una bomba		

Saber leer un guion es el primer paso -y el más importante- para mejorarlo. ¿La historia está bien estructurada? ¿Hay un tema central unificador? ¿El relato progresa adecuadamente? ¿Los personajes están bien contruidos? En medio de esas interrogantes, la tarea del *script doctor* es identificar los problemas de un guion y aportar alternativas válidas para solucionarlos. Es decir, es una especie de guardián del dispositivo dramático. También conocidos como lectores de guion, analistas, asesores, cumplen la labor de justipreciar y filtrar los guiones que tienen posibilidades de realización, detectando sus debilidades para corregirlas, y conducirlos al máximo de su potencial. El reconocimiento de su labor, sin embargo, va de la mano con el creciente interés por la escritura de guiones.

Cada vez más talleres y diplomados acogen a alumnos deseosos de saber algo más para conseguir el anhelado primer borrador para una película o serie de televisión. Los fundamentos que dan sustento teórico al estudio de la enseñanza y evaluación profesional de los guiones van más allá, y nos retrotraen a la génesis misma del guion... y del guionista.

Conclusiones

Billy Wilder decía que las tres cosas más importantes para una película en orden de importancia eran el guion, el guion y el guion, frase que refleja la mentalidad de una actividad que busca métodos para dejarse ver entre otros oficios, algo más reconocidos que el de guionista. Es decir, más allá de si existen fórmulas o recetas para escribir, hay un renovado interés en dar facilidades para crear historias audiovisualmente atractivas. Las exigencias para financiar nuevos proyectos narrativos y los deseos de darle un valor agregado a esas historias, comulgan con programas universitarios atiborrados de estudiantes con altas expectativas. Todos descansan -más allá de sus propios objetivos y metodologías- en dos paradigmas rectores: existe el buen guion y una historia no se escribe, sino que se re-escribe. Se garantizan historias capaces de revelar secretos de la naturaleza humana y resolver cuestiones que finalmente sean universales. Se garantiza profesionalismo de un oficio que supone trabajar en una idea y rehacerla veinte veces si es necesario. Es la figura del guionista profesional, al que la industria le exige el dominio de las técnicas de la escritura, una visión propia sobre cuestiones vitales y hacer planteamientos originales sobre asuntos humanos trascendentales.

Este trabajo busca instalar una apertura analítica sobre el guion cinematográfico chileno, inexistente y muy necesaria hoy en día, que dialogue con las dinámicas de la industria audiovisual en relación con el mercado y las audiencias chilenas. Por otra parte, plantea un marco conceptual comprehensivo y pertinente sobre los parámetros de validación de los filmes dentro de un dispositivo económico dominante, proponiendo un contexto más complejo -que integra a la academia, el espectador y la ética como elementos significativos- a considerar al emprender el análisis del guion.

Referencias bibliográficas

- Angenot, M. (1998). *Interdiscursividades*. Córdoba: U. Nacional de Córdoba.
- Barril, C., P. Corro & J. M. Santa Cruz (2014). *Audiovisual y política en Chile*. Santiago: Editorial Arcis.
- Baudry, J. L. (1975). "Le dispositif". *Communication*, 23, pp. 56-72. París: Le Seuil.
- Brenes, C. S. (2014). "Quoting and Misquoting Aristotle's Poetics in Recent Screenwriting Bibliography", *Comunicación y Sociedad*, 27, n. 2, pp. 55-78.
- Casetti, F. (1986). *El film y su espectador*. Madrid: Cátedra.
- Cavallo, A. & G. Maza (2010). *El novísimo cine chileno*. Santiago: Uqbar.
- Corro, P. (2012). *Retóricas del cine chileno*. Santiago: Cuarto Propio.
- Dittus, R. (2015). "Fundamentos para un estudio del guion en el cine chileno". *Aisthesis*, n.58, pp. 237-254, Santiago: PUC.
- Greimas, A. (1974). *En torno al sentido*. Madrid: Fragua.
- Guattari, F. (2016). *Un amor de UIQ*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Foucault, M. (1984). "El juego de Michel Foucault", en *Saber y verdad*, pp. 127-162, Madrid: La Piqueta.
- Fuenzalida, V. & P. Julio, eds. (2011). *Panorama del audiovisual chileno*. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Horta, L. (2013). *¿Por qué filmamos lo que filmamos?* Santiago: Cuarto Propio.
- Littin, M. (2015). *El chacal de Nahueltoro. Guion original de la película*. Santiago: Cuarto Propio.
- Lubbert, O. (2009). *Guion para un cine posible*. Santiago: Uqbar editores.
- Metz, Ch. (2001). *El significante imaginario: psicoanálisis y cine*. Barcelona: Paidós.
- Navarro, S. (2014). *La poética de las imágenes del cine*. Santiago: Metales Pesados.

- Polti, G. (1923). *Les 36 situations dramatiques*. Paris: Mercure de France
- Propp, V. (2011). *Morfología del cuento*. Madrid: Akal.
- Robino, A. (2015). *Manual de análisis de escritura dramática*. Santiago: Finis Terrae.
- Ruffinelli, J. (2007). *El cine nómada de Cristián Sánchez*. Santiago: Uqbar.
- Saavedra, C. (2013). *Intimidades desencantadas. La poética cinematográfica del dos mil*. Santiago: Cuarto Propio.
- Sánchez, C. (2011). *Aventura del cuerpo. El pensamiento cinematográfico de Raúl Ruiz*. Santiago: Ocho libros, 2011. Medio impreso.
- Soublette, G. (2011). *La cara oculta del cine*. Santiago: Ediciones UC.
- Stange, H. & C. Salinas (2013). *La butaca de los comunes. La crítica de cine y los imaginarios de la modernización en Chile*. Santiago: Cuarto Propio.
- Souriau, E. (1950). *Les deux cent mille situations dramatiques*. Paris: Flammarion.
- Torres, O. & G. Perucca (2015). “El cine lateral de Cristián Sánchez”. *Revista Cinematografía*, 1, pp. 43-99, Santiago.
- Truby, J. (2007). *Anatomía del guion*. Barcelona: Alba.
- Urrutia, C. (2013). *Un cine centrífugo*. Santiago: Cuarto Propio.
- Valenzuela, J. I. (2012). *Taller de escritura de telenovelas*. Santiago: Uqbar.
- Villarroel, M. (2014). *Travesías por el cine chileno y latinoamericano*. Santiago: LOM.

Contribuciones de la perspectiva narrativa al estudio de la comunicación organizacional

Contributions of narrative perspective to the study of organizational communication

Larissa Conceição dos Santos
Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA)
larissa.conceicaos@gmail.com

Abstract

This paper aims to investigate the introduction of narrative approach to communication studies, and more specifically its implication to the study of organizational communication. This is a theoretical research, exploratory and at the same time, reflective, where through the dialogue among narrative, organizational and communicational studies becomes possible to observe the production, circulation and seizure of narratives within organizations, which aims to evidence here.

Keywords: *Organizational communication; Narrative; Narratology; Organizations.*

Resumen: El presente trabajo tiene como objetivo investigar la introducción del enfoque narrativo de los estudios de comunicación, específicamente su implicación para el estudio de la comunicación organizacional. Se trata de una investigación teórica, exploratoria y, al mismo tiempo, reflexiva, donde a través de un diálogo entre la narrativa, estudios organizacionales y de comunicación es posible observar la producción, la circulación y la incorporación de las narrativas en las organizaciones, las cuales se objetiva aquí evidenciar.

Palabras clave: Comunicación organizacional; Narrativas; Narratología; Organizaciones.

1. Introducción

El discurso organizacional, o las formas por las cuales la organización interactúa con el medio, como ella se presenta y se representa a la sociedad, pueden ser observadas no solo a través de sus discursos, sus informes, sino también a través de sus narrativas.

Esta perspectiva de investigación mediante la introducción de la óptica narrativa a las organizaciones, nace desde el análisis de la producción y distribución de los relatos organizacionales, y de la adopción del enfoque narrativo como una metodología mediante la cual se pueden examinar los fenómenos corporativos (Czarniawska, 2000; Rhodes; Brown, 2005).

Este trabajo tiene como objetivo presentar el enfoque narrativo originado en el seno de los estudios literarios como la narratología, analizando su desarrollo entre los estudios organizacionales, y reflexionando sobre su potencial aplicación en las investigaciones en comunicación organizacional.

Se trata de un estudio teórico y exploratorio, donde, a través de la revisión de las principales investigaciones organizacionales (Czarniawska, 2000; Giroux; Marroquín, 2005; Rhodes, Brown, 2005) y comunicacionales (D'Almeida, 2001; Boje, 2001) se presentan la perspectiva narrativa y narratológica como una alternativa relevante para las investigaciones en el área de la comunicación organizacional.

En particular, se evidencia el uso de narrativas y procesos narratológicos por las organizaciones con el objetivo de comunicarse con diversos públicos, destacando la producción, difusión y distribución de narrativas estructuradas por las organizaciones y direccionadas a los diferentes actores con los cuales se relaciona; así como la relevancia del estudio de dichas formas narrativas, como procesos y productos de comunicación, con un sesgo analítico útil e innovador en el campo de la comunicación organizacional.

Finalmente, se proponen algunas líneas de investigación posibles gracias a la investigación de la comunicación de y en las organizaciones, a la luz del enfoque narrativo, con la intención de analizar la dimensión simbólica de la comunicación organizacional observada a través de las narrativas organizacionales.

2. Marco teórico

Los primeros registros relacionados a la temática de la narrativa se refieren a Aristóteles y su obra llamada “Poética”, donde se describen las características de un buen drama. Más tarde con Esopo (siglo. VI A. C.) se introduce en Grecia la tradición de las narrativas orales, de la narración de fábulas en las cuales eran contadas como apologías y relatos familiares.

El estudio de las narrativas fue vinculado, en un principio, a la corriente literaria, ocupandose del análisis interno de las narrativas, de donde se deriva el concepto de la narratología. El nacimiento de esta línea de investigación fue impulsado por el estructuralismo (Lévi-Strauss, 1958) y por las investigaciones llevadas a cabo por los formalistas rusos, especialmente por Vladimir Propp, que buscaba establecer en el cuento una morfología, describiendo así el llamado "Cuento Maravilloso".

Las investigaciones desarrolladas por la corriente narratológica están, así, en la raíz de los estudios sobre la narrativa. Inicialmente centrada en investigaciones lingüísticas y literarias, la narratología comienza a influir en muchos estudios en diferentes campos, tales como la antropología (Lévi-Strauss, 1958), la filosofía (Ricoeur, 1983), psicología (Bruner, 1991), comunicación (Fisher 1984; Mumby, 1987; D'Almeida, 2001), la historia (Carr, 1986; Blanco, 1987), y la gestión, entre las que se destaca el dominio organizacional (Barry; Elmes, 1997; Czarniawska, 1998; BOJE, 2001; Rhodes; Brown, 2005).

En opinión de Jameson (1981) la narración va más allá del horizonte literario siendo entendida como un modo de construcción social y de aprehensión del mundo. Un enfoque similar es defendido por el psicólogo americano Jerome Bruner al afirmar que las personas organizan sus experiencias y recuerdos a través de narrativas, levantando la tesis de una construcción narrativa de la realidad. La narrativa funcionaría como una herramienta mental, ayudando a los sujetos en la construcción de la realidad (o una versión de la misma) (Bruner, 1991).

Benjamin (1994) también enaltece el papel de la narrativa como mecanismo de expresión de la experiencia humana. Ya en los estudios narrativos de Ricoeur (1983) el

tiempo se convierte en el elemento central, experimentado solamente a través de la narrativa.

En la intersección entre las investigaciones de la teoría narrativa y de la ciencia de la gestión se observa la emergencia de numerosos estudios centrados en la narración y en la producción de narrativas en las organizaciones (Rhodes; Brown, 2005; Giroux; Marroquín, 2005). Esta tendencia se observa, en particular, entre los investigadores anglosajones, que centran sus estudios, especialmente, en la narración interna, su relación con la dinámica y el contenido de las narrativas preparadas por los diferentes actores organizacionales, donde el enfoque del storytelling (Boje, 1995; 2001) se hace recurrente, siendo también legitimado entre los investigadores latinoamericanos.

En el campo de la comunicación, las investigaciones dedicadas a la narración tienen como precursor Walter Fisher, conocido por su propuesta del paradigma narrativo de la comunicación. El autor pone de relieve el carácter narrativo de la comunicación humana y propone el concepto de *homo narrans*, considerando al ser humano como esencialmente un narrador o un cuentista (Fisher, 1984). Sus estudios destacan el papel de la narración desde la perspectiva de la comunicación humana.

La interface entre la narrativa y la organización, y más precisamente el reconocimiento de la narrativa a los estudios organizacionales, hizo surgir una variedad de puntos de vista: funcionalista, crítico, interpretativo, de procedimiento, posmoderno, entre otros (Giroux; Marroquín, 2005), y más recientemente se destaca la perspectiva narrativa aplicada al campo de la comunicación organizacional (D'Almeida, 2001).

Rhodes y Brown (2005) afirman que los primeros estudios que utilizan la metodología narrativa en el campo de la gestión se pueden ver en los años 70, con la obra de Clark (1972) acerca de las sagas organizacionales, y de Mitroff y Kilmann (1975) sobre los mitos épicos en las organizaciones.

Mumby (1987) realiza estudios sobre la función política de la narrativa en las organizaciones, la clasificación de la narrativa (organizacional) como una manera simbólica por la cual son expresadas y constituidas las estructuras de poder y la ideología organizacional.

La narrativa como un mecanismo de aprendizaje para las organizaciones, como una alternativa a los métodos tradicionales técnicos y lógicos científicos, es propuesta por Barbara Czarniawska. De acuerdo con la concepción de Czarniawska (2000) las narrativas contribuyen a la construcción de significado a través de un proceso retrospectivo.

Andrew Brown también toma nota de las narrativas como formas de expresión, investigando, sobretudo, de qué manera, a través de la construcción y difusión de relatos, los miembros de la organización expresan y forman una identidad conjunta desde diferentes perspectivas. La narrativa para Barry y Elmes (1997) es un medio de transmisión, sino también un enfoque analítico de las estrategias corporativas.

En el contexto específico de la comunicación organizacional, también se introdujo el enfoque narrativo en los años 90, como resultado de un proceso de reinterpretación de las organizaciones, dónde se desarrolla una gran cantidad de teorías alternativas, como la llamada teoría narrativa postmoderna, basada en la condición postmoderna defendida por Jean-François Lyotard (Scroferneker, 2006).

Como consecuencia de estos estudios nace el enfoque narrativo o narratológico de la comunicación organizacional (D'Almeida, 2001, 2006). Esta perspectiva entiende la comunicación de las organizaciones a partir de la construcción y difusión de narrativas, es decir, los discursos, las hablas y las comunicaciones producidas por las empresas y observadas en su interior, pueden entenderse y analizarse como narrativas organizacionales.

Las narrativas organizacionales incluyen tanto la producción textual (informes escritos, documentos oficiales), como la producción discursiva. La narrativa es vista como un proceso y también un producto de la comunicación en las empresas. Los textos y discursos organizacionales están diseñados como narrativas debido a la estructura en la que se hacen, así como su alcance explicativo y unificador.

3. Contribución del enfoque narrativo para el estudio de la comunicación organizacional

A partir de la revisión teórica efectuada este estudio tiene como objetivo ofrecer una perspectiva única e innovadora a la investigación en la comunicación de las

organizaciones, desde el diálogo fructífero con la teoría narratológica, permitiendo el desarrollo de una perspectiva narrativa de la comunicación organizacional.

Bajo ese enfoque puede examinarse a la comunicación desde la producción de narrativas en las organizaciones, como un proceso constante de citación y de recitación de sí (D'Almeida, 2001, 2007), mediante el cual las empresas se auto-representan y dan un sentido al hacer organizacional, sino también establecen una coherencia en sus prácticas a lo largo del tiempo.

Cabe destacar en este sentido que el tema de las comunicaciones producidas por las organizaciones mediante el uso de narrativas se entiende como una cuestión de importancia fundamental para la comprensión de la dinámica de la organización, que mediada por la comunicación, encuentra en la narración un mecanismo para su legitimidad.

Se entiende que las empresas utilizan diferentes estrategias narrativas con el fin de comunicarse con diferentes públicos, es decir, como una forma de transmitir, difundir y legitimar sus objetivos, misión y valores para la sociedad.

En el campo de la comunicación corporativa el uso de narrativas también se puede observar a través de la incorporación de informes, testimonios e historias de vida, en campañas de prevención y sensibilización. También se puede observar a nivel de organización a través de acciones de comunicación, especialmente al público interno, en donde no solo la historia de vida tiene un papel valorable (reconocimiento del individuo, de su trayectoria), sino que también el objetivo de como fortalecer la integración y el sentido de pertenencia al grupo, en donde a menudo la historia personal y la historia organizacional se entrelazan formando una "narrativa híbrida".

Se observan, por ejemplo, estudios acerca de las construcciones narrativas direccionadas a la promoción del compromiso público a favor de determinadas causas, objetivos e ideales propuestos por las organizaciones (Santos, 2014); como una forma de legitimación, a través del relato de la historia organizacional (Santos, 2014b); para el análisis de relatos biográficos y autobiográficos, producido por organizaciones y / o sus directores y exdirectores (D'Almeida; Merran-Ifrah, 2005), o en los procesos de certificación de calidad en instituciones de salud a través del abordaje narrativo (Jolivet, 2011).

Desde la perspectiva de la comunicación organizacional interna destacamos los estudios de Ribeiro (2013) y también de Mahy (2008), concentrando la atención en las micronarrativas afectivas como estrategias comunicacionales, lo que sugiere el desarrollo de nuevas narrativas organizacionales (internas), basadas en la emoción y el afecto. Por lo tanto, la narrativa interna o micronarrativa es observada por Ribeiro (2013, p.11), como "el verbo democrático que da voz a todas las percepciones de heroización de la actividad diaria." La narrativa del proyecto estructurante del Cirque de Soleil es estudiada por Isabelle Mahy como un objeto de comunicación, destacado por su influencia en la construcción colectiva de sentido y, también, considerada una importante herramienta en contextos cambiantes.

Estos son sólo algunos ejemplos de las diferentes posibilidades que ofrece el enfoque narrativo a los estudios en comunicación organizacional, de la que destacamos las potencialidades de la perspectiva narrativa para la comprensión de los fenómenos organizacionales, así como su aplicabilidad para la práctica profesional en el ámbito de la comunicación corporativa.

Asimismo, se puede considerar también el empleo y la construcción de narrativas estratégicas como productos de comunicación organizacional, destinadas a la difusión de la estrategia organizacional, o la narración de los cambios organizacionales, o de relatos de la responsabilidad ambiental.

Por otra parte, el estudio de la circulación y la adaptación de las narrativas organizacionales a nuevos formatos o soportes mediáticos y transmediáticos se convierte en una perspectiva de análisis prometedora a respecto de las nuevas formas de comunicación organizacional.

4. Conclusiones

Acercar el enfoque narratológico a los estudios de comunicación organizacional permite ampliar la visión del campo más allá de la perspectiva funcionalista, que sigue siendo bastante significativa entre la investigación en comunicación.

La narratología, a través de su aspecto estructural, permite incluso revelar ciertas invariantes, y a través de su dimensión hermenéutica, nos invita a reconsiderar la visión del

mundo propuesta por las organizaciones, y el sentido que nutre las representaciones y los comportamientos de un grupo (D'Almeida, 2006).

De lo anterior, se entiende que el análisis de las narrativas producidas oficialmente por las organizaciones y dirigidas a sus grupos de interés, por medio de un lenguaje propio y con objetivos predeterminados, son por lo tanto, una perspectiva de investigación prometedora, a partir de la introducción de la perspectiva narratológica al campo organizacional y comunicacional.

Como una posibilidad para futuros estudios, se promueve la investigación y la cartografía, tanto de las prácticas ligadas a la comunicación narrativa en las organizaciones, como a las investigaciones sobre este tema llevadas a cabo en el contexto de América Latina. Como resultado se podría obtener un mapa del enfoque narrativo de la comunicación organizacional, el estudio de las principales líneas de investigación, de las aplicaciones efectivas de dicha perspectiva en el proceso de comunicación, sus contribuciones y limitaciones, así como las posibilidades de estudio de ellas provenientes.

Bibliografía

Barry, David.; Elmes, Michael (1997). Strategy Retold: Toward a Narrative View of Strategic Discourse. *The Academy of Management Review*, v. 22, no. 2, April 1, p.429-452. doi:10.5465/AMR.1997.9707154065ACAD

Benjamin, Walter (1994). O narrador: considerações sobre a obra de Nicolai Leskov *In: Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense.

Boje, D. M. (2001). *Narrative methods for organizational and communication research*. London: Sage.

Brown, Andrew D. (2006). A Narrative Approach to Collective Identities. *Journal of Management Studies*, v. 43, n. 4, p. 731-753. doi: 10.1111/j.1467-6486.2006.00609.x

Bruner, Jerome. (1991). The narrative construction of reality. *Critical inquiry*, p. 1-21.

Carr, D. (1986). *Time, narrative and history*. Bloomington: Indiana University Press.

- Clark, Burton R. (1972). The organizational saga in higher education. *Administrative science quarterly*, p. 178-184.
- Czarniawska, Barbara. (2000). *The uses of narrative in organization research*. GRI Reports 2000: 5, 39 pp.
- D' Almeida, N. (2001). *Les promesses de la communication*. Paris: Presses Universitaires de France (reedición en 2006 e 2012).
- D' Almeida, N. (2006). La perspective narratologique en organisations In: Broise, P. & Lamarche, T. *Responsabilité sociale : vers une nouvelle communication des entreprises?* Lille: Ed. du Septentrion.
- D' Almeida, N. Merran-Ifrah, S. (2005) Le récit patronal. La tentation autobiographique. *Revue Française de Gestion*, 6(159), 109-122.
- Fisher, W. R. (1984). Narration as Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument. *Communication Monographs*, 51(1), 1-22. doi: 10.1080/03637758409390180
- Giroux, N. ; Marroquin, L. (2005). L'approche narrative des organisations. *Revue Française de Gestion*, 6(159), 15-42.
- Jameson, Fredric. (1981) *The Political Unconscious: narrative as a socially symbolic act*. UK: Methuen.
- Jolivet, Alexia. (2011). *La certification à l'épreuve de la communication: figures de la qualité et travail du sens: le cas d'un établissement de santé*. 2011. Thèse de Doctorat. Université de Toulouse, Université Toulouse III-Paul Sabatier.
- Lévi-Strauss, C. (1958). *Anthropologie structurale*. Paris: Plon.
- Mahy, Isabelle (2008) Il était une fois... Ou la force du récit dans la conduite du changement. *Communication et organisation*, n.33, p. 50-60.
- Mitroff, Ian I.; Kilmann, Ralph H. (1975) Stories managers tell: A new tool for organizational problem solving. *Management Review*, v. 64, n. 7, p. 18-28.

- Mumby, Dennis K. (1987), The political function of narrative in organizations. *Communications Monographs*, v. 54, n. 2, p. 113-127.
- Propp, V. (1970). *Morphologie du conte*. Paris: Ed. Seuil. [1928].
- Rhodes c.; Brown, A. D. (2005). Narrative, organizations and research. *International Journal of Management Reviews*, 7 (3), 167-188.
- Ribeiro, Emiliania P. (2013). Micronarrativas afetivas: o tocar pelo invisível para uma comunicação visível. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, 36, 2013, Manaus. *Anais eletrônicos do XXXVI Intercom*: São Paulo, Intercom.
- Ricoeur, P. (1983) *Temps et récit I : L'intrigue et le récit historique*. Paris : Seuil.
- Santos, Larissa Conceição dos. (2014). A narrativa organizacional para a promoção do engajamento. *E-Compós*, vol. 17, n. 1.
- Santos, Larissa C. (2014b). História e legitimação organizacional: reflexões acerca das narrativas histórico-organizacionais. *Revista Organicom*, v.11, n.20.
- Scroferneker, C. (2006) Trajetórias teórico-conceituais da Comunicação Organizacional. *FAMECOS*, 3 (31), 47-53.
- Todorov, T. (1968) *La grammaire du récit*. Langages, 12, 94-102.
- Weick, Karl. (1979). *The social psychology of organizing*. McGraw-Hill, Topics in social psychology / Charles A. Kiesler ed., New York: Random House, London.
- West, M.L et al.(1984) *La fable : huit exposés suivis de discussions*. Genève : Vandœuvres.
- White, H.(1987) *The content of the form: narrative discourse and historical representation*. Baltimore: Johns Hopkins.

Estudios de *framing* mediante análisis textual asistido por computadora

Framing studies using computer-aided text analysis

Vicente Fenoll
Universidad de Valencia
vicente.fenoll@uv.es

Abstract

The digitization of information enables the investigation of an enormous amount of texts and public documents of all kinds. The digital media offer news in formats that can be easily exported and stored in a computer for analysis. Similarly, the proliferation of discussion spaces and social networking on the Internet, where users express their opinions publicly, gives us the opportunity to observe and analyze these communication processes in a discreet manner. The study of this vast amount of information through traditional methods of content analysis would involve the use of an enormous amount of time and resources. However, Computer-Aided Text Analysis (Neuendorf, 2002) offers a viable alternative to this problem, as it allows to analyze a large volume of information and conducting longitudinal studies efficiently. There are also programs that allow us to extract not only the percentage of words or linguistic categories most used but also the emotions that appear in the analyzed text. The aim of this paper is to establish the potential of these tools in the field of studies of framing (Entman, 1993). Computer-aided text analysis allows us to use a quantitative methodology with which to measure the frequency of frames, characters and emotions present in the analyzed information. Each stakeholder frames the information by using certain words that convey a particular perspective. In addition, the emotional valence of words used to describe the subject or protagonist can convey positive or negative emotions that condition their perception. Frame mapping (Miller y Riechert, 2001) allows to analyze the frequency of words and frames used to find out what

differences exist in the information presentation of different communicators. The use of these programs has methodological implications, as we undertake a quantitative analysis. Based on statistical calculations, we can identify patterns of used words and check whether there are significant differences in the frames of the different actors. To achieve our goal, we will review, first, the theory of framing. Then we will make a review of studies of framing that implement computer-aided text analysis. On the basis of this contextualization, we formulate a methodology for the study of framing, using computer content analysis.

Keywords: *Framing, computer-assisted content analysis, LIWC, WordSmith Tools*

Resumen

La digitalización de la información favorece la investigación de una enorme cantidad de textos y documentos públicos de toda índole. Los medios de comunicación digitales ofrecen sus noticias en formatos que pueden ser exportados y almacenados fácilmente en una computadora para su análisis. Igualmente, la proliferación de espacios de discusión y de redes sociales en Internet, donde los usuarios manifiestan públicamente sus opiniones, nos ofrece la oportunidad de observar y analizar estos procesos comunicativos de una forma discreta. El estudio de esta ingente cantidad de información mediante métodos tradicionales de análisis de contenido supondría la utilización de una enorme cantidad de tiempo y recursos. Sin embargo, el análisis textual asistido por computadora (*Computer-Aided Text Analysis*) (Neuendorf, 2002) ofrece una alternativa viable a esta problemática, ya que, si bien no sustituye por completo el trabajo del investigador, sí que le permite analizar un gran volumen de información y llevar a cabo estudios longitudinales de forma eficiente. Asimismo, existen programas que nos permiten extraer no sólo el porcentaje de palabras o categorías lingüísticas más utilizadas sino también las emociones que aparecen en los textos analizados. El objetivo de este trabajo es establecer el potencial de estas herramientas en el ámbito de los estudios de *framing* (Entman, 1993). Los programas de análisis automatizado de texto nos permiten utilizar una metodología cuantitativa, con la que medir la frecuencia de encuadres, protagonistas y emociones presentes en la

información analizada. Cada emisor encuadra la información mediante el uso de determinadas palabras que transmiten una perspectiva particular. De igual modo, la valencia emocional de las palabras utilizadas para describir el tema o el protagonista puede transmitir emociones negativas o positivas con las que condicionar su percepción. El *frame mapping* (Miller y Riechert, 2001) permite analizar la frecuencia de las palabras y marcos utilizados, para averiguar qué diferencias existen en la forma que presentan la información los distintos emisores. La utilización de estos programas tiene implicaciones metodológicas, ya que pasamos de un análisis de tipo cualitativo a uno de tipo cuantitativo. Sobre la base de cálculos estadísticos, podemos identificar los patrones de palabras utilizadas y comprobar si existen diferencias significativas en el encuadre que hacen los diferentes actores. Para conseguir nuestro objetivo, vamos a repasar, en primer lugar, la teoría del *framing*. A continuación, haremos una revisión de los estudios de encuadre que implementan el análisis textual asistido por computadora. Sobre la base de esta contextualización, formularemos una propuesta metodológica para el estudio de encuadres, mediante el uso de programas de análisis de texto automatizado.

Palabras clave: Framing, análisis de contenido computarizado, LIWC, WordSmith Tools

1. Introducción

La digitalización de la información permite el acceso rápido y sencillo a toda clase de documentos. Las bases de datos *online*, como LexisNexis o ProQuest, ofrecen acceso digitalizado a documentos en formato textual de publicaciones de prensa y de otros ámbitos. Asimismo, los medios de comunicación digitales ofrecen sus noticias en formatos que pueden ser almacenados en un ordenador. De igual modo, el contenido de las publicaciones realizadas en los medios sociales están accesibles y son fácilmente compilables.

En este contexto, los estudios de *framing* disponen de una enorme cantidad de información susceptible de ser analizada. No obstante, el análisis no puede realizarse utilizando métodos tradicionales, debido a la inversión en tiempo y recursos que ello

supondría. En este sentido, el análisis textual asistido por computadora (*Computer-Aided Text Analysis*, CATA) (Neuendorf, 2002) se presenta como una solución a esta problemática. Aunque la utilización de estos programas no sustituye por completo el trabajo del investigador, posibilitan el análisis de un gran volumen de información y la realización de estudios que abarquen un amplio margen temporal.

El análisis de contenido computarizado es una herramienta adecuada para el análisis de variables latentes, como los encuadres noticiosos (Rüf, Böcking y Kummer, 2010; Igartua, 2012: 31). La principal ventaja de este procedimiento es el incremento en la fiabilidad de la investigación y la objetividad del proceso (Neuendorf, 2002): “los encuadres no son *encontrados* por el investigador sino *computados* por el programa” (Matthes y Kohring, 2008: 261).

El presente trabajo tiene como objetivo plantear una propuesta metodológica para los estudios de *framing*, basada en el análisis de contenido computarizado, que aporte el máximo de fiabilidad posible al proceso de extracción de encuadres. De este modo, repasaremos, en primer lugar, la teoría del *framing* y las técnicas utilizadas habitualmente para la detección de encuadres. A continuación, plantearemos una propuesta de análisis sistemática que sintetice los aspectos metodológicos más relevantes desarrollados en los estudios de *framing* apoyados por computadora.

2. Metodología para la identificación de encuadres mediáticos

La teoría del *framing* se ha establecido como una metodología de estudio de la forma en que los medios de comunicación presentan la realidad social y los acontecimientos políticos (Cacciatore, Scheufele e Iyengar, 2016; Entman, 1993, 2010; Lawrence, 2010; Matthes, 2011; Reese, 2007; Tankard, 2001; de Vreese, 2005; Weaver, 2007).

Altheide (1996: 30) describe el encuadre como el énfasis temático de una información, similar al marco de una foto que separa la imagen de la pared y constriñe su contingencia semántica. Es decir, el proceso de encuadrar (*frame building*) implica la selección de unos ítems como hechos y no otros (Tuchman, 1976). En la misma línea, contamos con la clásica definición de Robert Entman que desarrolla este concepto:

“Encuadrar es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de modo que promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones causales, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito” (1993: 52).

Además de seleccionar y enfatizar palabras, el encuadre mediático contiene un conjunto de paquetes interpretativos dotados de una idea central organizadora que da sentido a la información (Gamson y Modigliani, 1989: 3). De este modo, los encuadres están articulados sobre “pequeñas teorías tácitas de lo que existe, sucede e importa” (Gitlin, 1980: 7).

Como señala Tankard, “el encuadre mediático es importante porque tiene efectos sutiles pero poderosos en la audiencia, incluso hasta el punto de ayudar a derrocar a un presidente” (2001: 96). Por tanto, el modo en que se presentan las noticias puede influir en la percepción de la audiencia y juega un papel importante en la formación de opinión (Cacciatore, Scheufele y Iyengar, 2016; D’Angelo, 2002; Entman, 2010; Mathes, 2012; Scheufele e Iyengar, 2012).

En los estudios para la detección de encuadres mediáticos podemos encontrar dos tipos de estrategias metodológicas: la cualitativa y la cuantitativa (Scheufele, 2003). La ventaja principal del análisis cualitativo es que permite la extracción una gama más amplia de encuadres (Gamson, 1992), así como la comprensión narrativas que se desarrollan a lo largo del texto en forma de macro encuadres (Reese, 2010).

Una parte de los estudios cualitativos utilizan técnicas hermenéuticas para la detección de encuadres. De este modo, el proceso puede estar contaminado por la subjetividad del investigador (Matthes y Kohring, 2008; Miller, 1997; Touri y Koteyko, 2014; Van Gorp, 2010). Por tanto, se corre el riesgo de que la identificación de los encuadres se realice de forma arbitraria, la lista no sea exhaustiva y las diferentes categorías no sean mutuamente excluyentes (Tankard, 2001).

También encontramos algunas propuestas de análisis que ofrecen una alternativa más sistematizada para los estudios cualitativos, que eliminan algunas de las deficiencias de la aproximación hermenéutica (Gamson y Modigliani, 1989; Van Gorp, 2010; Van Gorp y Vercruyse, 2012). En estos trabajos, los autores llegan a la definición del encuadre tras un

proceso de análisis y detección de las distintas dimensiones que lo conforman: núcleo del encuadre, dispositivos de encuadre y dispositivos de razonamiento. No obstante, el esfuerzo analítico que supone este tipo de procedimientos hace difícil su aplicación en corpus grandes (Scheufele y Scheufele, 2010).

La mayoría de estudios de encuadre cuantitativos utilizan una metodología de análisis de contenido deductiva, que mide la frecuencia en que determinados encuadres aparecen en el texto. La metodología deductiva para la detección de encuadres define, previamente a la investigación, una serie de marcos y verifica, posteriormente, su existencia en los contenidos analizados. De Vreese (2005) establece una división en dos modelos que permiten clasificar, de manera deductiva, las distintas formas de encuadrar una información: los encuadres genéricos y los encuadres específicos. Estos encuadres facilitan la identificación de los mecanismos de enmarcado que aparecen de manera reiterada en la cobertura mediática, en general, o en el tratamiento informativo de un asunto determinado, en particular.

Entre los encuadres genéricos utilizados frecuentemente en los estudios cuantitativos de *framing* encontramos los encuadres de la clasificación de Neuman, Just y Crigler (1992) y, sobre todo, la propuesta de cinco encuadres del estudio de Semetko y Valkenburg (2000): conflicto, interés humano, consecuencias económicas, atribución de responsabilidad y moralidad. La utilización de los encuadres genéricos en los estudios de *framing* permite observar de forma deductiva qué elementos se enfatizan en el tratamiento informativo de forma general, independientemente del tema de la noticia.

Junto a los encuadres genéricos, podemos comprobar la aparición de encuadres específicos relacionados directamente con el tema concreto que aborda la información. Con los encuadres específicos se pueden estudiar aspectos tan diversos como la presencia de encuadres europeístas en la cobertura mediática de las elecciones europeas (Sánchez Castillo, Fenoll y Peris, 2016) o la utilización de diferentes marcos periodísticos en la narración de los escándalos de corrupción política (Zamora y Marín Albadalejo, 2010).

La utilización de encuadres genéricos y específicos tiene como principal ventaja la homologación de los estudios de *framing*, pero, en contrapartida, puede favorecer la exclusión de los encuadres que no estén predeterminados (Igartua, 2012; Matthes y

Kohring, 2008; Van Steeg et al., 2003). En este sentido, cabe remarcar la propuesta inductiva de Matthes y Kohring (2008) de extracción de encuadres mediante técnicas estadísticas de análisis de conglomerados jerárquico que posibilitan la detección de nuevos encuadres emergentes. Aunque esta metodología no resuelve completamente el problema de la fiabilidad, limita la evaluación analítica a la clasificación de elementos de encuadre sencillos.

3. Análisis de contenido textual asistido por computadora en estudios de *framing*

Uno de los retos de la investigación de *framing* es desarrollar métodos para la detección de encuadres más fiables, que minimicen la influencia subjetiva de la participación del investigador (D'Angelo, 2010; Entman, 2010; Scheufele, 1999; Tankard, 2001; Van Gorp, 2010). En este sentido, la implementación de análisis de contenido asistido por computadora puede ayudar a sistematizar el procedimiento (Miller, 1997; Miller y Riechert, 2001), al introducir instrumentos de cálculo estadístico para la de extracción de los encuadres: “los encuadres no son *encontrados* por el investigador sino *computados* por el programa” (Matthes y Kohring, 2008: 261).

No obstante, la utilización exclusiva de técnicas cuantitativas de análisis de corpus lingüístico corre el riesgo de ponderar erróneamente la importancia de la frecuencia de aparición de las palabras en el texto analizado (Baker, 2004; Cooper, 2010). En consecuencia, algunos autores proponen la utilización de un diseño metodológico para los estudios de *framing* que combine técnicas cuantitativas y cualitativas (Baker, 2004; Brewer y Gross, 2010; Reese, 2007; Touri y Koteyko, 2014). En este punto juega un papel crucial la implementación de herramientas contextualizadoras en el proceso de análisis de texto computarizado, con las que poder interpretar las listas de palabras clave extraídas mediante algoritmos.

Existen diversos programas para el análisis de texto automatizado que se pueden utilizar en el ámbito de los estudios de *framing*: AntConc, LIWC (*Linguistic Inquiry and Word Count*), MAXQDA (*Qualitative Data Analysis*), VBPro, QDA Miner, WordStat o

WordSmith Tools, entre otros. Estas aplicaciones informáticas ofrecen utilidades muy interesantes para conseguir nuestros objetivos, como la creación de un ranking de las palabras más utilizadas en un texto, la búsqueda de palabras que suelen aparecer acompañando a una determinada palabra, el número de palabras por frase, así como la contextualización dentro de la frase en que aparecen las palabras analizadas.

El análisis de contenido computarizado para la detección de encuadres parte de la base de que los encuadres se manifiestan por la presencia o ausencia de ciertas palabras clave (Entman, 1993: 52), que proveen el contexto en el cual los asuntos son interpretados y discutidos (Miller y Riechert, 2001: 108). El encuadre noticioso remite al tratamiento de una información que se manifiesta en la elección, énfasis o importancia atribuida a los diferentes elementos presentes en la noticia y en la forma en que estos elementos covarían (Igartua, Muñiz y Cheng (2005: 158).

La mayoría de estudios de *framing* que implementan análisis de contenido computarizado para la extracción de encuadres desarrollan un diseño de investigación inductivo en dos fases que integra mecanismos de medición estadística, propios de estudios de corpus lingüístico, con técnicas de análisis cualitativo (Fenoll, 2015; Groshek y Al-Rawi, 2013; Grundmann y Krishnamurthy, 2010; Just, 2009; Koenig, 2004; Lind y Salo, 2002; Miller, 1997; Miller y Riechert, 2001; Muñiz et al., 2009; Touri y Koteyko, 2014; Touri, Theodosiadou y Kostarella, 2016; Valera Ordaz y López García, 2014).

En la primera fase, se extraen las palabras clave que poseen un valor de *keyness* más elevado, para tener acceso a las ideas centrales que se enfatizan en el texto y sobre las que se construyen los encuadres. El valor de *keyness* se calcula con el estadístico Chi-cuadrado y representa el grado con el que la frecuencia de una palabra clave aparece sobredimensionada en un texto. Por tanto, cuanto mayor sea su valor, más clave será la palabra en la interpretación del texto (Biber et al., 2007; Partington, 2010; Scott y Tribble, 2006).

Cuando se quiere profundizar en la forma en que se enmarca un tema, evento o protagonista concreto, se puede utilizar la herramienta de colocaciones, que nos ofrece la lista de palabras que aparecen frecuentemente alrededor de él. El margen de la palabras incluidas en las colocaciones varía según el autor. Encontramos estudios con un margen de

cinco palabras a la izquierda y a la derecha de la palabra clave (Grundmann y Krishnamurthy, 2010), mientras que otros autores amplían el margen hasta las diez palabras (Just, 2009).

Las palabras clave y las colocaciones pueden dirigir al investigador a ciertos conceptos dentro del texto que le ayudarán a diagnosticar las ideas sobre las que se construye el encuadre (Touri, Theodosiadou y Kostarella, 2016). Esta metodología posibilita la extracción de descriptores emergentes de encuadre que provienen del propio texto analizado, en lugar de imponer un esquema de categorías predeterminadas que no están relacionadas con él (Groshek y Engelbert, 2013).

En la segunda fase, se requiere una investigación cualitativa de las palabras clave obtenidas de forma cuantitativa. Mediante la herramienta de concordancias, tenemos acceso al contexto de las frases donde se circunscriben las palabras clave y las colocaciones. El análisis de las concordancias permite averiguar de manera inductiva los encuadres latentes que están presentes en los contenidos mediáticos, ya que es en este espacio donde los temas son discutidos y enmarcados. De esta forma, a la fiabilidad de los resultados cuantitativos se le añade profundidad de la perspectiva cualitativa.

Una vez extraídos los encuadres de forma inductiva, con las correspondientes palabras clave que los caracterizan, se pueden realizar estudios comparados para analizar las discrepancias de su frecuencia de aparición en diferentes contextos. Igualmente, se puede comprobar la presencia de los encuadres en textos publicados en medios sociales, para establecer si se produce una transferencia de encuadres (*frame setting*). Siguiendo la metodología de Miller y Riechert (2001), podemos comprobar incluso la influencia de los encuadres elaborados por determinados *stakeholders* en la cobertura mediática. Por último, podemos practicar estudios longitudinales con el fin de observar la evolución de un encuadre a lo largo del tiempo en la cobertura mediática.

4. Referencias bibliográficas

Altheide, D. L. (1997). The news media, the problem frame, and the production of fear. *The sociological quarterly*, 38 (4), 647-668.

- Baker, P. (2004). Querying keywords: questions of difference, frequency, and sense in keywords analysis. *Journal of English Linguistics*, 32 (4). 346-359.
- Biber, D., Connor, U., Upton, A., Anthony, M. y Gladkov, K. (2007). Rhetorical appeals in fundraising. En Biber, D., Connor, U. y Upton, A. (eds.), *Discourse on the Move: Using corpus analysis to describe discourse structure*, pp. 121-151. Amsterdam: John Benjamin.
- Brewer, P. R. y Gross, K. (2010). Studying the Effects of Issue Framing on Public Opinion about Policy Issues: Does What We See Depend on How We Look? En D'Angelo, P., y Kuypers, J. A. (Eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, pp. 159-186. Nueva York: Routledge.
- Cacciatore, M. A.; Scheufele, D. A. e Iyengar, S. (2016). The End of Framing as we Know it ... and the Future of Media Effects. *Mass Communication and Society*, 19 (1), 7-23.
- Cooper, S. D. (2010). The Oppositional Framing of Bloggers. En D'Angelo, P., y Kuypers, J. A. (Eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, pp. 135-156. Nueva York: Routledge.
- D'Angelo, P. (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. *Journal of Communication*, 52, 870-888.
- D'Angelo, P. (2010). Arriving At the Horizons of News Framing Analysis. En D'Angelo, P., y Kuypers, J. A. (Eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, pp. 356-368. Nueva York: Routledge.
- De Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design*, 13 (1), 51-62.
- De Vreese, C. H. y Semetko, H. A. (2004). *Political Campaigning in Referendums. Framing the Referendum Issue*. Londres: Routledge.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43 (4), 51-58.

- Entman, R. M. (2010). Framing media power. En D'Angelo, P., y Kuypers, J. A. (Eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, pp. 331-355. Nueva York: Routledge.
- Fenoll, V. (2015). Segundo Nivel de Agenda-setting y medios digitales: estudio de la transferencia de atributos en el sistema de comentarios. En *Actas del VII Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0*, Bilbao, 83-102.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking Politics*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Gamson, W. A. y Modigliani, A. (1989). Media discourse as a symbolic contest: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media and the making & unmaking of the new left*. Berkeley: University of California Press.
- Groshek, J. y Al-Rawi, A. (2013). Public sentiment and critical framing in social media content during the 2012 US presidential campaign. *Social Science Computer Review*, 31 (5), 563-576.
- Groshek, J. y Engelbert, J. (2013). A cross-national comparison of populist political movements and media uses in the United States and the Netherlands. *New Media and Society*, 15, 183-202.
- Grundmann, R. y Krishnamurthy, R. (2010). The discourse of climate change: a corpus-based approach. *Critical approaches to discourse analysis across disciplines*, 4 (2), 125-146.
- Igartua, J. J. (2012). Tendencias actuales en los estudios cuantitativos en comunicación. *Comunicación y sociedad*, 17, 15-40.
- Igartua, J. J., Muñiz, C. y Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Migraciones. Publicación del Instituto Universitario de Estudios sobre Migraciones*, 17, 143-181.

- Just, S. N. (2009). No place like home? The role of the media in the framing of EUrope. *Journal of Language and Politics*, 8 (2), 244-268.
- Koenig, T. (2004). Routinizing frame analysis through the use of CAQDAS. En *Proceedings of the RC33 Sixth International Conference on Social Science Methodology*, Amsterdam, 16-20.
- Kuypers, J. A. (2010). Framing Analysis from a Rhetorical Perspective. En D'Angelo, P., y Kuypers, J. A. (Eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, pp. 286-311. Nueva York: Routledge.
- Lawrence, R. G. (2010). Researching political news framing: Established ground and new horizons. En D'Angelo, P., y Kuypers, J. A. (Eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, pp. 265-285. Nueva York: Routledge.
- Matthes, J. (2011). Framing politics: An integrative approach. *American Behavioral Scientist*, 56 (3), 247-259.
- Matthes, J. y Kohring, M. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of Communication*, 58 (2), 258-279.
- Miller, M. M. (1997). Frame mapping and analysis of news coverage of contentious issues. *Social Science Computer Review*, 15, 367-378.
- Miller, M. M. y Riechert, B. P. (2001). The spiral of opportunity and frame resonance. Mapping the issue cycle in news and public discourse. En S. D. Reese, O. H. Gandy y A. E. (Eds.) *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 107-121. Nueva York: Routledge.
- Muñiz, C., Ramirez, J., Murgan, A. y Castillo, J. M. (2009). Framing investment in Mexico: an exploratory content analysis of the news frames of the main Spanish companies in the Mexican press. *European Journal of International Management*, 3 (2), 216-231.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Londres: Sage.
- Neuman, W. R., Just, M. R. y Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. University of Chicago Press.

- Pan, Z. y Kosicki, G. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10, 59-79.
- Partington, A. (2010). Modern Diachronic Corpus-Assisted Discourse Studies (MD-CADS) on UK newspapers: an overview of the project. *Corpora*, 5 (2), 83-108.
- Reese, S. (2007). The framing project: A bridging model for media research revisited. *Journal of Communication*, 57, 148-154.
- Reese, S. (2010). Finding frames in a web of culture: The case of the War on Terror. En D'Angelo, P., y Kuypers, J. A. (Eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, pp. 17-42. Nueva York: Routledge.
- Rüf, F., Böcking, S. y Kummer, S. (2010). Automatisierte Inhaltsanalysen im Internet: Möglichkeiten und Grenzen am Beispiel des SINDBAD-Knowledge-Generators. En Welker, M. y Wünsch, C. (Eds.) *Die Online-Inhaltsanalyse. Forschungsobjekt Internet*, pp. 313-339. Colonia: von Halem.
- Sánchez Castillo, S., Fenoll, V. y Peris, À. (2016). Europeísmo y euroescepticismo en los medios digitales españoles. Diferencias de encuadre en la cobertura de las Elecciones Europeas de 2014. *Revista Trípodos*, 39.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49, 103-122.
- Scheufele, B. (2003). *Theoretische und methodische Grundlegung des Framing-Ansatzes sowie empirische Befunde zur Nachrichtenproduktion*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Scheufele, D. A. e Iyengar, S. (2012). The state of framing research: A call for new directions. En Kenski, K. y Jamieson, K. H. (Eds.) *The Oxford Handbook of Political Communication Theories*, pp. 1-26. Nueva York: Oxford University Press.
- Scheufele, B. y Scheufele, D. A. (2010). Of Spreading Activation, Applicability, and Schemas: Conceptual Distinctions and Their Operational Implications for Measuring

- Frames and Framing Effects. En D'Angelo, P., y Kuypers, J. A. (Eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, pp. 110-134. Nueva York: Routledge.
- Scott, M. (2011). *WordSmith Tools 6*. Oxford: Oxford University Press.
- Scott, M. y Tribble, C. (2006). *Textual Patterns: Keyword and Corpus Analysis in Language Education*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Semetko, H. A. y Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of communication*, 50 (2), 93-109.
- Tankard, J. W. (2001). An empirical approach to the study of media framing. En S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives of media and our understanding of the social world*, pp. 95-106. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Touri, M., Theodosiadou, S. y Kostarella, I. (2016). The Internet's Transformative Power on Journalism Culture in Greece: Looking beyond universal professional values. *Digital Journalism*, 1-19.
- Touri, M. y Koteyko, N. (2015). Using corpus linguistic software in the extraction of news frames: towards a dynamic process of frame analysis in journalistic texts. *International Journal of Social Research Methodology*, 18 (6), 601-616.
- Tuchman, G. (1976). The news' manufacture of sociological data (Comment on Danzger, ASR October 1975). *American Sociological Review*, 41 (6), 1065-1067.
- Valera Ordaz, L. y López García, G. (2014): Agenda y marcos en las webs de PP y PSOE en la cibercampaña de 2011. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 41-66.
- Van de Steeg, M., Rauer, V., Rivet, S. y Risse, T. (2003). The EU as a Political Community: A Media Analysis of the 'Haider Debate' in the European Union. Ponencia presentada en *The Annual Meeting of the European Union*, Nashville.
- Van Gorp, B. (2010). Strategies to take subjectivity out of framing analysis. En D'Angelo, P., y Kuypers, J. A. (Eds.) *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*, pp. 84-109. Nueva York: Routledge.

Van Gorp, B., y Vercruysse, T. (2012). Frames and counter-frames giving meaning to dementia: A framing analysis of media content. *Social Science & Medicine*, 74 (8), 1274-1281.

Weaver, D. H. (2007). Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of Communication*, 57, 142-147.

Zamora, R. & Marín Albaladejo, J. A. (2010). La representación simbólica del escándalo político. Hacia una tipología de los marcos periodísticos (frames) utilizados en la narración del escándalo de corrupción política. *Razón y palabra*, 15 (73).

Zeller, F., Arlt, D. y Wolling, J. (2013). Emotionalisierte Berichterstattung?. En Wolling, J. y Arlt, D. (Eds.), *Fukushima und die Folgen. Medienberichterstattung, Öffentliche Meinung, Politische Konsequenzen*, pp. 183-209. Ilmenau: Univ.-Verl. Ilmenau.

Consumo de noticias en contextos de movilidad y convergencia: una propuesta metodológica para la recolección y análisis de datos

News consumption in contexts of mobility and convergence: a methodology for collecting and analyzing data

Constanza Gajardo León
Universidad de Concepción
congajardo@udec.cl

Tabita Moreno Becerra,
Universidad de Concepción
tmoreno@udec.cl

Abstract

Having been born with Internet (80'-2000) and being a pioneer in the incorporation of digital consumption habits (Palfrey & Gasser, 2008), current Y generation or millennial are a critical demographic group to news companies. This group is in the process of establishing and determining news consumption habits that they will maintain their entire life (Chan-Olmsted, Rim y Zerba, 2012).

Recent studies have observed that news consumption practices, which occurred within a network and mobile society and in contexts of media convergence (Jenkins, 2008), are marked by a huge content offer, which is possible to be consumed at any place and time, mainly through social and mobile media.

Therefore, although different studies show a downward trend in the reading of newspapers by young people, they are not passive or disinterested of public affairs (Brites, 2010; Parratt, 2010). By contrast, young people consume a mix of news and information that directly interweave with social interaction, activism and entertainment. This news consumption practices have Internet, mobile devices and social media as the stage.

In this convergent media ecology (Ito, Baumer, Bittanti, Boyd, Cody, & Herr, 2009), this article details a methodological approach that is part of an ongoing research about young people's news consumption practices in Concepción. The study's sample includes young people, aged 15 to 29, who access content in this scenario of media convergence and mobility, where defining an appropriate method to collect and analyze data is critical in order to better examine news consumption and habits of usage within this age group.

The present methodological approach corresponds to a sequential explanatory design based on a mixed method research (Creswell & Plano Clark, 2007; Sampieri, Collado, Lucio y Pérez, 1998), which includes an initial phase of quantitative inquiry (structured questionnaire) with a second part of qualitative character (time-space diary and focus groups), triangulated to face the complexity of analyzed processes and phenomena. This methodological innovation draws on an approach of participative and a mobile method that highlights time-space diary as an instrument that, supplemented with a structured questionnaire and focus groups, better adapts to the daily lives of participants. Therefore, it allows young people to firsthand describe the complexity 'of relationships and parallel activities produced while they consume news (Dimmick, Feaster & Hoplamazian, 2010). Along with the descriptive account, this instrument allows young people to reflect on their own motivations, causes and meanings related to those registered activities.

Considering that young people participate in a media environment that involves the use of multiple screens in the contexts of mobility and temporary immobility, and where they hope to consume personalized content, share that content, and even participate in its production (Palfrey & Gasser, 2008), this methodological approach avoids traditional methods' weaknesses. A major weakness is the fact that surveys or interviews, with open questions in which participants describe their own media consumption activities, do not enable to observe the actual user's practices and how those practices are in concordance or not with those they declare to perform.

Keywords: *News consumption; young people; participative and mobile methodological design, time-space diary*

Resumen

La actual generación Y o *millennial*, que se caracteriza por haber nacido con Internet (80'-2000) y ser pioneros en la incorporación de hábitos de consumo digital (Palfrey & Gasser, 2008), es un grupo demográfico crítico para las organizaciones de noticias, pues están en un proceso de establecer y determinar los hábitos de consumo noticioso que mantendrán durante toda su vida (Chan-Olmsted, Rim & Zerba, 2012).

Estudios recientes han observado que las prácticas de consumo de noticias, que se dan en una sociedad en red y móvil, y en un contexto de *convergencia de medios* (Jenkins, 2008), están marcadas por una oferta abundante de contenidos y posible de ser consumida en todo lugar y a toda hora, principalmente desde los medios sociales y móviles.

Por tanto, pese a que diversos estudios demuestran una tendencia a la baja en la lectura de diarios impresos por parte de los jóvenes, éstos no son pasivos ni desinteresados de los asuntos públicos (Brites, 2010; Parratt, 2010). Por el contrario, los jóvenes consumen un mix de noticias e información, que se entrelaza directamente con interacción social, activismo y entretenimiento, y que además tiene como escenario Internet, los dispositivos móviles y medios sociales, como Facebook, Twitter y otros.

En esta *ecología de medios convergentes* (Ito, Baumer, Bittanti, Boyd, Cody & Herr, 2009), este artículo da cuenta de la propuesta metodológica que forma parte de una investigación en desarrollo sobre prácticas en el consumo de noticias por parte de los jóvenes de Concepción. La muestra incluye jóvenes entre 15 y 29 años, que acceden al contenido informativo en este escenario de convergencia mediática y movilidad, donde definir un modo apropiado para recolectar y analizar los datos resulta fundamental si se quiere dar cuenta de los hábitos de consumo y usos que este grupo etario otorga a las noticias.

La propuesta metodológica presentada aquí corresponde a un diseño secuencial explicativo de métodos mixtos (Creswell & Plano Clark, 2007; Hernández Sampieri, Collado, Lucio & Pérez, 1998), que complementa una fase inicial de investigación cuantitativa (cuestionario estructurado) con una secundaria de carácter cualitativo (diario espacio-tiempo y grupos de discusión), triangulados con el fin de responder a la complejidad de los procesos y

fenómenos analizados. La innovación metodológica se basa en la propuesta de **métodos participativos y móviles**, que destaca el **diario tiempo-espacio** como un instrumento que, complementado con un cuestionario estructurado y grupos de discusión, se adapta a la cotidianidad de los participantes y, por tanto, les permite describir desde los escenarios naturales de cada uno el entramado de relaciones y actividades paralelas producidas al momento de consumir noticias (Dimmick, Feaster & Hoplamazian, 2010).

Considerando que los jóvenes participan de un ambiente mediático que involucra el uso de múltiples pantallas en contextos de movilidad e inmovilidad temporal, y donde esperan consumir contenidos a la medida, así como compartirlos e incluso participar en la producción de los mismos, (Palfrey & Gasser, 2008), la presente propuesta metodológica evita vicios propios de métodos tradicionales, como las encuestas o entrevistas que con preguntas abiertas en las que los sujetos describen su propio consumo de medios, no permiten observar las prácticas efectivas de los usuarios y de qué modo dichas prácticas coinciden o no con la percepción que declaran.

Palabras clave: Consumo de noticias; jóvenes; diseño metodológico participativo y móvil; diario tiempo-espacio.

Introducción

A nivel mundial, Chile es una de las naciones emergentes con las tasas más altas de uso de Internet móvil (Pew Research Center, 2014). De acuerdo a las últimas cifras de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel, 2016), la penetración de este tipo de conexión alcanzó un 72% en diciembre de 2015. De ellos, quienes lideran el uso de estos dispositivos son jóvenes entre 15 y 29 años (Ipsos, 2016).

Los jóvenes también lideran el consumo de servicios Internet en general y medios sociales, en particular (Daie, 2013). Asimismo, las tasas de uso de smartphones son también más altas en este grupo etario (18 a 34 años) (Poushter, Bell & Oates, 2015).

Sumado a ello, estudios internacionales como el realizado por The Media Insight Project (2015) revelan que esta generación Y o *millennials*, son entusiastas consumidores de noticias, pues mantenerse al tanto de lo que ocurre en el mundo constituye una parte importante del vivir conectados. De hecho, los *millennials* consumen noticias de igual o mayor forma que lo hacían sus padres, sin embargo, los modos, tiempos y tipos de consumo son distintos y se encuentran marcados por el uso de medios sociales. Teniendo en cuenta lo anterior, conocer los hábitos de consumo informativo de los jóvenes resulta fundamental a fin de comprender el rol que juega la convergencia digital en estos procesos (Casero-Ripollés, 2012).

Marco teórico

Nuevos escenarios para el consumo de noticias

Estudios recientes han observado que las prácticas de consumo de noticias, dadas en una sociedad en red y móvil (Ito et al., 2010), y en un contexto de *convergencia de medios* (Jenkins, 2008), están marcadas por una oferta abundante de contenidos posible de ser consumida en todo lugar y a toda hora, principalmente desde los medios sociales y móviles. Desde la perspectiva de la *ecología de medios* (Fuller, 2005; Postman, 1993), se entiende que el consumo informativo también se enmarca en el uso de medios móviles que ocurre en sistemas de comunicación, movilidad, y sociabilidad más complejos; ambientes que incluyen una constelación mediática donde los medios tradicionales se intersectan con medios digitales, en red y ahora también móviles, potenciando su utilización en movimiento así como en contextos de emplazamiento espacio-temporal (Wiley, Moreno & Sutko, 2010; Wiley, Sutko & Moreno, 2012).

En este contexto, los jóvenes dan cuenta de modos diversos de consumo informativo, que entrelazan directamente con interacción social, activismo y entretenimiento. En este sentido, Schroder (2010) señala que en contextos en los que nuestra vida cambia, como se ha dado con la aparición de un nuevo medio de comunicación con una nueva forma de interpretar la realidad social, o cuando nuevas tecnologías ofrecen nuevas plataformas para

la entrega informativa, entonces también pueden suceder cambios en la forma en que le damos sentido a nuestro portafolio de noticias.

Couldry (2007) denomina a esto “*constelación*” de medios de comunicación, y se sustenta en la idea de que la elección de noticias de una persona, la que luego da lugar a su 'dieta informativa', está constituida por los medios de comunicación que ellos perciben como necesarios o que valen la pena. Es decir, las personas solo utilizan medios de comunicación que de alguna forma los gratifican (Schroder, 2010). Actualmente, estos medios pueden estar en cualquier parte y a toda hora, pues el uso de dispositivos móviles facilita la utilización de aquellos tiempos/espacios disponibles (intersticios) entre las rutinas cotidianas, precisamente cuando otros medios tradicionales son inapropiados o inconvenientes para consultar noticias. Esto significa que los medios móviles liberan a los consumidores de noticias de las limitaciones de tiempo y espacio que impone el uso de medios tradicionales (Dimmick et al., 2011).

Prácticas de consumo de noticias

Uno de los aspectos en los que se han enfocado los estudios relacionados al consumo noticioso, ha sido la percepción de los usuarios acerca del nivel del sentido de control que tienen al consultar algún medio. Groot y Costera (2014) encontraron que los usuarios holandeses prefieren, por sobre la personalización de la noticia, tener control sobre el contenido que consumen. Esto quiere decir que para ellos es importante poder consultar todo el contenido dónde y cuándo quieran y que las noticias deben estar fácilmente disponibles por separado; deben ser fáciles de pasar o ignorar en todo momento; deben estar presentadas de manera clara; y deben estar presentadas en una jerarquía de relevancia y actualidad.

Los mismos autores compararon estudios realizados en un plazo de 10 años, enfocados en el uso de noticias y la forma en que estas prácticas estructuran la vida cotidiana de las personas. De la investigación, que mezcló metodologías cualitativas y cuantitativas, se encontraron 16 prácticas asociadas al consumo de noticias; leer, mirar, ver, escuchar, chequear, picotear, monitorear, escanear, buscar, cliquear, enlazar, compartir, gustar, recomendar, comentar y votar.

Frente a esta variedad de prácticas, seleccionar los métodos de recolección de datos constituye un desafío importante si se quiere dar cuenta de la complejidad y variedad de elementos que intervienen en estos procesos. En este contexto, el diario tiempo-espacio aparece como uno de los instrumentos de recolección de datos, de carácter cualitativo, que permite apreciar los elementos que convergen en el consumo informativo de los jóvenes.

Pese a que la utilidad del diario tiempo-espacio como instrumento para la recolección de datos ha estado suscrita históricamente a la geografía y transporte, Dimmick, Feaster y Hoplamazian (2010) utilizaron este modelo para conocer qué rol juega el movimiento y el consumo de noticias en los *intersticios* (Dimmick et al., 2011) de la vida de la vida cotidiana de la personas. Al realizar un seguimiento del consumo de medios de los individuos con diarios espacio temporales, encontraron que una buena parte del consumo de noticias, ocurre fuera de sus hogares, principalmente debido a la masificación de las tecnologías móviles. Además, los autores reconocen que el consumo noticioso se ha difundido a espacios que antes parecían improbables, como restaurantes, ambientes laborales y trayectos; y que, por tanto, dicha actividad no sólo está circunscrita a los momentos del día en los que los individuos se encuentran en sus hogares.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, aquí se presentan los avances y la propuesta metodológica del diario tiempo-espacio, como una herramienta que contribuye a entender de mejor manera en qué nivel y de qué modo los jóvenes consumen noticias como una práctica cotidiana, así como cuál es su dieta informativa (Couldry, 2007) en un escenario variado de medios móviles, convergentes y en red.

2. Metodología

Este artículo da cuenta de una propuesta metodológica que forma parte de una investigación en desarrollo sobre prácticas en el consumo de noticias por parte de los jóvenes de Concepción, cuya muestra está compuesta por jóvenes de entre 15 y 29 años.

Esta innovación metodológica se basa en la utilización de **métodos participativos y móviles**, que destaca el **diario tiempo-espacio** como parte de un enfoque desde la etnografía digital, que entrega métodos para investigar las prácticas a medida que se

desarrollan, tanto en la forma de llevarlas a cabo, como también en la manera que éstas se manifiestan o son demostradas. (Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lews & Tacchi, 2015).

En esta fase del estudio, se solicitó a 57 estudiantes universitarios, cuyas edades fluctúan entre los 19 y 23 años, la elaboración de un diario tiempo-espacio para registrar, en base a un breve instructivo, sus actividades de consumo noticioso en un periodo de 24 horas. En el instructivo, se requirió poner especial cuidado en el tiempo de atención dedicado al contenido, tipo de contenido consumido (deportes, política, moda, etc.), soporte utilizado para acceder a él (smartphone, tablet, notebook, televisión, diario impreso, etc.), formato del contenido (crónica, reportaje, entrevista escrita, entrevista audiovisual etc.), fuente o canal usado para observar el contenido (ej: reportaje de noticiario de TVN publicado en Youtube, o video de Playground publicado en la cuenta de Facebook del medio), contexto del consumo (en clases, durante el almuerzo, caminando por la calle), situación social en la que se encontraba (con amigos viendo televisión, con familia cuidando a hermana, etc.), y acciones vinculadas al contenido consumido (reaccionó con Me Gusta en Facebook, compartió con amigos a través de enlace en WhatsApp, guardó para leerlo más tarde, etc.). Finalmente, se les solicitó incluir una reflexión personal en base al registro realizado durante el día.

El análisis de los resultados fue asistido con el software ATLAS.ti, que facilitó la generación de links descriptivos y funcionales entre códigos y/o segmentos de datos vinculados a las prácticas de consumo de noticias registradas por los jóvenes.

Resultados

Para efectos de este artículo, se seleccionó uno de los diarios tiempo-espacio analizados, cuyo relato permite visualizar prácticas y tendencias que se repiten en los registros del resto de los jóvenes que participaron en este ejercicio.

Diario tiempo-espacio: una fotografía de las prácticas de consumo de noticias

ID: Francisco¹¹⁸

Edad: 20

Género: masculino

Tipo de teléfono móvil: Motorola E (Smartphone)

Otros dispositivos: Tablet, notebook, televisión

Medios sociales que usa al menos una vez al día: Facebook, Youtube, Snapchat, Instagram

Medios sociales que usa con menos frecuencia: Twitter, Blogger, Goolge+, LinkedIn

9:00 Me había despertado a las 7 exactamente por la alarma de mi celular, pero no para revisar redes sociales, sino más bien para desayunar. Finalmente me desperté a las nueve, también por la alarma de mi celular, una vez consciente, apagué la alarma y revisé mi celular para ver si tenía alguna notificación en alguna aplicación. Luego, lo primero que abrí fue Facebook desde mi celular para ver si es que tenía alguna nueva notificación o para ver actualidad gracias a las páginas que estoy suscrito (Teletrece, La Tercera, etc.). Así como la actividad que tenían mis compañeros. Entre lo más compartido, solo eran enlaces con respecto a las declaraciones expuestas por Andrónico Luksic. Pero como eran solo imágenes memes, no le di mucha importancia.

9:30 Una vez fuera de la ducha y vestido, encendí mi tableta. En esta ocasión, no me tomé la libertad de abrir las redes sociales que tenía, principalmente porque la interface de IOS logra notificar al usuario cuando tiene algo que revisar en alguna aplicación, lo cual no era el caso en esta ocasión. Mi tiempo invertido en el Ipad fue principalmente en Youtube, debido a que se ha vuelto un reemplazo de la televisión en mi caso, viendo videos de gustos personales; lo que sí, el tiempo de ocio no fue muy duradero debido a que estuve leyendo un texto en el Ipad para una clase. Arreglé mis cosas para irme, siempre dejando todo apagado.

10:00 En el camino hacia a la universidad, revisé Facebook una vez más desde el celular sin prestar mucha atención a las publicaciones, principalmente porque la actividad de publicaciones no era tan grande.

El registro de Francisco permite observar cómo ocurre su consumo de noticias en un contexto marcado por la movilidad, conectividad y convergencia de medios.

En ese marco, su consumo de noticias se produce 1) en variados momentos del día y entrelazado con sus actividades cotidianas; 2) en estrecha relación con sus vínculos sociales; 3) desde diferentes medios (Canal13, LaTercera) y dispositivos (smartphone, tableta, televisión, radio); 4) y desde diversos lugares (casa, autobús).

Primero, el consumo de noticias se ajusta a los requerimientos específicos del participante según el momento y lugar donde se encuentre y las actividades que desea realizar. En movimiento o mientras Francisco se desplaza por la ciudad, el teléfono móvil responde perfectamente a las necesidades del momento, sirviendo como reproductor de

¹¹⁸ A fin de proteger el anonimato de los participantes, se ha resuelto emplear el primer nombre o, en caso de nombres poco frecuentes, un seudónimo como su identificador.

Revisé las noticias durante unos 30 segundos, desde ese momento, mi celular cumplió el deber de ser un reproductor de MP3 durante todo el viaje, a través de programas como GooglePlay y Souncloud.

10:30 Al llegar a la universidad, para hacer tiempo decidí leer un poco más de la materia que iba a haber en clases. No revisé las redes sociales, quería aprovechar mi tiempo. La clase partía a las 11:15, por lo tanto durante un periodo, a lo más de dos horas, no estuve en el celular, a no ser para revisar la hora y para ver qué notificaciones llegaban a mi celular para verlas más tarde.

13:30 Me subí a la micro para devolverme a mi casa. Al sentarme, puse el reproductor de música y a la vez revisé Facebook una vez más. Durante el viaje de vuelta, también estuve escuchando un poco de la radio del autobús, solamente había noticias de deportes, sobre Deportes Concepción y su posible desafiliación de la ANFP. En lo personal era algo de interés pero no demasiado importante, de todas formas seguí escuchando.

14:15 Al llegar a mi hogar, lo primero que hice fue revisar redes sociales como Facebook, Snapchat e Instagram (donde habían más fotografías de amigos), debido a que al hacerlo con Internet Móvil se gasta mucha memoria. En revisar todas las fotografías de mis contactos y usuarios me demoré al menos unos 20 minutos, quizás más tras ver las diferentes noticias presentadas por BuzzFeed (que entregó datos curiosos, como que nuestras orejas jamás dejan de crecer) y CNN (que informó sobre la crisis puertorriqueña por la falta de doctores) en Snapchat. Durante el almuerzo, mi madre y yo conversamos con respecto a lo que hicimos durante el día junto con la televisión de fondo, entre los diferentes hechos presentados seguían apareciendo notas con respecto a las declaraciones de Andrónico Luksic, así como nuevos temas del caso Caval y el proceso de elecciones de EEUU, los cuales conversamos pero sin mucha profundidad.

15:30 Siempre me tomo una hora o más de descanso

mp3, dispositivo de acceso a medios sociales, canal de comunicación con vínculos sociales (compañeros, amigos, familia) y modo de acceso a contenido diverso.

El uso de **Youtube** se ajusta perfectamente a este flujo cotidiano, pues le permite a consumir solo aquello que le interesa y en el momento exacto que lo desea. Por tanto, Francisco privilegia este tipo de consumo que responde a sus requerimientos particulares.

En segundo lugar, el acceso y consumo de noticias con frecuencia ocurre en interacción con otros. Se trata de un **consumo social de noticias**, pues el revisar contenido para luego compartirlo y comentarlo con otros aparece como una práctica recurrente. La práctica de compartir noticias con los contactos constituye una forma de expresión de opiniones y puntos de vista respecto de los acontecimientos sobre los cuales se está informando y que le interesan. Para compartir, los medios sociales se utilizan con mayor frecuencia y, entre ellos, Facebook y WhatsApp lideran las preferencias.

Para Francisco, el principal modo de entrada al contenido noticioso es **Facebook**, ya sea

antes de encender el computador y ponerme a trabajar. Revisé Youtube durante gran parte de mi tiempo, principalmente a que con tan solo **con el buscador soy capaz de obtener el contenido que quiero al momento que deseo** (rugby, juegos, series, y canales orientados en un tema en específico). No había ni televisión o presencia de algún otro tipo de medio, además estaba solo debido a que mi madre tenía un par de reuniones.

16:40 Antes de ir a entrenamiento, decidí avanzar con unos trabajos que nos habían encargado en la universidad. Como es de costumbre, revisé mi correo Gmail (donde solo había notificaciones de mi universidad), abrí mi cuenta en Facebook (donde habían diferentes estados publicados de mis compañeros y fotografías, donde no presté demasiada atención), mi INFO Alumno y para tener algo de fondo, abrí Youtube para ver videos de un youtuber de entretención llamado KSI; es de nacionalidad inglesa, por lo tanto siento que además de entretención, soy capaz de hacerme un favor al tratar de pulir mi capacidad de comprender el inglés al ver canales de Youtube con habla inglesa.

18:15 Seguía trabajando en el computador con Youtube de fondo, no fue hasta que llegó mi hermano menor para que finalmente decidiera encender la tele de nuevo debido a que desde ese momento parten las noticias contingentes. Mientras desarrollaba la actividad desde el computador, cambiaba la concentración para ver CNN, me di cuenta que finalmente la desafiliación de Deportes Concepción era definitiva; **como un método de informar al resto de mis compañeros, decidí compartir el hecho por parte de un medio fiable (Radio Biobío) dentro de un canal de comunicación popular (Facebook).**

10:15 Al llegar a mi casa después de entrenar, decidí volver a trabajar en la actividad que se me había encargado. Como mi computador estaba suspendido, todos los programas que tenía abiertos (Youtube, Facebook, Infoda, Gmail) lograron mantenerse en su lugar. Vi Facebook de primera mano para ver la

porque accede rápidamente a la información que comparten sus contactos o aquellas FanPage que sigue en la misma red social. Si algún contenido le interesa, lo comparte por esta misma plataforma para que también lo revisen sus contactos.

En tercer lugar y como parte de la constelación mediática en la que Francisco consume noticias, la **televisión** aparece utilizada continuamente, pero como parte del sonido ambiente; como una actividad de fondo a la que se le presta atención sólo por breves instantes y que, sin embargo, acompaña permanentemente en diversos momentos del día. Así, la **televisión de ambiente** acompaña al participante mientras realiza distintas actividades, independiente que se encuentre físicamente acompañado por otras personas o solo.

Por último y dada la portabilidad de dispositivos como el teléfono celular y/o tablet, el consumo de noticias de Francisco no se limita a espacios físicos determinados, sino que se relaciona con los flujos y trayectorias cotidianas, mientras se entrelaza con otras actividades de entretención, de socialización y de estudios. Es así cómo Francisco se traslada en tiempo y espacio, realizando diversas actividades intermitentemente, a veces de manera simultánea, en movimiento y/o en períodos de

notificaciones que tenía de mi población, por el momento solo tenía dos registros de actividad en ésta, por lo tanto puedo asumir que el enlace fue revisado. Me di cuenta no era el único que había publicado con respecto al suceso o expuesto su opinión, por lo tanto al ver la crítica que expuso un compañero con respecto a desafiliación de Deportes Concepción, reaccioné dándole un me gusta al estar de acuerdo con su opinión. El televisor estaba de fondo, pero como el horario de noticias ya había terminado solo estaban dando el reality ¿Volverías con tu Ex?, como nunca le he dado mucha importancia solo lo tenía de fondo. 11:40 Ya estaba a punto de finalizar el día, así como el trabajo que estaba desarrollando, aún tenía el televisor encendido y tampoco estaba poniendo atención a lo expuesto. De todas formas, este último momento no tuve mucho rato de ocio, menos para informarme de un breve resumen de lo ocurrido durante el día. El Facebook seguía abierto así como las otras redes aun iniciadas. También tuvo presencia el Whatsapp desde mi celular, y vi los comentarios de mis compañeros con respecto a los trabajos. Yo me integré a la conversación tratando de saldar las dudas que tenían. Ya tenía el trabajo finalizado, y porque tenía que despertar temprano decidí terminar mi actividad e irme a dormir 15 minutos después. Reflexión: Honestamente, no me considero una persona que saque mucho provecho de las facultades que tiene cada uno de los medios tecnológicos de los que forma parte. Siento que soy capaz de apreciar las nuevas técnicas de Internet y que los medios están cambiando la forma que yo tengo de desempeñarme en el día a día, así como de informarse. Por ejemplo, Youtube me está dando la posibilidad de obtener el contenido que deseo cuando quiero en el momento que lo exija, y nuevas redes como Facebook, Snapchat, Instagram, me hacen sentir bien principalmente al otorgar un sentimiento de cercanía con otros usuarios cercanos a mí. Además de implementar nuevas técnicas para agregar noticias y mantener a los usuarios	estaticidad temporal.
--	------------------------------

informados.

Sin embargo, en cuanto a mi capacidad de consumir información, sin contar los hechos escogidos por los gustos personales, como temas de contingencia nacional principalmente, no es algo que desconozco, pero si es una faceta débil que poseo. **No utilizo demasiado otros canales con el fin de informarme que no sean Facebook o la televisión**, esto habiendo una vasta cantidad de sitios que logran cumplir con dichas características (Blogger, Wordpress, Medium, etc.). No sé si esto será algo que cambie en el futuro, pero me siento conforme por ahora en cuanto a los métodos que dispongo con el fin de informarme. Independiente que utilice las diferentes herramientas tecnológicas mayoritariamente para fines de ocio, logro reconocer que soy capaz de utilizarlas para algo útil y efectivo que puedan ayudarme a obtener una mejor orientación de lo que ocurre con el mundo, así como los diferentes métodos existentes para informarme. Además, dependiendo de la situación, logro distinguir en qué momentos debo dividir el ocio de mis responsabilidades. Considero que si se toma en cuenta estas características de que los diferentes medios no son únicamente para el ocio, no se debería tener tanto problema, o más bien, no debería sentirme demasiado culpable de las cosas no tan productivas que hago dentro de los medios tecnológicos o incluso de la información que consumo.

Discusión y reflexiones finales

Como se puede apreciar en el ejemplo expuesto previamente, el diario tiempo-espacio es un instrumento que se adapta a la cotidianidad de los participantes y, por tanto, les permite describir en primera persona la complejidad de relaciones y actividades paralelas producidas al momento de consumir noticias (Dimmick, Feaster & Hoplamazian, 2010). Junto al relato descriptivo, este instrumento facilita que los jóvenes puedan reflexionar sobre sus propias motivaciones, causales y significaciones vinculadas a las actividades registradas.

Mediante el análisis del relato es posible comprender el ensamblaje de actividades que comprenden el consumo informativo, como un fenómeno complejo y diverso. En primera instancia, a partir de la revisión de este diario, se observa una descripción cronológica que facilita la identificación de los momentos del día en que se consume contenido y cómo esta actividad fija ciertas formas de estructurar la jornada del participante. Con ello, el informante puede describir en detalle y, al mismo tiempo, retomar el relato de acciones que ya había registrado, para evidenciar la manera en que un consumo informativo específico se desarrolla durante el día. Esto permite, al mismo tiempo, reconocer la verosimilitud del relato, pues se percibe fácilmente la coherencia de las acciones que describe.

Al tratarse de un diario, el participante advierte que debe escribirlo en primera persona y, por tanto, se ve obligado a dar cuenta del contexto en el que tiene lugar la descripción de la actividad que realiza. Esto permite acceder a información detallada del consumo de una noticia en particular y el contexto que caracteriza dicho consumo: lugar donde se encuentra el participante (casa, lugar de estudio, fila de supermercado), actividad social (en clases, tomando desayuno, trabajando en el computador), contexto relacional (con su madre, compartiendo con contactos, llegada del hermano), relevancia otorgada al consumo dentro del conjunto de actividades que realiza en un momento dado, grado de atención otorgada al consumo, tipos de consumo realizados en paralelo y, en ocasiones, razones que motivan un determinado nivel de interés y dedicación a un contenido específico. Al mismo tiempo, el registro informa respecto del tipo de medios que el participante consume, dispositivos que utiliza para dicho consumo y rol que juegan los medios sociales en el consumo, así como las acciones ejecutadas con la(s) noticia(s) consultadas.

Este análisis centrado en un participante demuestra un potencial enorme toda vez que se considera sumar los registros de otros 50 informantes. La micro-descripción de los relatos conducirá a un completo conjunto de relaciones e interpretaciones relativas a las prácticas de consumo de noticias descritas por estos jóvenes. Se trata así de una técnica que describe en detalle, y desde una aproximación naturalista, los modos en que estos jóvenes consumen noticias y, por tanto, definen su dieta informativa.

Finalmente y respecto de las limitaciones del instrumento, el nivel de compromiso que exige a cada participante es considerable y, en consecuencia, la dedicación otorgada a completar los diarios tiempo-espacio puede ser una tarea demandante que dificulte la descripción de la totalidad de las actividades que cada participante realiza. Por esta razón, es importante complementar esta técnica con otras como entrevistas o grupos focales tal como contempla el estudio completo. Esto podría ser, además, complementado con aportes interdisciplinarios, pues se reconoce un importante desafío en términos de abrir la lectura de datos de este tipo a investigadores provenientes de diversas áreas relacionadas con el comportamiento humano, como la psicología, educación, antropología o sociología.

Referencias

- Brites. M.J. (2010) Jovens (15-18 anos) e informação noticiosa: a importância dos capitais cultural e tecnológico. *Estudos em Comunicação*, 8, 169-192.
- Chan-Olmsted, S., Rim, H., & Zerba, A. (2013). Mobile News Adoption among Young Adults Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(1), 126-147.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2007). Designing and conducting mixed methods research. Thousand Oaks, CA: Sage
- Casero-Ripollés, A. (2012). *Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital*. Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación, 20(39), 151-158.
- Couldry, N., Livingstone, S., Markham, T. (2007), *Engagement. Beyond the Presumption of Attention*, Basingstoke: Palgrave Macmillan. Media Consumption and Public.
- Daie, R. (2013). Futuro Digital latinoamérica 2013. Recuperado desde comScore Media Metrix website:
http://www.comScore.com/lat/Insights/Events_and_Webinars/Webinar/2013/2013_Latin_America_Digital_Future_in_Focus

- Dimmick, J., Feaster, J. C., & Hoplamazian, G. J. (2010). News in the interstices: The niches of mobile media in space and time. *New Media & Society*, 13(1), 23–39
- Fuller, M. (2005). *Media ecologies: Materialist Energies in Art and Technoculture*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Groot Kormelink, T., y Costera Meijer, I. (2014). Tailor-Made News: Meeting the demands of news users on mobile and social media. *Journalism Studies*, 15(5), 632-641.
- Hernández Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., & Pérez, M. D. L. L. C. (1998). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Ipsos (2016) Informe final Séptima Encuesta de Acceso, Usos y Usuarios de Internet. Recuperado desde http://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2015/04/Informe-VII-Encuesta-de-Acceso-Usos-y-Usuarios-de-Internet_VF.pdf
- Ito, M. Baumer, S., Bittanti, M., boyd,d., Cody, R., et al. (2009). *Hanging out, messing around, and geeking out: Kids living and learning with new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Jenkins, H. (2008). *Convergente culture: La convergencia de la cultura de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2013). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. Basic Books.
- Parratt, S. (2010). Consumo de medios de comunicación y actitudes hacia la prensa por parte de los universitarios. *Zer*, 28, 133-149.
- Pew Research Center (2014). Emerging Nations Embrace Internet, Mobile Technology. Cell Phones Nearly Ubiquitous in Many Countries. Recuperado desde <http://www.pewglobal.org/files/2014/02/Pew-Research-Center-Global-Attitudes-Project-Technology-Report-FINAL-February-13-20147.pdf>
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2015). *Digital ethnography: principles and practice*. Sage.

Poushter, J., Bell, J., & Oates, R. (2015). Internet Seen as Positive Influence on Education but Negative on Morality in Emerging and Developing Nations. Pew Research Center.

Postman, N. (1993). "Technopoly: The Surrender of Culture to Technology". New York: Vintage.

Schroder, K. (2010). *Citizen-consumers' constellations of news media: Towards a typology of what people put into their shopping carts in the news supermarket*. In Paper presented at the RIPE conference, London (pp. 8-11).

SUBTEL (2016) Sector Telecomunicaciones Cierre 2015. Recuperado desde http://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2015/04/PPT_Series_DICIEMBRE_2015_V5.pdf

The Media Insight Project (2015) How Millennials Get News: *Inside the Habits of America's First Digital Generation*. Recuperado desde <http://www.mediainsight.org/PDFs/Millennials/Millennials%20Report%20FINAL.pdf>

Wiley, S. B. C., Moreno, T. & Sutko, D. (2012). Assemblages, networks, subjects: A Materialist approach to the production of social space. In J. Packer and S. B. C. Wiley (Eds.), *Communication matters: Materialist approaches to media, mobility, and networks*. London and New York: Routledge.

Wiley, S. B. C., Sutko, D. M. & Moreno Becerra, T. (2010). Assembling social space. *The Communication Review*. 13(4), 340-372.

Factores que Inciden en la Comunicación para la Resolución de Conflictos en la dinámica Familia-Escuela de establecimientos Municipal y Privado en la comuna de Valparaíso

Factors Influencing Communication for Conflict Resolution in Family-School dynamics of Municipal and private establishments in the municipality of Valparaiso

Viviana Gamboa Salinas
Universidad de la Frontera
vivianagamboasociologa@gmail.com

Abstract

This research was conducted considering the handbook school life in Chile, which positions the communication as a relevant factor to consider when resolving conflicts. They have covered factors that influence and affect this communication to be really satisfactory for conflict resolution. In this regard it has been integrated family contextual aspect of students, expanding the pragmatic view of school life handbook.

School life has been a recurring issue in recent years due to the finding of facts of aggression within establishments. It is because of the urgency of the foregoing that the 2011 law was enacted school violence. However it should be noted that prior to the law working from the Ministry of Education, the issue of school life trying to build relationships of tolerance and respect among the entire school community.

It is through the following pages where we will try to give a broader meaning to the communication aspect, nourishing the rigid approach of the handbook and its law school life, constantly dialoguing with the theories considered relevant for understanding. In that sense we have taken the approach of Parsons and play assigned roles in the family, Bourdieu with inherited capital and played in the school space and Habermas with his

theory of "ideal speech act". This study is exploratory and qualitative, with a methodological strategy developed from in-depth interviews actors, with further analysis of content. There is special emphasis on factors affecting communication for conflict resolution in the family dynamic-school and how this communication is presented in the various establishments (public - private), covered from the perspective of all investigated stakeholders (students -parents and faculty). The family plays a fundamental role in the different communication modes for conflict resolution. This is observed in schools to investigate how the funds are deployed differentiating public private establishment. We observed in an establishment, a communicative everyday that develops steadily and is used to resolve conflicts, which pierces and nurtured in the family dynamic school (private). On the other hand, we see how complex it is to carry out and develop communication, in terms of everyday life, even for conflict resolution, as it is presented in bounded and limited way, an action that reproduces and feeds on dynamic family-school (public). In conclusion, by not considering contextual aspects (-school family), the handbook coexistence becomes weak for conflict resolution instrument. These contexts influence the communicative forms have such an expression, which can make resolving conflicts something really effective. In that sense, the handbook part of school life assumptions. On the one hand the course of the educational base, which allows to implement any program or government manuals, and on the other hand, assuming consider communication as a rigid body, which do not affect other aspects that provide communication skills for conflict resolution, as is the family.

Keywords: *Communication, Family, School, Conflict, Conflict Resolution*

Resumen

La presente investigación fue realizada considerando el manual de convivencia escolar de Chile, el cual posiciona la comunicación como factor relevante a considerar a la hora de resolver los conflictos. Se han abarcado factores que influyen e inciden en que esta comunicación sea realmente satisfactoria para la resolución de conflictos. En ese sentido se ha integrado el aspecto contextual familiar de los alumnos, lo que amplía la visión pragmática del manual de convivencia escolar. La convivencia escolar ha sido un tema

recurrente en los últimos años debido a la constatación de hechos de agresión al interior de los establecimientos. Es debido a la premura de lo anterior que el 2011 se promulga la ley de violencia escolar. Sin embargo cabe señalar que con anterioridad a la ley se trabaja desde el Mineduc, el tema de la convivencia escolar tratando de generar relaciones de tolerancia y respeto entre toda la comunidad escolar. Es a través de las páginas siguientes en donde se tratará de dar un sentido más amplio al aspecto comunicativo, nutriendo el planteamiento rígido del manual de convivencia escolar y su ley, dialogando constantemente con las teorías consideradas pertinentes para su comprensión. En ese sentido hemos tomado a Parsons y el planteamiento de juego de roles adscritos en la familia, Bourdieu con las capitales heredados y reproducidos en el espacio escolar y a Habermas con su teoría del “acto ideal de habla”.

Este estudio es exploratorio y cualitativo, con una estrategia metodológica desarrollada a partir de entrevistas en profundidad a los actores, con un posterior análisis de contenido. Existe especial énfasis en los factores que inciden en la comunicación para la resolución de conflictos, en la dinámica familia-escuela y cómo ésta comunicación se presenta en los distintos establecimientos (municipal-privado), abarcados desde la perspectiva de todos los actores investigados (alumnos-apoderados y cuerpo docente).

La familia juega un papel fundamental en los diferentes modos comunicativos para la resolución de conflictos. Esto se observa en las escuelas al indagar en el modo en que los capitales son desplegados diferenciando el establecimiento público del privado. Observamos en un establecimiento, una cotidianidad comunicativa que se desarrolla de manera constante y que se utiliza para resolver los conflictos, lo que traspasa y se nutre en la dinámica familia- escuela (privado). Por el otro lado, observamos lo complejo que es llevar a cabo y desarrollar la comunicación, en términos de cotidianidad, más aún para la resolución de conflictos, ya que ésta se presenta de manera acotada y limitada, acción que se reproduce y se retroalimenta en la dinámica familia-escuela (municipal).

En conclusión, al no contemplar aspectos contextuales (familia -escuela), el manual de convivencia se vuelve un instrumento débil para la resolución de conflictos. Estos contextos, inciden en que las formas comunicativas tengan una expresión tal, que pueden

hacer de la resolución de conflictos algo realmente efectivo. En ese sentido, el manual de convivencia escolar parte de supuestos. Por un lado el supuesto de la base educativa, que permite poner en práctica cualquier tipo de programas o manuales gubernamentales, y por otro lado, el supuesto de considerar la comunicación como un ente rígido, en el cual no inciden otros aspectos que entregan habilidades comunicativas para la resolución de conflictos, como lo es la familia.

Palabras Clave: Comunicación, Familia, Escuela, Conflicto, Resolución de Conflictos

Introducción

El contenido que se presenta a continuación se enmarca dentro de lo que podríamos considerar como una integración de los aspectos contextuales que influyen en la comunicación para la resolución de conflictos. Es en ese sentido donde esta investigación adquiere un carácter relevante ya que incorpora nuevos antecedentes a la temática de resolución de conflictos visto desde la perspectiva gubernamental del manual de convivencia escolar. La convivencia escolar ha sido un tema recurrente en los últimos años debido a la constatación de hechos de agresión al interior de los establecimientos. Es debido a la premura de lo anterior que el 2011 se promulga la *ley de violencia escolar*. Sin embargo cabe señalar que con anterioridad a la ley se trabaja desde el Mineduc, el tema de la convivencia escolar tratando de generar relaciones de tolerancia y respeto entre toda la comunidad escolar.

Al analizar la ley nos encontramos con dos puntos fundamentales en donde hemos basado la observación de la investigación que podrían ser consideradas como falencias de la propia ley, y que son importantes a la hora de entender la resolución de conflictos para su posterior puesta en práctica. Por un lado se nos presenta la obligatoriedad de fiscalización constante hacia los colegios, para que adscriban a dinámicas de resolución de conflictos, so pena de multas a los colegios que no lo lleven a cabo y por otro lado tenemos la recurrencia hacia la *comunicación* como fuente principal para desarrollar la resolución de conflictos. Es en este punto donde nos hemos detenido, ya que si bien se reconoce desde la ley la

importancia de la resolución de conflictos para generar instancias de buena y sana convivencia, el proceso de cómo llegamos a ésta *resolución* es a través de la comunicación, la cual se plantea desde una perspectiva rígida. A través de esta investigación hemos tomado esta premisa comunicativa para observar sus dinámicas incorporando factores contextuales de los alumnos que están influyendo en que ésta comunicación se desarrolle de manera eficiente para la resolución de conflictos. Es así como a lo largo de la investigación nos encontraremos con discursos de los actores investigados que nos evidencian las formas y modos en que estos actores llevan a cabo la comunicación, en donde las fuentes de conflicto observadas, las prácticas comunicativas y los mecanismos de resolución, nos permiten entender lo que ésta ocurriendo con la resolución de conflictos en los establecimientos analizados y el aporte en términos de roles y de capital heredado que están ejerciendo las familias.

Considerando la comunicación en sí como una acción dinámica, podemos entender de ella que no es un acto transversal, si bien todos hablamos y nos comunicamos, ¿qué se dice?, ¿cómo se dice? o ¿cómo lo entiendo? es de real importancia para entender lo que ocurren en definitiva con la resolución de conflictos. Es en ese dinamismo comunicativo, donde el factor familia toma relevancia a la hora de tener una comprensión más completa de la comunicación que despliegan los alumnos en el espacio escolar.

Es a través de las páginas siguientes en donde se tratará de dar un sentido más amplio al aspecto comunicativo, nutriendo el planteamiento rígido del manual de convivencia escolar y su ley, dialogando constantemente con las teorías consideradas pertinentes para su comprensión. En ese sentido hemos tomado a Parsons y el planteamiento de juego de roles adscritos en la familia, Bourdieu con las capitales heredados y reproducidos en el espacio escolar y a Habermas con su teoría del “*acto ideal de habla*”.

Si consideramos que la comunicación en sí genera una forma de resolución de conflictos, entonces se hace pertinente abordar, ¿cómo se está llevando a cabo?, ¿la cercanía que se tiene con ella? y si existe conciencia suficiente en el momento en que se desarrolla por los actores. Estas preguntas serán resueltas a lo largo de la presente investigación lo cual nos permitirá entender la comunicación desde su función más

estructural y pragmática hasta su forma en términos de su despliegue para alcanzar un grado de resolución satisfactoria, integrando las dinámicas comunicativas en la relación familia- escuela.

Metodología

El tipo de diseño por el cual se optó es de enfoque cualitativo, proyectado, no experimental y de corte transversal. La investigación posee un enfoque cualitativo, ya que se pretende conocer elementos de manera general, no en cuanto a su distribución de manera cuantificable, sino más bien ahondar y profundizar en los aspectos a investigar. Tal como lo señala Valles, es un diseño abierto, tanto en lo que concierne a la selección de participantes-actuales, en la producción del contexto situacional, como en lo concerniente a la interpretación y análisis (Valles, 2003). Es decir, la articulación de los contextos situacional y convencional -ya que tanto el análisis como la interpretación se conjugan en el investigador(a). El estudio es no experimental, ya que las variables no serán manipuladas. Es bueno precisar que la investigación, la podemos considerar como emergente, ya que ha sufrido algunas modificaciones en el transcurso, ya sea en su fase de diseño, así como en su técnica de análisis de estudio.

El universo de estudio está constituido por alumnos que cursan tercero medio, pertenecientes a establecimientos de tipo Municipal y Privado de la Comuna de Valparaíso, a los apoderados respectivos de dichos alumnos y el cuerpo docente de los establecimientos ya aludidos. Cabe señalar que el criterio de definición de este universo, está dado, en el caso de tomar alumnos de tercero medio, por la madurez de explicación, en relación de la resolución de conflictos, tema complejo de abordar, que ellos pueden llevar a un discurso más acabado y la delimitación del universo tiene relación con las posibilidades de confrontar un espacio más rígido de resolución de conflictos, en el caso del colegio municipal y el otro más flexible en las formas de abordar la resolución de conflictos en el ámbito de la convivencia escolar, que corresponde al colegio privado.

El tipo de muestreo es no probabilístico, por lo tanto, se optó por un diseño muestral cualitativo. Esto nos permitirá realizar reflexiones sistemáticas respecto del tema

en cuestión, de la manera más rigurosa posible en relación a la realidad observada por parte de los actores sociales que en esta investigación confluyen.

El tipo de muestreo será, estructural, o sea tendrá relación con la representatividad estructural, lo que Valles denomina “selección estratégica de casos procediendo de pautas de muestreo teórico” (Valles, 2003, p. 92). Su característica principal implica la observación de sujetos de los grupos sociales que sean pertinentes y que se encuentren en relación al tema tratado en el presente estudio. Lo que se buscará es lograr heterogeneidad dentro de la homogeneidad en la elección de la muestra. Para el caso del presente estudio, el nivel de heterogeneidad válido se pretende cubrir diferenciando por el tipo de colegio analizado, que en este caso corresponde a establecimiento privado y municipal, así como también por la materia que el educador imparte y su rol dentro del establecimiento, en este caso profesorado con jefatura de curso, inspectores y aquellos de lenguaje y comunicación. En cuanto a las dimensiones homogéneas estas serán dadas por el nivel de enseñanza de los estudiantes, es decir, alumnos de tercero medio y por los apoderados correspondientes a los alumnos investigados. En la presente investigación la unidad de análisis está constituida por los alumnos, sus apoderados respectivos y el cuerpo docente a ellos asociados, de los establecimientos en estudio.

La unidad de muestreo está constituida por los alumnos de tercero medio, los profesores de lenguaje y comunicación, profesor jefes e inspectores, así como también los apoderados de los alumnos sujetos a investigación, de los establecimientos Privado y Municipal, de la comuna de Valparaíso analizados.

En el marco de la investigación cualitativa y de acuerdo a los objetivos del estudio, se seleccionó la entrevista en profundidad como técnica de recolección de datos. La elección responde a dos tipos de ventajas, Valles (2003): por una parte constituye una forma de investigar un área de la realidad social; y por otra parte, es posible además, dotarla de una atmósfera de intimidad. Esta última ventaja resulta de suma importancia para nuestra investigación a la hora de lograr una proximidad con los sujetos al momento de ser entrevistados, teniendo en cuenta el universo de la muestra. Esta técnica nos permite esa proximidad, debido a su estilo abierto de conversación, transformándose en una fuente de información privilegiada. En lo que respecta a la estructuración de la entrevista, ésta fue de

carácter semiestructurado. Esto permite al investigador(a) contar con una pauta previa con los temas que se pretenden abordar, teniendo además, la libertad para formular las preguntas cuando se estime conveniente, “La entrevista semiestructurado es guiada por un conjunto de preguntas y cuestiones básicas a explorar” (Valles, 2003 p. 179).

En relación a como se estructura la presente investigación la manera que mejor representa el análisis de datos, es el análisis de contenido y al respecto tenemos lo siguiente:

“Las expresiones objeto pueden recopilarse, compararse, clasificarse, con vista a establecer su virtualidad como tales expresiones en relación con el sistema expresivo al que pertenecen, este tipo de análisis no se restringe al ámbito de las expresiones verbales, puede abordar legitimidad; un análisis de contenido de expresiones gestuales, pictóricas, musicales” (Delgado, Gutiérrez, 1999, p 178). Para estos efectos el modo en que se estructuró el análisis se puede entender en dos grandes etapas, la primera corresponde a la construcción de categorías generales y subcategorías que permitieran entender el orden clasificatorios de los contenidos, al cual se le agregaron códigos temáticos simples.

Resultados

Bourdieu (Capitales)

Familia: Hereda capitales, en este caso capital lingüístico.

Escuela: Se desarrollan y reproducen capitales heredados.

Colegio Municipal ocurre que:

Familia: Hereda limitación de capital lingüístico.

Escuela: Desarrollo y reproducción limitado del capital lingüístico.

En relación a lo anterior tenemos que la escuela no rompe la estructura heredada, sólo está reproduciendo las limitaciones traídas desde la familia por cuanto a capitales, y la escuela lo refuerza. En este caso en relación a la limitación del alcance y ejercicio de la acción comunicativa.

Colegio Privado ocurre que:

Familia: Hereda base comunicativa.

Valoración por Comunicación / Práctica Constante / Como formas de Resolver Conflictos

Parsons (Rol de la Comunicación)

Familia: Socialización estructural base, que entrega aprendizajes comunicativos

Escuela: Complementa aprendizajes acarreados desde familia.

Colegio Municipal ocurre que:

Familia: Socialización primaria adscribe roles deficientes, en términos comunicativos.

Escuela: Orientación de rol y su expectativa comunicativa deficitaria, es aceptada.

Colegio Privado ocurre que:

Familia: Socialización primaria adscribe roles definidos, en términos comunicativos.

Escuela: Facilidad para adscripción de roles, sus expectativas y especificaciones, en términos de comunicación.

Conclusiones

En términos prácticos podemos concluir en relación a la política pública macro, la existencia de una debilidad del manual de convivencia ya que el gran problema que tiene la resolución de conflictos sostenido en dicho plan, es que parte de un supuesto de realidad en donde existen las bases educativas que permiten desarrollar la resolución, y esto se manifiesta de manera más concreta en el establecimiento privado investigado. Sin embargo existen colegios en donde la realidad de interacción no permite siquiera poner en práctica el manual, como es el caso del establecimiento municipal investigado, lo que genera una contradicción en relación a la lógica que se está empleando para llevar a cabo la resolución de conflictos en los establecimientos, y si ésta puede o no ser puesta en marcha.

A través de las páginas anteriores, se ha expuesto la importancia de abordar la resolución de conflicto, desde la integración de los factores contextuales de los alumnos, para que en la práctica los manuales gubernamentales tengan algún efecto.

En ese sentido, estos factores contextuales, los hemos integrado desde el aspecto de las familias, nutriendo la investigación y aportando nuevos antecedentes a la temática de estudio.

Encontramos entonces que la familia como núcleo base de socialización entre los individuos, entrega los primeros aportes y acercamientos en términos comunicativos que los alumnos desplegaran en el espacio de interacción escolar, generándose sin lugar a dudas una herencia en términos de capital lingüístico a desarrollar, siendo éste, más cercano a los alumnos en cuanto se dedique y practique desde la familia. Tenemos entonces que la familia y su repercusión en el espacio escolar pasa a ser fundamental en las formas de interacción de los alumnos, ya no desde un plano ideal, sino desde un plano práctico y real.

Comunicación, familia y escuela se funden entonces en dinámicas que marcan las relaciones en una constante retroalimentación que va desde un espacio a otro. La comunicación acá pasa a ser el puente entre estos espacios, y esta comunicación se encontrará determinada en gran medida por la capacidad y facultad que la familia instaure en términos de acercamiento al diálogo. En relación a esta investigación podemos concluir que si Parsons, nos plantea que la familia cumple un rol de educación, esto no se está reflejando para los alumnos del colegio municipal, en donde la familia es casi inexistente, repercutiendo directamente en el capital lingüístico y cultural heredado. Nos encontramos con que, bajo la premisa de Bourdieu, lo que la familia en términos de capital está heredando para estos alumnos, es la falta de interacción comunicativa siendo esto reproducido por ellos mismos en el espacio escolar.

En relación a lo planteado por Habermas, el acto ideal del habla si bien es un ideal, estaría más cercano a ser llevado a cabo, sentando las bases de las pretensiones de validez, para el caso del colegio privado, ya que ellos asumen y entienden como comunidad escolar, la comunicación para resolver los conflictos, de ese modo podemos hacer descansar las pretensiones de validez en el consenso que ellos realizan, para resolver conflictos.

Para el caso del establecimiento municipal, las pretensiones de validez serían, (bajo las condiciones actuales del colegio investigado), muy difícilmente puestas en ejecución, ya que los modos de consenso que se dan en este establecimiento, más que por un proceso de entendimiento comunicativo, *es forzoso*, no dando paso a este proceso. Tenemos entonces que el despliegue de la comunicación y su desarrollo, responde a un sistema estructural mayor y de alguna u otra manera, está atravesado constantemente por las diferencias y desigualdades sociales.

Referencias Bibliográficas

Libros

- Agulla, J. C. (1987). *Teoría sociológica sistematización histórica*. Buenos Aires: Depalma.
- Berger, P., Luckmann, T. (1991). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bourdieu, P., Passeron, J.C. (2009). *Los herederos, los estudiantes y la cultura*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.
- Bourdieu, P., Passeron, J.C. (1996). *La reproducción Elementos para una teoría del sistema de enseñanza.*, Coyoacan, México Fontamara,
- Bourdieu, P. (2008). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores.
- Bourdieu, P. (2003). *Capital cultural, escuela y espacio social*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno editores.
- Bourdieu, P. (2001). *¿Qué significa hablar?* Madrid: Ediciones Akal s.a.
- Dahrendorf, R. (1966). *Sociedad y libertad*. Madrid: Tecnos.
- Delgado, J., Gutiérrez, J. (1999). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis.

- Echeverría, R. (2008). *Ontología del lenguaje*. Buenos Aires: Ediciones Grónica.
- Foucault, M. (2003). *Las palabras y las cosas*. Argentina: Siglo veintiuno.
- Habermas, J. (2001). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Lorenzo, P. (2001). *Teoría Fundamentos del conflicto social*. España: Siglo Veintiuno.
- Munné, F. (1970). *Grupos, masas y sociedades*. Barcelona: Editorial hispano 144 Europea
- Parsons, T. (1999). *El sistema social*. Madrid: Alianza.
- Reyes, P. (2007). *Lenguaje y comunicación*. Santiago: Copesa.
- Scribano, A. (2008). *El proceso de investigación social cualitativo*. Buenos Aires: Prometeo.
- Valles, M. (2003). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis.

**Plataforma de decisiones estratégicas:
Modelo de estudio de la comunicación estratégica desde una
perspectiva comprensiva**

***Platform for strategic decisions:
A model for the study of strategic communication from a
comprehensive perspective***

Ph. D. Raúl Herrera Echenique
Investigador y Presidente del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación.
FISEC Internacional.
rherrera@fisecinternacional.com

Mag. Raúl Bendezu Untiveros
Investigador y Vicepresidente del Capítulo chileno del Foro Iberoamericano sobre
Estrategias de Comunicación. FISEC Chile.
raul.bendezu.u@gmail.com

Summary

This study is located in the area of development of methodologies for comprehensive implementation of strategic thinking in communication. It presents the conceptual foundations and some applications of a model for the study and design of communication strategies.

The exhibition is based on the essential property of strategic communication, which is to create spaces of interaction at different levels of complexity such as the media institutions, influences, links, contexts for representing interactions, generating interpretations, among others. Since all interactive system is designed from a 'platform', here the qualitative components of an interactive platform that depends on strategic decisions are proposed. The basis for strategic decisions platform are structured from two areas of action: sociocommunicative and semioestratégica interaction, generated corresponding to two strategically interactive levels: media-subject-society, and sense-meaning-interpretation.

The methodological design is based on a comprehensive perspective (hermeneutic), opposite to the trend that quantifies the value of strategic decisions. three cases of validation that are part of the professional experience of the authors are presented. This a model that seeks to understand the nature of the connections of meaning from the interaction conditions in areas semioestratégico sociocommunicational and is postulated.

Keywords: *strategy, communication, social communication, semi strategy and complexity.*

Resumen

El presente estudio se localiza en el ámbito del desarrollo de metodologías para la aplicación comprensiva del pensamiento estratégico en la comunicación. Presenta las bases conceptuales y algunas aplicaciones de un modelo para el estudio y el diseño de estrategias de comunicación.

La exposición se basa en la propiedad esencial de la comunicación estratégica, cual es generar espacios de interacción en diversos niveles de complejidad tales como la institucionalidad mediática, las influencias, los vínculos, los contextos para la representación de las interacciones, la generación de interpretaciones, entre otros. Dado que todo sistema interactivo se diseña a partir de una ‘plataforma’, aquí se proponen los componentes cualitativos de una plataforma interactiva que depende de decisiones estratégicas. Las bases para una *plataforma de decisiones estratégicas* se estructuran a partir de dos ámbitos de acción: interacción sociocomunicativa e interacción semioestratégica, que corresponden a dos niveles interactivos generados estratégicamente: medios-sujetos-sociedad, y sentido-significación-interpretación, respectivamente.

El diseño metodológico se sustenta en una perspectiva comprensiva (hermenéutica), opuesta a la tendencia que cuantifica el valor de las decisiones estratégicas. Se presentan tres casos de validación que forman parte de la experiencia profesional de los autores. Con ello se postula un modelo que busca comprender la naturaleza de las conexiones de sentido a partir de las condiciones de interacción en los ámbitos sociocomunicacional y semioestratégico.

Palabras clave: estrategia, comunicación, sociocomunicación, semioestrategia y complejidad.

Introducción

En el ámbito de la comunicación estratégica, la toma de decisiones es esencial para el logro de sus objetivos. A su vez, las decisiones estratégicas comprometen las condiciones de la comunicación organizacional y las modalidades de su inserción en su entorno interno y externo. Por tanto, son complejas y requieren una aproximación sistemática para representar sus formas de interacción: medios-sociedad y sentido-interpretación.

En este estudio se va a proponer un modelo para organizar la toma de decisiones en la comunicación. La perspectiva de este modelo se realiza en base a la metáfora de la *plataforma*. Cuando hablamos de una *plataforma* nos referimos a una representación de orden espacial y temporal, cuya finalidad es mostrar las variables y formas que permiten comprender la toma de decisiones en la práctica estratégica de la comunicación.

La tendencia de la comunicación estratégica es *gestionar* esta actividad. Aquí se asume la propuesta de la Nueva Teoría Estratégica que propone *estrategar* la comunicación. Éste es un concepto que describe el proceso de vivir estratégicamente, de crear estrategias coordinadas en relación al entorno vivencial (Pérez, 2012 y Herrera Echenique & Pérez 2014), la cual toma como base la esencia humano relacional de la interacción de los interactuantes. En el ámbito comunicacional da lugar a una relación: organización / stakeholder. La matriz epistemológica '*homo relatio*' (Pérez & Massoni, 2009) es el eje de la NTE. Se trata de un concepto que describe las relaciones de cooperación y de co-construcción de sentido social a partir y desde la comunicación. En esta línea de pensamiento, el desafío de una organización social es desarrollar procesos de para *estrategar* la comprensión de las relaciones significativas de comunicación intersubjetiva diseñadas a partir de decisiones que se reproducen en modelos de representación sobre el futuro de las acciones de comunicación. Visto así, su representación

a modo de una plataforma esquematiza el proceso de *estrategar*, comprensivamente, las dinámicas de interacción generadas por la comunicación estratégica.

El concepto de *plataforma* es una metáfora conceptual que posibilita disponer de una base de datos cuya función es representar una arquitectura de las representaciones y contenidos que posibilitan los diseños interactivos (Raskin, 2001) que da lugar a las diversas modalidades de tratamiento de la información (Stockinger, 2001). En el ámbito de las estrategias implica alinear planes y programas para la aplicación de la toma de decisiones para la generación de valor en una organización (Levy, 2007; Tovstiga, 2012).

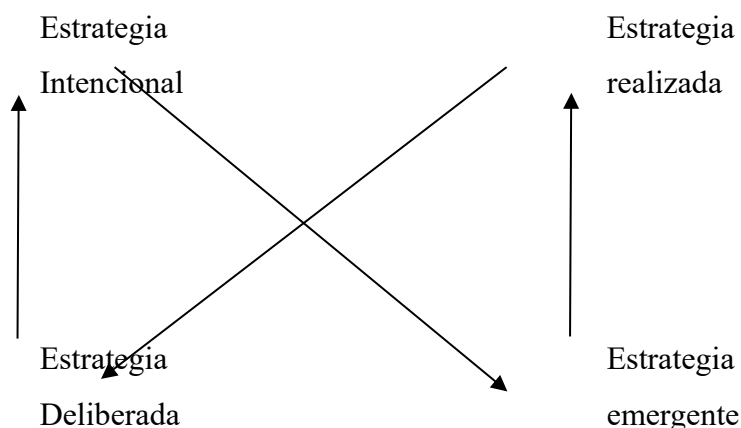
¿Qué es entonces una estrategia de comunicación, en el marco del proceso de *estrategar* que se dispone bajo una forma de ‘plataforma’? Es una práctica de interacción significativa donde intervienen habilidades humanas, vivenciales, biológicas, psicológicas, antropológicas, semióticas, etc., y cuyo referente se ha de localizar en el paradigma de la complejidad, como lo desarrolla Edgard Morin (1990). En la actualidad, los modelos de construcción de estrategias están dando indicios de no poder interpretar la nueva realidad que se configura desde finales del siglo XX, donde las demandas personales y organizacionales se extienden en una sociedad abierta que hace circular mucha comunicación. Para Charan y Colvin (en Vetter, 2013) ya en 1999 constataban que menos del 10% de las estrategias formuladas de forma correcta, eran ejecutadas con éxito. Kaplan y Norton (2000) padres del concepto de Cuadro de Mando Integral, por su parte señalaban que había cuatro barreras para el cumplimiento de las estrategias; visión, mando, recursos y personas.

El mundo global moviliza complejos planos de interacción y de territorialidad que nos hacen pensar que somos cada vez más actores de relaciones de intercambio, más complejas en su propia naturaleza, y que nos exigen entender las decisiones que adoptamos día a día. La economía no es sólo terreno de las cantidades y categorías de clasificación sociales, hoy es cada vez más una economía de intercambios comunicacionales, de convivencias que es necesario comprender con indicadores de complejidad biosistémica y antropocultural (Herrera Echenique, en Herrera Echenique & Pérez, 2014).

Si la estrategia es una operación de toma de decisiones, es posible configurar una organización de relaciones en la naturaleza de los tipos de estrategia. Así, se propone a

partir de Mintzberg (1997) y Libaert (2013), un cuadro explicativo del sentido del desarrollo de la estrategia en el marco de la toma de decisiones. Con este cuadro se pretende explicar la lógica que configura la primera decisión estratégica, que es justamente cómo identificar la estrategia que se va a aplicar.

Cuadro 1: Cuadro de lógico de sentido diferencial sobre el desarrollo estratégico



Fuente: Creación propia

Este cuadro permite visualizar las opciones lógicas y relacionales que posibilitan la configuración de estrategias en los diversos ámbitos de las relaciones humanas. En tal sentido, una *plataforma de decisiones estratégicas* supone un modelo que describe la arquitectura para la comprensión de las decisiones traducidas en acciones estratégicas cuyo sustrato es comunicacional.

Bases conceptuales

El Paradigma Humano/Relacional (Herrera Echenique & Pérez, 2014), supone un cambio en el *management* desde lo meramente económico, por actores racionales y otros constructos (*homo oeconomicus*), donde las organizaciones son concebidas como negocios y las estrategias como políticas o planes para conseguir objetivos, hacia la dirección de lo humano/relacional, donde los objetivos son la sustentabilidad organizacional, funcional y operativa, la articulación interna (la mente conectiva), y la articulación con su entorno. Una articulación basada en el diálogo y el respeto mutuo (Hamel & Prahalat 1989, 1995; Pérez 2001 y Pérez 2012). La NTE propone una estrategia centrada en una subjetividad

constructiva/perceptiva surge de un efecto polisémico cuya base es la comunicación. Las estrategias concretas que surgen de esa concepción son las rutas que elegimos y trazamos para llegar a los futuros que previamente hemos seleccionado como metas.

En la concepción de Lucas Marín, “se podría decir que la comunicación es el corazón de la existencia humana” (1997: 90). La comunicación se fundamenta en el comportamiento humano y en las estructuras de la sociedad, ello hace muy difícil la exclusión de lo social y los eventos del comportamiento. En la actualidad, no existe “un paradigma” desde el cual los estudiosos de la comunicación puedan trabajar. Pérez (2001) señala que la comunicación ha de entenderse como una interacción simbólica.

Desde otra mirada, para Eco (2000) la interacción de la percepción, intencionalidad y significación auxilian al hombre para trascender la esfera de la señal, permitiéndole ingresar a la dimensión del sentido. El objetivo fundamental de la comunicación es convertir al hombre en un agente activo y efectivo que le permita alterar la relación existente entre su organismo y su medio circundante, lo que nos lleva a comprender que el hombre se comunica con la intención de influir y afectar en forma intencional en los demás.

Otro autor que amplía el campo de la comunicación desde lo interpersonal a lo organizacional, pensándola a partir del paradigma de la complejidad es Baldissera (2009), quien propone asumir que la comunicación no se restringe al ámbito organizativo, al discurso autorizado. Asume que mucho más allá de las manifestaciones aparentemente coherentes, considerando la interdependencia ecosistémica (con otros sistemas y subsistemas) y la actualización de las relaciones dialógicas, recursivas y hologramáticas, es necesario preocuparse por las permanentes perturbaciones del sistema de la organización y los procesos que mediante tensiones y disputas, lo mantienen lejos del equilibrio, generan dinamismo y estado de incertidumbre, como lo exige la constante desorganización(re)organización, propias de un sistema complejo.

Complementando la visión, Manucci (2005) destaca que, en un planteamiento de comunicación estratégica, no hay un emisor controlando los mensajes hacia un receptor, sino actores intercambiando símbolos y percepciones. “La función de la comunicación estratégica es gestionar esos símbolos, para una narración corporativa con sentido para

todos los actores involucrados en los procesos corporativos” (2008:58). Por su parte, desde la perspectiva de la gestión Majluf (2011) señala que ésta se funda en el delicado tejido de las relaciones entre las personas, mundo en el cual el conocimiento sería más incierto. “El ámbito de la gestión es amplio y lleno de incógnitas. Importa lo técnico, las finanzas, la producción, pero también importa el afecto, la emoción y el gozo. La gestión viaja entre la razón y la emoción, la ciencia y el arte, lo formal y lo sutil” (Majluf, 2011: 24).

Por su parte, Pérez (2012), propone sacar a la estrategia del enfoque meramente económico del *management*, para construir una teoría general de la estrategia – que superando la contingencia de los contextos-, pueda servir a todos los operadores. Propone pasar de una teoría donde el centro del *management* es lo económico, a una teoría donde el centro es la comunicación. ¿Pero de qué comunicación hablamos?, justamente de una Humana y Relacional, que integra lo informacional, pero también lo emocional, lo humano, lo relacional en tanto proceso que se produce en un contexto y que tiene por objeto hacer que interlocutores compartan significados, por tanto, estratégica. Específicamente aquí está la base del proceso de *estrategar*.

Hoy la comunicación exige que sea comprendida en su complejidad. Se trata de un proceso que no excluye, sino complementa: la actividad de transmisión o transferencia de información, la actividad de participación o interacción complementarias, la actividad de creación y aceptación de creencias, y la actividad de eficacia cognitiva o de confiabilidad, cuya base es la generación de sentido respecto de las relaciones sociales en la convivencia. Se trata de un modelo de riqueza de un sistema abierto a las opciones de adaptabilidad y de creación (Morin, 1990).

La construcción conceptual de un modelo de plataforma de decisiones estratégicas, incorpora el concepto esencial de la comunicación estratégica: la interacción, las formas de producción de sentido sobre el contexto, sobre las propias relaciones, sobre las estrategias involucradas y sobre los mensajes-discursos producidos. Una plataforma reproduce una imagen del proceso para la toma de decisiones en el marco de una situación compleja, cambiante y a veces impredecible.

El comportamiento social complejo se desarrolla en el marco de relaciones entre personas según una realidad cambiante gracias al desarrollo de las tecnologías de la

comunicación, el rol y el uso que las personas hacen de estos recursos y las diversas modalidades de intercomprensión (objetivo cognitivo de la comunicación) en el marco de sociedades abiertas en las cuales se han multiplicado los emisores y se han diversificado los intereses y preocupaciones frente a la actividad de las instituciones sociales los que complejizan la dinámica de la mediatización (Verón, 1999).

De esta manera el *modelo sociocomunicacional* postula integra al ser humano como actor principal de la construcción de la comunicación, ésta debe ser entendida como una relación, como una interacción entre un conjunto complejo de dimensiones sociales, mediáticas, interpersonales y emocionales que le dan consistencia a las relaciones humanas gracias a la comunicación.

Desde la perspectiva del *modelo semioestratégico* la comunicación es una actividad humana que fundamenta las relaciones de convivencia y productividad social a través de la generación de modalidades de significatividad relacional que se disponen desde los textos y discursos que configuran las prácticas semióticas (Fontanille, 2014) de producción de sentido a nivel de las diversas organizaciones sociales.

Metodología

Si bien los indicadores de medición son esenciales para calificar el éxito de una organización o la efectividad de acciones de comunicación para hacer memorable una marca, sin una adecuada intelección sobre el sentido de dichas mediciones y hacia dónde van estratégicamente esos resultados, los esfuerzos serán parciales.

Por ese motivo, aquí se adopta la comprensión como método de investigación y modalidad para explicar hechos cualitativos e intersubjetivos. Metodológicamente, comprender una estrategia de comunicación es captar la conexión de sentido entre las decisiones y las manifestaciones de éstas en el ámbito del conjunto de acciones de comunicación medidas a través de indicadores de calificación en torno al valor de una marca o de una organización.

Pensar, diseñar y hacer estrategias de comunicación es comprender como son las estrategias de comunicación. Para la NTE el *estrategar* es una experiencia vivencial que supone interpretar los logros y las capacidades, los modos y las condiciones de la

comunicación. Se trabajó con cuatro casos de validación del modelo sociocomunicacional -semioestratégico aplicado, para construir la plataforma de decisiones estratégicas.

Los casos han aplicado los modelos señalados, desde una perspectiva comprensiva para identificar, disponer y diseñar las decisiones estratégicas sugeridas en las respectivas intervenciones. Éstos son, un trabajo por encargo de carácter social de Salud (inmunización) y otro sobre erradicación del trabajo infantil en Chile. Un tercer caso es el estudio internacional con propuestas para la cohesión y articulación social en Colombia.

Aplicaciones: hallazgos y resultados

A continuación, se resumen los indicadores para la toma de decisiones estratégicas que se realizaron en cada uno de los casos. Esos indicadores se establecieron a partir de la aplicación de los modelos sociocomunicacional y semioestratégico que permite definir quienes operan como recomendadores/líderes de opinión en los segmentos objetivos de los estudios aplicados. Además, facilita la definición y comprensión de los stakeholders o grupos de interés, focalizando los mensajes acordes a la realidad y necesidad informativa de cada target.

Caso: Salud (vacunación) – Chile

Indicadores estratégicos para la toma de decisiones para la credibilidad de la vacunación:

- La baja solidez sobre la credibilidad de una campaña o una actividad de vacunación se debe a que se concentran en narrar la necesidad o los beneficios de una vacuna, olvidando los beneficios a nivel social y la 'magia' que hace posible creer y confiar en la certeza de la aplicación de una vacuna en particular.

- Comunicar el beneficio social de una vacuna implica comunicar sus atributos en relación a los usuarios, lo cual va a dejar de lado comunicar las cualidades (positivas o negativas) sobre las propiedades de la vacuna. Este proceso implica realizar una comunicación más directa que no renuncia a negar las circunstancias difíciles o los problemas provocados por la vacuna, pero que releva los beneficios a través de los atributos sociales con los cuales se logra asociar a una vacuna.

- Se trata de hacer confiable la vacuna no como un objeto sino como la razón de ser de la vida social y de la vida personal en la sociedad a la cual se pertenece. Esto es, significar la sustentabilidad social y comunitaria de la vacuna, más que enfatizar en sus propiedades bioquímicas.

4.2. Caso: erradicación del trabajo infantil – Chile

Indicadores estratégicos para la toma de decisiones para la comunicación sobre la erradicación del trabajo infantil en Chile:

-Para co-construir sobre la erradicación del trabajo infantil, habrá que participar y colaborar con los actores del problema desde sus miradas, percepciones y conductas, además de las percepciones y conductas de otros actores en ámbitos como: la aplicación de modalidades de poder (necesidad, obligación, imposición, exigencia), las prácticas de instituciones como la familia, los empleadores, los amigos y los medios de comunicación, las influencias de éstas instituciones a modo de correlaciones sobre la conducta de los niños involucrados. Implica co-construir con las audiencias y contextos involucrados en este fenómeno social.

-Se debe describir los flujos de atención para la percepción, la representación del otro (niño trabajador) y las ‘filosofías’ de la práctica comunicativa sobre el trabajo infantil. En el primer caso, la atención se focaliza en las actividades que realizan los niños trabajadores: en la calle, en su familia, todo ello para hacer comprensible el perjuicio que implica el trabajo infantil. En el segundo caso, las comunicaciones realizadas enfatizan en el compromiso con la forma ‘yo como uno mismo’ que vive y sufre, y una forma de relación llamada ‘propatía’ que es una interacción donde los participantes reconocen y comparten interés en la problemática expresada. En el último caso, las organizaciones enfatizan una comunicación donde destaca la comunicación sustancial (qué y cómo es el trabajo infantil) y la comunicación referencial (la realidad sobre vivir en el trabajo infantil).

4.3. Caso: Cohesión y coherencia de la sociedad en su comunicación –

Colombia

Indicadores estratégicos para la toma de decisiones sobre las condiciones de comunicación para la cohesión y coherencia:

- La cohesión y articulación social comporta un significado y un sentido de responsabilidad social, ético y valórico, cuyo centro conceptual es la paz social, presuponiendo la integración de relaciones, el entorno, así como la visualización de posibles conflictos.

- La cohesión y articulación social se comunican como retos para las ciudadanías y organizaciones del siglo XXI. Pese a todos los esfuerzos y avances sigue siendo un problema que preocupa a organizaciones internacionales y locales, y aqueja a países, así como a comunidades.

- La complejidad de la estrategia en el marco de la cohesión y la coherencia social, manifiesta la intervención de dinámicas discursivas que generan un conjunto de significaciones estratégicas que representan los hechos como una experiencia socialmente vivida por un grupo de individuos, esto es, su modo de comunicación es referencial respecto de la experiencia vivida por las audiencias. Bajo estas condiciones es como se configura el grado de confiabilidad que van a tener las representaciones mediáticas que se realizan.

Conclusiones

A partir de los hallazgos que atraviesan las tres experiencias comprensivas con objetos de estudio aplicados, se puede definir una aproximación a una Plataforma de Decisiones Estratégicas de las siguientes características:

Su punto de partida consiste en la exposición de tres niveles de comprensión:

- Sobre la situación comunicacional a la que se ve enfrentada una organización, ésta puede ser de tipo proactiva o reactiva.

- Sobre las condiciones de interacción (modalidades de vínculos y/o contactos con las audiencias o *stakeholders* involucrados en la situación de comunicación ante la que

está la organización, ésta identifica las relaciones y el sentido que adquieren dichas relaciones. –Sobre el horizonte de eficacia de las decisiones que se vayan a asumir, tiene un carácter proyectivo, describe las modalidades cómo se podrían lograr los objetivos de comunicación pretendidos.

Estos tres niveles se representan en el siguiente esquema:

Cuadro 2: Marco de Comprensión de decisiones estratégicas



Fuente: Creación propia

A continuación, el análisis de las decisiones estratégicas tomadas en las comunicaciones realizadas por la organización (o por otras ante situaciones similares) se realiza con la aplicación de los modelos sociocomunicacional y semioestratégico, cuyas representaciones esquemáticas son las siguientes:

Cuadro 3: Modelo Sociocomunicacional



Fuente: creación propia

Cuadro 4: Modelo Semioestratégico

ARTICULACIÓN SEMIOESTRATÉGICA: Significatividad Relacional		
SENTIDO	SIGNIFICACIÓN	SIGNIFICATIVIDAD: ATRIBUTOS SIGNIFICATIVOS
PERCEPCIÓN RELACIONAL (Vínculo reconocible)	TRATO PERCEPCIÓN DEL TRATO (Momento de verdad)	PROMESA/CUMPLIMIENTO DISTANCIA / ADHESIÓN PROXIMIDAD/ LEJANÍA
REPRESENTACIÓN NARRATIVA Y ARGUMENTATIVA DE LA ESCENA DE RELACIÓN ENTRE DESTINADOR Y DESTINATARIO	SIGNIFICACIÓN PRESENCIAL: RELACIÓN/DISTANCIA ENTRE UNO Y OTRO SIGNIFICACIÓN TENSIVA: EJES DE CONSTRUCCIÓN ATENCIONAL	CUADRO SEMIÓTICO O MAPPING DE LAS RELACIONES ENTRE LOS VALORES DE SIGNIFICATIVIDAD EXPRESADOS/IMPLICADOS

Fuente: Creación propia

A continuación, habiendo obtenido el conjunto de decisiones estratégicas analizados en comunicaciones anteriores, se realiza la aplicación del MDE (Modelo de Decisiones Estratégicas) que consiste en la aplicación de tres niveles articulados entre sí:

Experiencia → Conducta // Conocimiento → Predisposición // Afectividad
→ Emoción

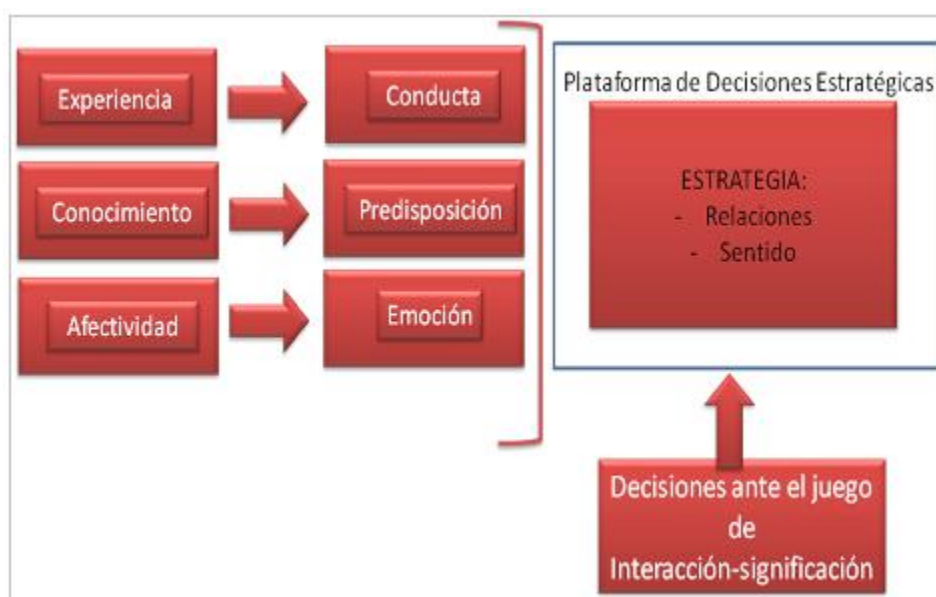
La experiencia da lugar a la representación de cómo son las conductas asociadas al fenómeno que se va a comunicar estratégicamente. El conocimiento da lugar a la representación de la predisposición, esto es, la modalidad que configura la forma de credibilidad que se va a comunicar. La afectividad da lugar a la representación de la emoción, ello como una forma que representa el lugar, o la sensación empática que se va a comunicar ante el hecho que se va a comunicar.

Con esos elementos, que son el marco de referencia para la toma de decisiones estratégicas, se configura específicamente la ‘plataforma’, la cual se articula en dos instancias: las relaciones (con el contexto social, con las audiencias y con los medios de

comunicación) y el sentido (con los discursos que significan el modo de representación de la atención, la narración y la argumentación). Esta ‘plataforma’ explicita las decisiones ante el juego comunicativo que supone cómo se va a enfrentar la comunicación sobre el hecho decidido por la organización. Dicha ‘plataforma’ puede tener la forma de: proposiciones sobre el modo cómo se va a comunicar ante la situación específica y cómo se va a enfrentar la situación adversativa que identifica la organización.

Esta ‘plataforma’ se representa de la siguiente manera:

Cuadro 5: Modelo Plataforma de Decisiones Estratégicas



Fuente: Creación propia

Referencias bibliográficas

Baldissera, R. (2009): “*Comunicación organizacional en la perspectiva de la complejidad*”. *Revista Organicom*, nros. 10 y 11. San Pablo.

Eco, U. (1977). “*Tratado de semiótica general*”. Barcelona: Lumen.

- Fontanille, J. (2014). *“Prácticas semióticas”*. Lima: Fondo de Cultura Económica-Universidad de Lima.
- Hamel, G. & Prahalad C.K. (1989). *“Propósito estratégico”*. Lo mejor de Harvard Business Review. EE.UU.
- Kaplan, R. & Norton, D. (2000): *“The Strategy Focused Organization”*. EE.UU: Harvard Business School Press.
- Herrera, R. & Pérez, R. (2014). *“Nueva Teoría Estratégica: El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad”*. Santiago de Chile: Santillana Ediciones.
- Levy, A. (2007). *“ECP estrategia, cognición y poder: cambio y alienamiento conceptual en sistemas sociotécnicos complejos”*. Buenos Aires: Granica.
- Libaert, Th. (2013). *“Le plan de communication.”* Paris: Dunod.
- Lucas M., A. (1997). *“La comunicación en la empresa y en las organizaciones”*. Barcelona: Bosch.
- Majluf, N. (2011). *“Los desafíos de la gestión, de lo formal a lo sutil”*. Santiago: Aguilar.
- Manucci, M. (2005). *“Atrapados en el Presente”*. Quito: CIESPAL.
- Mintzberg, H., Brian Q., J & Voyer, J. (1997). *“El proceso estratégico”*. México: Prentice Hall.
- Morin, E. (1990). *“Introduction à la pensée complexe”*. Paris: ESF éditeur.
- Pérez, R. (2001). *“Comunicación Estratégica”*. Ariel: Madrid.
- Pérez, R. Massoni, S. (2009). *“Hacia una teoría general de la estrategia”*. Barcelona: Ariel.
- Pérez, R. A. (2012). *“Pensar la estrategia”*. Buenos Aires: La Crujía.
- Raskin, J. (2001). *“Diseño de sistemas interactivos”*. México: Pearson.
- Stockinger, P. (2001). *“Taritement et controle de l’information”*. Paris: Hermes.

- Tovstiga, G. (2012). “*Estrategia en la práctica*”. Buenos Aires: Granica.
- Verón, E. (1999). “*Semiosis of mediatization*”. En C. Mendes & E. Rodríguez Larreta (Eds.), *Media and social perception* (pp. 458-474). UNESCO-ISSC-EDUCAM: Río de Janeiro.
- Vetter G. (2013): “*La ejecución estratégica o cómo hacer que las cosas ocurran*”. Madrid: CFIE.
- Westphalen, M-H & Libaert, Th. (2011). “*Communicator. Toute la communication d’entreprise*”. Paris: Dunod.

Gender equality in the Chilean *traditional* press (2015)

La equidad de género en la prensa tradicional chilena (2015)

Eileen Hudson
Universidad del Desarrollo
ehudson@udd.cl

(Full english text)

Abstract

This research compares the quotation of women in the Politics, Economics and Science and Technology sections in the most popular and influential Chilean newspaper with their participation in the public sphere. The study uses quantitative content analysis in a random week of El Mercurio during 2015 (N=1,090), and a statistical model analysis designed to normalize the results. Research showed no significant gender discrimination in the way journalists cite female sources. Women's media presence stands in logical proportion to their participation in the activities studied in this research, and no stereotypes were shown in this journalistic routine. Evidence indicates that this Chilean gender gap does not result from the usage of published sources related to major activities, but from local values, beliefs and attitudes that affect female participation in the public sphere.

Keywords: *Journalism, news, gender stereotypes, sources, public sphere, content analysis, political information*

Resumen

El objetivo de esta investigación es comparar la presencia de la mujer como fuente en las secciones de Política, Economía y Ciencia y Tecnología del diario chileno más influyente con la participación femenina en esas tres actividades de la esfera pública local. Se realizó un análisis de contenido cuantitativo de una muestra de El Mercurio de 2015 (N=1,090), y se diseñó un modelo estadístico que normalizara los datos. El análisis de la muestra seleccionada para este trabajo concluye que no existe una discriminación de género

significativa en el uso de fuentes. La citación de mujeres es proporcionada a su participación en las actividades seleccionadas. La evidencia demuestra que la brecha de género no proviene de las rutinas profesionales que aplica el periodismo en la selección de fuentes sino de la incidencia de los valores, creencias y actitudes de la cultura local que influyen en las posibilidades de participación de la mujer en la actividad pública.

Palabras clave: Periodismo, noticias, estereotipos de género, fuentes, esfera pública, análisis de contenido, información política.

Introduction

In the second decade of the 21st century, Chile's gender discrimination against women included constitutional, legal, and public issues, according to 2010 United Nations Development Programme (PNUD) report. Major challenges were seen in the symbolic representation of what is feminine and masculine according to the local culture, in the ways women and men have access to different power positions, and how they develop labor relationships (PNUD, 2010).

Recent research developed in Chile by Comunidad Mujer, a nonprofit organization focused on gender issues, confirmed what PNUD showed in 2010 and added that in Chile the gender gap begins during the gestation period, when parents learn about the sex of their baby¹. No matter the education and income levels of the parents, local families typically build a sexist atmosphere for the children: girls will be raised for domestic activities, and boys for professional and risky tasks (Comunidad Mujer, 2016).

For Chileans, the difference between sexes is a moral hierarchy issue: men are assumed to be superior and women depend on them (Comunidad Mujer, 2016, p. 11; PNUD, 2010, p. 28). In given contexts, such as family and work relationships, gender still determines what can be expected and what is expected and allowed for a man and a woman. This relationship determines Chilean social structure (PNUD, 28).

According to a recent Global Gender Gap Report, Chile is ranked number 73 out of 145 countries, and the Gender Gap score is 0.698 (0.00= inequality; 1.00=equality). In 2010, Chile ranked number 48, and in 2006, number 78 (Global Gender Gap Report, 2015).

“Research indicates that women have historically been both underrepresented and misrepresented in media coverage” (Armstrong, p. 139). Women are less frequently quoted than men, and “studies that explored gender diversity of sources have consistently found concentrations of males” (Freedman & Fico, p. 259), but there that research did not show evidence about the gender gap in Chilean newspapers, particularly in relation to source selection.

The selection of sources is one of the most difficult journalistic tasks, as sources are chosen to represent viewpoints and opinions, and they can influence social reality (Armstrong, p. 141). Freedman & Fico (2005) referred to Schudson’s (1978) assessment to point out the importance of this matter: “News making begins with sources”: thus, news sourcing is the defining moment for hard news professionals (Freedman & Fico, p. 258). And Niemi & Pitkänen (2016) define choosing sources as one of the major framing decisions when they say that those having a voice in public may have access to both actual and symbolic power.

This study aims to show that the Chilean gender gap is not visible in the usage of news sources and does not affect women’s media presence, which, according to journalistic routines, correlates with their participation in the public sphere although women’s presence in other content media is biased against them.

2. Materials and methods

The main research objective of this project aims to measure gender inequality by comparing how many times women and men are quoted in *El Mercurio* with their real participation in the public sphere. For media presence we considered gender quotation in a sample of news published in Politics, Economics and Business, and Science and Technology sections of *El Mercurio* during 2015. Participation was defined by the number of women who actually work in Politics, Economics and Science and Technology in Chile.

The study included four specific objectives: 1) Analyze women's participation in Politics, Economics and Business, and Science and Technology local activities; 2) Quantify the presence of men and women in hard-news stories of a random sample of El Mercurio published during 2015; 3) Quantify how many times women and men were quoted in the Politics, Economics and Business and Science and Technology sections; and 4) Measure media bias comparing women and men's presence in the media with their participation in the three activities mentioned.

Gender data available in the National Institute of Statistics (INE) and documents published by Chilean Senate were used to understand the first objective: women's participation in the three areas chosen for the research. The PNUD's report, the Labor Direction's (DGT) survey about women's and men's employment (ENCLA, 2011), Pizarro and Guerra's (2010) research about female participation in Chile's most important companies, and the Comunidad Mujer (YEAR) report added relevant information to the analysis of female participation in these productive sectors.

Study of the second specific objective used content analysis. Following the checklist suggested by Neuendorf (p. 286) analysis units defined hard news (N=1,090) published in a random week of El Mercurio published during 2015².

Independent variables included the newspaper sections proposed by the newspaper: Front page, International, Culture, Science and Technology, Economics and Business, National, Entertainment and Sports, and two journalistic genres: news and feature texts. The dependent variables were gender quotation as primary source and the coverage of gender issues in hard news topics (neutral or related to men or women).

The content analysis included the usage of male and female sources in Politics, Economics and Business, and Science and Technology, so message data for the three topics chosen for the research were combined with gender quotation, the dependent variable. The sample included number of total sources, number of male sources, number of female sources, unidentified sources, job and the gender of the first source quoted in the text. Finally, a statistical model was established in order to compare gender quotation with women's and men's participation in the three activities.

3. Analysis and results

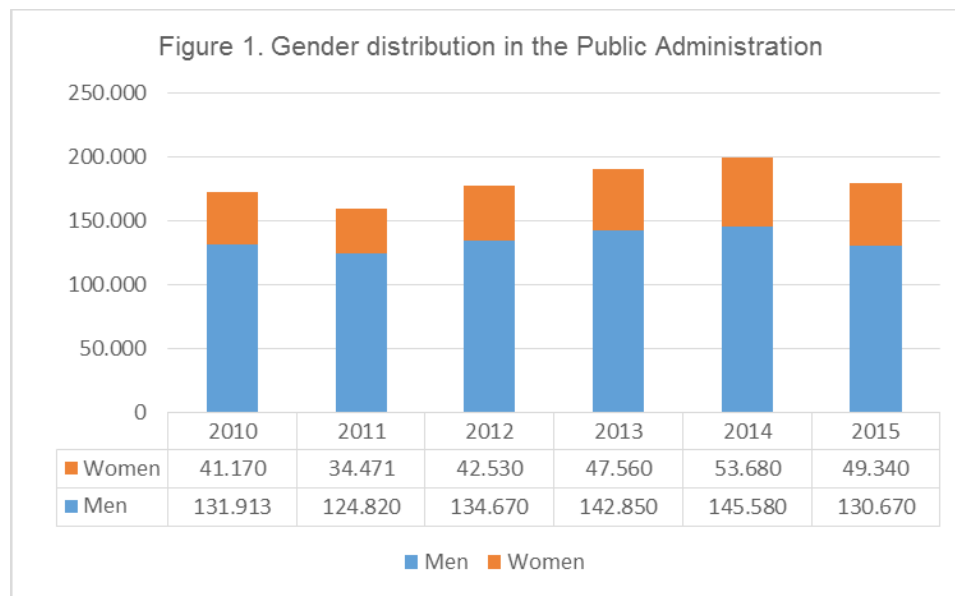
3.1. Women's participation in Politics, Economic and Business, and Science and Technology activities

The Chilean government is presided over by Michelle Bachelet, who won the Presidential election in 2013. This election was the first time that two women were opposing candidates at the polls, a highly unusual situation in Chile's political history.

In Chile, women were allowed to vote in 1949, after twenty years of debate (Stuven, 2013). Currently, women equal almost half of the electorate, as can be seen in Table 1:

Table 1. Women's participation in Chilean electoral roll		
Year	Total	Women %
1952	954,131	32.3
1958	1,235,552	35.1
1964	2,512,147	44.1
1970	2,923,294	48.4
Source: Chilean Senate (2013)		

Between 2010 and 2015, women's average participation in leadership positions in the Public Administration has been 24.79%. And, during these past five years, gender distribution in the Public Administration has been one woman per three men as seen in figure 1:



Source: INE, Chile, 2016

Bachelet leads a coalition formed by seven parties, and two are presided over by women. Her cabinet is composed by 23 members, with 34.7% women in the Ministries of Education, Justice, Labor, Health, Housing, Mining, Sports and Genre⁴. There are 32 undersecretaries, and 12 of them are women⁵ (37.5%).

Actually, women's participation in the Parliament is quite low, 15.3%: 15.7% in the Senate and 15.2% in the Chamber of Deputies. Twenty-one members compose the Supreme Court, 23.8% are women.

According to the Chilean Statistics Office (INE), in 2013 there were 3,701 women and 26,349 men chief executive officers employed as chief executive officers in middle and big size companies.

Typically, today, Chilean women working in major companies are in their forties, have university education high level education degree; most of them are married, and they have an average of 3 children (Pizarro & Guerra, 2010).

Chilean men declare that there is no discrimination against women and that they have full access to board positions, but hard data shows that this statement is false, Gender

discrimination is politically incorrect (Pizarro & Guerra, p. 40), and Chilean women carry out traditional roles because local culture impose that women should not delegate in their partners domestic issues (PNUD, p. 16).

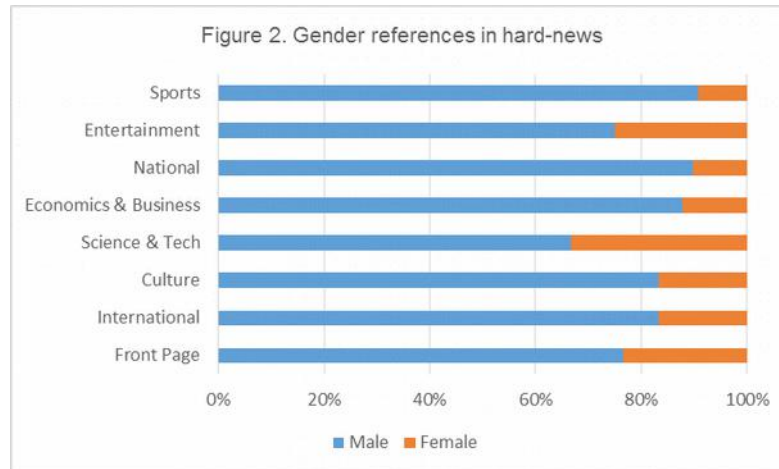
According to Chilean's Statistics office (INE) in 2013 there were 7,838 women and 11,112 men working in I+D activities. Studies developed in 2015 by Chile's National Commission for Scientific and Technological Research (CONICYT) revealed that there is a gender gap in the grants awarded for graduate programs (-5,0) (Conicyt, 2015).

3.2. Gender distribution in hard news stories, El Mercurio, 2015

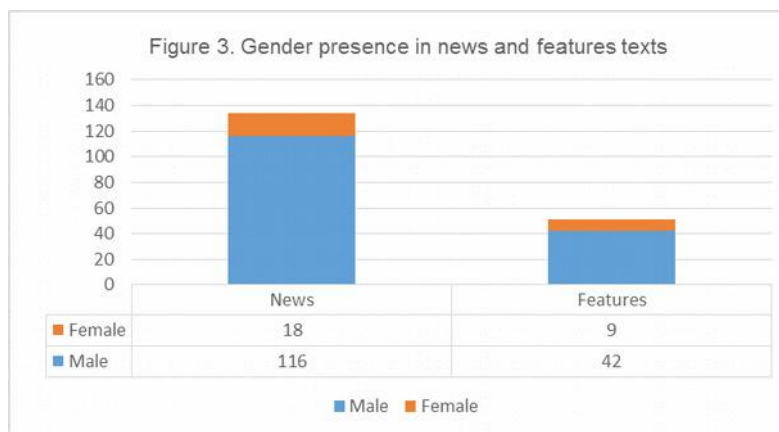
Considering the usage of sources and news topics, women's presence in the whole sample analyzed (N=1,090) was 6%, i.e., the content referred clearly to women or because journalists cited female sources. The smallest gender gap occurred in the Science and Technology (33.33%) section, and the largest appeared in the Sports pages (9.30%).

In descending order, women's presence in the rest of the content published by El Mercurio followed women's media depiction as defined by Tuchman (1979). The feminine portray showed by the newspaper refers to a woman who stays outside the public sphere and has little possibilities to become a social model (Tuchman, p. 528).

In the sample analyzed for this research, women's presence was always lower than men's: 25% in Entertainment, 23.4% in the Front Page, 16.67% in Culture and in International, 12.12% in Economics & Business, 10.14% in National as seen in figure 2:



Women's presence was also lower, no matter which journalistic genre was used: hard-news texts, like news and features, and in interviews, editorials and columns. Figure 3 shows gender distribution in news and features:



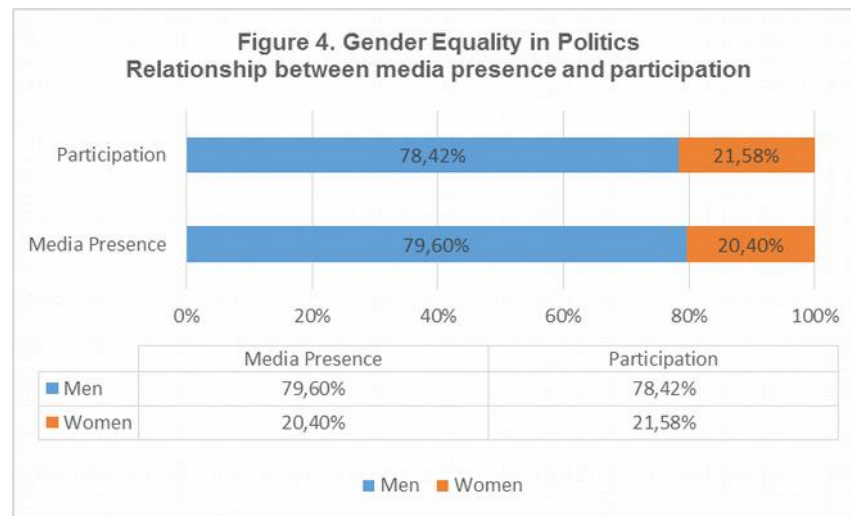
3.3. The usage of female sources in Politics, Economics and Business and Science and Technology hard-news

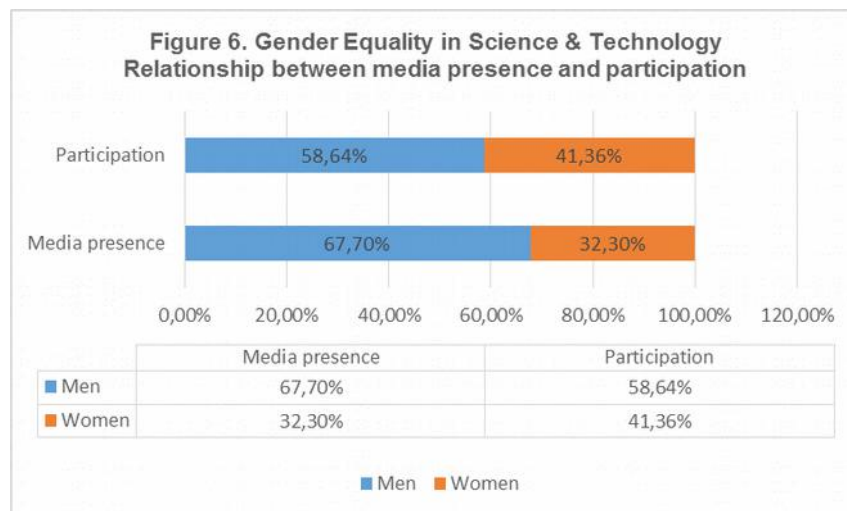
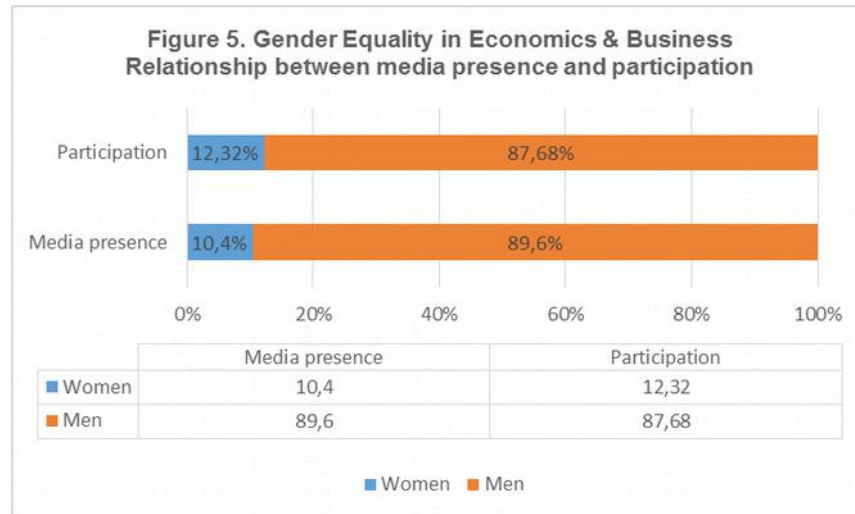
Although the research analyzed 1,090 units, the focus was gender quotation in the news texts. The general sample of news published in every section included 299 text items, out of 501 sources. The quotation according to genre was 24% not identified, 13% female and 63% male.

In Politics the sample included 120 news texts, and the distribution of sources was 20.4% female and 79.6 male. The sample of economic and business news chosen for this research included 73 pieces of text and the distribution of sources according to genre was 10.4% female sources and 89.6% male sources. The sample of science and technology news included 14 pieces of text; the distribution by gender was 32.3% female sources and 67.7% male sources.

3.4. The relationship between media presence and participation in the public sphere

Women's newspaper presence always appears to be lower than for men, and much research shows that women are underrepresented in the press (Armstrong, 2004; Freedman & Fico, 2005, and Niemi & Pitkänen, 2016). The statistical model designed for this study compared women's media presence with actual participation in Politics, Economics and Business and Science and Technology sections. The relationships between actual participation and the presence in the newspaper are shown in Figures 4, 5 and 6:





4. Discussion and conclusions

The analysis carried out in this project demonstrates that gender inequality does not come from the usage of sources in hard news. The gap between women's media presence and their participation in Politics, Economics and Business and Science and Technology activities is statistically insignificant, which confirms the hypothesis of this work. In Chile, the gender gap does not result from the usage of published sources related

to major activities, but from local values, beliefs and attitudes that affect female participation in the public sphere. The newspaper in turn reflects this gender gap by not reporting equally about men and women.

As it can be seen in Figure 4, the difference between women's participation in Politics and their presence in the newspaper as a source is 1.18. In Economics and Business the difference is 1.92 (Figure 5). The biggest difference occurs in Science and Technology, 9.02 (Figure 6). Thus, the relationship between women's presence in the news media and her participation in society, especially in politics and economics areas, is quite equal. The most relevant journalistic routine does not appear to affect gender inequality.

The fact that Chile has a woman as a President has not affected the number of female quotations in the Politics section of the most influential newspaper in Chile, and this lack of coverage is questionable and a matter for further research.

On the other hand, and according to the previous research cited in the study and the Gender Gap Index data, a general high level of gender discrimination is found in female participation in the public sphere. However, this lower coverage does not seem to be a matter of media presence but to a system of values that should be explored in a second stage of this research project.

Notes

¹ The research developed by Comunidad Mujer title is Genre, Education and Work (Género, Educación y Trabajo) and was published in April, 2016.

² The sample of the content analysis included the newspapers published on March 2nd, August 11th, February 18th, January 8th, July 17th, August 22nd, June 21st, 2015.

³ The Government coalition is called Nueva Mayoría and it is composed by Partido Socialista, Partido por la Democracia, Partido Sociodemócrata, Democracia Cristiana, Movimiento Amplio social and Izquierda Ciudadana. Partido Socialista and Democracia Cristiana are presided by women (Senator Isabel Allende and Senator Carolina Goic), May, 9th 2016.

⁴ The women who take part of Bachelet's cabinet when this paper is written are Adriana Delpiano (Education), Javiera Blanco (Justice and Human Rights), Ximena Rincón (Labor and Social Security), Carmen Castillo (Health), Paulina Saball (House and Urbanism), Aurora Williams (Mining), Natalia Riffó (Sports), Claudia Pascual (Genre), June, 7th 2016.

⁵ Paulina Vodanovic, Patricia Silva, Natalia Piergentili, Javiera Montes, Heidi Berner, Valentina Quiroga, Isabel Díaz, Julia Urquieta, Ana Alarcón, Jimena Jara, Nicole Sáez and Bernardita Pérez have a position between the undersecretaries in May, 9th 2016.

Acknowledgements:

In addition to the author, the following also participated in the study as assistant researchers: Andrea Moreno and Francisca Raddatz.

References

Armstrong, C. L. (2004). The influence of reporter gender on source selection in newspaper stories. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), 139-154.

Biblioteca del Senado de Chile (2013). Mujeres en política: los derechos con corsé, el voto femenino y su participación en cargos de poder. URL: http://www.senado.cl/mujeres-en-politica-los-derechos-con-corse-el-voto-femenino-y-su-participacion-en-cargos-de-poder/prontus_senado/2013-12-13/120728.html

Comunidad Mujer (2016). Informe GET, Género, Educación y Trabajo: la brecha persistente. Primer estudio sobre la desigualdad de género en el ciclo de vida. Una revisión de los últimos 25 años. Chile.

Conicyt (2015). Participación Femenina. 1er Semestre 2015. Unidad de Estudios, Departamento de Estudios y Gestión Estratégica Available at: <http://www.conicyt.cl/wp-content/uploads/2015/03/Reporte-Participacion-Femenina-Primer-Semestre-2015.pdf>

Dirección General del Trabajo. (2011). ENCLA Género 2011, una mirada a la realidad de trabajadores y trabajadoras. Chile. Available at: http://www.dt.gob.cl/documentacion/1612/articles-101449_recurso_1.pdf.

Freedman, E., & Fico, F. (2005). Male and female sources in newspaper coverage of male and female candidates in open races for governor in 2002. *Mass Communication & Society*, 8(3), 257-272.

Gomis, L. (2008). Teoría de los géneros periodísticos (vol. 1). Editorial UOC.

- INE (2016). Estadísticas de Género.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Sage.
- Neuendorf, K. A. (2010). Content Analysis—A Methodological Primer for Gender Research. *Sex Roles*, 64(3-4), 276–289. doi:10.1007/s11199-010-9893-0
- Niemi, M. and Pitkänen, V. (2016). Gendered use of experts in the media: Analysis of the gender gap in Finnish news journalism. *Public Understanding of Science*, Sage, 1-14.
- Pizarro, O. y Guerra, M. (2010). *Rol de la mujer en la gran empresa*, Santiago: Banco Interamericano del Desarrollo.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2010), *Género: los desafíos de la igualdad*.
- Shudson, M. (1978). *Discovering news: A social history of American newspapers*. New York: Basic Books.
- SERNAC (2003). *Observatorio sobre publicidad comercial emitida en Chile. Análisis desde la perspectiva de género y consumo*, Santiago, Convenio SERNAC-SERNAM.
- Stuven, A. (1993). *La mujer ayer y hoy: un recorrido de incorporación social y política*. Centro de Políticas Públicas, Universidad Católica.
- The Global Gender Gap report (2015). Available at: <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2015/economies/#economy=CHL>
- Tuchman, G. (1973). Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected. *American Journal of Sociology*, 79(1), 110–131. doi:10.1086/225510
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. The Free Press.
- Tuchman, G. (1979). Women's Depiction by the Mass Media. *Signs*, 4(3), 528-542. Available at: <http://www.jstor.org/stable/3173399>

La Comunicación y su enseñanza universitaria

Reflexiones sobre su debate disciplinario desde el caso español

Communication and its teaching at universities

Thoughts on its disciplinary debate from the Spanish case

Daniela Lazcano Peña
Escuela de Periodismo
P. Universidad Católica de Valparaíso
daniela.lazcano@pucv.cl

Abstract

The question about the disciplinary statute of Communication studies is the framework and motivation of this study, which seeks to approach to this debate from one perspective in particular: its university teaching. As a conceptual framework, we will work with the notion of educational subfield of Communication, which is materialized through the practices of disciplinary or scientific knowledge reproduction (Vasallo de Lopes, 2001). In this context, the purpose of this study is to characterize the disciplinary take on the study of Communication that is present within the teaching of its university alike studies in Spain (Journalism, Audiovisual Communication, & Advertising and Public Relations), known as that academic space where, preferentially, although not in an exclusive way, those who will dedicate professionally to the practice, study and investigation of Communication are being formed.

Keywords: *Communication epistemology, communication field, interdisciplinary*

Resumen

La pregunta por el estatuto disciplinario de los estudios de Comunicación es el marco y motivación de este trabajo, el que busca aproximarse a este debate desde una perspectiva en particular: su enseñanza universitaria. Como marco conceptual, se trabaja con la noción de

subcampo educativo de la Comunicación, materializado en las prácticas de reproducción del conocimiento disciplinar o científico a través de la enseñanza universitaria (Vasallo de Lopes, 2001). En este contexto, el objetivo de este trabajo es caracterizar la mirada disciplinaria que sobre el estudio de la Comunicación está presente en la enseñanza de sus estudios universitarios afines en España (Periodismo, Comunicación Audiovisual, y Publicidad y Relaciones Públicas) en el entendido que es en ese espacio académico donde de manera preferente, aunque no exclusiva, se forman quienes se dedicarán profesionalmente a la práctica, estudio e investigación sobre Comunicación.

Palabras clave: Epistemología de la Comunicación, campo de la Comunicación, interdisciplina

Introducción

Desde sus orígenes, el estudio de la Comunicación se ha enfrentado al constante debate epistemológico sobre su configuración y estatuto disciplinario o, en otras palabras, por su lugar en las ciencias sociales, sin que sea posible establecer algún tipo de consenso o perspectiva hegemónica. Este escenario de reflexión se inserta el presente texto que busca aportar desde la arista específica de su enseñanza universitaria.

Así, en este artículo presentaremos los datos que sobre la valoración disciplinaria del estudio de la Comunicación se observa en el quehacer docente de las facultades de Comunicación—como denominación genérica—existentes en España, lugar donde se ha desarrollado esta investigación. En específico, nos hemos centrado en el análisis de los programas académicos de aquellas asignaturas introductorias al estudio científico de la Comunicación —las denominadas Teorías de la Comunicación o similares— presentes en los planes de estudio de los grados en Periodismo, Comunicación Audiovisual, y Publicidad y Relaciones Públicas, ofertados en las universidades españolas durante el año académico 2013-2014.

El estudio de estos textos, además, se ha complementado con entrevistas a un grupo de expertos españoles, destacados por su experiencia en docencia e investigación en el campo de las Teorías de la Comunicación. Con estas entrevistas hemos querido

complementar el objetivo de nuestro estudio, presentando un contrapunto -observando contradicciones o verificando coherencias- entre el discurso que sobre el lugar epistemológico de la Comunicación que aparece en las Guías Docentes, y el punto de vista de los académicos que confeccionaron y/o aplican dichas Guías Docentes.

Desarrollo

Si trazamos un recorrido sobre el origen del estudio científico de la Comunicación –y a pesar de que es posible encontrar antecedentes en investigaciones pioneras como el trabajo doctoral de Tobías Peucer⁽ⁱⁱ⁾ (Leipzig, 1690), *De relationibus novellis*, primera tesis sobre periodismo; o el artículo *Para una sociología de la prensa*, presentado por Max Weber en 1910 en la ciudad de Frankfurt, en el I Congreso de la asociación de sociólogos alemanes⁽ⁱⁱⁱ⁾- el mayor consenso indica las primeras décadas del siglo XX como el punto de partida del estudio científico y teórico sobre la comunicación. Esta fecha corresponde al interés que, durante la primera y segunda guerra mundial, despiertan los efectos de los medios de comunicación en la sociedad, objeto de estudio privilegiado fundamentalmente en Estados Unidos, donde se dio paso a la conocida, y difundida, *Mass Communication Research* (MCR). Junto a esta primera tradición estadounidense, de amplia influencia en la historia de la Comunicación, a partir de los años 30 del pasado siglo el interés por este campo cobró relevancia y protagonismo en otros puntos del orbe, como Europa -Italia, Francia, Gran Bretaña y Alemania, por ejemplo- o América Latina, donde comienzan a avanzar en el desarrollo de modelos y teorías que, hasta el día de hoy, marcan el devenir de esta área de estudio en, al menos, gran parte del mundo occidental.

Desde esa fecha y hasta nuestros días, son numerosos los modelos, enfoques, reflexiones e investigaciones que han tenido a la Comunicación como objeto de estudio y perspectiva de análisis, derivando así en la configuración de un campo específico e institucionalizado. Es decir, en una comunidad científica activa y expandida en distintos países del mundo.

Y todo, en un corto período de tiempo: “hace un siglo no había comunicología, en sentido estricto no había teoría de la comunicación. No había campo académico con esos nombres. No había escuelas universitarias ni grupos de estudio. No había centros de

investigación con ese objeto. No había redes de investigadores. No había presupuestos oficiales para su exploración y desarrollo. No había debates en su nombre, no había espacios de divulgación pública. No había revistas, ni boletines, ni congresos, ni reuniones, ni postgrados, ni campo profesional. Sólo había algunas ideas, algunos apuntes, curiosidades, visiones. Y cien años después todo ha cambiado, este es un campo académico profesional en auge, en emergencia explosiva, ocupando la primera línea de todas las agendas políticas y económicas, en el corazón de los debates culturales. Algo pasó, algo que ha modificado al planeta, algo que nos ha transformado en el centro y aún no despertamos de la sorpresa” (Galindo 2009: 95-96).

Sin embargo, y a pesar que como plantea Donsbach (2006: 437), el campo de estudio de la Comunicación ha experimentado el mayor crecimiento en las últimas décadas, sólo comparable al desarrollo de la biotecnología y las ciencias de la computación, aún se mantiene el debate sobre su lugar y configuración como disciplina. Es decir, la consolidación institucional no ha ido en sintonía con su consolidación epistemológica.

Históricamente, los primeros trabajos que intentan organizar y delimitar el estudio de la Comunicación son los desarrollados por Wilbur Schramm, con la publicación de las antologías *Mass Communication* y *The Process and effects of mass Communications*- en 1949 y 1954, respectivamente- que incluían artículos sobre investigaciones desarrolladas desde los ámbitos de la comunicación interpersonal a la masiva.

Varios años después, la prestigiosa *Journal of Communication* impulsó una trilogía de intentos de delimitación del estado del arte de la Comunicación. En 1983 la publicación estadounidense convocó a 35 autores de 10 países, para que presentaran su visión sobre el estado de los estudios de Comunicación en el mundo. ¿La conclusión?: optimismo ante la emergencia de una nueva disciplina. Diez años después, en una segunda versión de este ejercicio, el optimismo se desvaneció: “los estudios de comunicación carecen de estatus disciplinario porque no poseen un núcleo de conocimiento y, de este modo, su legitimidad institucional y académica constituye una quimera” (Otero 2006: 60).

Según Karl Rosengren (1993), uno de los expertos participantes del número especial de *Journal*, el estudio de la Comunicación se caracterizaría más por la fragmentación que por la fermentación. En esa ocasión, Rosengren, y apelando a una

metáfora, advirtió que en vez de contar con una base en común, los estudios sobre Comunicación, existía el peligro de que los investigadores del campo pronto habitarían separados en pequeños estanques de ranas, desde dónde, cada uno “croaría” en su propio dialecto. Finalmente, en 2004, y en un tono neutral, los especialistas confirmaron –también en una edición especial de *Journal of Communication*- la fragmentación como tendencia característica de los estudios sobre Comunicación.

De manera más contemporánea, los investigadores Rodrigo-Alsina y García Jiménez, en un estudio sobre la percepción (y auto percepción) de un grupo de expertos españoles en Comunicación sobre la consolidación disciplinaria del campo, concluyen que su conceptualización es la de una serie de aportes teóricos, de carácter reflexivo e interdisciplinario, que estudian los procesos interactivos de la comunicación humana, en que los medios de comunicación suelen tener alguna influencia. Además, y entre otras observaciones, se destacaron como características el eclecticismo y la fragmentación (Rodrigo-Alsina y García Jiménez 2010: 81).

Así visto, la fragmentación parece ser uno de los más claros consensos en los diagnósticos sobre el campo científico de la Comunicación. Sin embargo, el grado de acuerdo se acaba a la hora de valorar o dar significado a esa heterogeneidad y, por consecuencia, el actual estatuto disciplinario de la comunicación.

De esta forma, y mientras para algunos teóricos, como quienes participan en el GUCOM, Grupo hacia una Comunicología posible –nacido en la Universidad Veracruzana de México-, la ciencia de la comunicación puede pasar de ser posible a necesaria (Galindo 2009); en el otro polo hay quienes ven esta heterogeneidad como signo una crisis de identidad del campo (Roe 2003: 56), o de inmadurez disciplinaria, cercano al estado pre-paradigmático de la ciencia definido por Khun: carece de consensos básicos entre los practicantes de la disciplina; las distintas escuelas y subescuelas son incompatibles y compiten entre sí; se mantiene un discurso crítico de carácter crónico; hay una ausencia de criterios evaluadores comunes; y no cuenta con autonomía frente a los factores externos a la disciplina misma (Otero 2010).

Ante este escenario, Shepherd (1993: 88) plantea una síntesis de los tres puntos de vista que, en su opinión, suelen adoptar los teóricos e investigadores a la hora de responder a la pregunta sobre el estatuto epistemológico y disciplinario de la Comunicación.

La primera, sería la perspectiva **no disciplinaria**, de quienes creen que la comunicación es un campo de estudio amplio y no una disciplina autónoma y, por lo tanto, puede ser abordada como objeto de estudio por diferentes disciplinas. Una segunda perspectiva de las propuestas por Shepherd (1993: 88) sería la **anti-disciplinaria**, de quienes “consideran que la división disciplinaria del saber no tiene demasiado sentido, por lo que la comunicación no tiene fronteras disciplinarias” (Rodrigo-Alsina y Estrada 2008: 14). Finalmente, Shepherd (1993: 88) identifica la mirada **disciplinaria**, de aquellos autores que defienden el establecimiento de un estatus disciplinario autónomo de la comunicación, diferenciado y separado de otras disciplinas.

Marco conceptual y diseño de investigación

En el marco de este debate sobre el lugar epistemológico de la Comunicación, y asumiendo que, de manera general, el primer acercamiento a la comprensión teórica y científica de la Comunicación tiene lugar en el espacio de la enseñanza universitaria de carreras y titulaciones afines, nos preguntamos por la perspectiva que sobre el estudio científico de la Comunicación está presente formación académica que reciben los futuros profesionales, investigadores y académicos de la Comunicación.

Para abordar estas preguntas, nos basamos en la noción de subcampo educativo de la Comunicación, materializado en las prácticas de reproducción del conocimiento disciplinar o científico a través de la enseñanza universitaria (Vasallo de Lopes, 2001: 44).

Este subcampo, junto al científico -prácticas de producción de conocimiento por parte de la investigación académica- y el profesional -prácticas de aplicación del conocimiento y sus vínculos con el mercado de trabajo-, estructurarían el campo académico de la Comunicación, definido como “un conjunto de instituciones de educación superior destinadas al estudio y a la enseñanza de la comunicación, donde se produce la teoría, la investigación y la formación universitaria de los profesionales de la comunicación” (Vasallo de Lopes, 2001: 44).

Esta estructura de campo académico desarrollada por Vasallo de Lopes se sustenta en una noción de ciencia “definida por Bourdieu como un campo de prácticas institucionalizadas de producción (investigación), reproducción (enseñanza) y circulación de capital y poder científicos. Debido a la distinción trazada entre formas objetivadas de las prácticas (rituales) y formas subjetivadas de esas prácticas (estructuras mentales interiorizadas, es decir, *habitus*), es posible identificar ahí lo que otros autores trabajan como representaciones sociales (Moscovici). Las representaciones sociales de la ciencia funcionan como materia prima de las identidades científicas, fruto de las formas simbólicas introyectadas, es decir, de la cultura científica interiorizada” (Vasallo de Lopes 2001: 47).

En base a estos planteamientos, por tanto, es posible concluir que al observar aquellos elementos en que se expresen las prácticas –científicas, profesionales o, en nuestro caso, educativas- de una comunidad académica, será posible conocer la concepción que ésta posee, reproduce y legitima sobre su campo de conocimiento. En este caso, su valoración disciplinaria sobre el estudio científico de la Comunicación.

En concreto, la investigación se realizó en las facultades de Comunicación de las universidades españolas. En el estudio se consideraron sólo los grados tradicionalmente vinculados a esta área disciplinaria en España que, como recoge el *Libro blanco de los grados en Comunicación* (ANECA, 2005), corresponden a Comunicación Audiovisual, Periodismo, y Publicidad y Relaciones Públicas. Considerando la oferta académica de las universidades españolas durante el año académico 2013-2014, la muestra quedó conformada por 48 universidades, y un total de 105 grados académicos. De estos, 39 (37% de la muestra) corresponden al grado en Comunicación Audiovisual, 35 a Periodismo (33% de la muestra), y 31 a Publicidad y Relaciones Públicas (30% de la muestra).

En cada una de estas titulaciones, se analizaron los programas académicos –Guías Docentes en su denominación en España- de los cursos que tuvieran relación con la formación en Teorías de la Comunicación, asignaturas de carácter introductorio sobre los contenidos y bases científicas de la Comunicación, y que aportan reflexión teórica y mirada crítica a los fenómenos comunicativos.

En total, la muestra quedó configurada por 108 Guías Docentes –en adelante GD-: 37 correspondientes a Comunicación Audiovisual; 39 a Periodismo; y 32 a Publicidad y

Relaciones Públicas. A pesar de esta distribución, y debido a las similitudes observadas en los programas docentes de las distintas titulaciones, el tratamiento de los resultados se realizó de manera conjunta, es decir, como un corpus unificado, sin distinción entre grados.

El trabajo con estos textos se abordó a través del método cuantitativo, con la técnica de análisis de contenido de fuentes documentales, definido como la “clasificación de las diferentes partes de un escrito conforme a categorías determinadas por el investigador para extraer información predominante o las tendencias manifestadas en esos documentos” (Pardinas 2005: 102). Este análisis se centró en el contenido de los apartados [A] Objetivos y/o descripción del curso y [B] Contenidos y/o Temario de las Guías Docentes.

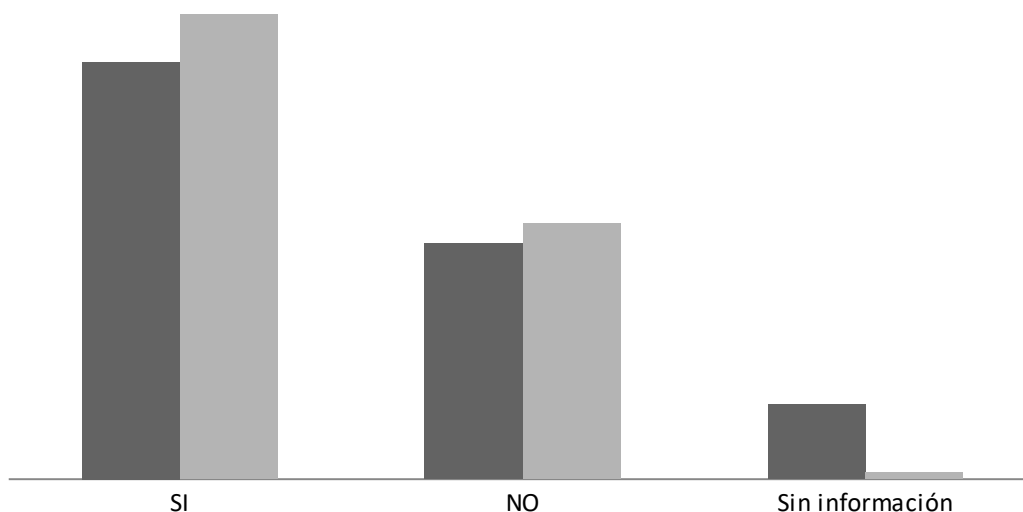
Además, y de manera complementaria a los datos obtenidos en las Guías Docentes, se realizaron entrevistas a un grupo de catorce académicos españoles^{iv}, reconocidos por su trayectoria en el ámbito de la docencia e investigación sobre teorías de la Comunicación. De esta manera, hemos podido contrastar el discurso institucional que las facultades de comunicación reflejan en sus programas docentes, con el discurso experto de la propia comunidad científica.

Resultados

La mirada disciplinaria en las Guías Docentes

Entre las 108 Guías Docentes de la muestra, observamos que los contenidos relacionados con una reflexión epistemológica sobre la comunicación, tienen una alta presencia –aunque no unánime– en los programas de estudio analizados: en 62 Guías Docentes (57,4% de la muestra) hay referencias al indicador en el apartado [A] Objetivos; y en 69 (63,9% de la muestra) en [B] Contenidos.

Gráfico 1
Las Guías Docentes observadas, ¿incluyen alguna referencia
sobre el estatuto disciplinario de la Comunicación?
(n=108)

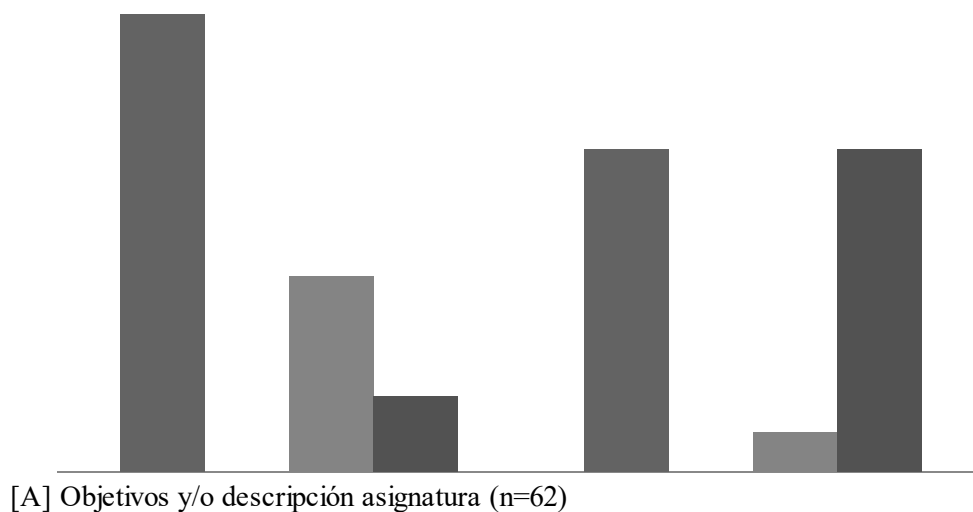


En aquellos programas en que se observaron referencias a este indicador, identificamos el tipo de valoración disciplinaria que ofrecían del estudio de la Comunicación, categorizando los resultados de acuerdo a la propuesta de Shepherd (1993), sobre las posiciones más comunes que se configuran sobre este tema: (1) posición no disciplinaria, (2) posición anti-disciplinaria, y (3) posición disciplinaria.

De manera operativa se consideraron en la **posición no disciplinaria** aquellos contenidos que se referían a la comunicación como campo u objeto de estudio, de características inter o multidisciplinaria, es decir, en relación con otras áreas de conocimiento; como **posición antidisciplinaria** los contenidos que vincularan el estudio de la comunicación a la noción de transdisciplina, o a posturas contemporáneas que buscan superar el concepto de disciplina; mientras que en la **posición disciplinaria**, se clasificaron las referencias a la Comunicación como disciplina autónoma, a su definición como ‘ciencia’ o ‘comunicología’.

Tras la revisión de la información de las Guías Docentes, a estas posiciones propuestas por Shepherd, sumamos la categoría de ‘Otros’. Bajo esta etiqueta se incluyeron aquellos datos observados en los apartados [A] Objetivos y [B] Contenidos que si bien se relacionaban con contenidos vinculados a la reflexión y debate sobre la cuestión disciplinaria de la Comunicación, sus enunciados se planteaban como referencias generales a la epistemología de la Comunicación, por lo que no era posible identificarlos de manera específica con alguna de las tres posiciones antes señaladas.

Gráfico 2
Las Guías Docentes observadas que incluyen alguna referencia
al estatuto disciplinario de la Comunicación,
¿con qué posición epistemológica se relacionan?



De acuerdo a estas categorías, al observar la totalidad de las Guías Docentes de la muestra, hay una tendencia clara: la ausencia total de referencias relacionadas con la **posición antidisciplinaria**. Es decir, al menos en lo declarado en los textos analizados, no habría ninguna referencia explícita a los planteamientos vinculados a las corrientes posmodernas que revisan la necesidad de ‘disciplinar’ el conocimiento en general.

Las otras posiciones, en tanto, se encuentran de manera disímil en la muestra. Por ejemplo, la **posición disciplinaria**, es decir, aquella que asume la autonomía disciplinaria de la Comunicación, se observa en 18 Guías Docentes (29% de la muestra) en la sección [A] Objetivos, cifra que desciende a sólo 4 Guías Docentes (5,8% de la muestra) en el apartado [B] Contenidos. Citaremos algunos ejemplos de las referencias a estas perspectiva: “Siendo la Teoría de la Comunicación la plataforma científica de las Ciencias de la Comunicación”; “Es esta evolución de la investigación la que bautiza a la comunicación como ciencia y sobre la que reposan los marcos metodológicos que dan pie al fenómeno comunicativo”; “I. La comunicación como ciencia y como objeto de estudio”. Como vemos, en ellos la tendencia es a asumir la comunicación como ciencia e incluso, en uno de los caso, se habla directamente de las Ciencias de la Comunicación, lo que declararía una clara autonomía disciplinaria.

De las tres posiciones propuestas por Shepherd, la **no disciplinaria** es la que mayor presencia tiene en las Guías Docentes. Es decir, de manera predominante, en la enseñanza sobre teorías de la Comunicación, se asume el estudio de este fenómeno como un campo de interés académico y científico relacionado con otros saberes en el marco, en general de las ciencias sociales: “En definitiva se trata de abordar la comunicación como un objeto de estudio dentro de las Ciencias Sociales en general y en el ámbito de los medios de comunicación social en particular”; “Así, se propone una aproximación interdisciplinar al fenómeno comunicativo desde campos tan variados como la sociología, la semiótica o la cibernética”; “Teoría de la comunicación y de la información se centra, principalmente, en el estudio de los usos sociales y culturales del hecho comunicativo humano, y, en este sentido, tiene en cuenta marcos teóricos que van desde la psicología y la sociología hasta la filosofía del lenguaje, la hermenéutica, la semiótica y el análisis del discurso”.

Esta tendencia está presente en más del 60% de las Guías Docentes en el apartado [A] Objetivos; y en [B] Contenidos, en más un 47,8% de la muestra. Sin embargo, en el último de estos apartados -[B] Contenidos - se observa una situación interesante: la posición no disciplinaria igual su porcentaje con la presencia de la categoría definida como ‘Otros’.

Recordemos que en la categoría ‘Otros’ se incluyeron aquellas GD en que si bien se observaron contenidos relacionados con la reflexión sobre el estudio científico y académico de la Comunicación, el estilo genérico de su redacción no nos permitía su clasificación específica en las posiciones sobre la disciplina definidas por Shepherd. En otras palabras -y si revisamos algunos ejemplos de los textos que hemos incluido en esta categoría: “La importancia de teorizar y el valor de la teoría de la comunicación”; “Epistemología de la Teoría de la Comunicación”; “La actividad científica en el campo de la comunicación”; “Cuestiones epistemológica sobre comunicación e información”; “El valor de la teoría de la comunicación y su ámbito de estudio”- observaremos que bajo esta etiqueta hemos agrupado contenidos a partir de los que podemos concluir que los programas académicos abordan temáticas relacionadas con el lugar epistemológico de la Comunicación en sus contenidos, pero de los que no podemos saber –considerando sólo lo que de manera explícita se recoge en las GD- el discurso o la posición que sobre esta temática se transmite a los estudiantes en el aula.

El contraste con la mirada experta

Como indicamos en el diseño de metodológico de esta investigación, junto al análisis de contenido de las Guías Docentes, se entrevistó a un grupo de catorce académicos e investigadores españoles -seleccionados bajo el criterio de su trayectoria en el ámbito de la docencia e investigación sobre las teorías de la comunicación- para conocer su punto de vista sobre el estatuto disciplinario de la Comunicación.

Con esta acción, nuestro objetivo era complementar y contrastar la mirada que sobre el campo de la Comunicación reciben los estudiantes en los cursos sobre teorías de la Comunicación, como manifestación de un punto de vista o discurso institucional de la comunidad académica –recordemos que las GD son los documentos oficiales sobre los contenidos de los cursos-, con la propia opinión y perspectiva de un grupo de académicos, lo que podríamos comprender como una representación de parte del discurso experto de esa comunidad académica. Entendemos que esta relación no es absoluta ni concluyente, pues obviamente no hemos entrevistado a la totalidad de académicos que en España están a cargo –en el diseño o ejecución- de las GD de los cursos que hemos analizado, pero

creemos que el conjunto de opiniones obtenidas puede ofrecernos interesantes perspectiva de análisis.

En una primera revisión de los resultados, vemos que en el grupo de académicos, y continuando con la clasificación de Shepherd, se observan dos tendencias principales en cuanto a su valoración sobre el estatuto científico de la Comunicación: la posición disciplinaria (identificada en el discurso de ocho académicos) y la no disciplinaria (identificada en el discurso de cinco académicos). La posición antidisciplinaria, en tanto, está presente de manera explícita en el discurso de sólo uno de los entrevistados, para quien los investigadores en Comunicación debieran dejar las ‘luchas’ disciplinarias, pues estas no tendrían demasiado sentido en el modo en que actualmente se genera y entiende en conocimiento.

En una mirada global de las opiniones de los expertos consultados, resulta interesante que en la totalidad de las entrevistas realizadas hay consenso en la calificación de la Comunicación como un espacio de convergencia entre disciplinas. Así, ya sea desde la posición disciplinaria como no disciplinaria, la Comunicación se vería como un espacio multi o interdisciplinario, atributo que estaría presente en el origen de su estudio científico y académico; en el interés que despierta en cuanto objeto de estudio; y en el uso de marcos teóricos y metodológicos comunes entre otras áreas de conocimiento -fundamentalmente sociología, psicología, ciencia política, entre otras-.

A partir de esta característica, para los académicos que se inclinan por la posición no disciplinaria, el estudio de la Comunicación se define como un campo y objeto de estudio al que pueden confluir distintas líneas de investigación y que, por sí mismo, no contaría con el estatus de otras disciplinas al carecer de un conjunto de conocimientos bien estructurado, sistemáticamente organizado, y que sean articulables unos con otros, pasos necesarios para brindar solidez y autonomía al campo.

En la otra posición, y aun compartiendo el diagnóstico de la convergencia disciplinaria que se daría en la Comunicación, entre las respuestas de los académicos que hemos identificado en la posición disciplinaria -y entre los que algunos se refieren a su estudio como Ciencias de la Comunicación- se observan dos argumentos principales para justificar su autonomía disciplinaria en el debate epistemológico.

Por una parte, quienes se ubican en la posición disciplinaria reconocen que a pesar de ser una disciplina joven, ya contaría con el recorrido teórico suficiente para contar con un espacio propio en las ciencias sociales. Por otra, y más relevante, esta autonomía disciplinaria se justificaría por la centralidad que la Comunicación, como fenómeno, representa en la sociedad contemporánea: hoy más que nunca se habría adquirido conciencia de que las sociedades y las culturas se construyen comunicativamente. Esta particularidad, entonces, permitiría ofrecer a los estudiosos de la Comunicación un espacio disciplinario específico y con una identidad en sí mismo, un punto de vista propio, que sería, precisamente –para una de las académicas entrevistadas- ‘el punto de vista comunicacional, como epicentro o fenómeno primario desde el que mirar el mundo, es decir, el resto de fenómenos, psicológicos, sociológicos, antropológicos o del tipo que sea, van a ser una consecuencia de la comunicación’.

Conclusiones

Tras los datos revisados, y antes de cerrar este texto, recordemos que nuestro objetivo ha sido caracterizar la posición disciplinaria que sobre el estudio de la Comunicación está presente en la formación universitaria que reciben los estudiantes de grado de sus titulaciones afines en España. ¿Se aborda la discusión? Y si se aborda, ¿desde qué perspectiva?

Ante este punto, asumimos una limitación del objeto de estudio empírico que hemos utilizado para la identificación del discurso institucional de la comunidad científica: las Guías Docentes, textos solo declarativos que no nos permiten saber si, efectivamente, los contenidos presente en ellos se llevan al aula, o no. Aun así, estos documentos son el compromiso público de los conocimientos y competencias que deben alcanzar los estudiantes, por lo que debieran reflejar el discurso institucional de una comunidad académica frente a, en este caso, la enseñanza de las Teorías de la Comunicación.

Como vimos en la presentación de datos, más de la mitad de las GD analizadas, en cada uno de los apartados observados, incluye referencias a este indicador: 62 GD (57,4% de la muestra) en el apartado [A] Objetivos y/o descripción asignatura; y 69 GD (64% de la muestra) en [B] Contenidos y/o Temario. La cifra es alta, pero no unánime, es decir,

existirían estudiantes que durante su paso formativo de grado no encontrarían espacios en que se abordara la discusión sobre su estatuto disciplinario. Y es que podemos inferir, y tras una mirada general de la totalidad de los planes de estudios de los grados de la muestra, que el debate tampoco se profundizaría más allá de estos cursos introductorios de Teorías de la Comunicación: sólo en dos grados (uno en Comunicación Audiovisual y otro en Periodismo, ambos de la misma universidad) se identificó una asignatura que específicamente abordaría esta temática, en el último año de la titulación: ‘Epistemología de la Comunicación’.

Sobre qué perspectiva es la predominante para abordar esta temática en las GD observadas, encontramos que la mayor tendencia se observa en la posición ‘no disciplinaria’, es decir, aquella que comprende el estudio académico y científico de la Comunicación, como un campo inter o multidisciplinario.

Sin embargo, creemos que la real posición predominante en los textos analizados es la ‘no definición’ epistemológica de la Comunicación. Esta tendencia la podemos observar, por ejemplo, en la alta presencia de la categoría ‘Otros’ donde, como hemos visto, observamos contenidos que si bien daban cuenta de una reflexión sobre el estudio científico y académico de la Comunicación, no especificaban una posición disciplinaria determinada, es decir, hay reflexión, pero no siempre se explicita un posicionamiento sobre su estatus como disciplina. Esto, insistimos, sólo a la luz de la información de las Guías Docentes. Si dentro del aula los docentes desarrollan o explicitan una determinada valoración sobre el campo de la Comunicación, no podemos afirmarlo en esta investigación.

Otro dato que nos permite contextualizar esta conclusión sobre la ‘no definición’ epistemológica de la Comunicación, se desprende de los nombres de las asignaturas analizadas en la muestra^v. Si bien entre los 108 cursos analizados la denominación “Teorías de la Comunicación” es la más usada (en 23 asignaturas), seguida de “Teoría de la Comunicación” (20 asignaturas), vemos que el concepto de teoría –en singular- es el que mayor presencia en toda la muestra: 13 denominaciones distintas, y un total de 56 asignaturas, versus la denominación en plural, que se repite en sólo siete de los 28 nombres, correspondiendo a un total de 30 asignaturas.

Esta observación no es azarosa, pues como denominación en singular, se refiere a una comprensión de teoría única, lo que se asemejaría a la posición disciplinaria; mientras que la denominación en plural se vincula con una visión que no asume una perspectiva única, sino más abierta: como la posición no disciplinaria. Así, mientras en los textos de las GD lo ‘no disciplinario’ es lo predominante, en los nombres la tendencia mayor es apunta a lo ‘disciplinario’.

Al complementar estos datos y establecer un contraste entre lo que se enseña en las aulas –o, como hemos dicho, lo que se declara en enseñar- y el punto de vista experto de sus académicos, encontramos diferencias en la valoración disciplinaria de la Comunicación: mientras en las GD predomina la posición no disciplinaria, entre los académicos la tendencia se inclina hacia la posición disciplinaria. Y es que, como hemos dicho, si bien ambos grupos de académicos reconocen la multi o interdisciplinariedad de la Comunicación, son más los que creen que la trayectoria y la especificidad del punto de vista que ofrece la Comunicación deberían aportar hacia su consideración como poseedora de un estatus disciplinario propio, específico y autónomo. Entendemos que esta última característica –la autonomía- no se remite al aislamiento frente a otras disciplinas, pues la convergencia entre ellas sería parte de la Comunicación, sino más bien a su legitimación epistemológica de un espacio particular en el marco de las ciencias sociales.

En base a esta diferencia entre ambos discursos, creemos que como principal conclusión, se evidencia, en el discurso institucional y experto de la comunidad académica española sobre Comunicación, la falta de una definición única sobre el estatuto disciplinario de la Comunicación: la ‘no definición’ a la que hacíamos referencia, lo que nos ratifica que a pesar del camino recorrido, el debate sobre la valoración de su lugar disciplinario en el conocimiento en general, y de las ciencias sociales en particular, sigue vivo. Y es que si entre las propias Guías Docentes y las opiniones de los académicos no hay acuerdos, será muy difícil conseguir una legitimación disciplinar, al menos en el corto plazo, pues si no hay una cohesión entre los propios comunicólogos, a pesar de la masa crítica existente la disciplina no se puede consolidar como tal. Además, la tentación no disciplinar posmoderna y la rigidez disciplinar moderna no propiciarían dicha consolidación.

Con esta conclusión, volvemos a poner el acento en el debate epistemológico pues, insistimos, el lugar institucional de los estudios sobre Comunicación ya cuenta con una indiscutible solidez, un espacio conocido y reconocido. Valga entonces una pregunta: ¿es necesario este debate epistemológico, si la Comunicación ya cuenta con esta solidez institucional? No tenemos certezas, pero sí quisiéramos proponer algunas reflexiones.

A partir de la revisión bibliográfica, y a la luz de lo observado en esta investigación, creemos que la valoración disciplinaria de la Comunicación dependerá, también, de la propia definición que tengamos del concepto de disciplina de las ‘exigencias’ epistemológicas y ontológicas que de ella deriven.

Así, por ejemplo, si comprendemos la noción de disciplina como área cognitiva “que implica orden, organizar un discurso respecto de lo que se ha dado en llamar ‘su objeto’, recortar un área de pertenencia y construir sus herramientas de abordaje” (Najmanovich 1998: en la web), tendremos la necesidad de establecer límites y fronteras para obtener su legitimación frente a otras ‘áreas’ de conocimiento. Ante este escenario, sin duda, la Comunicación estaría en deuda pues, como señalamos al inicio de este texto, sus característica es más bien la fragmentación y la convergencia.

Pero, ¿es realmente ese un problema? ¿Afecta esta situación a la credibilidad científica de la comunicación (Otero 2010: 12)? Si respondemos que sí, lo haremos desde una mirada del concepto de disciplina heredado desde una cosmovisión vinculada a la modernidad y el pensamiento cartesiano. Como nos recuerda Vizer (2003: 68) “el fraccionismo de las disciplinas tiene su origen en el racionalismo cartesiano, en el empirismo de las ciencias naturales, en el Iluminismo racionalista de la Ilustración y, finalmente, en los éxitos de la ciencia y la tecnología modernas, que han creado y legitimado la “imposición” universal de la realidad científico-tecnológica como única fuente de legitimación de la verdad objetiva”. Así, esta orfandad disciplinaria se viviría como una carencia, pues la definición de disciplina como espacios y fronteras de conocimiento da certezas, reduce incertidumbres, nos permite situarnos, validarnos y legitimarnos.

Sin embargo, en contextos más contemporáneos y vinculados a la irrupción de una nueva cosmovisión, la posmodernidad, y al surgimiento de tendencias teóricas que rompen

con los paradigmas modernos generando que “la creencia en un mundo único y objetivo ha(ya) empezado a caerse a pedazos con el correr del siglo, junto con la concepción del conocimiento positivista a la que estaba asociado” (Najmanovich 1998: en la web), nos permiten tratar de comprender la disciplinarización de la Comunicación de una manera distinta, en una tendencia como la planteada en el desde el *Informe Wallerstein* (1996) y su llamado a *abrir las ciencias sociales*, es decir, a asumir que muchas veces estos límites disciplinarios responden a necesidades de legitimación institucional, más que a razones propiamente epistemológicas.

Con lo anterior, no planteamos que el debate sobre el lugar de la Comunicación en el conocimiento deba darse por superado o cuestionado en su pertinencia. Todo lo contrario: creemos que la reflexión debe mantenerse, pero superando los lineamientos de la racionalidad científica heredada por la modernidad.

Si debemos optar por una definición de la Comunicación hoy, creemos que más que hablar de ciencias de la Comunicación o de comprender la Comunicación como una disciplina autónoma con un objeto, método y referentes teóricos propios y claramente definidos, es posible comprenderla, como también plantea Moragas (2011: 18) como campo y disciplina a la vez. Como campo, entendiéndola como un espacio académico que ha ido acumulando relatos, investigaciones y saberes sobre un fenómeno -la Comunicación-; y como disciplina, definiendo este concepto no como un espacio limitado por fronteras, sino como una mirada específica para observar, preguntarse y comprender el mundo que nos rodea. Como plantea Craig (1999: 126), la “comunicación, desde una perspectiva comunicacional, no es un fenómeno secundario que puede ser explicado por antecedentes psicológicos, sociológicos, culturales o económicos; más bien la comunicación es en sí misma lo primario, un proceso social constitutivo que explica todos estos otros factores”. Así entonces, la comunicación no sería “sólo un objeto de estudio sino también un punto de vista” (Rodrigo-Alsina y García Jiménez 2010: 274)

Entender así la comunicación, como campo (conjunto de relatos y saberes) y como disciplina (punto de vista para comprender el mundo y la vida), podría permitirnos también relativizar los límites que han parcelado nuestros objetos de estudio, porque la comunicación, entendida como proceso de interacción y circulación de sentidos,

involucrará no sólo los procesos vinculados a los medios de comunicación –enfoque que de manera predominante se relaciona con nuestros estudios-, sino que también sus aristas interpersonales, culturales, institucionales y organizacionales. Es decir, y en definitiva, esta perspectiva nos permitiría comprender que los fenómenos comunicativos son también complejos y no fragmentados, mirada que nos ofrece nuevos desafíos tanto a la comprensión epistemológica del fenómeno, como a su docencia e investigación.

Notas

- (i) Esta investigación es parte de la tesis doctoral “Aproximación a la configuración disciplinaria de la Comunicación desde el análisis de su enseñanza. Estudio del caso español”, de autoría de la doctoranda Daniela Lazcano-Peña, y dirigida por el Dr. Miquel Rodrigo-Alsina. La realización de este trabajo ha sido posible gracias al financiamiento del programa de Becas de Doctorado en el Extranjero, BECAS CHILE, de la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología –CONICYT- del gobierno de Chile.
- (ii) El texto completo de esta tesis se puede encontrar en el tercer número de *Periodística*, revista académica de la Sociedad Catalana de Comunicació. La mencionada edición, publicada en 1990, corresponde a un número conmemorativo al 111 aniversario de la obra de Peucer.
- (iii) Se puede acceder a la traducción de este trabajo en la publicación *Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 58. Pp. 251-259.
- (iv) En la investigación participaron los académicos Drs. José Luis Piñuel, Juan Antonio Gaitán, y M^a Dolores Cáceres de la U. Complutense de Madrid; Dra. Teresa Vera Balanza de la U. de Málaga; Dra. Leonarda García Jiménez de la U. de Murcia; Dr. Antonio Pineda de la U. de Sevilla; Drs. Enric Saperas, Manuel Martínez Nicolás, Xosé Ramón Rodríguez-Polo, M^a Luisa Humanes, y M^a Rosa Berganza de la U. Rey Juan Carlos; Dr. Francisco Cabezuelo Lorenzo de la U. San Pablo-CEU; los Drs. Jordi Farré y Jan Gonzalo de la U. Rovira i Virgili.
- (v) En el anexo <http://goo.gl/KDPvwl> se puede acceder al listado de asignaturas trabajadas en la investigación.

Bibliografía

- Aneca. 2005. *Libro blanco de los Títulos de Grado en Comunicación*. Madrid: Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación.
- Craig, R. T. 1999. Communication Theory as a Field. *Communication Theory* 9 (2): 119-161.
- Calhoun, C. 2011. Communication as Social Science (and More). *International Journal of Communication* 5: 1479-1496.
- Donsbach, W. 2006. The Identity of Communication Research. *Journal of Communication* 56: 437-448.
- Follari, R. 2005. La moldura en espejo: encrucijadas epistemológicas de las Ciencias de la Comunicación. *Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. http://www.portalcomunicacion.com/both/aab/txt/follari_2.pdf [Visitado 17 de septiembre de 2014]
- Galindo, J. (Coord.). 2008. *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas histórica hacia una Comunicología Posible*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España.
- Galindo, J. 2009. Apuntes de historia de una Comunicología posible. Hipótesis de configuración y trayectoria. En Galindo Cáceres, Jesús; Karam Cárdenas, Tanius; Rizo García, Marta. *Comunicología en Construcción*. Ciudad de México: Universidad Autónoma de México. Pp. 95 – 119.
- García Jiménez, L. 2008. Algunos apuntes sobre una posible historia del pensamiento comunicológico. *Razón y Palabra* 61. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/lgarcia.html> [Visitado 17 de septiembre de 2014]
- García Jiménez, L. 2009. Ideas básicas de la investigación comunicológica: Re-construcción de una disciplina en tiempos posmodernos. *Razón y Palabra* 67. <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n67/actual/4lgarcia.html> [Visitado 17 de septiembre de 2014]

- García Jiménez, L. y Martínez Guillem, S. 2009. Does communication studies have an identity? Setting the bases for contemporary research. *Catalan Journal of Communication & Cultural* 1(1): 15-27.
- Karam, Tanius; Cañizález, Andrés. 2010. *Veinte formas de nombrar a los medios masivos. Introducción a enfoques, modelos y teorías de comunicación social*. San Cristóbal: Grupo de Investigación “Comunicación, Cultura y Sociedad”, Colección de Textos de la Comunicación. Mérida: Universidad de Los Andes, Venezuela.
- Livingstone, S. 2011. If Everything is Mediated, What is Distinctive. About the Field of Communication?. *International Journal of Communication* 5: 1472-1475.
- Martín Algarra, M. 2009. La comunicación como objeto de estudio de la teoría de la comunicación. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura* 38: 151-172.
- Moragas, M. de. 2011. *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. 1era edición, Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Morin, E. (1994). Sur l'interdisciplinarité. *Bulletin Interactif du Centre International de Recherches et Études transdisciplinaires* 2 <http://ciret-transdisciplinarity.org/bulletin/b2c2.php> [Visitado 3 de octubre de 2014]
- Munera, P. 2010. Una aproximación in-disciplinaria a la epistemología de la comunicación. *Encuentros* 8 (15): 11-23
- Najmanovich, D. 1998. Interdisciplina. Riesgos y beneficios del arte dialógico. *Revista Tramas* 4. http://www.denisenajmanovich.com.ar/htmls/0302_textos.php [Visitado 17 de septiembre de 2014]
- Otero, E. 2006. El Estado del Arte en Teoría de la Comunicación: un ejercicio Kuhniano. *Revista Ciencias Sociales Online* III (1). www.uvm.cl/csonline/2006_1/pdf/estadodelarte.pdf [Visitado 17 de septiembre de 2014]
- Otero, E. 2010. Sobre la condición fragmentaria y menesterosa de los estudios en comunicación. *Cuadernos de Información* 27: 7-14

- Pardinas, F. 2005. *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*.. México D.F: Siglo Veintiuno Editores.
- Piñuel, J. L. 2009. La comunicación como objeto científico de estudio, como campo de análisis y como disciplina científica. *Contratexto Digital* 18: 1-22
- Rizo, M. 2012. *Imaginarios sobre la comunicación. Algunas certezas y muchas incertidumbres en torno a los estudios de comunicación, hoy*. Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Rizo, M. 2014. Un campo que se mira a sí mismo. Acuerdos y desacuerdos en las reflexiones sobre el estatuto epistemológico de la Comunicación. *Redes.Com* (9): 127-149
- Roe, K. 2003. Communication science: Where have we been? Where are we now? Where are we going? Or: Media versus communication research?. *Communications* 28: 53-59
- Rodrigo-Alsina, M. 2001. *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. 1era edición, Valencia: Universidad de Valencia; Castelló de la Plana, Publicaciones de la Universidad Jaume I; Barcelona: Universidad Pompeu Fabra; Bellaterra, Universidad Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions, D.L.
- Rodrigo-Alsina, M. y Estrada, A. 2008. *Les teories de la comunicació*. 1era. ed. Barcelona: Editorial UOC.
- Rodrigo-Alsina, M. y García Jiménez, L. 2010. Communication theory end research in Spain: A paradigmatic case of a socio-humanistic discipline. *European Journal of Communication* 25 (3): 273-286.
- Rosengren, K. 1993. From field to frog ponds. *Journal Of Communication*. Vol.43(3): 6-17.
- Saperas, Enric. 1992. *Introducció a les teories de la comunicació*. 1era edición, Barcelona: Editorial Pòrtic, S.A.
- Shepherd, G. J. 1993. Building a discipline of communication. *Journal of Communication*, 43 (3): 83-91.

- Silva, V. 2010. Comunicación y emergencia de nuevos campos de estudio. *Portal de la Comunicación InCom-UAB*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=56 [Visitado 17 de septiembre de 2014]
- Torrico, E. 2004. *Abordajes y Períodos de la Teoría de la comunicación*. Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.
- Vasallo de Lopes, M. I. 2000. La investigación en comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas. *Diálogos de la comunicación* 56.
- Vasallo de Lopes, M. I. 2001. Reflexiones sobre el estatuto disciplinario del campo de la comunicación. En: Vasallo de Lopes, María Inmacolatta; Fuentes Navarro, Raúl. *Comunicación: Campo y Objeto de Estudio. Perspectivas Reflexivas Latinoamericanas*. 1era ed. Tlaquepaque: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Pp. 43-58.
- Vizer, E. 2003. *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Prólogo de Jesús Martín Barbero. 1era ed. Buenos Aires: La Crujía.
- Wallerstein, I (Coord.). 1996. *Abrir las ciencias sociales. Informe Comisión Gulbenkian para la reestructuración de las ciencias sociales*. Madrid: Siglo XXI Editores.

Propuesta metodológica para el estudio semiótico de la crónica neotelevisiva

Methodological Proposal for the Semiotic Study of “Neotelevision” Programming

Jimena Maiz Sáenz-Villarreal
Universidad de La Frontera, Temuco
jimena-maiz@manquehue.net
Jimena.maiz@ufrontera.cl

Abstract

This presents a method that combines two types of analysis for the semi-discursive study of “Neotelevision” programming. The first one, with based on Morris and that is identified with a vertical axis based on the language’s lineal character, its target is to study the text, statement by statement, to know the sense in the same way that it is getting generated in the spectator. And this by a morpho syntactic, semantic and pragmatic study. The second axis, the narrative one, allows because of its circularity, a unified global understanding that allows, according to Greimas, to rebuild the speech’s sense with an organized everything.

A method of this kind, which goes from the correct to the abstract, will allow to aboard the analysis and interpretation of the journalistic text in its verbal and iconic dimension, and from different perspectives: production, reception, internationality, topics, valoric latent proposals in the journalistic story, among others.

Keywords: “neotelevision,” paradigmatic level, syntagmatic discourse level, syntagmatic level of wording.

Resumen

Esta ponencia presenta un método que combina dos tipos de análisis para el estudio semiodiscursivo de la crónica neotelevisiva. El primero, con base en Morris y que se

identifica con un eje vertical cimentado en el carácter lineal del lenguaje, apunta a estudiar el texto enunciado por enunciado para conocer el sentido de la misma manera en que se va generando en el telespectador; y esto, por medio de un estudio morfosintáctico, semántico y pragmático. El segundo eje, el del relato, que posibilita por su circularidad una comprensión global unitaria, permite, siguiendo a Greimas, reconstruir el sentido del discurso como un todo organizado.

Un método de estas características, que va de lo concreto a lo abstracto, permitiría abordar el análisis y la interpretación del texto periodístico en su dimensión verbal e icónica y desde diversas perspectivas: la de la producción, la de la recepción, la de la intencionalidad, la de los temas y la de las propuestas axiológicas latentes en el relato periodístico, entre otras.

Palabras clave: neotelevisión, nivel paradigmático, nivel sintagmático discursivo, nivel sintagmático del enunciado.

1. Introducción

El modelo que a continuación se expone y que permite el análisis semiótico de la crónica periodística neotelevisiva en el nivel paradigmático y sintagmático del discurso y en el nivel sintagmático del enunciado, puede ser aplicado a cualquier corpus periodístico de la neotelevisión (Eco: 1983), entendida como “[...] aquella forma de comunicación que se caracteriza por el flujo audiovisual ubicado en un palimpsesto o parrilla y presidido por la fragmentación, por la heterogeneidad y la intertextualidad de los mensajes, la autorreferencia del propio discurso, la permanente crisis y evolución de géneros y formatos, el recurso a la espectacularización de las emisiones y el funcionalismo fático propio de un discurso orientado al destinatario” (José Luis Sánchez Noriega, 1999: 32). No obstante, en esta oportunidad, se hará referencia solo a la crónica, porque es el tipo de artículo en que está probado científicamente el modelo.

2. La metodología de análisis

Este método articula dos tipos de análisis para el estudio semiodiscursivo de la crónica neotelevisiva. El primero está basado en el paradigma triádico de Morris, que permite el análisis a partir del texto en el nivel sintagmático del enunciado, y el segundo, se sustenta en el recorrido generativo de la significación de Greimas, que permite reconstruir el sentido pleno del discurso, mediante el análisis paradigmático y sintagmático del discurso.

2.1. La crónica neotelevisiva como texto y como discurso

2.1.1. Como texto: Análisis del nivel paradigmático del enunciado

Es por medio del relato que el periodismo intenta dar cuenta del mundo y de sus fenómenos. Por definición, este constituye un objeto lingüístico y, como tal, se vale de la articulación de signos, gráficos y/o fónicos para conformar un correlato físico, es decir, un texto, "un producto cultural que [tiene] un sentido [...], y [en el que su] sentido organizado [es] su discurso" (García Contto, 2011:123). Por lo tanto, sus componentes sintácticos, semánticos y pragmáticos se presentan como marcas formales que permiten definir su estructura gramatical, tanto oracional como discursiva, su significado global y también el propio de cada palabra, y establecer su carácter *pragmático*, porque forma parte de un proceso comunicativo en el que adquiere su sentido.

Charles Morris, autor de *Foundations of the Theory of Signs*, señala en esta obra que el proceso en el que algo funciona como signo puede denominarse *semiosis*” (1985: 27) y que en ella “algo toma en consideración otro algo mediatamente, es decir, a través de un tercer algo, por lo que se trata de una consideración mediada” (1985: 28). Para el autor, “este proceso implica tres (o cuatro) factores: lo que actúa como signo, aquello a que el signo alude, y el efecto que produce en determinado intérprete en virtud del cual la cosa en cuestión es un signo para él. Estos tres componentes de la semiosis, que se implican mutuamente, pueden denominarse, respectivamente, el vehículo sígnico [el mediador], el designatum [lo que se toma en consideración], y el interpretante [las consideraciones]. Además, el intérprete [agente del proceso] podría considerarse, según el autor, como un

cuarto factor.

De acuerdo con lo establecido por Morris, la semiosis tiene distintas dimensiones, determinables a partir de la relación diádica entre sus tres factores. Así, se puede hablar de una dimensión semántica, de una dimensión pragmática y de una dimensión sintáctica, las tres interrelacionadas entre sí. En la dimensión semántica de la semiosis, estudiada por la semántica, se analiza la relación de los signos con los objetos a los que son aplicables; en la dimensión pragmática, estudiada por la pragmática, se establece la relación de los signos con los intérpretes y, en la sintáctica, estudiada por la sintaxis, la relación formal de los signos entre sí dentro de un lenguaje.

Dentro del campo sintáctico o formal, el interés se centra, por tanto, en las relaciones determinadas por las reglas sintácticas. La sintaxis considera los signos y combinaciones signícas de acuerdo con dos tipos de reglas: las “de formación, que determinan las combinaciones independientes y permisibles de los elementos del conjunto (esas combinaciones reciben el nombre de oraciones); y las reglas de transformación, que determinan las oraciones que pueden obtenerse a partir de otras oraciones” (1985: 45).

En la dimensión semántica, se opera mediante reglas semánticas, formuladas o no, las que, “a diferencia de las reglas de formación y de transformación, que se ocupan de ciertas combinaciones de signos y de sus relaciones, designan (dentro de la semiótica) una regla que determina en qué condiciones un signo es aplicable a un objeto o situación; tales reglas establecen correlaciones entre signos y situaciones denotables mediante signos. Un signo denota aquello que, de acuerdo con las condiciones, se afirma en una regla semántica, mientras que la regla en sí establece las condiciones de designación y determina el designatum (la clase o tipo de denotata)” (1985: 57-58). Así, cuando cualquier objeto o situación satisface las condiciones requeridas, se considera denotado por «x». El propio vehículo signíco es simplemente un objeto, y su denotación de otros objetos se basa únicamente en el hecho de que existen reglas de uso que correlacionan los dos conjuntos de objetos.

La dimensión pragmática se ocupa de los aspectos bióticos de la semiosis, es decir, de todos los fenómenos psicológicos, biológicos y sociológicos que se presentan en el funcionamiento de los signos. Como en las dimensiones anteriores, también en esta

dimensión existen reglas. Al respecto, Morris señala que “las reglas pragmáticas expresan las condiciones (en los intérpretes) bajo las que un vehículo sígnico es un signo [y que si bien] cualquier regla, una vez está realmente en uso, opera como un tipo de conducta, y en este sentido existe un componente pragmático en todas las reglas,[...] en algunos lenguajes existen vehículos sígnicos gobernados por reglas que están por encima de cualesquiera reglas sintácticas o semánticas que puedan gobernar esos vehículos sígnicos, y tales reglas son reglas pragmáticas. Interjecciones como «¡Oh!», órdenes como «¡Ven aquí!», expresiones valorativas como «afortunadamente», expresiones como «¡Buenos días!», y los diversos recursos retóricos y poéticos se dan solo bajo determinadas condiciones en los usuarios del lenguaje; puede decirse que tales reglas expresan esas condiciones, pero no las denotan en el nivel de semiosis en que realmente se emplean en el discurso ordinario. La expresión de las condiciones en que se usan los términos, en la medida en que no pueden formularse en términos de reglas sintácticas y semánticas, constituye lo que denominaremos reglas pragmáticas para los términos en cuestión” (1985: 75). En el caso de los signos lingüísticos, que en términos pragmáticos los usan los miembros de una comunidad en combinación con otros signos para mediar entre sí y con el entorno, la interpretación se vuelve especialmente compleja, y los resultados individuales y sociales son especialmente relevantes. Por ello, “comprender un lenguaje significa por tanto emplear solo aquellas combinaciones y transformaciones de signos que no están prohibidas por los usos y costumbres del grupo social en cuestión, denotar objetos y situaciones tal y como lo hacen los miembros de ese grupo, tener las expectativas que los otros tienen cuando se emplean determinados vehículos sígnicos, y expresar las afirmaciones propias tal y como hacen los demás; en una palabra, comprender o usar correctamente un lenguaje significa seguir las reglas de uso (sintácticas, semánticas y pragmáticas) habituales en esa comunidad social” (1985: 76).

Aunque la TV en su producción alcanza la plenitud del sentido con su máxima fuerza expresiva mediante la yuxtaposición del verbo, la imagen y el sonido, se puede afirmar que lo hace mediante la articulación de dos sistemas semióticos reconocidos: el lingüístico y el icónico, compuestos respectivamente por dos fenómenos -el verbo y la

imagen- que pueden ser leídos como textos; es decir, como unidades sintáctico/semántico/pragmáticas.

Este eje vertical del análisis semiodiscursivo de la crónica neotelevisiva como texto está cimentado en el carácter lineal del lenguaje, por lo que apunta a estudiar el texto enunciado por enunciado para conocer el sentido de la misma manera en que se va generando en el telespectador; y esto, por medio de un estudio morfosintáctico, semántico y pragmático.

2.2.1. Como discurso

En tanto discurso, la crónica neotelevisiva tiene un sentido, un sentido organizado a través del cual el medio de comunicación expresa su universo semántico. Universo constituido por distintas categorías de sentido, tales como "el poder" o "la ideología" para Verón (1969) o "la patemización" para Greimas. Todas ellas son, a la vez, dimensiones del discurso que pueden ser estudiadas como sistemas de significación en su estructura, en su forma y en su fondo, los que le aportan con lo propio a la totalidad del discurso. Morris, por su parte, postula un acercamiento a él desde la sintaxis, la semántica y la pragmática, mientras que Greimas aporta con su metodología (recorrido generativo de la significación: cuadrado semiótico, modelo actancial y programa narrativo canónico) el acceso a los niveles subyacentes de la significación mediante los análisis de su sintáctica y semántica fundamental, narrativa y discursiva.

Sintaxis y Semántica Fundamental: El cuadrado semiótico. Análisis del nivel paradigmático.

Como en todo relato, también en el periodístico el recorrido generativo de la significación (Greimas y Courtés, 1982: 162) comienza a generarse en el nivel fundamental de la dimensión paradigmática, con la confrontación de dos términos en oposición. Estos adquieren una "valorización" en un nivel más concreto, el narrativo, que es cuando se instalan en un objeto deseado o rechazado.

Sintaxis y Semántica Narrativa: Los programas narrativos y los roles actanciales. Análisis del nivel paradigmático.

El esquema anterior y las relaciones de junción que se establecen entre los sujetos con sus objetos en el transcurso del relato permiten establecer la semántica narrativa básica en que se sustenta todo el discurso. Es en la ejecución de programas narrativos en donde se reviste a cada uno de los actantes o a los roles actanciales que representan con el valor o el antivalor que más tarde se figurativiza en la dimensión sintagmática, propia de la semántica discursiva, en un personaje que está con él o aquel disjunto o conjunto.

El discurso de la información, especialmente el de la crónica neotelevisiva, hace que aparezcan en escena los actantes semióticos planteados por Algirdas Greimas en su obra *Semántica Estructural* (1971). Así los actantes pasan a ser actantes semantizados "semióticos" en el espacio en que se los analiza como protagonistas de un programa narrativo en conformidad con el algoritmo elemental de esta disciplina: relación-función de junción entre todos sus actantes (Coello, 2007).

Aunque su organización dependerá de cada situación de comunicación, los tres ejes sobre los que se articula el sentido en el modelo actancial -deseo, comunicación y poder- están presentes en el programa narrativo informativo. El relato periodístico se lleva a cabo dentro de un macroprograma narrativo que emana desde el tiempo enunciativo en el que predomina el eje de la comunicación, y de microprogramas que se suceden en el tiempo enuncivo. Estos, más allá de su relato específico, le aportan a la semántica general del discurso mediante el mecanismo de la generalización.

Sintaxis y Semántica discursiva: la figurativización y la tematización. Análisis del nivel sintagmático.

Desde la perspectiva de la semiótica, el relato periodístico, como cualquier otro de su condición, sea este real o ficticio, también organiza su sentido bajo la estructura del enunciado, instancia que articula los elementos actor, tiempo y espacio en el momento enunciativo y enuncivo mediante los mecanismos del brague (Greimas: 1971) para generar actos de comunicación desde los distintos géneros periodísticos.

En el caso de la crónica neotelevisiva, en el tiempo enunciativo, propio de la instancia de la enunciación, del tiempo de la narración, intervienen un "yo", canal-productor de la noticia personalizado en la figura del periodista presentador que le habla a un "tú", público-receptor, telespectador, desde un "aquí" –estudio-, en un "ahora" -en directo- sobre una situación que ocurre en un tiempo enuncivo, el tiempo de lo narrado, desde un "él" o "ellos", personas que participan dentro del relato (periodistas en terreno y entrevistados) y que están en el lugar en que se desarrolla la noticia en un tiempo, sino instantáneo, mediato. Esta es la estructura típica de cualquier relato, en el que ambas instancias enunciativas contribuyen a conformar un solo y mismo discurso monologal y polifónico mediante la conjunción de varios programas narrativos que apuntan en un mismo sentido.

Por consiguiente, todos los elementos actorales inscritos en las marcas espacio-temporales enuncivas y enunciativas del relato periodístico se corresponden con sus categorías actanciales. Ya en la estructura semántica básica del relato se advierte la presencia de un esquema actancial de base que surge de la articulación de los distintos roles actanciales, es decir, de una sintaxis narrativa profunda que se presenta en las historias y en los hechos contados como elementos de una relación, de una función diría Greimas, en donde cada actante forma parte de ella y se encarna en un actor o en varios dentro del relato. En la semántica discursiva, por efecto del mecanismo de la figurativización, estos actores, tiempos y espacios inscritos en el enunciado adquieren rasgos específicos, singularizadores (Greimas 1971).

Finalmente, la configuración discursiva permite dar cuenta de la organización semántica del relato al agrupar los elementos del cosmos en núcleos afines, que es lo que permite la tematización; mecanismo que reconoce las líneas temáticas que derivan de la reunión de las figuras presentes en el discurso.

Cuadro Resumen del Modelo de Análisis

			Componente	Componente	Componente
			Sintáctico	Semántico	Pragmático
Gramática (paradigmático)	Estructuras semio-narrativas	Nivel profundo o fundamental	Sintaxis Fundamental SxF • Cuadrado semiótico • Operaciones	Semántica Fundamental SmF • Cuadrado semiótico • Valores • Semas	
		Nivel superficial o narrativo	Sintaxis Narrativa SxN • Programas narrativos • Intercambio • Intersubjetividad	Semántica Narrativa SmN • Actantes • Junción	
Gramática (paradigmático)					
Sujeto		Instancia de la enunciación. Sujeto de la enunciación (Enunciador/Enunciario) Braque.			
Discurso (discursivo)	Estructuras discursivas		Sintaxis Discursiva • Actorización • Temporalización • Espacialización	Semántica Discursiva • Tematización • Figurativización	
Enunciado (enunciativo)	Estructuras de enunciado		Sintaxis oracional SxO	Semántica SmO	• Relación narrador-narrario • Intencionalidad

Elaboración Propia

Referencias Bibliográficas:

Eco, U. (1983) La estrategia de la ilusión. TV: la transparencia perdida.

García Contto, J.D. (2011) Manual de Semiótica. Semiótica Greimasiana Narrativa, con aplicaciones y ejemplos en medios masivos de Comunicación. Lima: Universidad de Lima.

González Requena, Jesús (1992) El Discurso Televisivo: Espectáculo de la postmodernidad. Madrid: Cátedra.

Greimas, A. J. (1971) Semántica estructural: investigación metodológica .Madrid: Gredos.

Greimas, A. y Courtés, J. (1982) Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Madrid: Gredos.

Morris, Charles. (1985). Fundamentos de la Teoría de los Signos. Barcelona: Paidós.

Sánchez, J. L. (1999) Rituales de Seducción en la Televisión. En Jornadas sobre televisión Universidad Carlos III de Madrid: Departamento Humanidades y Comunicación, Instituto de Cultura y Tecnología Miguel de Unamuno.

<http://web.archive.org/web/20071020030405/http://uc3m.es/uc3m/inst/MU/Noriega1.htm>

Verón, E. (1969) Lenguaje y Comunicación Social. Buenos Aires: Nueva Visión.

Vilches, Lorenzo (1991) La Lectura de la Imagen. Prensa, Cine, Televisión, Barcelona: Paidós.

Periodismo de datos como método de investigación: ¿puente en la división práctica/academia?

Data journalism as a research method: Bridging the practice/academy divide?

Dra. Ximena Orchard
Escuela de Periodismo Universidad Alberto Hurtado
morchard@uahurtado.cl

Dra. Ana María Castillo
Escuela de Periodismo Universidad Alberto Hurtado
acastillo@uahurtado.cl

Abstract

This paper systematizes and analyzes the methodological design of the project “Cartography of Chilean media: property, political relations and treatment of conflict issues”, whose main objective is to generate an analytical map of relations between news media outlets, political figures and conflict issues at a national level.

From the perspective of data collection and analysis, the study poses a component of methodological innovation by combining strategies of investigative data journalism, oriented to the visualization of findings together with traditional reporting strategies and qualitative content analysis.

The paper explains the methodological design of the study and discusses the potential and limitations associated with the consideration of data journalism as a research method, which may be combined with quantitative and qualitative research methods traditionally used in communications and media studies.

Finally, a reflection on the potential of data journalism to serve as a bridge in the historical disciplinary tension between academia and practice in media and journalism studies is presented.

Keywords: *data journalism, data collection and analysis, visualizations, content analysis.*

Resumen

Esta ponencia sistematiza y analiza el diseño metodológico del proyecto “Cartografía de medios de comunicación en Chile: propiedad, relaciones políticas y tratamiento de temas de conflicto”, cuyo objetivo central es generar un mapa analítico de relaciones entre empresas periodísticas, figuras políticas y temas de conflicto a nivel nacional.

Desde el punto de vista de la recolección y análisis de datos, el estudio plantea un componente de innovación metodológica al combinar en un proyecto académico estrategias de investigación periodística propias del periodismo de datos y orientadas a la visualización de resultados, estrategias de reporte periodístico tradicional, y análisis de contenido.

La ponencia detalla el diseño metodológico del estudio y discute las potencialidades y limitaciones asociadas a la consideración del periodismo de datos como un método de investigación que puede ser incorporado o combinado con métodos de investigación cuantitativos y cualitativos tradicionalmente usados en investigaciones sobre comunicación y medios.

Finalmente, se plantea una reflexión acerca de la potencialidad del periodismo de datos para servir como un puente en la histórica tensión disciplinar entre práctica y academia en los estudios sobre medios de comunicación y periodismo.

Palabras clave: periodismo de datos, recolección y análisis de datos, visualizaciones, análisis de contenido.

*

Esta ponencia discute la estrategia metodológica del proyecto “Cartografía de medios de comunicación en Chile: propiedad, relaciones políticas y tratamiento de temas de conflicto”, cuyo objetivo central es generar un mapa analítico de relaciones entre empresas periodísticas, figuras políticas y temas de conflicto a nivel nacional. Se busca sistematizar y analizar el diseño metodológico del estudio, el cual revisita el problema de la falta de pluralismo en el sistema de medios nacional (ver Monckeberg, 2009; Ulloa, 2014) explorando vínculos de propiedad entre autoridades y medios de comunicación locales.

Esta investigación se planifica y desarrolla como una cartografía basada en datos. Vale decir, se orienta a la sistematización, análisis y visualización de datos en un mapa del territorio nacional, relevando la convergencia de actores –mediáticos, políticos y empresariales- en espacios territoriales delimitados. El estudio se construye a partir de la utilización de algunas técnicas propias del periodismo de datos y orientadas a la geo-localización y visualización de resultados (Gray, Bounegru, & Chambers, 2012), las que son complementadas con estrategias de reporte periodístico tradicional, y análisis de contenido enfocado en la identificación de fuentes y el desarrollo temático de un conflicto social (Howland, Becker, & Prelli, 2006).

A partir de esta experiencia, discutimos las potencialidades y limitaciones asociadas a la consideración del periodismo de datos como un método de investigación que puede ser incorporado o combinado con métodos de investigación cuantitativos y cualitativos tradicionalmente usados en investigaciones sobre comunicación y medios. Adicionalmente, planteamos una reflexión acerca de la potencialidad del periodismo de datos para servir como un puente en la histórica tensión disciplinar entre práctica y academia en los estudios sobre medios de comunicación y periodismo.

Periodismo de datos y ciencias sociales

Uno de los desafíos principales de esta investigación ha sido la exploración de espacios de convergencia entre la práctica del periodismo de datos y la investigación de corte academicista, toda vez que el estudio se desarrolla a partir de una estrategia metodológica híbrida, que fue llevada adelante por un equipo multi-disciplinar.

En términos históricos, el periodismo de datos surge explícitamente asociado a las técnicas de investigación social. Su antecesor directo –el llamado periodismo de precisión- fue pensado y desarrollado para ser puesto en práctica por organizaciones de noticias donde trabajaran profesionales entrenados en periodismo y técnicas de investigación social, bajo la suposición de que estas técnicas permitirían el desarrollo de piezas periodísticas rigurosas y objetivas (Meyer, 2012). Desde entonces, no obstante, la práctica del periodismo de datos no solo ha evolucionado, sino que se ha expandido hacia nuevas

posibilidades de desarrollo, especialmente debido al desarrollo tecnológico y las posibilidades de acceso a grandes volúmenes de información.

El periodismo de datos podría comenzar a definirse como el periodismo que se hace a partir de datos, pero se presenta también como una herramienta de visualización y como una metodología de análisis. En el Manual de Periodismo de Datos (Gray et al., 2012), Paul Bradshaw plantea lo siguiente:

“Los datos pueden ser la fuente del periodismo de datos, o pueden ser la herramienta con la que se narra la historia o ambas cosas. Como cualquier fuente, debe tratarse con escepticismo; y como cualquier herramienta, debemos ser conscientes de cómo puede modelar y limitar las historias que se crean con la misma”.

Se propone, dentro del mismo texto, la imposibilidad de hacer una descripción acabada y definitiva de lo que se entiende por Periodismo de Datos. Lo que sí se puede, es hacer una descripción amplia de todas sus posibilidades. Adolfo Bravo (2013) coincide con este argumento, diciendo que es un punto de inflexión “donde se encuentran el periodismo, la usabilidad (facilidad de uso), el diseño para la interacción con el usuario, la infografía, la visualización, la accesibilidad, la web y otras tecnologías que posibilitan todo lo anterior”. En resumen, explica que “el periodismo de datos se refiere al periodismo como ese lenguaje que *cuenta historias de la realidad*”¹¹⁹ (Bravo, 2013: 1)

Howard (2014), en tanto, discute el periodismo basado en datos como aquel orientado a la extracción de conocimiento nuevo y de interés público a partir de datos que son interrogados como fuentes, aunque con técnicas de tipo estadístico y preparados para su visualización como principal técnica de presentación al público.

Esta práctica, de aún limitado vuelo en los medios de comunicación nacionales, adquiere nuevas aristas de complejidad a partir del paradigma representado por el Big Data, concepto que ha impactado a diferentes áreas del conocimiento y de la investigación social y se centra en el análisis digital de grandes volúmenes de información, lo que representa

desafíos de almacenamiento y análisis de datos (Barredo, 2014), que incluso modifican la caracterización del periodista y demandan una serie de nuevas habilidades que plantean desafíos tanto a los periodistas ya formados, como a las escuelas de Periodismo, al requerirse competencias distintas a las disponibles actualmente en los programas de estudio (Pavlik, en prensa; Tascón, 2013).

Desde esta perspectiva es posible considerar al Periodismo de Datos como una herramienta puente entre la investigación en ciencias sociales y las metodologías de investigación periodística.

Broussard (en prensa) plantea que la detección de anomalías en set de datos representa la clave para el desarrollo de historias de contenido noticioso, toda vez que estas anomalías pueden ofrecer indicaciones de temas que merecen ser reportados. Esta investigación, realizada desde una matriz academicista, revierte ese proceso debido a que no se orienta a la búsqueda de noticias. Se inicia, no obstante, a partir de un problema de investigación y se plantea el objetivo de utilizar algunas herramientas propias del periodismo de datos para la eventual detección de “anomalías”, vínculos de propiedad de autoridades electas con medios de comunicación, para la exploración de relaciones entre política, medios y pluralismo informativo.

Estrategia metodológica

Nuestro diseño metodológico puede ser descrito como un diseño mixto, basado en datos (data-driven) que combina múltiples herramientas de recolección y análisis de datos, en particular: análisis descriptivos de bases de datos, análisis de contenido, y estrategias de reporte periodístico tradicional. Adicionalmente, el proyecto incorpora un requerimiento de visualización de datos, el que se expresa en el objetivo general del proyecto que es generar un mapa analítico de relaciones entre empresas periodísticas, figuras políticas y temas de conflicto a nivel nacional.

Es posible identificar tres etapas de trabajo fundamentales en la ejecución del proyecto: (1) la construcción de bases de datos, (2) el análisis de los datos y (3) el modelamiento y visualización de datos. Cada una de estas etapas involucró y combinó

distintos métodos de recolección y análisis de datos. Adicionalmente, es importante destacar que estas etapas se superpusieron y no fueron necesariamente secuenciales.

Como resultado principal del proyecto, apuntamos a la construcción de una visualización de acceso público con una serie de entidades geo-referenciadas (medios de comunicación, autoridades y conflictos socio-ambientales), y un sistema de relaciones para algunas de esas entidades (autoridades con relaciones de propiedad con medios de comunicación, ya fueren directas o indirectas a través de sus cónyuges). A continuación, describiremos los principales aspectos de las etapas metodológicas enunciadas:

Construcción de bases de datos:

En oposición a proyectos de periodismo de datos que se desarrollan a partir del análisis de bases de datos existentes, este se propone levantar bases de datos propias, a partir de la sistematización de información pública que se encuentra dispersa y desordenada. Este levantamiento, que se extiende por casi la totalidad del periodo de ejecución del proyecto, resulta ser la tarea más demandante en términos de horas-hombre invertidos en etapas sucesivas de levantamiento, verificación y ordenamiento de las bases creadas. Las bases de datos levantados corresponden a:

(1) radios y diarios locales y regionales en todo el territorio nacional, lo que resulta en una base de datos 835 medios, que incluye información descriptiva del medio (tipo de medio, nombre de fantasía del medio, dirección del medio y página web) así como información societaria (nombre de la sociedad dueña del medio, RUT de la sociedad, nombre de los socios que la integran). Esta información se levantó en base a una sistematización de información pública disponible (entre otros, Subtel, ARCHI, Servel).

(2) senadores, diputados y alcaldes, sus cónyuges y sus socios, además de información sobre las sociedades que estos integran. Esta base se creó a través de información disponible en la Biblioteca del Congreso, Subdere y el Registro Civil. Adicionalmente, la información sobre sociedades se levantó utilizando la base de datos del Diario Oficial (disponible por medio de suscripción) y complementando, en los casos donde esta información se encuentra disponible, con las Declaraciones de Intereses publicadas por las autoridades.

(3) temas de conflicto a nivel regional durante el año 2015, los cuales fueron delimitados a conflictos de tipo socio-ambiental, base que se construyó utilizando el Mapa de Conflictos Socioambientales que elabora el Instituto Nacional de Derechos Humanos (INDH) como fuente principal y complementada con coordenadas para su geo-referenciación.

Análisis de datos:

El análisis de datos se desarrolló a través de dos rutas complementarias, (1) la búsqueda y detección de vínculos de propiedad entre políticos y medios de comunicación a partir de la información levantada (2) el desarrollo de un estudio de caso orientado al análisis de contenido de la cobertura de un conflicto socio-ambiental, con énfasis en el tratamiento de fuentes.

1. La detección de vínculos de propiedad entre políticos y medios se realizó durante el levantamiento de datos, cotejando información sobre aquellas sociedades en las que las autoridades tienen participación y la información sobre las sociedades de medios. Esta tarea de análisis fue fundamentalmente “manual” y requirió un trabajo de verificación de datos de índole reporteril, descarte de datos inválidos (por ejemplo, sociedades de medios sin existencia confirmada, sociedades del ámbito de las comunicaciones sin relación con empresas de medios) y posterior construcción de relatos en base a labores de reporteo periodístico en los nueve casos inicialmente confirmados¹²⁰.
2. Adicionalmente, el proyecto se planteó analizar la cobertura noticiosa de un conflicto socio-ambiental de relevancia regional con el objetivo de discutir la influencia de los vínculos de propiedad y relacionales en el tratamiento informativo ofrecido al caso seleccionado. El conflicto escogido fue el proyecto Pascua Lama, que durante 2015 se encontraba con obras paralizadas y con un juicio en desarrollo por el potencial daño causado por esta faena minera a glaciares cordilleranos. Para

¹²⁰ Los datos chequeados de forma manual se limitaron a las sociedades de autoridades y sus cónyuges. A esto se suma la información levantada sobre personas que son socios comerciales de autoridades (en sociedades de cualquier índole). Esta información se cotejará por medio de un algoritmo de búsqueda y *matching* de RUTs con la información de socios de medios, lo que podría arrojar nuevos vínculos de naturaleza indirecta (socios comerciales de autoridades que sean dueños de medios de comunicación).

ello, se seleccionaron tres medios de comunicación de la III Región (diarios El Chañarillo, El Diario de Atacama y El QueHay Decierto), los que presentan distintas estructuras de propiedad. El análisis de contenido se concentra en las notas publicadas por estos medios en el periodo analizado (N=71) y toma aspectos del método propuesto por Howland et. al (2006), quienes desarrollan un método de análisis de contenido cualitativo orientado al mapeo de fuentes y evolución argumentativa de un conflicto, lo que permitió detectar patrones en la cobertura del conflicto y diferencias relevantes entre los medios analizados.

Modelamiento y visualización de datos:

El modelamiento de datos se comenzó a trabajar aproximadamente en la mitad del proyecto, vale decir a partir de un levantamiento de datos ya realizado. Por ende, el modelo debió adaptarse a datos levantados. Esta tarea fue emprendida por un ingeniero, quien organizó el modelo de datos distinguiendo entre entidades - principalmente personas, empresas y conflictos- y relaciones que vincularan a esas entidades.

En términos simples, el modelo de datos detecta personas con relaciones entre sí (cónyuges, socios) y personas con relaciones con empresas (políticos dueños de un medio de comunicación, así como otras personas –autoridades, sus cónyuges o sus socios- que participen en sociedades de distinta índole). Adicionalmente, permite geo-referenciar las entidades que se almacenen en el modelo con información geográfica, tarea que fue realizada para los medios de comunicación, las autoridades y los conflictos socio-ambientales.

De este modo, el modelo de datos es funcional a la visualización, toda vez que permite vincular entidades con puntos geográficos en un mapa del territorio nacional. Adicionalmente, el modelo de datos es funcional a la visualización de relaciones entre personas o entre personas y empresas. Estas relaciones son visualizadas en los nueve casos donde encontramos vínculos de propiedad entre autoridades y medios de comunicación.

Adicionalmente, el modelo de datos es escalable, vale decir, permite el ingreso de nuevas entidades en el futuro (nuevas personas –autoridades, sus cónyuges, sus socios- y nuevas empresas, incluidos medios de comunicación).

Para el desarrollo de la visualización fue necesario cargar la información levantada en la etapa 1 de acuerdo a los criterios definidos en el modelo de datos. La visualización, articulada en torno al mapa de Chile, se transforma en el principal resultado y herramienta de difusión del proyecto. Esta visualización permite al usuario identificar a aquellas autoridades que tienen vínculos con medios de comunicación, además de darle la opción de recorrer el mapa y visualizar –de manera conjunta o separada, a través de la aplicación de filtros- las autoridades, los medios de comunicación locales y regionales, y los conflictos socio-ambientales que convergen en ciertos espacios geográficos, circunscribiendo actores (mediáticos, políticos, empresariales) a territorios específicos, y abriendo –por ende- múltiples rutas de indagación para los usuarios de la visualización, sean estos ciudadanos corrientes, periodistas o investigadores.

Discusión y reflexiones finales

Más allá de los resultados de este estudio y su aporte a las discusiones sobre el pluralismo informativo y las relaciones entre política y medios –que por motivos de espacio no podemos desarrollar acá- planteamos dos líneas de reflexión finales respecto de los alcances de un proyecto de estas características metodológicas, así como respecto al potencial de esta línea de trabajo por parte de investigadores en Escuelas de Periodismo o Comunicaciones.

Sobre el valor de los datos y su orientación pública

Resulta claro en el caso de este estudio, donde no solo se analizaron sino que se levantaron bases de datos propias, que la sistematización de datos adquiere un valor en sí mismo, valor que sin embargo solo cobra sentido si estos datos son explorados. Esta investigación –de solo 10 meses de duración- permitió una exploración restringida de los datos levantados. No obstante, la serie de datos levantada ofrece múltiples posibilidades de análisis, que pueden ser exploradas a futuro, tanto por el equipo de investigación, como por personas ajenas a este. En el periodismo de datos, poner a disposición pública los datos y modelos de datos utilizados crecientemente se considera un estándar de transparencia necesario (Howard, 2014) lo que implica que tanto los datos levantados como los vínculos

detectados se entienden como un resultado de investigación, pero también como datos que pueden ser re-utilizados, re-interpretados y re-significados en el espacio público.

Pavlik (en prensa) plantea que el desarrollo de proyectos basados en datos implica una transformación que abarca el ejercicio periodístico y también las expectativas del público en torno a ese ejercicio. Una noticia pasa a transformarse en un problema de investigación que aparece desde el análisis de los datos. Es la anomalía, aquello que se desvía de la normalidad en el volumen que está siendo analizado, es el resultado no esperado, la variación (Broussard, en prensa). Cambia entonces el significado de una noticia, deja de ser el hecho cercano, insólito, que llama la atención del Periodista que observa. Los datos deben ser procesados para, a partir de esa observación -que ya no es directa, sino que se realiza a través de herramientas informáticas- obtener unos resultados que pueden ser de interés público por sí solos o transformarse en interesantes dependiendo del tratamiento que el profesional haga de ellos.

Si estas técnicas son utilizadas desde la academia, prácticas como la “liberación” de datos y la disseminación de resultados a través de herramientas de visualización digitales representan no solo un ejercicio de transparencia sino una renuncia –al menos parcial- a ofrecer interpretaciones fijas y ya procesadas sobre la información que se pone en el dominio público. Entendemos en este contexto al periodismo de datos como una herramienta que transita entre la práctica del investigador y del periodista, y tiene un potencial transformador para ambas.

Capacidades que requieren ser creadas: una oportunidad

Así como planteamos que la práctica del periodismo de datos ofrece vínculos claros entre el Periodismo y la Investigación Social, su consolidación plantea al Periodismo la necesidad de adquirir herramientas de análisis de datos y también de construir sus contenidos de manera diferente, observando y analizando de forma más reflexiva unos datos que antes de la aparición de Internet raramente eran de su incumbencia (Orihuela, 2015). Se presentan nuevas urgencias formativas; entre otras, el análisis de datos, competencias estadísticas básicas o programación, además de aprender a mirar los datos holísticamente para comprender cuando hay anomalías que pueden transformarse en noticia. En las Ciencias Sociales y, más específicamente, en los Estudios de Comunicación,

han surgido las mismas necesidades. Así, el periodismo de datos y sus aplicaciones disciplinarias se presentan como un puente entre el ejercicio periodístico y la práctica de la investigación social, donde las Escuelas de Periodismo y Comunicaciones pueden adquirir un rol fundamental en su desarrollo y posicionamiento.

Referencias bibliográficas

Antón Bravo, A. (2013). El periodismo de datos y la web semántica. *CIC Cuadernos de Información Y Comunicación*, 18, 99–116.

Barredo, D. (2014). Big Data y técnicas cuantitativas: una introducción al análisis de contenido informatizado. *Revista San Gregorio*, (8), 106–111.

Broussard, M. (en prensa). Computer-mediated creativity and investigative journalism. In B. Franklin & S. Eldridge (Eds.), *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*. Abingdon: Routledge.

Gray, J., Bounegru, L., & Chambers, L. (2012). *The Data Journalism Handbook. How Journalists Can Use Data to Improve the News*. The Open Knowledge Foundation

Howard, A. (2014). *The Art and Science of Data-Driven Journalism*. Tow Centre for Digital Journalism - a Tow/Knight Report. New York: Columbia Journalism School.

Howland, D., Becker, M. L., & Prelli, L. J. (2006). Merging content analysis and the policy sciences: A system to discern policy-specific trends from news media reports. *Policy Sciences*, 39(3), 205–231.

Meyer, P. (2012). *Precision Journalism. Reporter's Introduction to Social Science Methods*. Maryland: Rowman & Littlefield Publishers.

Monckeberg, M. O. (2009). *Los magnates de la prensa*. Santiago: Debate.

Orihuela, J. L. (2015). *Los medios después de Internet*. Barcelona: Editorial UOC.

Pavlik, J. V. (en prensa). Data, algorithms and code. Implications for journalism practice in the digital age. In B. Franklin & S. Eldridge (Eds.), *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*. Abingdon: Routledge.

Tascón, M. (2013). Introducción: Big Data. Pasado, presente y futuro. *Revista TELOS, Cuadernos de Comunicación E Innovación*, (95), 47–50.

Ulloa, C. (2014). Genealogía de la concentración económica de los medios de comunicación en Chile: un análisis desde la historia social y la comunicación. *Perspectivas de La Comunicación*, 7(2), 96–106.

La abducción como el motor de la investigación científica: una perspectiva que privilegia otro modo de construir conocimiento en el campo de la comunicación

Abduction as the engine of scientific research: a perspective that favors another way to build knowledge in the field of communication

Dra. Elizabeth Parra Ortiz
Universidad de Concepción ¹²¹
elparra@udec.cl

Mg. Nicolás Barría González.
Universidad de Concepción.
mochini88@gmail.com

Abstract

This work aims to answer the question of how to understand the construction of knowledge in times of a complex paradigm from abduction as a teaching-learning strategy to investigate. The problem involves traditional strategies used for knowledge construction in university classrooms, where communication as a scientific field has not been left out of the discussion because knowledge is anchored in positivism of both scientific and artistic academic culture based on deduction and induction.

In contrast, Peirce conceives abduction as a learning theory to produce knowledge, challenging the model of traditional scientific reasoning (deduction and induction). In this sense, the present work is organized in two parts. Part one presents a contextual outline on the impact of Charles Sanders Peirce's work in the construction of teaching strategies for research. Part two offers a creative methodological systematization of a class on textual interpretation and creation, using Peirce's inferential scheme.

Keywords: Peircean thought, abduction, learning strategy, scientific research

¹²¹ Este trabajo es parte del proyecto de investigación financiado por la Universidad de Concepción y dirigido por la Dra. Elizabeth Parra de carácter asociativo N° 213.174.006 - 1.0 denominado *Cartografía de las Investigaciones Semiótica en Chile* y que en esta oportunidad fue invitado el © Nicolás Barría por su trayectoria académica peirceana.

Resumen

Este trabajo tiene por finalidad responder a la pregunta de cómo entender la construcción de conocimiento en tiempos de un paradigma complejo a partir de la abducción como una estrategia de enseñanza –aprendizaje para investigar. El problema que se aborda guarda relación con las estrategias de manera tradicional que se siguen en las aulas universitarias en la construcción del conocimiento, donde la comunicación como ámbito científico no ha estado al margen de la discusión, puesto que el conocimiento sigue anclado en el marco de un positivismo de la cultura académica, tanto científica como artística en base a la deducción e inducción.

Se parte del supuesto de Peirce quien concibe a la abducción como una teoría del aprendizaje para producir conocimiento, ya que tiene que ver precisamente con el aprender desde una lógica abductiva que rompe con los esquemas del razonamiento científico tradicional (la deducción e inducción). En este sentido, el trabajo contiene dos partes: primero presenta un esquema contextual sobre la incidencia de la obra de Charles Sanders Peirce en la construcción de estrategias didácticas para la investigación. El segundo ofrece una sistematización metodológica creativa de una asignatura de interpretación y creación textual, que utiliza el esquema inferencial de Peirce.

Palabras claves: pensamiento peirceano, abducción, estrategia de aprendizaje, investigación científica.

Introducción

Charles Sanders Peirce forma parte de un grupo de investigadores muy de avanzada, que aportaron de manera brillante al giro lingüístico-pragmático de la filosofía contemporánea (junto a Bajtín y Bachelard), quienes pretenden superar convincentes binarismos, anclados en una filosofía del sujeto de la conciencia aislada, donde la validez del conocimiento, los criterios de verdad y las diferentes conciencias de las normas sociales quedan relegadas a la reflexión de una subjetividad ensimismada, descarnada de lo social.

Al interior de ese entramado podemos descubrir un nuevo campo de comprensión de la realidad que nos propone Peirce.

La propuesta del pensador estadounidense se expresa a partir de tres postulados; 1) que el mundo es un universo de signos o portador de signos materiales y no materiales en tanto bajo el paradigma semiótico las cosas siempre representan otras cosas para alguien; 2) que para construir conocimiento, el científico o un sujeto cualquiera debe partir de una observación abstractiva (método) que le permita hacer distinciones entre los caracteres de los signos y adquirir la capacidad para leerlos, combinarlos (comprensión); 3) que el científico realiza generalizaciones a modo de leyes que dictaminan lo que deberían constituir los caracteres de los signos con el fin de que el sujeto sea capaz de extraer un aprendizaje a partir de la experiencia y no a partir de normas y/o verdades pre-establecidas. Por tanto, es la atribución de sentido de algunos signos, seleccionados por el sujeto lo que puede convertirse en un texto semiótico que sea capaz de darle sentido a la realidad (Zelis et al.,2000).

Este trabajo es parte de una investigación que explora el pensamiento Peirceano que en este caso se detiene en la abducción como estrategia de aprendizaje en el campo de la investigación en la Educación Superior y en particular en Comunicación. Peirce propone el método abductivo como una alternativa para aprender a investigar paralelo a los métodos clásicos de deducción e inducción. En esta oportunidad junto con exponer los conceptos fundamentales con respecto al discurso peirceano, se presenta un caso en el aula en que se aplican los procedimientos de la abducción para estimular y desarrollar un espíritu investigativo.

Cómo hacer las ideas claras y precisas, o cómo poner a prueba las ideas a través de la acción.

“Un hombre joven necesita una educación física y una educación estética, una educación en los modos del mundo y una educación moral, y con todas éstas, la lógica no tiene nada que ver en particular; pero en la medida en que necesita una educación intelectual, es precisamente la lógica lo que necesita; y tanto si está en un aula o en otra su propósito último es mejorar su capacidad lógica y su conocimiento de los métodos” (CP 7.68, 1882).

Hoy, aparecen ante nosotros nuevas matrices de pensamiento que recuperan esta tensión entre conocer y significar, entre la razón y la emoción, entre lo cuantitativo y cualitativo con la consecuencia lógica de habilitar cambios de perspectivas y visualizaciones diferentes del mundo, una vez más, constatando el retorno a la particularidad de la experiencia del sujeto y la recuperación de la corporalidad en los procesos de construcción de conocimiento. Aún más, la semiótica de Peirce a diferencia de la de Saussure, no es sólo un método de análisis, sino una forma específica de pensar (Vidales, 2010:66).

En este sentido, la pregunta que motiva la reflexión es ¿Cuál es la primera cosa que provoca el deseo de aprender?, Peirce, (1998:6), señala que es la insatisfacción de no saber lo que se debe saber.

Según Espejo (2008), cualquier sujeto que se enfrenta a un hecho de naturaleza poco comprensible al intentar elaborar una explicación aparecen diversas posibilidades metodológicas como la deducción, la inducción. Sin embargo, ¿cuál es el mecanismo que lo lleva a enfrentarse a algo que le resulta extraño? Habitualmente, graficada en una “tincada” permite elaborar una hipótesis explicativa siguiendo una ley general y que Peirce asocia a la abducción.

Según Peirce (Aliseda, 1998), el pensamiento es un proceso dinámico que transita entre la duda y la creencia naturalizada. En efecto, la creencia aparece luego del asombro que nos interpelan los hechos y se decanta en la expresión de algo ya descubierto. Sin embargo, Peirce, se refiere no a una creencia, sino a un estado de creencias, que remiten a una acción que provoca al sujeto. Entonces ¿qué hace el sujeto? Construye hipótesis a partir de experiencias personales que lo llevan a plantear teorías o ideas plausibles desde sus experiencias. Es justamente a partir de lo observado por alguien en su entorno que se construyen procesos creativos que Peirce llamó abducción y que a juicio del mismo teórico dicho proceso, a diferencia de la deducción e inducción permite ampliar la mirada. La abducción puede ser entendida como un salto del pensamiento, dicho de otro modo, el sujeto puede obtener información a partir de un quiebre que posteriormente, provoca ese salto productivo. Peirce lo asocia a la hipótesis abductiva y su construcción.

Partimos de la base que los seres humanos tienen la capacidad innata de formular un problema, conjeturar hipótesis ante dudas que lo provoquen, por tanto, se debe romper con el mito de la epistemología cartesiana y partir justamente de aquellas “incapacidades” que al decir de Peirce nublan el entendimiento. Así tenemos la posibilidad de comenzar a pensar, pues sólo mediante la problematización de la realidad es como se va construyendo la historia del pensamiento social y personal y se genera conocimiento.

Por tanto, el sujeto llega a la hipótesis abductiva siguiendo la huella entre el pensamiento deductivo e inductivo (Peirce, 1970). Al decir de Moreno et al (2012:183) el primer concepto aparece como parte de un antecedente que proviene del hecho sorprendente y se convierte en una premisa (abducción), más tarde aparece un consecuente que se desprende del hecho (deducción) y finalmente, es el sujeto cognoscente quien llega al terreno de la probabilidad cuando reúne a los dos anteriores (inducción). De ese modo como método, la abducción permite el acceso al conocimiento, el acceso a nuevas ideas, que aunque no otorga seguridad, se convierte en una posibilidad, tal como lo señala Gorlée citado por Vázquez, L. (2009), la abducción tal como la caracterizó Peirce, desborda con creces los límites de las meras conjeturas e incluso es la responsable del desarrollo intelectual y del progreso científico.

Como ya lo habíamos sugerido, según Peirce es imposible pensar sin signos en tanto, éste siempre está en lugar de otros signos cuyo sentido es siempre para alguien en alguna cualidad. Incluso cuando nos pensamos a nosotros mismos, en un momento, nos manifestamos como signo. Entonces el pensar es una actividad sígnica que involucra y se relaciona con la capacidad de representación que hacemos de la realidad vivida. Por tanto, la acción de pensar tiende a superar un estado de duda, que se origina a partir de una creencia que finalmente orienta nuestras acciones, pero ¿a qué se refiere la creencia?

Peirce señala que la creencia es un estado mental consciente que nos predispone a actuar de una manera determinada, en un contexto determinado, cada vez que se requiera. Ahora bien, la pregunta es: ¿cómo llegamos a la creencia?. A la creencia llegamos producto de un conocimiento adquirido que resulta de un razonamiento. En efecto, lo que habitualmente hacemos es elaborar preguntas usando nuestras creencias, tratando de buscar un camino posible para una respuesta a ese fenómeno que sin duda tendrá un carácter

interpretativo porque no tenemos certeza. La habilidad de interpretar, característica de nuestra visión mamífera, se ve enriquecida por el uso de la imaginación y la creatividad, que nutren la forma en que el sujeto accede al conocimiento mediante su experiencia, apoyado por estas capacidades, proceso que se ejecuta con la abducción.

El pensamiento peirceano permite recuperar la noción de experimentación y no reducir la dimensión discursiva al plano lingüístico-verbal formal, pues de lo que se trata es de buscar siempre la refutación de lo que pensamos, poner a prueba las creencias prestando atención a las ideas opuestas (Putnam, 1999:116) en la experiencia.

Si atendemos a los textos de Peirce sin duda que la preocupación fundamental que lo motivó fue de orden epistémico. Al decir de algunos estudiosos, su pensamiento arranca desde la revisión de los principios cartesianos, constituyéndose en uno de sus principales críticos dado que la educación sigue anclada en la lógica del signo, por tanto, prevalece la deducción e inducción buscando la relación causa-efecto. Todas las ideas expuestas en este texto avanzan hacia una hipótesis fundamental: El desarrollo de los estudios Peircianos son importante porque permiten transmutar la teoría en método, abriendo espacios hacia la hipótesis en un nuevo marco teórico del entendimiento de los signos. Las implicancias de este giro epistémico en las ciencias sociales y humanidades es poner de relieve el lenguaje, ya no en su carácter de dispositivo , sino en su relación directa con del sujeto, la acción, la analogía , el pensamiento crítico y la creatividad, cuestiones que no se pueden explicar mediante causas –efectos. "Resulta casi imposible concebir que la verdad pueda no ser absoluta; y sin embargo, la verdad del hombre nunca es absoluta, porque la base del hecho es siempre la hipótesis" (W 1: 7, 1854).

Hay en este texto tres ideas que Peirce nunca abandonó: la idea de que todo conocimiento humano es falible, la idea de que hay algo como la verdad absoluta y la idea de que no puede haber conocimiento sin hipótesis. Más aún, esas tres ideas siempre permanecieron inseparables en su pensamiento: todo conocimiento nace de la hipótesis y, aunque toda hipótesis sea esencialmente falible y por tanto, sea el eslabón más débil de toda investigación, es el único camino que puede llevarnos a la verdad.(Debrock,G,1998)

Así es como el sujeto llega a la hipótesis abductiva cuando realiza el tránsito entre el pensamiento inductivo y el deductivo (Peirce, 1970). Al decir de Moreno (2012)

respecto al primer concepto, este se caracteriza porque parte de un antecedente que proviene del hecho sorprendente y se convierte en una premisa (abducción). Seguidamente, aparece un consecuente que se desprende del hecho (deducción). Finalmente, el sujeto cognoscente se encuentra en el terreno de la probabilidad cuando reúne el consecuente y las consecuencias del hecho (inducción).

La formulación de la hipótesis la integran un conjunto de reglas de ese modo primero se debe discutir antes de explicar las observaciones que atestiguan su verdad, situación que exige aventurar una serie de preguntas en relación con el posible resultado de la hipótesis predictiva; segundo, las semejanzas del objeto o fenómeno deben tomarse al azar, pues ello permite no quedarse en un tipo particular de predicciones, sino abrir la mente y por último, se considera los fracasos y los éxitos de las predicciones las que deben señalarse de forma franca e imparcial, en tanto, la hipótesis es dinámica se va modificando y ampliando de acuerdo a la postura de quien, se propone aprender de los errores de la ciencia y los de su experiencia. Este principio conlleva a la pregunta “¿cuál es la primera cosa que supone el deseo de aprender?” (Peirce, 1898, p. 6), señala que es insatisfacción, sobre todo cuando surge de un estado de conocimiento al que no podemos nombrar o acceder.

En relación con los hechos existen “tres elementos esenciales de una red de caminos, como son: un camino con relación a un término, conexiones de caminos y ramificaciones” (Pierce, 1903, p. 11). Esto equivale a decir que “las tres categorías fundamentales del hecho son: hechos acerca de un objeto, hechos acerca de dos objetos (relación), hechos acerca de varios objetos (hecho sintético)” (Pierce, 1903, p. 11). Asimismo, cuando nos muestra las reglas para la formulación de la hipótesis también aparece otro criterio didáctico. Sus advertencias se pueden traducir en aquello que la pedagogía de la comunicación y los didactas denominan la ecología del aula. Nos referimos a una pedagogía basada en el diálogo razonado, el respeto a las ideas del otro y el estímulo a la creatividad de los estudiantes. Estas recomendaciones de Peirce le otorgan razonabilidad al método abductivo y justifican su importancia en los aprendizajes de investigación a los que pueden acceder los estudiantes y el docente (Moreno, 2012)

Tanto el currículum, la didáctica y la evaluación se pueden nutrir del modelo Peirciano, en la medida en que logren madurar una concepción del sujeto, que incluya su experiencia personal, su pensamiento íntimo, a la vez que se proyecte hacia el entendimiento de lo colectivo y social. En este sentido, el aprendizaje significativo no se logrará nunca a gran escala si no somos capaces de incluir al sujeto en nuestros marcos teóricos, de ahí la relevancia de saber cómo traducir la hipótesis abductiva en una estrategia didáctica para la enseñanza de la investigación en la universidad.

Afortunadamente lo anterior se justifica en que el esquema inferencial de Peirce y su reivindicación de la lógica abductiva no explican únicamente el ciclo duda-conclusión, sino que relativiza la función de la verdad pragmática, extendiendo la comprensión hasta hacerla tocar el pensamiento lateral y crítico. Cuando se habla de la autocorrección de la hipótesis, nos ubica en sus relaciones con el proceso metacognitivo del estudiante. Dado que es necesario ajustar lo dicho ante el grupo, lo consultado en fuentes primarias y secundarias, lo vivenciado con el fenómeno u objeto de estudio se convierte en un ejercicio que fortalece los puntos de vista de los estudiantes, eleva su autoestima y, sobre todo, les enseña que el pensamiento y la ciencia tiene una razón social y evolucionan en busca de un bienestar personal y social.

Este horizonte puede empezar a poner en duda e intentar cambiar las estrategias de aprendizajes. Si partimos de la base que el conocimiento siempre entraña una novedad, y que supone averiguar algo que no conocemos a partir de lo que ya conocemos, entonces se debe reflexionar sobre la creatividad ; debe hacerlo, por supuesto, sobre los resultados que muestran otras disciplinas como la psicología, pero teniendo en cuenta que esos resultados serán siempre limitados y fragmentados. Hace falta una reflexión más global y profunda acerca de ese fenómeno que interesa a casi todos, pero que en muchas ocasiones no se ha tratado con el suficiente rigor.

Desde esta perspectiva, el pensamiento del científico y filósofo norteamericano Charles S. Peirce ofrece un buen punto de partida para reflexionar sobre esta cuestión. La interdisciplinariedad, el enraizamiento vital de la filosofía, el discurso filosófico salpicado de imágenes, de referencias a otros ámbitos que no sean el estrictamente reflexivo, la arquitectónica de un sistema en la que todo enlaza con todo, son características que

encontramos en Charles S. Peirce. Su pensamiento abarca los ámbitos más diversos y tiene en cuenta la experiencia vital. En él se funden además un rico conocimiento de la tradición filosófica y de la historia de la ciencia junto con una valiosa experiencia personal como lógico e investigador científico, y si algo puede decirse de la vida y obra de Peirce es que fue "creativa". Se puede por tanto, desde Peirce, tratar de desarrollar una filosofía de la creatividad firmemente enraizada en la experiencia y abierta al diálogo y a las interpretaciones que puedan ayudar a trazar un retrato de la creatividad y de su papel en la vida humana lo más completo y riguroso posible.

Las unidades profesionales de enseñanza, en todos los niveles y disciplinas, tienen la obligación de entregar una experiencia de aprendizaje que a niñas y niños, jóvenes y adultos, acerquen al entendimiento de lo oscuro y complejo de su propio mundo.

Como hemos declarado al comienzo, la segunda parte de este texto predica con el ejemplo. Para ello expondremos una experiencia de docencia en la cual la abducción funciona como motor metodológico y crítico para construir conocimiento.

II. La ciudad detrás del ojo: estructura y objetivos.

La ciudad detrás del ojo es una asignatura de acceso universal (cualquier estudiante puede tomarla), y ha sido impartida exitosamente en la Universidad de Concepción en calidad de complementario durante 9 semestres seguidos desde el año 2012. Recientemente ha pasado la cifra de 400 alumnos aprobados, de casi 40 carreras diferentes. Esta asignatura al alero del Centro de apoyo al desarrollo del estudiante (CADE), organismo dirigido por María Teresa Chiang y creado por Dirección de Docencia, para ayudar a un grupo de estudiantes en los diferentes procesos de inducción universitaria, realizando un acompañamiento activo tanto en lo personal y como en lo académico. Su programa de trabajo se dirige, principalmente, a estudiantes que pertenecen a segmentos socioeconómicos bajos y tienen un buen rendimiento académico.

Se considera imprescindible resaltar que este proyecto de asignatura apareció en respuesta a una preocupación que muchos profesores experimentan como un dejá vu naturalizado y de la cual cuesta hablar sin frustración: la educación formal, en todos sus niveles y ensamblajes, no está siendo capaz de incluir junto a la batería de conocimientos

específicos, los presupuestos lógicos mínimos que necesita un estudiante, un aprendiz, para articular procesos de comprensión simbólica, imprescindibles en la construcción del conocimiento. Un ejemplo acotado y gravitante para la enseñanza terciaria es la capacidad de producción de textos escritos, académicos y no académicos. Los problemas derivados de esta tragedia contingente son enormes y vistos en perspectiva parecen ser absolutamente prioritarios en la escena, que han abierto las calles, sobre el qué y el para qué de la educación.

En ese marco esta asignatura pretende fortalecer las habilidades de comprensión y producción textual sin importar de qué carrera provengan los estudiantes, con la perspectiva de estar asumiendo un desafío propedéutico para la inmersión disciplinaria. Como el tamaño del problema se extiende a todas las áreas, se tuvo que asumir responsablemente las dificultades y retos que presuponen pensar el problema únicamente desde las artes y ciencias del lenguaje. La filosofía y la lógica, la historia, la zoología, la estética, por hacer una lista rápida, algo tendrán que aportar con su experiencia comprensiva.

Con cada nueva versión, la asignatura rectifica y ratifica los puntos más débiles, además de las fortalezas que, con el tiempo, se fueron haciendo más evidentes. En los siguientes apartados se expone un relato cronológico de eventos y estructuras, de un caso particular de trabajo en metodología que pretende mejorar habilidades generales del pensamiento reflexivo y crítico, relacionando el conocimiento sobre la teoría del lenguaje, de la mente y de la naturaleza, bajo el ojo iluminado del cine.

Pensando por primera vez el curso: Inducción (Realidad, Resultado, Regla)

El diseño de la asignatura de comprensión textual. Las dimensiones del problema motivaron a juntar los fragmentos que se había coleccionado prematuramente e intentar la síntesis sobre el entendimiento de palabras e ideas. Se decide incluir la imaginación, según su experiencia como estudiante, lector y escritor constante, un espacio de aprendizaje donde se pudieran desplegar y problematizar las estructuras y formas del conocimiento de tal manera que los jóvenes pudieran ver la función del texto antes que la estructura del texto. La formación académica indica que la pragmática era un punto irreductible de materialidad para la comunicación. Leer debía abrir paso a una simbiosis de recuerdos y eventos novedosos en la experiencia presente. ¿Quién podrá negar el flash de impresión en el uno

mismo en la hora exacta del aprendizaje, experimentando la aceleración corporal del darse cuenta? La primera idea fue generar un esquema de conversaciones en torno a textos donde, clase a clase, pudiéramos pensar sobre la función del lenguaje que este o aquel desplegaban, creando un puente práctico entre el entendimiento como tema y la escritura como método. Para ello se acordó realizar un ejercicio de combinación que incluyó, ideas, deseos y también autores más queridos y estudiados.

Paralelamente al currículum formal sobre teoría literaria y las asignaturas teórico/prácticas de didáctica y currículum, la psicolingüística comenzó a llamar la atención, pues las hipótesis relacionadas con el cerebro, la mente y el lenguaje incrementan el sentido de urgencia que la comprensión textual debía entenderse para el logro mínimo de los objetivos docentes y universitarios. A esas alturas, se hizo evidente que para alcanzarlos, los estudiantes debían poseer las herramientas suficientes que garantizarán una comunicación satisfactoria, tanto oral como escrita.

Por otro lado, las teorías de la corporeidad y la metáfora permitieron ver un cuerpo comunicándose y dejando huellas de su transformación simbólica. La acidez, dulzura o amargura del carácter en conversaciones cotidianas sobre la personalidad dejaron de ser coincidencias. Empezó aparecer cada vez más urgente el problema de la interdisciplina, la comprensión como el punto cero del aprendizaje y la escritura como una experiencia concreta que dibuja una península fundamental en las costas de la comprensión. En efecto, el aprender a escribir permite solidificar ideas para el futuro, traduciendo estéticamente la fugacidad mágica del pensamiento y el desvanecimiento oral de la voz.

Por tanto, fue necesario realizar y responder las hipótesis, las preguntas más problemáticas que el fenómeno desborda, magnetizando ideas que puedan atraerse entre sí e iluminen la escena pensable y medible de la comprensión humana en el contexto de la educación formal.

El primer fruto que se fraguó en esas clases duró dos generaciones. Luego de un año, aquellas reglas que se había establecido comenzaron a tambalear. Nuevas lecturas, experiencias, pensamientos y conversaciones, permitieron enriquecer la duda hasta hacerla insoportable. Tanto el currículum, como la evaluación y la didáctica del curso se vieron afectados por la tectónica de las propias contradicciones. No sólo el contenido y el método

de la asignatura me parecían insuficientes, también el nombre. El esquema entró en una crisis sistémica.

Pensando por segunda vez el curso: Deducción (Regla, Caso, Resultado)

La asignatura no comenzó llamándose “la ciudad detrás del ojo”. Su primer nombre fue “Comprensión y Producción Textual”. La justificación de un nombre tan descriptivo se sostenía en la necesidad de convocar a los estudiantes con más problemas en el área (que en realidad son la mayoría de los estudiantes) exponiéndoles un título que sugiriera una solución frontal e infalible en una cultura tradicional. El curso, al igual que el nombre, estaba organizado en secuencias de conceptos lingüísticos que iban siendo relacionados entre sí por un profesor ilusionado en que de esa forma se crearía una conciencia lingüística sobre los usos orales y escritos de la palabra y así, espontáneamente, mejoraría la capacidad de comprender un texto. Obediente de mi formación, ubiqué el signo como unidad mínima del lenguaje, incluyendo la controversia respecto del lugar que le disputa la idea en el esquema de la comunicación. Lo interesante era encontrarle un sentido a pensar en el signo y en el símbolo como recursos de la vida cotidiana de la mente. De a poco comenzó a hacerse explícito que a los estudiantes no les bastaba con el signo o símbolo como palabra para entender la comprensión, necesitaban una explicación para la aparición de la idea.

La necesidad de dar solución a esa pregunta hizo volver a los pensadores más profundos, los estudiantes tendrían que saber algo de esto incluso sin nombrarlo. Ocurrió que en vez de mostrar lo textual directamente, tenía que hacer una asignatura de lenguaje que juntara conocimientos interesantes de lingüística que resulte asombroso. De ese modo se generó una planificación temática que resultó motivante para alguien aprendiendo de cualquier ciencia o arte. Por tanto, se incluyó la complejidad de la metáfora y la metonimia, la estructura profunda de los idiomas, los vínculos entre la sintaxis y la computación, la filosofía del lenguaje, las estructuras de la poesía, la narratología, entre otras). Se les hizo leer autores del mundo de la literatura, que les fueran familiares y no tanto, para que junto con estimular su conciencia sobre la creación y la escritura (Edgar Allan Poe, Macedonio Fernández, Juan Emar, Cortázar y otros) pudieran saber y sentir que crecía su banco cultural.

Pero, aún se intuía que era todavía muy teórico. Iba a ser una galería de eventos poco prácticos y se alejaba del objetivo central: las habilidades concretas. Algo reclamaba que se confiara más toda vez que se releva la importancia que debe darle un profesor, una profesora, a trabajar primero en una metodología clara de aprendizaje para cada asignatura, y que ésta debía albergar un esquema de conocimientos o habilidades, que la teoría en contextos de docencia debía adaptarse a las maneras particulares de ocurrir de las personas que componen los cursos. Esto, siempre unido, a la inevitable satisfacción de magnetizarse por lo que a uno le apasiona.

Se hizo evidente, que la estructuración de las clases entonces debía ofrecer un plano progresivo de habilidades y también de conocimientos que hicieran necesarias las escenas concretas de escritura. Poco a poco, de entre los autores, empezaron a sobresalir Peirce, Bajtín y Bachelard. Sus intuiciones sobre una posible correlación entre ciencia del signo artístico y científico sensibilizaron susurros entre el símbolo y el sentido. La ciencia y el arte empezaron a hermanarse en algún indecible punto. De pronto pareció que el mundo era también un gran texto y que toda la ciencia cuando lograba la magia de escaparse del cuadro conocido se transformaba en arte. Galileo, Newton y Einstein son artistas del pensamiento.

En suma se fue constatando que por más que a los estudiantes se les explicara y les ilustrara lo que era un texto argumentativo, no iba a aparecer la necesidad de argumentar, frente a la teoría del signo no se reflejaba la necesidad de asignar valor, de nombrar. Poco a poco el trabajo planificado sobre el signo empezaron a madurar hacia la teoría del símbolo. Así fue que las miradas más frecuentes empezaron a apuntar a la lógica. El tema debía estar allí, en tanto, lo textual era un fase de un proceso anterior y simultáneo. Que para escribir debía haber alguien pensando bien, y articulando técnicas en favor de esa voluntad.

Mientras tanto, como telón de fondo de este relato, todos los estudios y estadísticas anunciando la fatalidad: entender es una excepción en Chile y son muchas menos personas las que pueden escribir a partir de ello.

Avanzaba el tiempo y me parecía más imperioso perfeccionar el método. El tamaño del problema era absolutamente abrumador. Además de las evidentes atrocidades en

la organización de la economía chilena, se daba una concentración de capital lingüístico y comunicativo en contextos formales.

Cada curso era una realidad diferente y cada clase tenía distintos resultados. Se empezó a privilegiar los textos que les llamaban más la atención, aquellos que los y las entretenían, asumiendo que lo que debía estimular en esos tres meses y medio debía contener una gran cantidad de introducción al autodidactismo.

Se implementó en el curso, la lectura de textos que permitieran conceptualizar la inferencia, las estructuras y macroestructuras textuales, la metáfora y la imagen, la lógica del lenguaje, los actos de habla, la semiótica, el giro pragmático, las diferentes gramáticas, la teoría del ensayo, el texto argumentativo y la teatralidad del debate. Cada una de estas áreas estaba ejemplificada por un texto escrito por un artista de la escritura y, por ende, del pensamiento. Leer debía parecerles una delicia. Esa fue la única forma que se pensó de asegurar que siguieran explorando para generar la independencia intelectual.

No bastaba sostener un aprendizaje en pura teoría textual, había que atrapar la atención de los estudiantes y para ello era necesario incluir en el curso una teoría básica de la persona, del sujeto, una explicación sobre el yo deseante. Los propósitos de la comunicación no se hacen evidentes, ni se pueden desarrollar sus habilidades, si no se pone una atención radical al quién y al para qué del mensaje. Sólo desde un yo se contrasta al otro. Los diferentes tipos de texto que se dan en la vida oral y escrita se sostienen siempre de situaciones pragmáticas y cotidianas de alguien. Resolví que mientras más cotidiana fuera la experiencia teórica, más relaciones analógicas podrían invocar con la escritura.

Los objetivos del curso habían cambiado tanto que el nombre también se transformó. Nació “la ciudad detrás del ojo”. Su nombre crea la sugerencia metafórica de que el mundo, la realidad, la ciudad puede ser pensada como un ojo y al mismo tiempo que es más bien adentro de uno donde se resuelve perceptualmente el mundo. Los cambios me mostraron que lo que yo andaba buscando, en el fondo, debía demostrarles era lo increíble y fabuloso de leer por el placer de pensar e interpretar. Se comenzó a trabajar los relatos, los guiones, los poemas, como objetos curiosos, vivos, que desde el primer momento observan e invitan a la gente descubrir su cuerpo de recuerdos, a mirar los ecos tuyos de su propia melodía.

Exploramos la textualidad y sus frutos como las huellas materiales de la mente de otro que bien puede, además, estar muerto. La trascendencia del tiempo como concepto resignificó para ellos la gravedad de la escritura. Esta estrategia me permitió hacer visible la conciencia temporal que ellos tenían de sí mismos, de sí mismas. La lectura devino en sugerencia graciosa sobre los métodos del pensamiento y lentamente comenzaron a iluminarse palabras relacionadas con la parte secreta de los textos, con su potencial de inferencias.

A la asignatura se le había agregado un ingrediente fundamental: comprender un texto artístico requería concebir la matriz del arte personificado en el que ve, en la que ve y siente, reivindicando la interpretación como una forma de darle cuerpo a la memoria ajena y propia. Cada curso se transformó en una aventura de superación, los mejores resultados se obtenían en la medida en que los estudiantes ganaban autonomía.

Pensando el curso como si fuera la primera vez : Abducción (Regla, Resultado, Caso)

Se consideró importante hacer una pequeña reflexión sobre lo que implicaba mejorar habilidades de comprensión y producción textual en un plazo menor a cuatro meses. A priori la tarea era imposible. Si alguien no ha leído o escrito mucho en su vida parece difícil creer que ello se puede revertir con la brevedad de una sola asignatura. Entender, pone en funcionamiento con seguridad, los dispositivos más profundos del pensamiento, la racionalización lógica y presiento, también un pulso de arrojo interpretativo “salvaje”, de voluntad intuitiva capaz de dibujar el sentido de símbolos y unificarlos en ideas propias. En esa dirección y ante un escenario donde conflictuaban los objetivos de una posición excesivamente teórica, basada principalmente en la antologización de autores/conceptos y los de otro polo que planteaba la necesidad de estimular habilidades tan prácticas como la escritura, se propuso planificar lo avanzado agregándole un nuevo componente a la metodología: el cine. El cine como dispositivo metodológico sólo pudo aparecer cuando se percató cuenta de la facilidad con que este texto complejo, agrupa íconos y símbolos que también son visibles y oíbles, además de un esquema de símbolos comunes entre aquellos que han visto las mismas películas.

Pensar el curso como si fuera una primera vez, incluyendo la experiencia vivida, implicó dar un salto metodológico en lo que refiere al objeto de interpretación, a las diferentes formas que tiene de ocurrir en diferentes personas un mismo texto y más aún, a la necesidad de abordar la comprensión textual como parte de un marco mayor, que incluya la comprensión pragmática, simbólica y crítica del sujeto como principales articuladoras de la construcción del sentido. El signo dio paso al símbolo y el símbolo al sentido.

Descripción del inicio de la metodología, relatando de manera secuencial las diferentes fases que en que los estudiantes expresan sus propósitos en el marco general del aprendizaje.

Secuencia de la metodología

La primera etapa

Es una conversación guiada sobre qué es la naturaleza, cuáles son sus límites y cuáles son los contextos en los cuales ocupamos la palabra que la designa y con qué función. La razón de que este sea el primer concepto dice relación con el tamaño que este tiene para explicar el universo completo, permitiendo abrir así una gama muy amplia de temas como: la maldad, la intuición, el instinto, la condición animal del humano.

- La primera clase es una introducción al fenómeno del entendimiento y la comunicación a partir de la concientización guiada de presentaciones entre nosotros donde cada uno declara un propósito para la clase.
- Cada clase tiene asociado un concepto, un texto escrito, una película/documental y un animal o planta.
- En la segunda clase el concepto es Naturaleza, el texto escrito es “El ingenioso enigma de la abducción” de Guy de Brock, el documental es “Grizzly Man” y el animal es el oso. Al comenzar la clase los estudiantes deben tener leído el texto y visto/oído/leído el documental. El objetivo de la clase será entonces articular una interpretación cinematográfica personal a partir de varias fuentes textuales.

La segunda etapa

- Revisión del concepto de inferencia inductiva propuesta por el texto de Guy de Brock sobre la teoría de Peirce. En este punto se realiza un esquema de su teoría inferencial visibilizando la relevancia que para el autor tiene la hipótesis como una posible resolución del pensamiento, como síntesis del silogismo abductivo y como justificación de la imaginación.

La tercera etapa

- Es un momento de extrañamiento. Allí se expone una breve síntesis sobre la vida mamífera de los osos, contrastando las diferencias entre ellos, dándole primordial atención a las ideas que incluyan la adaptación climática. La conversación tiene la pretensión de que los estudiantes expliquen lo que ocurre en su pensamiento cuando recuerdan o imaginan a los osos.

La cuarta etapa.

- Aquí los estudiantes se distienden explicando lo que vieron y entendieron de la película con el objetivo de que puedan responder si les gustó o no y por qué. La importancia de esta parte es que da pie para iniciar una variada e interesante gama de conversaciones, diálogos, que al tener un concepto, un texto y un metraje asociado, están siendo constantemente suministrados de ideas e hipótesis.

El documental exhibido trata sobre la experiencia de vida y de muerte de Timothy Treetwell, un temerario amante de los osos grizzly que decidió ir a cuidarlos en estado salvaje, renunciando por largos periodos de tiempo a vivir en sociedad. Esta obra nace de un archivo de video que él mismo se grabó y que contiene más de 100 horas de cinta. Es el director alemán Werner Herzog, quien antologa momentos y genera un relato que mezcla visitas, entrevistas y grabaciones antiguas.

Teniendo la base de un concepto que organiza la clase y la conciencia de una herramienta del pensamiento, salimos de allí y comienzan a hablar de los osos. Sugiero los tipos que hay, su alimentación y hábitos, pero en particular y con mayor énfasis comento los climas donde habitan. La idea crítica es contraponer el concepto “naturaleza” y los límites de esta cuando hablamos de “la naturaleza humana”, a partir un eclipse reflexión sobre los grados de agresividad de los depredadores árticos. La idea es generar una conversación colectiva donde los estudiantes puedan abrir hipótesis sobre el porqué de la imposibilidad que tienen estos animales de ser domesticados.

Evaluación

Evaluar es un proceso muy complejo de medición, de pretender registrar y cuantificar las capacidades específicas que una persona tiene para realizar una determinada

acción a partir de un plan de fases, estructuras y funciones. Así como el resto de la secuencia también los certámenes y pruebas han cambiado.

En el tiempo inicial se hacían preguntas de desarrollo donde los estudiantes contestaban ciertas incógnitas de un texto, que dieran cuenta de un reconocimiento de una idea principal y de ideas complementarias. El método de escritura incluía además la necesidad de sintetizar las ideas en palabras exactas. Para ello se utilizó la estrategia de redacción de oraciones temáticas como procedimiento de construcción de sus respuestas en los certámenes.

Luego, se agregó el resumen como método de explicitar la síntesis. Para ello los estudiantes debían construir respuestas a preguntas sobre textos que se transformaran en metatextos de su propia comprensión. La visibilización de la experiencia interior de aprendizaje empezó a tomar preponderancia en la función de la evaluación, incluyendo por supuesto la necesidad de medir lingüísticamente la ejecución adecuada de procedimientos, más allá de si su interpretación los y las llevaban a “soluciones correctas”.

Finalmente, la evaluación se convirtió en una nueva experiencia de aprendizaje, pues se decidió que los estudiantes deberían tener un propósito para escribir que fuera distinto al solo hecho de que los estuvieran evaluando para calificarlos y hacer un ranking con sus nombres.

La estrategia de incluir al cine como experiencia textual interpretable libremente, pero sobre la cual se puede pensar y también escribir cambió la naturaleza misma de la evaluación. Hoy, el certamen final se trata de escribir una carta a un nieto o nieta del futuro en la cual deban recomendarle la visualización de la última película que revisamos en la clase antes del certamen. Los requisitos de la confección de la carta siguen estando en el marco de la producción de ideas principales, de oraciones tópico pero se agregó en esta última etapa de metamorfosis del curso una aplicación del verbo versionar. Los estudiantes debían comprobar que podían crear un propósito de escritura, relacionarlo con otro texto. La idea es manufacturar un texto con claras exigencias de síntesis y finalmente hacer versiones más pequeñas de ese mismo texto, conservando las ideas principales, de los párrafos, pero reduciendo las palabras a una sola oración, que pueda servir de título para la carta. Este ciclo de escritura permite tener el registro de un patrón de síntesis, y

transformación que agrega a la calificación un objetivo prioritario: el aprendizaje y la metacognición del mismo.

Inferencias a modo de conclusiones

Como se puede inferir, esta asignatura integra asignaturas la filosofía, la lingüística, la literatura y el cine en un solo procedimiento. Cada elemento es complementario al otro en la medida en que se organiza un cuadro temático y procedimental de diálogos y ejercicios de escritura sintética. Expresión gráfica de la interdisciplinariedad.

El cine es el dispositivo que está más cerca de la realidad cotidiana de nuestros estudiantes. Las nuevas generaciones nacen viendo películas, combinando textos, imágenes y sonidos. Parece pertinente aprovechar las ventajas del cine en el concierto metodológico a sabiendas de que junto con ser un texto interpretable, dinamiza y enriquece la posibilidad de ejemplificación que podamos tener como recursos para hacer clases.

Posibles ventajas de considerar esta metodología para iniciar procesos de investigación .

- Explicita la condición pragmática y cotidiana del texto y de la comprensión como fenómeno del entendimiento.
- Diversifica las fuentes de interpretación contingente, enriqueciendo con posibilidades las hipótesis abductivas de los estudiantes.
- Crea espacios donde el pensamiento se mire a sí mismo, mejorando la capacidad para la autoexploración y el desarrollo del autodidactismo.
- Ocupar el cine como herramienta que refleje y evidencie las relaciones analógicas del pensamiento con el arte.
- Ubica a la hipótesis abductiva en el centro del fenómeno de aprendizaje con el objetivo de superar el frustrante y memorístico esquema inductivo-deductivo que refuerza más la repetición que la creatividad.
- Logra resignificar de manera práctica la errónea y todavía muy frecuente creencia de que los textos son todos escritos, reubicando la oralidad del habla como primera fuente de textos, donde la palabra aún no ha sido domesticada o madurada por la sintaxis escrita. Este giro también modifica la percepción que los estudiantes tienen con respecto a la escritura.

- Permite visibilizar que los textos son emanaciones de un proceso de comunicación que siempre es interpretado por alguien y que su experiencia y la situación definirán su comprensión.

Bibliografía

Aliseda, A. (1998), "La abducción como cambio epistémico: C.S.Peirce y las teorías epistémicas en inteligencia artificial", *Analogía*. **12**: 1-14

Barthes, R. (1985). La aventura semiológica. Buenos Aires: Editorial Paidós.

Castañares, W. (2014) Historia del pensamiento Semiótico. 1 la antigüedad Grecolatina. Madrid. edit. Trotta.

_____ (1994) De la interpretación a la lectura. Madrid IBEREDICIONES, S.L

Deely, J. (2006). History of Semiotics. Encyclopedia of Language & Linguistics, 2nd Edition. London: Elsevier, pp. 216-229.

Fabbri, P. (1998). El Giro Semiótico. Barcelona: Editorial Gedisa.

Eco, U. [1976] (2000). Tratado de Semiótica General. España: Lumen.

_____ (1981) Lector in Fábula. Barcelona. Edit. Lumen S.A

Espejo, R. (2008). Revista de observaciones filosóficas.

<http://www.observacionesfilosoficas.net/> Adolfo Vásquez Rocca [Director] | Daniel Vásquez [Diseño] - Hosting y Dominio: DanoEX |

Moreno, M.; Carvajal E; Arango, Y. (2012) la hipótesis abductiva como estrategia didáctica de investigación en el aula. Ikala, revista de lenguaje y cultura. vol.17, núm.2, mayo-agosto, 2012, pp 181-197. Universidad de Antioquia.

Santos, D. (2005) Un análisis paradigmático de los aportes de F. de Saussure y N. Chomsky al campo de los estudios del lenguaje. *Forma y Función*, (18), 215-228.

Peirce, C.S. Collected Papers, vols. 1-8. C. Hartshorne, P. Weiss y A. W. Burks (Eds.), Harvard University Press, Cambridge, MA, 1931-58. (CP)

Saussure (1967) Curso de Lingüística General. Buenos Aires. Losada.

Putnam,H. (1999) El pragmatismo. Un debate abierto. Barcelona. Ed. Gedisa.p. 116

Vásquez,L.(2009) La abducción como alternativa del método científico en la educación superior.El presente artículo se basa en algunos planteamientos presentados en el capítulo II de la monografía titulada: De cómo los procesos abductivos posibilitan la investigación formativa en Educación Superior. Uni/Pluri/versidad.Vol.8. N° 8. Universidad de Antioquia. Colombia.

Vidales, C. (2008). Semiótica y comunicología, el desarrollo de una fuente histórica y científica: recuentos, problemas y rutas posibles. Razón y Palabra N°. 61, marzo de 2008. Recuperada el 7 de enero de 2015.

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/evidales.html>.

Zelis, O;Pulice,G;Manson,F. (2000). La lógica en Peirce: Algunas herramientas conceptuales de interés para la investigación y el psicoanálisis.El presente texto forma parte del capítulo II del libro Investigación $\Diamond$ Psicoanálisis:de Sherlock Holmes, Peirce y Dupin a la experiencia freudiana. Edit. Letra Viva; Buenos Aires.

Concepciones de los estudiantes de comunicaciones respecto de la matemática en el contexto de la evaluación del rediseño de un taller de razonamiento matemático y Excel

Communications students' conceptions regarding mathematics in the context of assessing the redesign of a workshop on Mathematical Reasoning and Excel

Dra. Elizabeth Parra Ortiz
Universidad de Concepción ¹²²
elparra@udec.cl

Mg. Nicolás Barría González.
Universidad de Concepción.
mochini88@gmail.com

Abstract

This study main goal was to meet the sense that communications students give to mathematics in the context of an educational intervention called Mathematical Reasoning Workshop and Excel, and so, to review the impact on the student experience. All this in the context of the Entrepreneurship and Leadership course, second-year undergraduate careers in cinema, journalism and advertising at the Universidad del Desarrollo in Santiago, Chile.

For purposes of this study it was defined work methodologically with a qualitative approach to research as it sought to understand human behavior from the framework of who acts in a particular reality.

The research orientation in Symbolic Interaction and corresponds to the purpose of this study is to observe how students construct meaning through their interactions in the classroom, and how from there, guide their behavior.

¹²² Este trabajo es parte del proyecto de investigación financiado por la Universidad de Concepción y dirigido por la Dra. Elizabeth Parra de carácter asociativo N° 213.174.006 - 1.0 denominado *Cartografía de las Investigaciones Semiótica en Chile* y que en esta oportunidad fue invitado el © Nicolás Barría por su trayectoria académica peirceana.

Among the conclusions, it was established that students, despite the bias presented on their aversion to mathematics, are able to acquire mathematical knowledge and modify their predisposition towards it, as long as the tutor or teacher, is highly competent in terms emotional and affective. The level of importance given to the discipline of mathematics in the future employment of students and how they choose to be excluded from positions of prestige due to the rejection of mathematics and the many prejudices that were collected around also relieves it.

Key words: *mathematics, aversion to mathematics, affective mathematics, communications and mathematics.*

Resumen

El presente estudio tuvo por objetivo principal conocer el sentido que los estudiantes de comunicaciones le otorgan a la matemática en el contexto de una intervención pedagógica llamada **Taller de Razonamiento Matemático y Excel**, y así, revisar el impacto en la experiencia de los estudiantes. Todo esto en el contexto de la asignatura Emprendimiento y Liderazgo, de segundo año de pregrado de las carreras de cine, periodismo y publicidad en la Universidad del Desarrollo, en Santiago de Chile.

Para efectos de este estudio se definió trabajar metodológicamente con un enfoque cualitativo de la investigación ya que se buscó conocer la conducta humana desde el marco de referencia de quién actúa en una realidad particular.

La orientación seleccionada para la investigación corresponde al Interaccionismo Simbólico ya que la finalidad del presente trabajo es observar cómo los estudiantes construyen significado a través de sus interacciones en el aula, y cómo a partir de ahí, guían sus comportamientos.

Dentro de las conclusiones obtenidas se pudo establecer que los estudiantes, a pesar del prejuicio presentado sobre su aversión hacia la matemática, son capaces de adquirir saberes matemáticos y modificar su predisposición hacia ella, siempre y cuando el tutor o profesor, sea altamente competente en términos emocionales y afectivos. También se releva el nivel

de importancia dada a la disciplina de la matemática en el futuro laboral de los estudiantes y de cómo se opta por quedar al margen de posiciones de prestigio debido al rechazo hacia la matemática y los múltiples prejuicios que se recogieron en torno a ella. 5

Palabras clave: matemática, aversión a la matemática, afectividad en matemática, comunicaciones y matemática.

Contenido del estudio

El presente trabajo intenta develar el sentido que los estudiantes le otorgan a la matemática en un **Taller de Razonamiento Matemático y Excel (TRME)** realizado en 2013 y 2014 para los estudiantes de segundo año de Cine, Periodismo y Publicidad de la Universidad del Desarrollo, en Santiago, Chile.

El diseño de la intervención pedagógica fue concebido con la finalidad de mejorar la calidad de los aprendizajes matemáticos de los estudiantes, lo cual implicó una intervención piloto durante el año 2013 y el rediseño y evaluación de la misma intervención en el año 2014, en la asignatura Emprendimiento y Liderazgo. Las conclusiones se presentarán más adelante.

El estudio intentó explorar y develar el sentido que los estudiantes le otorgan a la matemática, la predisposición afectiva hacia ella y la adquisición de saberes matemáticos en el **Taller de Razonamiento Matemático y Excel**, en adelante **TRME**.

Se utilizó una metodología de investigación cualitativa con la finalidad de describir con la mayor riqueza posible los fenómenos que emergen de la realidad observada.

Se abordan aspectos asociados a la afectividad en matemática, dificultades en la matemática, el fenómeno de la aversión hacia éstas y su efecto en la selección de una profesión, la adquisición de saberes matemáticos y, por último, la disposición inicial y final hacia el **Taller de Razonamiento Matemático y Excel (TRME)**.

La propuesta de evaluación del rediseño del **TRME** es una intervención pedagógica que se sostiene sobre la convicción teórica, y también empírica, de que un

porcentaje importante de estudiantes que ingresan a las carreras de cine, periodismo y publicidad se perciben a sí mismos con pocas capacidades para adquirir aprendizajes matemáticos. En este sentido, Orozco y Díaz (2009) señalan que respecto al fracaso en la matemática “el fenómeno (de fracaso) es más notorio en las carreras del comportamiento humano y social en donde se producen excesos en deserción, repitencia y bajo rendimiento en las asignaturas de formación básica de competencias matemáticas. Estos excesos se reportan como indicadores negativos de desempeño de estudiantes, docentes, instituciones y los mismos son frecuentemente vinculados a la desmotivación del aprendiz hacia la matemática”. Por otra parte, Edward O. Wilson (2012) en una conferencia TED¹²³ refuerza la idea de las consecuencias de la resistencia a las carreras matemáticas: “Durante 41 años enseñando biología en Harvard, observé con tristeza a estudiantes brillantes dar la espalda a la posibilidad de una carrera científica o incluso a tomar cursos de ciencia no obligatorios porque temían fracasar. Esta fobia a las matemáticas priva a la ciencia y a la medicina de una enorme cantidad de talentos absolutamente necesarios”. Asimismo, y siguiendo a Picado (2012), se debe tener en cuenta que el temor a las matemáticas es un factor relevante en la selección de una carrera, incluso el autor habla de la existencia de una “fobia” a la matemática, es decir, sujetos que han desarrollado una profunda e irracional aversión hacia esta disciplina. Por último, según estudios de UNESCO (2010) y de OCDE (2014): “Año tras año disminuye el número de jóvenes que optan por itinerarios formativos en el ámbito científico, tecnológico y matemático”. En dichos estudios se informa que esto ocurre tanto en países desarrollados como en los no desarrollados, lo cual impacta fuertemente en el desarrollo tecnológico y científico de las naciones.

Con respecto a la aversión o rechazo hacia la matemática en la institución en la que se enmarca el presente trabajo, se ha constatado que en las entrevistas o actividades en que los potenciales estudiantes solicitan conocer las carreras¹²⁴ es muy frecuente que pregunten si en las mallas curriculares están incluidas asignaturas con contenidos matemáticos. Esto último está en línea con el hecho de que se ha verificado un descenso

123 TED es una conferencia online sin fines de lucro que busca expandir ideas dignas de difundir. Sus siglas significan: Tecnología, Entretenimiento y Diseño, en inglés Technology, Entertainment and Design. www.ted.com

124 Las personas a cargo de la Coordinación de Admisión de la Universidad del Desarrollo.

importante en la elección de carreras de ciencias, tecnologías, ingenierías y matemáticas (CTIM) especialmente en Europa, y también a nivel mundial, y que se sustenta bajo las pruebas PISA y ROSE (Rocard, Csermely, Jorde, Lenz, Walberg y Hemmer, 2007) y otros estudios (PISA y ROSE). Por ejemplo, el proyecto ROSE (*Relevance of Science Education*) que es un estudio comparativo internacional que pretende identificar los factores afectivos cruciales para el aprendizaje de la CTIM en estudiantes de 15 años (Vázquez y Manassero, 2007). Entre los rasgos valorados más negativamente aparecen la escasa intención de elegir una profesión relacionada con CTIM, la poca incidencia de la ciencia en la educación del sentido crítico y la dificultad percibida del aprendizaje.

Por otra parte, se ha indagado sobre la invisibilización o negación de las matemáticas en las carreras de las ciencias sociales (Vásquez-Alonso et al, 2013), las cuales, a pesar de no contar explícitamente con asignaturas puramente matemáticas, sí exigen un tipo de pensamiento lógico y matemático a sus profesionales. Por ejemplo, el abogado al calcular costas o daños, el periodista al contabilizar los elementos de una determinada realidad o el cineasta que debe calcular los gastos para realizar una película. Son muchos los ejemplos que dan cuenta de que la matemática sí es una parte importante del proceso de pensamiento de los profesionales de las ciencias sociales, sin embargo, su presencia se ha negado y esto ha tendido a perpetuar la creencia de que la matemática es solo para algunos “elegidos” y pareciera que el resto prefiere desarrollar con mayor profundidad habilidades cognitivas lingüísticas o “humanistas” (dentro del prejuicio o estereotipo de que no se ejerce la matemática en estas áreas) que les permitan subsistir en sus campos profesionales. Esto último implica un claro rechazo a la disciplina de la matemática. En línea con esto, Gil et al (2005) declaran:

“En esta aversión o rechazo hacia esta materia influyen la propia naturaleza precisa, exacta y sin ambigüedades de las matemáticas, su carácter abstracto e impersonal, la actitud de los profesores hacia los alumnos y hacia la disciplina en cuestión, la metodología de enseñanza. También, y tal como ponen de manifiesto numerosos autores, en muchas ocasiones, el estudiante tiene una imagen estereotipada transmitida por su entorno que le hace tomar una determinada postura ante el aprendizaje matemático. Con frecuencia los mismos padres, amigos, compañeros suelen comentar sus experiencias amargas y sus

sentimientos de fracaso en relación a esta disciplina, con lo que en lugar de motivar al estudiante, le angustian y, consecuentemente, le predisponen. Por lo tanto, la misma sociedad se ha encargado de promover y divulgar que las matemáticas son difíciles, complicadas y destinadas a los más inteligentes” (p.552).

Sin embargo, es dicotómico considerar que, por una parte, una porción importante de la población mundial siente aversión hacia la matemática (Gil et al, 2005) y por otra, se le considera dentro de los factores más importantes de los aprendizajes de la actualidad, como lo son: a) el dominio operacional (tecnología), b) la comprensión (lenguaje) y c) el razonamiento matemático, siendo los componentes de alfabetización considerados imprescindibles para todo ciudadano planetario educado (Orozco y Labrador, 2006; Ramírez y Usón, 2003). Además, es importante agregar que esto último concuerda con diferentes evidencias que han demostrado que el desarrollo de habilidades matemáticas incrementan la inteligencia, y por ende, como consecuencia se incrementa la autoestima intelectual de un determinado sujeto y su predisposición (emocional) para la matemática o la resolución de problemas (MINEDUC, 2010).

Según Álvarez-Sánchez et al (2005), existe una preocupación mundial en torno a la marcada tendencia de los jóvenes hacia la indisposición, la actitud negligente y la falta de curiosidad por la matemática y sus aplicaciones. Esta preocupación se basa en la necesidad de contar con individuos educados y con importantes habilidades del pensamiento totalmente desarrolladas, ya que en plena Sociedad de la Información y del Conocimiento es importante que todas las culturas y las sociedades puedan avanzar de manera igualitaria hacia su desarrollo tecnológico y digital (UNESCO, 2010), especialmente en función del capital humano. En torno a esto se está realizando un esfuerzo importante por potenciar reformas educativas que hagan énfasis en competencias lingüísticas, cuantitativas y tecnológicas en diversos países (UNESCO, 2012).

El **Taller de Razonamiento Matemático y Excel (TRME)** se estableció en la asignatura **Emprendimiento y Liderazgo** debido a que es una materia que no solamente debe instruir en términos de las habilidades del emprendedor y del líder, sino que también debe desarrollar en los estudiantes la capacidad para mirar la realidad desde un punto de vista cuantitativo y analítico, fortaleciéndolos con herramientas e instrumentos que les

permitan ver la realidad de una manera objetiva, y, por otra parte, proyectar esa realidad con todo el potencial generador de un emprendimiento.

Según la *Small Business Administration*, entidad a cargo de promover el emprendimiento en Estados Unidos, “Más del 50% de las pequeñas empresas fracasan en el primer año y el 95% naufragan en los primeros cinco años”. Esto se relaciona con uno de los factores claves en términos del éxito de un emprendimiento, y es la capacidad de construir un modelo de negocios sustentable y pertinente con las dinámicas del mercado en el que se quiere insertar un producto o servicio. Esto se grafica muy claramente con uno de los principios que establece el sitio web de ayuda y orientación para emprendedores, www.innovacion.cl, dependiente de la Corporación de Fomento Fabril (CORFO) de Chile que refiere textualmente a que: “El modelo de negocio sí es importante: el emprendimiento nace en parte de una innovación; uno identifica una nueva manera de dar solución a un problema actual y esto se transforma en una innovación que dará origen a un emprendimiento. No es suficiente tener la forma para dar solución a un problema, sino que es igualmente importante el modelo de negocio para implementar esta solución”. Con esto se destaca la importancia de contar con conocimientos matemáticos para iniciar un emprendimiento ya que el modelo de negocios exige realizar proyecciones de ventas, demanda, utilidades, producción, etc. Por lo tanto, estos principios concuerdan con la necesidad de incluir contenidos matemáticos a los cursos de Emprendimiento y Liderazgo.

En el contexto recién explicado es necesario tener en cuenta que sin duda, y a pesar de la posible aversión hacia la matemática, los profesionales de dichas disciplinas deberán realizar, durante toda su vida laboral, razonamientos matemáticos de forma permanente, por lo tanto, el problema del informe surge de las siguientes interrogantes:

Teniendo en cuenta la importancia del desarrollo de saberes matemáticos para el desarrollo pleno de los sujetos contextualizados en el siglo XXI, ¿es necesario visibilizar la matemática como un contenido relevante de las disciplinas nombradas anteriormente? Teniendo en cuenta la aversión de una importante porción de la población mundial hacia la matemática ¿es posible que una cantidad importante de estudiantes logre tener una predisposición positiva hacia la matemática? Cambiando la predisposición afectiva hacia la

matemática, ¿es posible que los estudiantes aprendan contenidos básicos que les permitan resolver problemas matemáticos atinentes a las carreras que eligieron?

Por lo tanto, las preguntas que orientan el problema de investigación son: ¿es posible modificar la predisposición afectiva de los estudiantes hacia las matemáticas a través del rediseño de un Taller de Razonamiento Matemático y Excel? Y, en caso de ser posible, ¿cómo ésta impacta en el sentido que le otorgan al aprendizaje de la matemática y su utilización en el futuro laboral?

Principales conclusiones del estudio

A partir de los resultados del presente estudio se evidencia que a nivel de las creencias y actitudes hacia las matemáticas no se presentan cambios importantes, sin embargo, a nivel de las emociones es posible observar que los estudiantes sí expresan haber tenido una experiencia positiva en el **TRME** que puede estar fundamentada por el rol positivo que observaron en el profesor y por haber adquirido nuevas habilidades. Siguiendo este punto en los resultados de la encuesta cognitivo-afectiva se pudo observar que, por una parte, los estudiantes sostienen creencias sobre el estereotipo de las humanidades, es decir, si se consideran humanistas, entonces no tienen capacidades o talentos para aprender matemática. Al mismo tiempo, en términos de actitudes, los estudiantes mantienen una actitud negativa hacia la matemática expresando un abierto rechazo. En contraposición, los estudiantes manifiestan una clara admiración hacia la disciplina considerándola para personas más inteligentes o brillantes y otorgándole un sentido importante para el desarrollo futuro, expresándose como mayor cantidad de oportunidades y éxito laboral. Siguiendo con esta última idea es importante señalar que los estudiantes refieren que la posibilidad de adquirir conocimiento o aprendizaje matemático los haría sentirse profundamente capaces y seguros de sí mismos. Este conjunto de creencias, actitudes y emociones en torno a la matemática puede estar dado por el ambiente hostil hacia ella, desarrollado durante los 12 años de etapa escolar.

En segundo lugar, los resultados del estudio evidencian una clara adquisición de conocimiento matemático en el **TRME** por parte de los participantes. Esto es explicitado en las pruebas de diagnóstico y de adquisición de conocimiento, así como refirieron los

participantes en las entrevistas en profundidad. Esto es concordante con los planteamientos del marco teórico sobre el hecho de que no se requieren talentos especiales para aprender matemática, sino que un cambio en la metodología. Se puede afirmar entonces que la relación entre aprendizaje matemático y predisposición afectiva es posible a nivel de las emociones, que son de corto plazo. Esto implica que: a pesar de que los estudiantes lograron adquirir aprendizaje, sostienen la creencia sobre la falta de capacidad o talento para aprender matemática debido a su carrera de carácter humanista. Hay que tener en cuenta que una creencia se sostiene en el tiempo, en cambio una emoción es de corto tiempo y se relaciona con una experiencia inmediata.

Por otro lado, se evidencia la importancia del rol del profesor en el aprendizaje de los estudiantes y su adquisición de habilidades. De hecho, los participantes refirieron de manera importante a las habilidades blandas del docente como la paciencia, su actitud amistosa y su predisposición positiva al error. Tal como señala la literatura previamente revisada, la metodología y el rol del profesor cumplen un papel primordial en el aprendizaje de la matemática y la predisposición afectiva hacia ella. Es importante señalar que los estudiantes le atribuyeron un rol fundamental al *software* Excel, creyendo que sin este programa no podrían realizar las operaciones que hicieron. Por lo tanto, para un futuro taller se debe tener en cuenta que los estudiantes deben reconocer que la habilidad más importante es la de “razonamiento matemático”, es decir, conocer los procedimientos que se deben llevar a cabo para la resolución de problemas y que la herramienta Excel simplemente realiza cálculos, sistematiza información y también la puede ordenar, pero no es un sistema “pensante”; sino que son ellos los que realizan una interpretación y análisis de un problema matemático.

Finalmente, el presente estudio logra evidenciar que los estudiantes le otorgan un alto valor a las profesiones matemáticas, señalando que son más exitosas y que sus profesionales tienen mayores oportunidades de prestigio y éxito laboral, sosteniendo el prejuicio estereotipado de que los estudiantes de humanidades tendrán menos oportunidades. Sin embargo, el efecto de la experiencia en el **TRME**, por el hecho de haber logrado adquirir conocimiento matemático, les permitió darse cuenta de que son capaces de obtener aprendizajes matemáticos y que por lo señalado en las entrevistas en profundidad,

algunos podrían revisar la posibilidad de darse oportunidades hacia ámbitos laborales con usos matemáticos.

También fue posible inferir que la influencia del sistema escolar chileno en torno a la separación de “humanistas” y “científico-matemáticos” profundiza la creencia de que los humanistas no tienen talento matemático y se encuentran a la base de los resultados encontrados en el presente estudio así como en otros previamente desarrollados. También esta dicotomía de conocimiento puede ser una importante influencia en la selección de la carrera, tal como se mencionó en los antecedentes del presente informe. Otra fuerza que puede promover la dicotomía humanismo-ciencia que expresan los estudiantes y que les reafirma la creencia en que no tienen talentos matemáticos es que, como se ha revisado en la literatura, las personas creen que es socialmente aceptado decir que no se es bueno con los números, pero no es socialmente aceptado ser malo con la palabra o la lectura. Por lo tanto, se valida la aversión o el rechazo a la matemática.

Se ha logrado mostrar que, a pesar de la aversión a las matemáticas de una porción importante de la población y de las fuerzas intervinientes que la promueven en términos de creencias, actitudes y emociones, es que los estudiantes de carreras como cine, periodismo y publicidad pueden lograr adquirir conocimiento matemático mediado por una metodología activa y un profesor con competencias docentes emocionales enfocadas en los estudiantes. Sin embargo, tal como muestra la literatura revisada en el presente informe, la aversión o rechazo a las matemáticas termina redundando en un obstáculo importante para el aprendizaje, lo cual puede ser visto como una dificultad o un impedimento para el desarrollo de los sujetos, especialmente durante su etapa escolar.

Con respecto al objetivo específico: Conocer la predisposición afectiva de los estudiantes hacia la matemática, una vez finalizado el **TRME**, se puede decir que los estudiantes modificaron su predisposición afectiva en términos de menos rechazo y más confianza, aunque se pudo revelar que el rol jugado por el profesor en términos de sus capacidades docentes, comunicativas y afectivas fueron determinantes para modificar la predisposición afectiva hacia la matemática.

Por su parte, respecto al objetivo específico: Indagar sobre la relación entre aprendizaje en matemática y la predisposición afectiva hacia ella, se puede señalar que

todos los alumnos lograron desempeñarse correctamente al cabo del **TRME**, y mostraron tener una experiencia positiva en términos emocionales, sin embargo, sostienen las creencias sobre que la matemática es para personas especialmente talentosas y no de carreras humanistas como ellos.

Por último, respecto del objetivo específico: Develar el valor que los estudiantes le otorgan a la matemática como elemento de desarrollo profesional futuro, una vez finalizado el **TRME**, se puede visualizar que los estudiantes, en su mayoría, expresaron otorgarle gran importancia a la disciplina aunque desde la aversión o el rechazo, sin embargo, una vez finalizado el curso, varios de ellos no solo expresaron otorgarle mayor importancia y sentido, sino que también expresaron la posibilidad de considerarla una vía de desarrollo para su futuro profesional, es decir, a través de las interacciones ocurridas en el taller los estudiantes resignificaron y en algunos casos existiría la posibilidad de guiar sus comportamientos en torno a su futuro profesional.

Teniendo en cuenta los resultados generales de este estudio es posible pensar, con un trabajo previo, en que se podría promover un cambio de paradigma en torno a la inclusión de la matemática en carreras de corte humanista o social, siendo un complemento importante para el desarrollo del sujeto pleno enunciado por UNESCO y preparado para los cambios tecnológicos, y, por ende sociales, que enfrentarán los profesionales de la vida moderna. Además, esto último, en el tipo de sociedades en que conviven los estudiantes, y en concordancia con lo expresado por la literatura revisada, sí tendrían mayores oportunidades laborales en el desarrollo de sus profesiones.

Además, se podría repensar la dicotomía humanista-científica de los currículos escolares que perpetúan creencias sobre los talentos y que privan a la sociedad de personas competentes para áreas de desarrollo cruciales para las problemáticas que enfrentará la humanidad en los próximos tiempos.

En relación a las proyecciones del presente estudio se podrían realizar, a nivel escolar, programas o talleres que aborden o eviten la aversión a las matemáticas desde una temprana edad, complementándolos con estudios de seguimiento a lo largo de los años para detectar si los estudiantes de la enseñanza media siguen poniendo a la matemática como una variable de selección de sus carreras.

Asimismo, es necesario mejorar el entrenamiento de los profesores de matemática, incluyendo a los demás profesores que tienden a sostener y consolidar la idea de que la matemática es muy difícil y lo más importante del recorrido escolar de los estudiantes.

En relación a las limitaciones que podría presentar el presente estudio se encuentran las siguientes: en primer lugar sería necesario revisar la validez de los instrumentos aplicados con el objetivo de asegurar que el fenómeno que cada uno de ellos está midiendo sea capturado por éstos.

Por otro lado, el presente estudio fue realizado en solo una institución de educación superior, lo cual expresa el fenómeno de una porción muy pequeña de la población y no permite generalizar los datos para una población más amplia de la educación superior.

Por último, se debe tener en cuenta que la duración del taller puede haber afectado los resultados ya que no se sabe si con un taller de mayor duración los resultados serían coincidentes.

Referencias bibliográficas

Aliaga, J. y Pecho J. (2000) *Evaluación de la actitud hacia la matemática en estudiantes secundarios*. Revista Paradigmas, 1(1-2), 61-78.

Álvarez, JJ; Álvarez, JV, González, FJ, López, MA, Salamanca-Escorial B (2005) *Aproximación cualitativa a la docencia de conceptos físicos*. Revista Educ. Dist. Monogr. IV. www.um.es/ead/red/M4. 15 pp.

Bauersfeld, H. (1995). “*Language Games*” in the mathematics classroom: their function and their effects. En Cobbs, P y Bauersfeld, H. (The Emergence of Meaning: interaction in classroom Cultures). Hillsdale, N.J: Lawrence Erlbaum Associates, Pub.

Bazán, J., Espinosa G. y Farro Ch. (2001) *Rendimiento y actitudes hacia la matemática en el sistema escolar peruano*. Documento de trabajo n° 13. Programa MECEP (Medición de la Calidad Educativa Peruana). Ministerio de Educación. Lima- Perú. Pp 55-70.

- Beilock, Sian L.; Kulp, Catherine A.; Holt, Lauren E.; Carr, Thomas H. (2004). More on the Fragility of Performance: Choking Under Pressure in Mathematical Problem Solving. *Journal of Experimental Psychology: General*, Vol 133(4).
- Benavot, A. (2002). *Un análisis crítico de la investigación comparativa en educación*. En *Perspectivas*, vol XXXII, N°1, marzo 2002.
- Bishop, A.J. (1987). *Visualising and mathematics in a premales in mathematics clases*. Res. Technology, Culture, Education, Studies and Mathematics.
- Blanco, A. y Blanco, L.J. (2007). *Las actitudes y emociones ante las matemáticas de los estudiantes para maestros de la facultad de educación de la Universidad de Extremadura*. XI Simposio de Investigación y Educación Matemática. U de La Laguna, septiembre 2007.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic interaccionism: Perspective and method*. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice-Hall.
- Boyer, C. B. (1995). *Historia de las matemáticas*. México: Alianza Editorial.
- Buendía, L., Hernández, F. y Colás, P. (1998). "Métodos de Investigación en Psicopedagogía". Madrid; McGraw Hill.
- Butterworth, B. (1999). *The mathematical brain*. Londres. McMillan.
- Cardoso, E., M.T, Cerecedo. (2008). *El desarrollo de las competencias matemáticas en la primera infancia*. Revista Iberoamericana de Educación. México.
- CEP, Centros de Estudios Públicos. *Documento, Reflexiones sobre la enseñanza de la matemática en Chile*. Baeza, R. (1997).
- Cueto, S.; Andrade, F. y León, J. (2003) *Las actitudes de los estudiantes peruanos hacia la lectura, la escritura, la matemática y las lenguas indígenas*. Lima: GRADE, 2003. 75 pp. (Documento de Trabajo, 44).
- Dehaene, S. (1997). *The number sense: how the mind creates mathematics*. Oxford. Oxford University Press.
- Fernández, J.A., (2010). *Neurociencias y enseñanza de la matemática. Prólogo de algunos retos educativos*. Revista Iberoamericana de Educación. N° 51/3. Enero 2010.

- Glaser, Barney G.; Strauss, Anselm L. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Aldine de Gruyter, New York.
- Gil, N., Blanco, L., Guerrero, E. (2005). *El papel de la afectividad en la resolución de problemas matemáticos*. Revista de Educación. España. Pp. 551-569.
- Godino, J. y Llinares, S. (2000). *El Interaccionismo Simbólico en Educación Matemática*. Revista Educación Matemática. Vol. 12, N°:70-92.
- Goleman, D. (1997). *Inteligencia emocional*. Barcelona, Kairós.
- Gómez-Chacón I. (2000). *Matemática emocional. Los afectos en el aprendizaje de la matemática*. España: Narcea, S.A., Ediciones.
- Goñi, J. (2000). *El currículum de matemáticas en los inicios del siglo XX*. España: Edit. Graó.
- Guerrero, J. (1989): *Ámbitos y funciones del currículum matemático*. Epsilon. Rev. de la S.A.E.M. Thales nº 14, p. 57-62.
- Hernández, R., Fernandez, C., Baptista, P. (2008). *Metodología de la Investigación*. Editorial McGraw-Hill. México.
- Hidalgo, S., Maroto, A. y Palacios, A., (2004). *¿Por qué se rechazan las matemáticas? Análisis evolutivo y multivariante de actitudes relevantes hacia las matemáticas*. Revista de Educación. N°334. 2004.
- Lyons I, Beilock S (2012). *When Math Hurts: Math Anxiety Predicts Pain Network Activation in Anticipation of Doing Math*. PLoS ONE 7(10).
- Aznárez, M. (1977): *Ni ogro, ni aburridas*. El País Semanal, mayo.
- McKinsey & Company. (2010). *Cómo hicieron los sistemas educativos con mejor desempeño en el mundo para alcanzar sus objetivos*. McKinsey & Company.
- McLeod, D.B., (1989). *Affective issues in mathematical problema solving. Some theoretical considerations*. Journal for Research in Mathematics Education.

- Millán, R. (2012). *Vinculación entre lo afectivo y cognitivo en la enseñanza y aprendizaje de la matemática*. Revista Educare. Vol. 16. N°3. pp. 43-60.
- Orozco, C., Labrador ME (2006). *La tecnología digital en educación: implicancias en el desarrollo del pensamiento matemático universitario*. Focus 7: 43-50
- Orozco, C. y Díaz, M.A., (2009). Atribuciones de la motivación al logro y sus implicancias en la formación del pensamiento lógico-matemático en la universidad. Revista Interciencia. Sept 2009. Vol.34. N°9.
- Paulos, J.A., (1990). *El hombre anumérico*. Ed. Tusquest.
- Poveda, M.A., (2002). *Matemática a la medida de los niños. El sistema decimal de numeración*. Bogotá: IDEP-CED Villa Amalia.
- Ramírez, A., y Usón, C., (2003). *Desde la historia: hacer de las matemáticas un lenguaje verdaderamente universal*. Suma 42: 115-119.
- Ramirezparis, X., (2009) *La lúdica en el aprendizaje de las matemáticas*. Revista del Instituto de Estudios en Educación. Universidad del Norte. Zona Próxima 10: 138-145.
- Rebollo, M. A. y Rodríguez, A. L. (2006). “Dificultades en el aprendizaje de las matemáticas”. Revista de Neurología 42. S135.
- Rocard, M., Csermely, P., Jorde, D., Walwerg-Henriksson, H. y Hemmo.V. (2007). *Science Education Now: A Renewed Pedagogy for the Future or Europe*. European Commission, Community Research.
- Rodríguez, M. (2013). *La educación matemática en la con-formación del ciudadano*. TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. Vol.15 (2):215 – 230, 2013.
- Rodríguez, M. (2010). *Hacia una formación del docente de matemática integral, reflexiva y crítica: fundamentos filosóficos*. Revista Digital Enfoques Educativos. N°72. España (Pp. 29-44).

- Rencoret, M., (2003). *Iniciación Matemática*. Serie: Biblioteca básica del docente. Editorial Andrés Bello.
- Rico, L.; Sierra, M. (2000). *Didáctica de la Matemática e Investigación*. En J.Carrillo; L.C. Contreras (eds), *Matemática española en los albores del siglo XXI*. Huelva, Hergué, pp.77-131.
- Rodríguez, G. y García, E. (1999). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Málaga:Aljibe.
- Sánchez, M., y Rawson, W. (1997). *¿Hacia unas nuevas matemáticas?* Ediciones Universidad de Salamanca.
- Sandín, M. (2003). *Investigación Cualitativa en Educación. Fundamentos y Tradiciones*. Madrid: McGraw Hill.
- Sells. L.W. (1973). *High School Mathematics as the Critical Filter in the Job Market*. R. T. Thomas (ed), *Developing Opportunities for Minorities in Graduates Education*. Berkeley. University of California Press.
- Taylor, C., (2012) *Conferencia en Facultad de Educación. “La Importancia de la Enseñanza del Razonamiento Cuantitativo”*. Mayo 2012. Universidad de Harvard, Cambridge. Massachussets. EEUU.
- Terigi, F.; Wolman, S. (2007). *Sistema de numeración: consideraciones acerca de la enseñanza*. Revista Iberoamericana de Educación. N°43. Pp.59-83. Madrid
- Travi, B., (2009). *Rupturas, continuidades y nuevas perspectivas en relación a los fundamentos filosóficos, teórico-metodológicos y éticos-políticos del Trabajo Social*. II Seminario Internacional sobre Intervención en Trabajo Social. Universidad Nacional de Luján. Argentina.
- UNESCO. (2010). *Experiencing Mathematics. Una exposición internacional realizada por iniciativa de la UNESCO*. División de Ciencias Básicas e Ingeniería. UNESCO. París. Francia.

Vázquez–Alonso, A., Montesano, M., Austin, I. (2013). *Factores que influyen sobre la elección de estudios superiores de ciencias y tecnología*. IX Congreso Internacional sobre Investigación en Didáctica de las Ciencias. Girona 9-12.

Linkografía

¿De dónde viene nuestro odio hacia las matemáticas? LA TERCERA.

<http://www.latercera.com/noticia/tendencias/2012/11/659-493764-9-de-donde-viene-nuestro-odio-a-las-matematicas.shtml>

MINEDUC, (2009). *Unidad de Currículum y Evaluación*. Ministerio de Educación. Chile. www.mineduc.cl

TED http://www.ted.com/talks/e_o_wilson_advice_to_young_scientists

Picado A. (2012). Situación de la enseñanza de la matemática en Costa Rica. OCDE

<http://www.oecd.org/pisa/keyfindings/PISA-2012-results-mexico-ESP.pdf>

SBA http://www.sba.gov/about-sba/what_we_do/mission

History Channel: documental: Historia de las matemáticas en:

<http://www.youtube.com/watch?v=Z5fk90n1xl4>

INNOVACION <http://www.innovacion.gob.cl/categoria/economia-y-politica/>

La idea de “ciencia” y las cuatro “pérdidas” que han afectado el campo de la comunicación en América Latina (1980-2013).

The idea of “science” underneath the field of communication in Latin America (1980-2013)

Claudio Salinas Muñoz
Académico del ICEI, U. de Chile
claudiorsm@u.uchile.cl

Hans Stange Marcus
Académico del ICEI, U. de Chile
hstangemarcus@yahoo.es

Carlos Ossandón Buljévic
Académico del ICEI, U. de Chile
cob2002@u.uchile.cl

Abstract

In previous works we have argued that the decline of the critical perspectives in communication studies observed by several authors refers to a weakening of its political strength due to specific modes of institutionalization in the Latin American academic field. By enrolling in this field since the mid-80s, the critical perspective must be legitimized as a discipline, assuming criteria, methods and ratings that were, in a certain way, outside to cultural-critical approach, resulting in a confusion and mixing of two different conceptions of communication (a “scientific” one, as well as a “political”) underlying in research practices. The criteria of validity and legality, then, come from a modern pattern managed by universities: the communication will be considered as “science”, not for its theoretical debates regarding proper scientific objects and conceptualizations, but for its adjustment to institutionalized patterns, methods and formulas which operate actually as a research policy to the academic field.

Critical studies in communication submit, in part, its political strength to serve the purposes of institutional enrollment. In this context, critics theoretical debates did not play

a shaping role to discipline in the field of communication, but attended the verification of communication setting a scientific pattern in order to legitimacy. Then, to explain the nature of the “critical” research practices, it is necessary to yield up the concept of science that underlay in the field.

This study should reveal that conceptions about “science”, that are the basis of the definitions of communication research, fail to set an epistemological background. In other words: it is a rather normative idea of science, which identifies science to method, but that does not build any epistemological debate on the field, instead it is set to organize the administration of scientific production in this area of knowledge. This is the context through which this panel presentation describes four losses that have affected the field of communication in Latin America.

Keywords: *Communication, epistemology, science, critical approaches*

Resumen

En trabajos anteriores hemos planteado que el declive de las perspectivas críticas en comunicación observadas por diversos autores, refiere a un debilitamiento de su potencial político a causa de unos modos específicos de institucionalización en el campo académico latinoamericano. Al inscribirse en este campo, desde mediados de los años 80, la perspectiva crítica debió legitimarse como disciplina, asumiendo criterios, métodos y valoraciones que eran, en cierta medida, externas a los planteamientos del enfoque crítico culturalista, lo que resultó en la confusión y entremezcla de dos concepciones distintas de comunicación (una “científica”, otra “política”) que subyacen en las prácticas de investigación. Los criterios de validez y legalidad provendrán entonces de la matriz moderna administrada por las universidades: la comunicación será tenida por “ciencia”, no merced a la constitución teórica de sus objetos y debates, sino por su ajuste a patrones, métodos y fórmulas ya institucionalizados, que operarán en la práctica como la política de investigación del campo.

Los estudios críticos de comunicación instrumentalizaron, en parte, su potencial político para servir a los propósitos de la inscripción institucional. En este contexto, los debates teóricos críticos en el campo de la comunicación no cumplieron un papel configurador de la disciplina, sino que concurrieron a la verificación de un ajuste de la comunicación a una matriz científica que le otorgara legitimidad. Para explicar entonces la naturaleza de las prácticas “críticas” de investigación, es necesario conocer la concepción de ciencia que se infiere de las investigaciones y debates ya inscritos en el campo.

Esta ponencia debería revelarnos que las concepciones sobre ciencia que están en la base de las definiciones de la investigación en el campo no alcanzan a configurar un trasfondo epistemológico. Dicho de otro modo: es una idea de ciencia básicamente normativa, que identifica ciencia con método, pero que no construye debate epistemológico sobre el campo, puesta como está a organizar la administración de la producción científica de esta área del saber. Es este el contexto a partir del cual la ponencia describe las cuatro *pérdidas* que han afectado el campo de la comunicación en América Latina.

Palabras clave: Comunicación, epistemología, ciencia, enfoque crítico

“Imaginar un lenguaje significa imaginar una forma de vida”.

Ludwig Wittgenstein

Es cada vez más común encontrar, en el ámbito de los estudios críticos de comunicación en América Latina, trabajos que recurren en su construcción teórica a autores como Foucault, Deleuze, Williams, Hall, Virno y otros similares, cuyos conceptos – referidos a procesos históricos, mentalidades o a cuestiones políticas– son “operativizados” mediante metodologías que provienen del campo del *framing*, del análisis de contenidos, de los estudios de *agenda-setting*, aplicados a casos pequeñísimos o a situaciones de estudio locales de los que poco conocemos sus contextos o antecedentes. El problema no es abordar

la comunicación desde una perspectiva político-filosófica, ni estudiar objetos empíricos desde métodos sociológicos. El problema parece ser otro. En trabajos anteriores (Salinas, Stange y Ossandón 2015, 2015b) hemos señalado que la perspectiva crítica en la investigación pagó el precio de su inscripción institucional en la forma de una desactivación política y una confusión epistemológica que redujo toda problematización teórica a las exigencias de una cientificidad disciplinaria.

La comunicación debe ser ciencia o, al menos, parecerlo. Este es el predicamento que explicaría que tradiciones teóricas críticas provenientes de las humanidades y las ciencias sociales, de carácter difícilmente “disciplinaria”, sean reducidas a una caja de herramientas dentro de una fórmula metodológica que no produce conceptos ni problemas, sino resultados. Operaciones como las que describimos nos llevan a preguntar si los “marcos” utilizados no son más “referenciales” que “conceptuales” (Carlos Vidales, 2015: 30) o hasta qué punto estos logran ser la articulación de los factores teóricos involucrados, tanto en la mirada que recae sobre los objetos, como sobre la propia complejidad de este.

Lo que decimos no tiene, sin embargo, solo relevancia en el ámbito de las prácticas de investigación. Esta mezcla o división es, al mismo tiempo, la expresión de una ostensible inconsistencia epistemológica, no sin consecuencias para el “campo” de la comunicación en América Latina. Nos referimos a la pervivencia, en el seno mismo de estos estudios, de dos enfoques en principio distintos e incluso en disputa: el empírico-funcionalista y el crítico-culturalista, que, sin embargo, aparecen tramados en una misma práctica investigativa sin ningún fundamento o “arjé” que sostenga esta imbricación, no contando con una explicación que le de coherencia epistemológica. La tensión indicada puede entenderse en el seno de las exigencias que se harán sentir, a partir de la década del noventa, sobre la comunicación concebida, ahora, como área disciplinaria en las universidades latinoamericanas (Sosa, 2000). Asistimos así a una curiosa paradoja: la inconsistencia epistemológica señalada se da en un contexto de bastante consistencia o coherencia política e institucional. Los requerimientos de validación o normalización de los estudios en comunicación adquirirán un peso o una relevancia institucional y personal que se impondrá por sobre cualquier disputa por el sentido de estos estudios. Es esta

sobredeterminación la que actuará como una *política de investigación* cuya pujanza y poderío nosotros no vamos ciertamente a cuestionar.

Conducidos por unos inescapables procesos de institucionalización y de burocratización, las actuales prácticas de investigación en comunicación —nos referimos a aquellas que buscan reconocerse en las tradiciones críticas— se han venido desenvolviendo en una escena que establece un nítido contraste con la que se dio en las décadas anteriores. El carácter “científico” de la comunicación parece reflejarse más en las rutinas de proyectos y formularios, en las normas de publicación indexada, en las tasas de citación e impacto, es decir, en los protocolos de administración de la productividad de los investigadores, antes que en la problematización teórica o política o en la discusión acerca de la pertinencia metodológica de los trabajos en perspectiva “crítica”. No parece ser un paradigma científico el que reviste la legitimidad del campo de las comunicaciones, sino sólo un conjunto de procedimientos administrativos estandarizados, los que dotan de “cientificidad” a las prácticas de los investigadores en el campo. Volcados, así, los investigadores a la gestión de sus propios proyectos o al desarrollo de aquellos que han caído más bien en sus manos, estas prácticas están en la actualidad afectadas por cuatro pérdidas o carencias que expondrían el déficit teórico de la perspectiva crítica y su subsunción en un régimen productivo institucional. Son ellas la que le dan cuerpo o visibilidad a lo que hemos creído percibir como el “declive” de los estudios críticos en comunicación”.

I. La pérdida de perspectiva histórica y epistemológica

Los estudios en comunicación han venido instalando una nueva/antigua matriz desde la cual el “campo” de la comunicación se ha podido proyectar. Se trata, decíamos, de aquella matriz que en un sentido genérico podemos calificar de *moderna* y que, en este caso, se expresa en un esfuerzo persistente por vincular y validar los estudios en comunicación en su correspondencia con la “ciencia” o con las “prácticas científicas”: con las ciencias sociales, en primer lugar, y las humanidades, en segundo lugar. Una matriz que si bien no permite validar directamente las inconsistencias señaladas, entre otras razones porque no siempre las reconoce como tales, puede al menos desarrollar una retórica que desde su propia autonomía enunciativa evite la marginalización institucional o universitaria

Como es de esperar, el arrimo a la matriz moderna es de dulce y agraz. Uno de los rasgos importantes de esta matriz es su sensibilidad histórica. Esta sensibilidad que trae en sus entrañas –podríamos decir– una perspectiva crítica o de revisión de lo realizado, de sus fases y cambios, es posible comprobarla en no pocos autores y artículos de las revistas que hemos consultado. Del mismo modo, y formando parte de la misma matriz (particularmente dispuesta, como se sabe, desde Descartes en adelante, a la consideración de los problemas del conocimiento), hay que reconocer la presencia en distintos periodos de artículos epistemológicos que revisan el estado de la investigación en comunicación en América Latina. Artículos tales como “¿Hacia dónde va la investigación en comunicación?” de Valery Pisarek o los “Desafíos de la investigación en comunicación” de Rafael Roncagliolo (*Chasqui*, n. 31, 1989) o el más reciente de Juan Carlos Arias y Sergio Roncallo (“Reordenando la reflexión”, *Logos*, 2012), son solo una pequeña muestra de lo que decimos.

No deja de ser curioso, sin embargo, que los recuentos históricos o revisiones del estado del “campo” y de la investigación, así como las problematizaciones epistemológicas, operen de un modo paralelo o no tengan una incidencia mayor en una muy considerable cantidad de estudios que, aun bastante advertidos de la necesidad de reconstituir los debates o las distintas aproximaciones del problema específico que se investiga, no se sienten mayormente concernidos por los modos como se ha venido configurando el “campo” en un plano más global o constituyente. En estos estudios, los “problemas” examinados o su “estado del arte” no se conciben formando parte de unos giros, de unas inflexiones o de unos debates capaces de comprometer los grandes ejes de un “campo” cuya dispersión no se riñe con su creciente homogenización. Estos estudios están más interesados en agotar la bibliografía directamente pertinente al objeto elegido que en discutir o remover lugares o modalidades de enunciación más generales, fundantes o institucionales¹²⁵, cuestión que tiene como una de sus consecuencias la atomización y deshistorización (ver Carlos Vidales)

125 Para M. I. Vassallo y Raúl Fuentes, la reflexión en el campo de la comunicación sobre el factor institucional es más bien pobre. Dicen: “Es fácil constatar el reducido interés en cómo se institucionalizan los estudios de comunicación en nuestros países. Pero también lo es verificar la ausencia de reflexión acerca de los mecanismos y procesos institucionales dentro de los proyectos de investigación, a comenzar por la reflexión sobre la propia elección de un objeto de estudio que, como bien se sabe, está condicionada por los no poco visibles mecanismos de fomento a la ‘investigación inducida’” (2001: 9).

que se aprecia en este campo del saber. Como si se hubiese perdido la costumbre de pensar “en contra de” en aquellos aspectos donde se juega la racionalidad o el sentido de lo que se hace. Como si la ideología implícita fuese “cada cual a lo suyo”, que lo que se haga esté “bien hecho” y ojalá “sirva”.

Sin una perspectiva histórica del “campo”, sin la obligación de remover tradiciones o formas de investigar más constituyentes u organizadoras, los estudios actuales en comunicación, incorporando el carácter crítico de sus “marcos teóricos”, son fácil presa de los indicadores propios de las revistas de “corriente principal”. Y esto en desmedro de la importancia estratégica y política que tiene hoy la comunicación, ya suficientemente advertida por varios investigadores, y de la impronta de suyo crítica que tiene la matriz en la cual descansan los estudios en comunicación.

II. La pérdida de la comunidad discutidora

Liberados del objetivo de mantener viva una comunidad discutidora o interpeladora, los esfuerzos en comunicación, por loables que sean, por bien formulados que estén los proyectos, ya no se reconocen –al menos no recurrentemente– en espacios culturales, históricos o epistemológicos más amplios. Es lo que hace que sea cada vez más difícil toparse con demarcaciones que pongan de otro modo los mismos objetos. Tal como en su momento se repuso el interés por las “industrias culturales” y sus “mediaciones” en lugar de la atención exclusiva que se prestaba a los “medios” entendidos como un factor exterior a los procesos de construcción o reconocimiento simbólico. Esto a través de una operación teórico-política que permitió a Jesús Martín Barbero trazar un importante (e injusto, diríamos hoy) contraste entre Adorno y Benjamin, diferenciando la intransigencia ante el orden como propio del arte, la radical enemistad entre la “experiencia estética” y las “industrias culturales” en el primer caso, y las complejas o diversas relaciones que mantiene el público masivo con el arte post-aurático en el segundo (ver Martín Barbero 1987, Marc Jimenez 2001). Tal como se dio igualmente, por poner otro ejemplo, en la polémica entre Eliseo Verón y Armand Mattelart, entre “semiologistas” y “sociologistas” (Miquel de Moragas, 1981: 261), bastante decisiva para el futuro del campo, sin olvidar la

contundente crítica de este último a la “communication research” (Mattelart 1970), igualmente importante tanto desde un punto de vista político como epistemológico.

No habría que entender los ejemplos mencionados como si “todo tiempo pasado fuese mejor”. No es la defensa de un tiempo ido lo que nos mueve, sino antes bien la posibilidad de entender mejor nuestro presente a partir de la manifestación de su diferencia. No habría que creer igualmente que lo que se da es un contraste grueso entre un tiempo de polémicas y un tiempo que prescinde de ellas. Las polémicas no han desaparecido del “campo” de la comunicación y se han visto surgir algunas nuevas ya bastante alejadas de la “periodística”, como la que se da, por ejemplo, en torno a la relación entre comunicación e interculturalidad (*Comunicación y medios*, n. 21, 2010) o sobre las distintas acepciones de la “video-política” (Juan Pablo Arancibia, 2006), polémicas éstas que tienen en mente la configuración del “campo”. Sin embargo, esto último no es lo habitual. Las polémicas, cuando las hay, suelen más bien circunscribirse al objeto analizado y no son por lo mismo suficientemente significativas para el curso del “campo” mismo. Si bien no cabe, por otra parte, atribuir la pérdida que describimos a variables principalmente individuales, ya que lo que se aprecia es más bien estructural, es claro que las actuales investigaciones ya no parecen particularmente dispuestas a exhibir un talante similar al que se dio en un periodo donde el compromiso del investigador era más dilatado. Sin mayor incidencia en su propio “campo”, sin una comunidad a la cual interpelar, estas investigaciones suelen flotar en una cierta inercia y asepsia más pendiente de réditos propios que de intervenciones teórico-políticas. Aunque suene duro decirlo, participan así de unas racionalidades o “diagramas” de poder, según la expresión de Deleuze, cuya mantención necesita más de individuos disciplinadamente competitivos que de comunidades activas o interpeladoras.

La ausencia de comunidad discutidora no es un accidente más, afecta el “nervio” de los estudios en comunicación. Sin comunidad discutidora, volcados los investigadores a cuestiones de su incumbencia, no hay tampoco en el corto o largo plazo “campo” que resista o que aguante.

III. La pérdida de la dimensión grupal y referencial

Hoy parece ser cada vez menos corriente enfrentarse a emplazamientos que hagan gala de su dimensión grupal, declarativa o testimonial. Las revistas son cada vez más, aunque no sin dejar de reconocer ciertas resistencias o coherencias, espacios sin grandes convicciones, básicamente repositorios de “buenos” artículos. En el contexto de la dispersión, deshistorización o atomización señaladas, es cada vez más difícil precisar referentes teóricos más o menos singulares, debates, perfiles o nuevas inflexiones epistemológicas.

La desaparición de las revistas *Punto de vista* el 2003 y, después de 18 años de existencia, el 2008, de la *Revista de Crítica Cultural*, son un síntoma de lo que decimos. La primera contó con la muy destacada animación de Beatriz Sarlo y Carlos Altamirano, cumplió un rol anticipador de los *estudios culturales* en América Latina y ofreció sus páginas a autores (Raymond Williams, H. R. Jauss, Eliseo Verón, Néstor García Canclini, Renato Ortiz, entre tantos otros) que serán importantes en no pocas definiciones del campo de la cultura y también de la comunicación. La segunda, dirigida por Nelly Richard, publicó trabajos relevantes en temas de arte y política y estuvo particularmente atenta a los debates más actuales de la escena latinoamericana.

Los estudios en comunicación no son hoy, en rigor, mayormente distinguibles de otros estudios en ciencias sociales, y ha dejado de ser un eje –proyectable en otros “campos”– la característica inter o transdisciplinaria que constituye una de sus más interesantes marcas diferenciadoras. Lo que ha sucedido es más bien lo contrario: “las disciplinas sociales –señala Erick Torrico– no reconocen a la comunicación en su peculiaridad e incluso varias de ellas la consideran un mero apéndice suyo” (2010: 14). La pérdida de la dimensión grupal y referencial es posible comprobarla también en los grandes centros de investigación en comunicación social que ya no tienen la nitidez o contundencia de antes.

En síntesis, los estudios en comunicación suelen operar como si no existieran huellas, en la ausencia de una comunidad histórica y dialogante, más allá de una “experiencia común” (Humberto Giannini), plegándose sin mayor cuestionamiento al

desarrollo de una disciplina, la de la comunicación, cuya separación o diferencia con otras disciplinas es más artificial que real.

IV. La pérdida de capacidad comprensiva

Los estudios en comunicación “explican”, analizan objetos específicos, establecen recurrencias, demuestran sus hipótesis, pero han perdido su capacidad de “comprender”, interpretar o dar sentido a estos objetos dentro de marcos más amplios o “comprensivos” precisamente. Si bien hay no pocas referencias en estos estudios a la nueva formación cultural que nos rige, a la economía neoliberal o al nuevo estadio del capitalismo hoy, estas son más bien generales y no suponen en la mayoría de los casos una imbricación más constituyente entre los objetos específicos que se analizan y los distintos rostros o sentidos de la época que vivimos. Se escapa así la racionalidad o la motivación profunda de los hechos que se estudian. Por otro lado, aunque en una dirección parecida, se constata igualmente un déficit de “comprensión” en el ámbito de la investigación misma, cuestión que no solo se refleja en el dominio de la comunicación. Quedan así abiertas o sin responder preguntas fundamentales, que afectan el “sentido” del quehacer. Preguntas tales como: ¿cuál es el horizonte ético-político que guía la investigación? ¿Por qué se investiga lo que se investiga? ¿Qué hay en el objeto escogido o en la perspectiva desarrollada que justifique los días o las noches “perdidas”?

En lugar de una asunción reflexiva, que implique un cierto riesgo ético-político para el investigador, los trabajos suelen validarse al interior de las relaciones o correspondencias lógicas comprometidas en la propia construcción de los proyectos de investigación. Incluyendo las buenas o “progresistas” intenciones, son las relaciones entre el “objeto”, el “marco teórico” y la “metodología” el “metarelato” o la “narrativa” que guía buena parte de los estudios en comunicación. Escabullendo su dimensión “textual”, o no reconociendo la construcción discursiva que supone todo informe o “paper” (Sánchez 2010, Santos 2012, Ossandón 2011), estos estudios están sobre todo interesados en construir un tipo de autoridad o de comunicación hacia dentro de la comunidad científica (Verón 1999), cuestión de la que tampoco se salva el artículo que aquí redactamos.

La crítica en comunicación, sin dotes “comprensivas”, temerosa de una marginalidad que la acecha, disipa la tirantez —que sí se dio en una cierta etapa de los *estudios culturales*— entre los sujetos y los objetos intervinientes en la praxis de conocimiento. Por aquí se filtra, qué duda cabe, una variable “ideológica”, incluso conductual (bastaría con consultar los manuales de “método científico”), que también a su modo construyen subjetividades, formas de ser e incluso sentidos, que se validan más en la “corrección” o “buen uso” de las operaciones específicas que en las representaciones o intenciones de diverso orden que pueda tener el investigador o lo investigado. Los estudios críticos en comunicación, una vez asegurado el carácter “científico” de sus investigaciones, disueltas por lo tanto las tensiones o incomodidades no compatibles con las exigencias de la academia, regresan así a una escena pre-crítica, no advertida de sí o de las condiciones constituyentes del conocimiento, desde un cierto ángulo anterior a Kant, se podría decir.

V. En los brazos de la academia globalizada como corolario de las cuatro pérdidas

La pérdida de perspectiva histórica y epistemológica, de la capacidad comprensiva, de la dimensión grupal o referencial, así como el fin de la comunidad discutidora, son el precio que han debido pagar los estudios críticos en comunicación para ser incorporados a los paradigmas hegemónicos.

Contando con la “ciencia” como regazo, y sobre todo con el apoyo de los métodos y técnicas de investigación usados principalmente por las ciencias sociales, estos estudios operan más de un modo normativo que reflexivo, y son en general poco distintivos sus trasfondos epistemológicos. Las investigaciones suelen reducir las complejidades conceptuales a versiones posibles de categorizar de manera “positiva” o “factual”, como no parece haber mayor interés en la pregunta más compleja capaz de vincular ciertos paradigmas teóricos en comunicación con prácticas de estudio que les serían propias.

En este marco, los estudios en comunicación pierden, desde la década del noventa en adelante, el potencial político o crítico que se dejó ver en otros contextos, al formar ahora parte de unos muy poderosos procesos de cooptación o de subsunción que no parecen

detenerse ni ante la vida misma (Foucault). Ellos confirman en lo esencial la distribución, relaciones o jerarquías, exclusiones e inclusiones, de los saberes en la administración del mundo.

Operando dentro de una matriz inequívocamente “moderna”, que se ajusta a los patrones, métodos y formas institucionalizadas, los estudios con vocación crítica se verán obligados a instrumentar su potencial político dentro de estas coordenadas. La peculiar combinación entre lo “crítico” y lo “positivo” es, así, la “treta”, aunque sin malicia ni ironía, que permite a estos estudios circular y validarse tanto ante sí mismos como ante una academia globalizada, incontrolable, fría, que pondrá cada vez más pesadas exigencias (acreditaciones, modos particulares del decir, rechazo al ensayo, un cierto “régimen de verdad” y del “tiempo” de la investigación, etc.), comprometiendo e incluso entusiasmando a los propios investigadores en la validez “científica” de estas exigencias. Bajo estas compulsiones hasta la pregunta por el “modo de exposición” (Benjamin), por la “poéticas” o por las distintas elecciones signíicas o estilísticas intervinientes en cualquier trabajo creativo, le será negada a unos estudios que ya no se plantean la correlación entre la figura de sus discursos y la figura de la sociedad que se busca, tal como lo indica el epígrafe de la presente ponencia.

Bibliografía consultada

Arias, Juan Carlos; Roncallo, Sergio (2012). “Reordenando la reflexión. De la epistemología a la política. Algunas preguntas sobre el campo de la comunicación”. *Logos*, (21): pp. 213-228.

Arancibia, Juan Pablo (2006). *Comunicación política. Fragmentos para una genealogía de la mediatización en Chile*. Santiago de Chile: Arcis.

Benjamin, Walter (1990). *El origen del drama barroco alemán*. Madrid: Alfaguara.

De Lopes, María Immacolata Vassallo, Fuentes Navarro, Raúl; comps. (2001). *Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. Ciudad de México: ITESO-U. Autónoma de Aguascalientes-U. de Colima-U. de Guadalajara.

- De Moragas, Miquel (1981). *Teorías de la comunicación*. México: Gustavo Gili.
- Foucault, Michel (1977). *Historia de la sexualidad. La voluntad de saber*. 1. Argentina: Siglo XXI.
- Giannini, Humberto (1978). “Experiencia y Filosofía (A propósito de la filosofía en Latinoamérica)”, en *Revista de Filosofía*, Universidad de Chile, n. 1-1, diciembre.
- Jimenez, Marc (2001). *Theodor Adorno. Arte, ideología y teoría del arte*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Martín Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones*. Ciudad de México: Gustavo Gili.
- Mattelart, Armand (1970). “Críticas a la Communication Research”. *Cuadernos de la realidad nacional*, (3): pp. 11-22.
- Ossandón B., Carlos (2011). “Investigación en Humanidades. Escrituras y protocolos”. *Debates Críticos*, (2): pp. 36-38.
- Pisarek, Valery (1989). “¿Hacia dónde va la investigación?”. *Chasqui*, (31): pp. 43-50.
- Roncagliolo, Rafael (1989). “Desafíos de la investigación”. *Chasqui*, (31): pp. 51-55.
- Salinas, Claudio, Hans Stange y Carlos Ossandón (2015). “Sin armas para la crítica. El estancamiento de los estudios críticos en comunicación y los viejos debates teórico-epistemológicos”. En *Comunicación política y democracia en América Latina*. Arancibia, Juan Pablo y Claudio Salinas, eds. Quito: CIESPAL (pp. 37-58).
- Salinas, Claudio, Hans Stange y Carlos Ossandón (2015b). “Dos conceptos de comunicación subyacentes a las prácticas de investigación en América Latina y la búsqueda de una nueva/antigua matriz teórico-política”. XV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social FELAFACS 2015 [Memorias del encuentro]. Medellín (pp. 114-126).
- Sánchez, Cecilia (2010). “Institucionalización de la filosofía: entre la reflexión y el conocimiento productivo”. *Mapocho*, (67): pp. 373-385.

Santos, José (2012). “Tiranía del paper. Imposición institucional de un tipo de discurso”. *Revista Chilena de Literatura*, (82): 197-217.

Sosa, G (2000). “Hacia una configuración del ser y hacer del profesional de la comunicación, sus posibles escenarios de acción para el siglo XXI”, en *Razón y palabra*, 17. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n17/17gsosa.html>.

Torrico, Erick (2010). *Comunicación. De las matrices a los enfoques*. Quito: Ciespal.

Verón, Eliseo (1999). “Entre la epistemología y la comunicación”. *CIC*, (4): pp. 149-155.

Vidales Gonzáles, Carlos (2015). “Historia, teoría e investigación de la comunicación”. *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Guadalajara, (23): pp. 11-43.