

SOCIOLOGÍA

CIUDADANÍA, COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Gabriela de la Peña Astorga
Juan Antonio Garza Sánchez



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA
EDITORIAL ARTIFICIOS

CIUDADANÍA, COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

CIUDADANÍA, COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Juan Antonio Garza Sánchez
Gabriela de la Peña Astorga
(coordinadores)



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA
EDITORIAL ARTIFICIOS
MÉXICO, 2019



Universidad
Autónoma
de Coahuila



Primera edición: diciembre 2019

D.R. © JUAN ANTONIO GARZA SÁNCHEZ Y
GABRIELA DE LA PEÑA ASTORGA (COORDINADORES)

D.R. © UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA
Blvd. Miguel Tamayo Espinoza de los Monteros 2358,
Desarrollo Urbano 3 Ríos, Culiacán, 80020 (Sinaloa)

DIRECCIÓN DE EDITORIAL
<http://editorial.uas.edu.mx>

D.R. © EDITORIAL ARTIFICIOS
Abelardo L. Rodríguez 747,
Maestros Federales, 21370, Mexicali, Baja California
www.artificios.club

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio
sin autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

ISBN UAS: 978-607-737-284-4
ISBN ARTIFICIOS: 978-607-97328-8-2

Impreso y hecho en México

Contenido

PRÓLOGO	11
<i>Juan Antonio Garza Sánchez y Gabriela de la Peña Astorga</i>	
Un trinomio necesario: ciudadanía, comunicación y democracia en los tiempos de la esfera pública digital	15
<i>Isabela Corduneanu Victoria</i>	
Medios alternativos y emergentes para la construcción de ciudadanía y movimientos sociales	
Uso de las tecnologías digitales para el cambio social.	
Análisis del caso mexicano	27
<i>María Consuelo Lemus Pool y César Bárcenas Curtis, Universidad Autónoma de Tamaulipas</i>	
La participación ciudadana de los jóvenes a través de los medios alternativos	51
<i>Juan Manuel Piña Osorio, Judith Pérez-Castro y Jesús García Reyes, IISUE-UNAM</i>	

Liderazgos carismáticos para la construcción de ciudadanía.
El caso de Miguel Taniyama y su movilización en apoyo a damnificados
de inundaciones en Culiacán, Sinaloa 77
*Marco César Ojeda Castro y Ana Imelda Coronel Cabanillas, Universidad Autónoma de
Occidente*

La radio comunitaria como práctica de la comunicación
emergente reivindicativa: el caso en Teocelo, Veracruz 99
Raul Anthony Olmedo Neri, Universidad Autónoma de México

De la soberanía visual a la comunicación intercultural.
Apuntes para una historia del cine y video indígena en México 117
Alberto Cuevas Martínez, Universidad Autónoma de México

El cine de Nuevo León en el siglo XXI, una cinematografía emergente. 135
*Juan Manuel González Fernández, Universidad de Monterrey /
Tecnológico de Monterrey*

Debates en la nueva esfera pública

Bots en la esfera pública: para una ética discursiva en las redes sociales 159
Gabriela Elisa Sued Palmeiro, Universidad Complutense de Madrid

Redes sociales como microespacios de acción ciudadana en jóvenes.
Oposición a la misoginia en grupos autistas en Facebook 179
Gabriel Pérez Salazar, Universidad Autónoma de Coahuila

Medios y sistema democrático mexicano

Apuntes teóricos sobre la reconfiguración del espacio público 205

Sergio García Sánchez, Universidad Autónoma de la Ciudad de México/UNAM

Enfoques sobre el populismo: ¿un diálogo imposible? 229

Guillermo Fernández Vázquez, Universidad Complutense de Madrid

Retrocesos en los derechos de las audiencias frente a los intereses
de los poderes fácticos mediáticos en México 251

*Wendy Dinora Huerta Espino, Universidad Autónoma de Zacatecas y Esther Consuegra
Dávila, Universidad Autónoma de México*

Procesos electorales 2018: la representación de la mujer como actor político
en los medios impresos, a nivel estatal, durante la etapa de precampaña
en el estado de Guerrero. 271

Aurora Reyes Galván y Denia May Sánchez Rivera, Universidad Autónoma de Guerrero

La alfabetización digital como derecho a la comunicación
en mujeres mayores de 40 años. 291

Ana María del Carmen Márquez Rodríguez, Universidad Autónoma de Nuevo León

La deserción escolar en alumnos de educación media superior
como asunto pendiente en la agenda de Estado y la participación
social para generar soluciones: una aproximación al trabajo
de la UANL en la colonia Independencia. 303

Laura Elizabeth Velázquez Tamez, Universidad Autónoma de Nuevo León

Formación ciudadana en los menores de edad: igualdad de género 335

*Moncerrat Arango Morales, Lucinda Sepúlveda García y Bertha Alicia Ramírez Salas,
Universidad Autónoma de Nuevo León*

Verificación de datos: apuesta para recuperar la confianza en los medios 353
Daniela Mendoza Luna y Deyra Guerrero Linares, Universidad Autónoma de Nuevo León

El ejercicio profesional y científico de la comunicación ante los retos
y diagnósticos de la democracia mexicana

Quién es periodista en los tiempos de la posverdad 379
Rodrigo Ramírez-Tarango, Universidad Autónoma de Chihuahua

La doble vía de la democratización comunicacional: una reflexión
acerca de la apropiación de las herramientas sociales digitales 399
Osiris Soledad González y Galván François Demers, Universidad Laval

Violencia digital contra periodistas: condicionamiento para
la construcción democrática de ciudadanía dentro de una renovada
esfera comunicacional 415
*Eduardo Gabriel Barrios Pérez, Universidad Naval y Guadalupe H. Mar Vázquez,
Universidad Veracruzana*

Prólogo

JUAN ANTONIO GARZA SÁNCHEZ¹

GABRIELA DE LA PEÑA ASTORGA²

La convocatoria para el libro *Ciudadanía, comunicación y democracia*, realizada en el año 2018 desde la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Universidad Autónoma de Coahuila, tuvo por objetivo invitar a la comunidad académica de la comunicación en nuestro país a presentar el resultado de su trabajo científico en torno al momento histórico que atravesamos hoy en día: la llegada de un régimen político a nivel federal que, ya desde la etapa de campañas, presentaba como opción de gobierno una apuesta por la descentralización del poder a favor de estrategias de acción ciudadana. No resulta extraño que así fuera, pues el flujo ideológico en la historia del México contemporáneo, abierto a otras tendencias mundiales, parecía conducirnos hacia ello.

Si bien en los años sesenta se inició la gesta de los grandes cambios en materia de empoderamiento de la ciudadanía a través de los diversos movimientos sociales que se propagaron por todo el mundo en manifestaciones públicas en las que se exigía un paradigma de inclusión social y el desarrollo de un nuevo futuro cultural y político, en México, en 1968, con la llegada del Movimiento Estudiantil a

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León.

² Universidad Autónoma de Coahuila.

las plazas públicas se levantó la voz en contra del autoritarismo estatal. Por primera vez se vieron espacios públicos, que habían servido para promover al gobierno en turno, siendo apropiados por grupos multitudinarios que exigían sus derechos y el respeto a su calidad ciudadana.

Desde entonces y hasta la fecha, los lugares públicos —físicos y simbólicos— de la sociedad urbana mexicana se han visto cada vez más ocupados por ciudadanos dispuestos a acotar el ejercicio del poder de sus gobernantes, a hacer valer su derecho a contar con garantías para su participación en la vida pública, a protestar por una mala situación económica, a hacer oír su voz en torno a un sinnúmero de temas, necesidades y problemas (Murillo, 2006).

Cincuenta años después del mundo del 68, el empoderamiento de la ciudadanía nuevamente marca la pauta. En España, a partir del movimiento ciudadano y de colectivos civiles como el 15M y el manifiesto «Mover ficha», que tratan de convertir la indignación en cambio político, se crea el partido «Podemos», en el que un amplio grupo ciudadano, intelectual y de activistas sociales contienden en las elecciones nacionales y de la Unión Europea logrando posiciones en diferentes estructuras del gobierno. En México, en el año 2012, el movimiento inicialmente estudiantil YoSoy132, reunió a un amplio número de ciudadanos e intelectuales en asamblea con el fin de discutir diversos temas de interés público. En 2018, el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), un partido creado en medio de la indignación social hacia el régimen político, con personajes similares así como con participantes de la política exiliados de otros partidos, se posiciona con mayoría absoluta en el poder legislativo federal y obtiene alcaldías, gubernaturas y la presidencia de la República. La frase del candidato presidencial en México utilizada en repetidas ocasiones durante la campaña fue culpar a «la mafia del poder» de lo que aquejaba al país.

Este libro invita a la comunidad de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) a reflexionar y analizar el quehacer social en pro de la democracia y la construcción de la ciudadanía desde la perspectiva de la comunicación, en cuya convocatoria se plantearon preguntas como: ¿De qué forma han contribuido los medios de comunicación, los gobiernos, la comunidad científica

y la ciudadanía en general a constituir nuestra democracia?, ¿Qué acuerdos o discusiones, desde la comunicación, se distinguen en torno al empoderamiento de la ciudadanía y de su participación en la plaza pública (en sus acepciones de espacio o esfera públicos) para la construcción de nuestra democracia?, ¿Cuáles teorías, metodologías, líneas de investigación, obras y acontecimientos forman parte de la historia compartida sobre el tema al que convoca esta obra?, ¿Cuáles son los retos del nuevo Gobierno?, ¿Cuál deberá ser la actitud de la ciudadanía tras estos acontecimientos, teniendo a los medios de comunicación —tradicionales y emergentes— como herramienta para su participación pública?, ¿Cuál es el papel de los medios de comunicación como actores en la dinámica de diálogo democrático?

En la convocatoria se establecieron los siguientes ejes para la discusión de propuestas teóricas, metodológicas y de resultados de investigación de campo, con la intención de abarcar las distintas líneas de investigación que integran a los 16 Grupos de Investigación y a los tres grupos de trabajo de la AMIC:

1. Medios alternativos y emergentes en/para la construcción de ciudadanía y movimientos sociales.
2. Debates (controversias y/o conflictos) sobre/en la nueva esfera pública (digital, tradicional o en su interrelación).
3. Medios y sistema democrático mexicano.
4. El ejercicio de la comunicación (profesional y/o científico) ante los retos y diagnósticos de la democracia mexicana.

El resultado de este ejercicio es la obra que hoy ponemos a disposición de las comunidades civiles y científicas, bajo convenio de colaboración entre las instituciones convocantes y los autores que la integran, en el ánimo de contribuir, desde una academia comprometida con la construcción democrática de nuestro país, a la discusión sobre el papel de la comunicación en la progresión de los derechos y de las acciones ciudadanas que conduzcan a modelos de gestión sociocomunicativa cada vez más participativos.

REFERENCIAS

MURILLO, I. A. (2006). México: ¿empoderamiento ciudadano? Iberoforum.

Un trinomio necesario: ciudadanía, comunicación, democracia en los tiempos de la esfera pública digital

ISABELA CORDUNEANU VICTORIA

INTRODUCCIÓN

Fue una grata sorpresa recibir la invitación para presentar este libro, sobre todo, porque tenía así la oportunidad de ser la primera lectora de una travesía académica que se proponían los autores y la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC): escribir, de manera novedosa y provocativa, sobre un tema clásico en los estudios de comunicación: ciudadanía, democracia y (obvio), medios de comunicación.

Empecé la lectura y me encontré con gratas sorpresas, que quiero compartir en esta introducción.

Lo primero que llama la atención es la propuesta novedosa de los editores de abordar el trinomio ciudadanía-comunicación-democracia en México a través del uso de nuevos ángulos temáticos, relacionados entre sí.

Este libro se perfila como un libro de utilidad para los estudiosos de la comunicación, sean alumnos de grado o de posgrado, sean investigadores, por la actualidad de los temas que se tocan y la pertinencia de los debates que se analizan, poniendo en relieve la problemática de un espacio público cada vez más permeado por el uso de las redes sociales y las plataformas digitales. El mensaje final del libro es que la construcción de ciudadanía y de la democracia no se pue-

de entender ya sin introducir en la ecuación un tercer elemento: la esfera pública digital y sus dinámicas.

La esfera pública es un tema clásico en las ciencias políticas, en la sociología y en la comunicación, desde la relación que establece Habermas entre la opinión pública y el espacio público. Recordemos que, para Habermas, la esfera pública burguesa es el espacio (tanto físico, como simbólico) donde, a través de la interacción y del debate, surge la opinión pública; por *esfera pública* se entendía «la esfera en la que las personas privadas se reúnen en calidad de público» (Habermas, 2004, p. 65). Traigo a colación la discusión que el autor hace sobre los varios tipos y ámbitos de la opinión pública, en un mundo previo al mundo de las redes sociales. Por un lado, Habermas distingue el sistema de opiniones informales, personales, no públicas; y, por otro lado, está el sistema de las opiniones formales, institucionalmente autorizadas (Habermas, 2004, p. 269). En las actuales dinámicas comunicativas deberíamos considerar un tercer ámbito: el del espacio discursivo digital, en donde las opiniones se hacen públicas a título personal, pero a través de las redes sociales y los medios sociales (social media). Lo que nos lleva a la concepción de *sociedad red* de Castells, pero también a las consideraciones de este autor sobre la distribución del poder en esta sociedad red (Castells, 1996) con reconsideraciones sobre «el nuevo espacio público» conformado por las redes, así como sobre el vínculo entre los nuevos movimientos sociales y la sociedad red (Castells, 2009).

Este sería un primer punto que se debe destacar en cuanto a la relevancia del presente libro: la propuesta de considerar a la esfera pública digital como este *tercer espacio* habermasiano de formación de la opinión pública y de debate ciudadano, con un papel fundamental en el proceso de empoderamiento ciudadano y de construcción y consolidación de la democracia.

Siguiendo a Castells, quien profundiza su análisis sobre la nueva esfera digital de la sociedad red y su vínculo con los movimientos sociales (Castells, 2012), un primer y novedoso ángulo temático del presente libro comprende la relación entre los movimientos sociales y los medios alternativos, un tema que ha ganado prominencia en las primeras dos décadas del siglo XXI, tanto a causa de la emergencia

de los medios alternativos, como por su papel en los así denominados *nuevos* movimientos sociales. Castells (2012) cuidadosamente señala que las redes sociales se transforman en un elemento «necesario, pero no suficiente de la acción colectiva», pero sí complementario para activar movimientos sociales en formas y espacios tradicionales (p. 219). Igualmente, merece mención la propuesta de Castells sobre considerar un tercer espacio, al que llama «espacio de la autonomía», conformado por las redes y las acciones colectivas y de protesta; así como el debate sobre la construcción de esta esfera digital en la medida en la cual se recupera este espacio de las instituciones imbuidas en el poder y le es restituido a los ciudadanos.

Además de las contribuciones de Castells a los debates sobre la ciudadanía, la democracia y la esfera pública digital, nos es útil situar las contribuciones de este libro en la perspectiva de la literatura sobre los «nuevos movimientos sociales». En la década de los cincuenta y los sesenta del pasado siglo, se entendía por participación política la manera en la cual los ciudadanos podían influir en las decisiones políticas, siendo el voto la más directa, además de la participación indirecta como la implicación en campañas políticas, participación en organizaciones formales de tipo weberiano (reguladas, jerárquicas, burocráticas), como las iglesias vinculadas con los partidos cristiano-democráticos, los sindicatos, las cooperativas, las organizaciones voluntarias, etc. El 68 y los movimientos sociales de protesta de las décadas de los setenta y ochenta han causado una necesaria revisión de la teoría sobre las formas de participación política (Norris, 2004). Los movimientos sociales, extraordinarios en los años sesenta, se han vuelto comunes en los setenta y ochenta, con el auge del feminismo, el pacifismo y, de manera más reciente, los movimientos ecológicos o los movimientos de apoyo y protesta de la comunidad LGBTQ+. De esta manera, se desarrolla el concepto de «participación no convencional», que es aquella que no considera los canales tradicionales de la democracia representativa para buscar influir en las decisiones políticas. La forma más representativa de esta participación no convencional son las movilizaciones sociales (Norris, 2004).

Pippa Norris (2004) propone diferenciar entre dos formas de participación política: *citizen-oriented* y *action-oriented* o *cause-oriented*. La participación

orientada al ciudadano es equivalente a la participación convencional, donde el ciudadano de una democracia representativa utiliza los canales tradicionales e institucionales del sistema para influir en las decisiones políticas. La participación orientada a la causa o a la acción se enfoca en problemas específicos, por ejemplo, las políticas de los consumidores, el matrimonio igualitario, el calentamiento global, por nombrar algunas causas actuales. Las acciones orientadas a causas se han desarrollado de tal manera que hay una línea borrosa entre lo político y lo social, con el impacto de los valores post-materiales y tienen como meta no solo a los actores políticos (gobiernos, políticos, partidos), sino también a otros actores sociales, en los sectores públicos, privados o sin fines de lucro, tanto nacionales como transnacionales. Esto sería una primera modificación en la participación política: la modificación en las formas o repertorios de las mismas, que encabezan sobre todo los jóvenes, de acuerdo a Pipa Norris (2004).

Mannarini *et al.* (2008) afirman que hay evidencia de que en los últimos años los jóvenes se han distanciado de los canales tradicionales de la participación política (voto, participación indirecta como participación en campañas políticas, afiliación partidista, interpelaciones directas de los políticos). Sin embargo, los jóvenes sí escogen implicarse en los procesos políticos sobre todo a través de actividades sociales y civiles: la participación de los jóvenes no es solo social o solo política, sino que es socio-política, lo que nos lleva a un nuevo concepto: el de la participación social, además de la participación convencional y no convencional, de acuerdo a los autores. Tres son las características principales de la participación social. Primero, la prevalencia de las relaciones horizontales e igualitarias (a diferencia de las relaciones jerárquicas de los partidos políticos, por ejemplo, o de otras organizaciones objeto de la participación política tradicional). La segunda característica se refiere a la presencia de motivaciones pro-sociales, y la tercera a estructura de redes con conexiones débiles (Mannarini, *et al.*, 2008).

Es en este contexto teórico que se sitúa la primera sección de este libro que aborda la problemática de los movimientos sociales desde dos ángulos temáticos.

Un primer ángulo es el de los fenómenos emergentes, como la participación de los jóvenes en medios alternativos, con el capítulo de Juan Manuel Piña Osorio,

Judith Pérez-Castro y Jesús García Reyes; el uso de las tecnologías digitales por parte de los activistas mexicanos, con el capítulo de María Consuelo Lemus Pool y César Bárcenas Curtis; y el fenómeno del liderazgo carismático en la construcción de la ciudadanía con la aportación de Marco César Ojeda Castro y Ana Imelda Coronel Cabanillas. En esta sección se analizan, por ejemplo, el uso de las redes en movimientos sociales recientes, como #Másde131 y #YoSoy132 pero también las temáticas regionalizadas de los movimientos de protesta digitales, así como la cultura política y el nivel de confianza en las instituciones entre los jóvenes mexicanos, para explicar sus formas de participación o no participación.

El segundo ángulo temático propone una mirada fresca sobre medios de comunicación de masa tradicionales, como la radio comunitaria o el cine, desde las perspectivas teóricas de la comunicación intercultural o las prácticas comunicativas reivindicativas, con las aportaciones de Raúl Anthony Olmedo Neri y Alberto Cuevas Martínez, para reinventar a estos medios tradicionales como prácticas comunicativas emergentes. Raúl Anthony Olmedo Neri analiza la Radio Comunitaria de Teocelo (Veracruz), desde la perspectiva de la comunicación emergente reivindicativa, en un mundo en donde hay una convergencia de plataformas de comunicación. En esta misma sección, Alberto Cuevas Martínez propone un recuento histórico de producción audiovisual con pueblos originarios de México, en el periodo 1980-2011. El autor nos propone una válida y necesaria reflexión sobre formas de comunicación alternativas y sobre la comunicación intercultural desde la perspectiva del cine indígena y de la soberanía visual. Por último, Juan Manuel González Fernández analiza también un nicho de cine emergente: el cine de bajo y micro presupuesto del estado de Nuevo León, que toca temas específicos de la sociedad del noreste; su ensayo se enfoca en específico en los largometrajes producidos en el estado de 2001 a 2018 y busca responder a la interrogante sobre si el cine independiente neoleonés es un medio para la autoafirmación de la identidad del noroeste.

En una segunda sección, y relacionado también con el tema de los movimientos sociales, los editores colocan un tema novedoso, pero de suma importancia

para la construcción de la ciudadanía y la democracia en México: la esfera pública digital y los debates o las acciones ciudadanas que tienen lugar en ella.

Las redes sociales han sido en estas dos décadas lugares para gestar y gestionar acciones ciudadanas, movimientos sociales, acciones cívicas en pro de causas tan diversas como las causas ecológicas, la equidad e igualdad de género, las causas de la comunidad LGTTTIQ+, como el matrimonio igualitario o hasta los movimientos contra la misoginia y la violencia de género. El último es el caso de la contribución del Gabriel Pérez Salazar sobre la oposición a la misoginia en los grupos autistas de Facebook.

Por otro lado, otro tema actual es el debate sobre la necesidad de códigos éticos en la esfera pública digital, frente al fenómeno cada vez más fuerte de los bots o las cuentas automatizadas que se usan sobre todo en campañas electorales o en campañas de desprestigio en la esfera virtual. El artículo de Gabriela Elisa Sued Palmeiro propone una reflexión sobre la ética discursiva necesaria en la esfera pública digital, desde la perspectiva de los mensajes robotizados (*bots*) y su contribución al esparcimiento de las noticias falsas, por ejemplo, con su consecuente daño a la confiabilidad de los medios y de las redes sociales.

Un tercer abordaje necesario en el triángulo de los conceptos propuesto por el libro (empoderamiento ciudadano, la comunicación y la democracia), es la relación entre los medios y la construcción de la democracia, un tema clásico en comunicación y ciencias políticas. La novedad del presente libro es que, más que proponer nuevos abordajes teóricos, las contribuciones de la tercera sección (titulada «Medios y sistema democrático mexicano») se enfocan en nuevos procesos y actores que aparecen en la relación entre medios y democracia.

Entre los nuevos procesos analizados se encuentran el populismo con el artículo de Guillermo Fernández Vázquez; los derechos de las audiencias con la contribución de Wendy Dinora Huerta y Esther Consuegra Dávila, así como el fenómeno de alfabetización digital pero enfocado a un grupo social particular: las mujeres mayores de 40 años, con el capítulo de Ana María del Carmen Márquez Rodríguez.

En cuanto a nuevos actores en la relación entre medios y democracia, además de las ya mencionadas (mujeres mayores de 40 años), se estudian la representación de la mujer en las campañas electorales, así como a un segmento etario y social con menor presencia en los estudios de comunicación en México: los adolescentes frente a la problemática de la igualdad de género, con la contribución de Monserrat Arango Morales, Lucinda Sepúlveda García y Bertha Alicia Ramírez Salas; las autoras resaltan la importancia de inculcar este valor en la formación ciudadana de los niños y las niñas, ya que, a través de un análisis de programas televisivos preferidos por la audiencia infantil, se llega a la conclusión de que es un valor que está representado de manera ambigua en estos programas.

Por último, en el trinomio ciudadanía-democracia-medios es necesario considerar el papel y la posición actual de los profesionistas de los medios, en específico los periodistas, que hacen de correa de transmisión entre estos tres elementos, que es el tema de la cuarta y última sección del libro.

Destaco aquí que, nuevamente, las contribuciones apuntan hacia dos temas novedosos, pertinentes y actuales. El primero se refiere al tema de la posverdad y los retos que este fenómeno supone para los periodistas de hoy, con la contribución de Rodrigo Ramírez-Tarango, quien hace hincapié en el papel de la ética periodística, los indicadores de un periodismo de calidad que se deben respetar (por ejemplo, la contextualización de la noticia), y también la necesidad de la profesionalización y de la actualización constante de los periodistas. Estas reflexiones se vinculan con las que proponen Daniela Mendoza Luna y Deyra Guerrero Linares, sobre la necesidad y los mecanismos para la recuperación de la confianza en los medios (como el fact-checking). Pero también se corresponden con las reflexiones sobre la apropiación de las herramientas digitales por parte de la comunicación gubernamental, una necesidad real en una época de *ciudadanos digitales* que habitan una esfera pública digital, reflexiones que proponen Osiris Soledad González y Galván François Demers en su contribución.

El libro cierra de manera muy pertinente con la reflexión de Eduardo Gabriel Barrios Pérez y Guadalupe H. Mar Vázquez sobre la violencia digital hacia los periodistas, otro fenómeno de la esfera pública digital que tiene impacto sobre la

libertad de prensa y la libertad de expresión, así como sobre el ejercicio mismo del periodismo: una condición esencial para que los medios tengan una contribución positiva al desarrollo de la democracia en México es el reconocimiento pleno de los derechos digitales.

En resumen, el presente libro hace dos contribuciones muy importantes para los estudios de la comunicación:

La primera contribución se da con la actualización temática de la discusión sobre la relación entre el empoderamiento ciudadano, medios y democracia, con el acento sobre los desarrollos sociales y tecnológicos de la última década y, en específico, de las dinámicas, los procesos y los actores actuales en la esfera pública digital.

La segunda contribución consiste en aportar perspectivas micros locales y regionales sobre esta relación (ciudadanía, medios y democracia), acercando así el lente del análisis a realidades contextualizadas y particulares, en vez de generalizar desde una mirada impositiva y centralista del investigador. Tenemos entonces, perspectivas locales de Veracruz, Nuevo León, Oaxaca, Sinaloa, Guerrero, tanto en el espacio físico, como en el espacio digital.

Este es un libro de obligada lectura para entender el estado actual de los estudios de la comunicación, medios y democracia en México, tanto al nivel macro, como al nivel micro, tanto en la esfera pública *clásica*, como en las nuevas esferas públicas, alternativas y digitales, que se están abriendo paso en nuestras realidades del día al día.

BIBLIOGRAFÍA

- CASTELLS, M. (1996). *La era de la información: Economía, Sociedad y Cultura*. La Sociedad Red, vol. 1. Madrid: Alianza Editorial.
- _____ (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- _____ (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.

- HABERMAS, J. (2004 [1981]). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S. A.
- MANNARINI, Terri, Monica Legittimo y Cosimo Talò (2008). «Determinants of Social and Political Participation among Youth. A Preliminary Study». *Psicología Política*, 36, 95-117.
- NORRIS, Pippa. 2004. «Young People and Political Activism: From the Politics of Loyalties to the Politics of Choice?» Ponencia presentada en la conferencia Civic engagement in the 21st Century: Toward a Scholarly and Practical Agenda, California, EEUU. Recuperado de <http://www.hks.harvard.edu/fs/pnorris/Acrobat/COE%20Young%20People%20and%20Political%20Activism.pdf>.

MEDIOS ALTERNATIVOS Y EMERGENTES
PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA
Y MOVIMIENTOS SOCIALES

Uso de las tecnologías digitales para el cambio social. Análisis del caso mexicano

MARÍA CONSUELO LEMUS POOL Y CÉSAR BÁRCENAS CURTIS¹

INTRODUCCIÓN

El uso de las tecnologías digitales en los movimientos sociales en el siglo XXI, ha suscitado una amplia serie de reflexiones en torno al uso de estas herramientas para los procesos de resistencia y transformación social (Bimber, 2000; Cleaver, 1999; Diani, 2000; Garrett, 2006; Melucci, 1989). La tecnología, vista como parte de los repertorios de protesta contemporáneos, puede no significar un fin en sí mismo, sino un fin político, que en el fondo posiblemente remite a nuevas prácticas de comunicación, algunas de las cuales pueden generar resultados de cambio en diversos ámbitos (Milan, 2013; Tufekci & Wilson, 2012).

En el discurso sobre la importancia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), prevalece su potencial para brindar oportunidades de participación en discusiones y cuestionamientos sobre temas políticos y sociales (Lievrouw, 2011; Pajnik & Downing, 2008; Tufte & Enghel, 2009). En este sentido, los ciudadanos tienen opciones de participar a través de los canales digitales en los procesos de debate sobre el cambio social, los cuales al mismo tiempo pueden generar procesos de construcción de una identidad colectiva (Padovani & Calabrese, 2014). Aunque se trata de un proceso que se está gestando de manera desigual

¹ Universidad Autónoma de Tamaulipas.

e inequitativa, es ineludible que nos encontramos ante un panorama de cambio y que los matices de tales transformaciones deben ser analizados de manera local y en estudios de caso concretos.

En este capítulo, el objetivo central es desarrollar un análisis respecto a las características del uso de las tecnologías digitales y su aplicación para el cambio social, tomando como ámbito de análisis el caso mexicano. Para aterrizar, empleamos el activismo como principal marco de referencia de las prácticas de cambio social que se estudiarán a través de un análisis empírico. Las principales preguntas de investigación a las que damos respuesta son ¿para qué usan las tecnologías digitales los activistas del contexto mexicano?, ¿el uso dado a estas herramientas ha favorecido el alcanzar las metas de transformación social planteadas por los movimientos o luchas a las cuales se adscriben?

Una de las hipótesis iniciales de nuestros planteamientos es que, en el contexto mexicano, el uso activista de las tecnologías digitales se ha generalizado debido a que representa el canal más accesible para difundir información alternativa al sistema de medios privado-comerciales; no obstante, el nivel de aplicación de dichas tecnologías se ha quedado justamente en el ámbito de la difusión de información y construcción simbólica de referentes informativos más plurales.

En este trabajo, damos inicio con la revisión teórica que fungió como un marco general, a través del cual podemos comparar avances y áreas de desarrollo para reflexionar en torno a nuestro contexto en específico. En un segundo apartado se presenta la estrategia metodológica del trabajo de campo, la cual fue cuantitativa, exploratoria-descriptiva. Posteriormente se desarrollan los resultados, donde se describen las respuestas de 278 activistas mexicanos que emplean Internet como parte de sus repertorios de protesta. Este entrecruzamiento de hallazgos, tanto de las propuestas teóricas, como de las experiencias empíricas, permitió conclusiones que ayudan a sistematizar cómo es que las herramientas digitales aportan algunos elementos para coadyuvar al cambio social. Sin embargo, los hallazgos también remiten a la complejidad de la realidad social mexicana, en la que sin duda hace falta mayor trabajo para el desarrollo de una cultura política, que permita alcanzar a potencializar los beneficios de estas herramientas.

Tecnologías digitales y cambio social: ¿una posible alternativa?

El cambio social a través de las tecnologías digitales puede abordarse, en primera instancia, como un proceso que parte de un contexto cultural y cotidiano, donde se desarrollan una serie de apropiaciones que pueden transformar y reafirmar las identidades individuales de grupos, colectivos y de la sociedad en general (Sierra y Gravante, 2016, p. 165). En este caso, el cambio social en un entorno digital se genera a través de las interacciones con las prácticas culturales y su incidencia en los procesos políticos y económicos, por lo que el cambio social no es el todo, ni es mucho menos unidireccional, puesto que se desarrollan una serie de interacciones que a su vez generan nuevas prácticas y discursos socioculturales.

A partir de este planteamiento, la noción de la incidencia de las tecnologías digitales en el cambio social se puede comprender e identificar a través de cuatro dimensiones de estudio, señalan Ardèvol y Lanzeni (2014, 15): a) advenimiento de una nueva cultura o cibercultura; b) formas culturales emergentes (ciberespacio); c) prácticas culturales (usos y apropiaciones de la tecnología digital) y como d) objeto de estudio antropológico. Por lo anterior, el análisis de la incidencia de las tecnologías digitales en las prácticas de los activistas mexicanos, no solo se entiende como una forma de evaluación de la importancia de los dispositivos digitales para los activistas, sino como parte integral de estas dimensiones de estudio que permiten observar una serie de procesos e interacciones que generan distintas prácticas y hábitos culturales de los activistas.

Asimismo, es importante señalar que estos procesos generan una serie de apropiaciones, lo que incluye transformaciones en la forma de creación y de comunicación de discursos y mensajes audiovisuales en el entorno digital, generando así nuevas formas de intercambio de «ideas y significados» (Du Gay, Hall, Janes, Mackay y Negus, 1997). En este caso, los procesos de apropiación de las tecnologías digitales tienen posibilidades de construir una serie de identidades, experiencias y representaciones culturales que a su vez generan nuevas formas de expresión y comunicación (Coleman, 2010, p. 488).

En cierto momento, se podría pensar que la tecnología define el desarrollo económico, social y cultural, al crear una serie de productos y servicios que pueden ser adoptados a través de «una serie de dispositivos que implican al mismo tiempo nuevos usos y prácticas» (Garnham, 2011, p. 57). Sin embargo, la pretensión de estos apuntes consiste en cuestionar el determinismo tecnológico, sobre todo, porque la tecnología puede transformar algunos hábitos sociales, pero por sí sola no explica la estructura social en su totalidad.

En este caso, se debe comprender que, en primera instancia, para acercarnos al concepto de las tecnologías digitales, es necesario reconocer que existe una convergencia entre redes, telecomunicaciones y procesos informáticos, que en términos generales puede desarrollar una serie de interacciones para compartir conocimientos a partir de una configuración cultural diferente (Jenkins, 2008). Estas herramientas juegan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento. Lo fundamental de esta convergencia tecnológica, radica en las posibilidades de intercambios cognitivos a partir de nuevas relaciones sociales, organizacionales, formas culturales, en los modelos de negocios, en prácticas políticas, por lo que, en determinado momento, la importancia de estas tecnologías implica transformaciones educativas, laborales, políticas, económicas y sociales.

De acuerdo con lo anterior, es necesario señalar que esta convergencia también conlleva un proceso multidimensional que incide en las prácticas culturales de la sociedad. Sin embargo, es preciso aclarar que estas experiencias no están de antemano definidas por las aplicaciones de los dispositivos tecnológicos, sino que más bien adquieren sentido cuando las tecnologías pueden ser entendidas como artefactos que pueden ser formados y reformados por el uso de las prácticas humanas, en interacción «con, alrededor y a través de ellas» (Hutchby, 2001, p. 444).

En cierta forma, las tecnologías digitales pueden tener impacto para desarrollar las transformaciones sociales. Sin embargo, es posible que no definan cada uno de esos cambios, puesto que existen factores diversos en el complejo entramado social, que no las determinan en su totalidad. Sobre todo, debido a la inmensa va-

riedad de culturas, entre las cuales, según su apropiación particular, pueden darles diferentes usos a los nuevos desarrollos tecnológicos (Lèvy, 1997).

Las transformaciones tecnológicas, por otra parte, están interrelacionadas con los procesos culturales y de comunicación en determinados contextos, por lo tanto, «esta interdependencia significa que la tecnología no es solamente recibida, sino que es socialmente asimilada a través de un proceso de adopción, y eventualmente integrada en nuevas prácticas colectivas e institucionales» (Karaganis, 2007, p. 9).

Las estructuras de organización e interacción social, en nuestro contexto contemporáneo, se basan de múltiples formas en las posibilidades que proporcionan las redes de información virtual. Manuel Castells (2000b) propone una serie de dimensiones para identificar estas transformaciones.

En primer lugar, a través del análisis de las nuevas formas de producción económica y cultural en un contexto global, a través, por ejemplo, de la interacción entre usuarios, corporativos, herramientas tecnológicas y el nuevo ecosistema de medios de comunicación.

En segundo lugar, es posible entender la globalización como un fenómeno que puede tener incidencia en las capacidades tecnológicas, organizacionales e institucionales, al desarrollar sistemas de trabajo unificados a escala planetaria, a partir de la velocidad e inmediatez de las nuevas redes. Al mismo tiempo, la globalización es relevante ya que implica una acelerada articulación e interdependencia entre países y regiones del mundo, «a partir de la intensificación de las articulaciones funcionales, en diversos territorios, entre las fases del circuito de capital (financiamiento; compra de insumos, materias primas y fuerza de trabajo; producción; distribución y consumo)» (Sánchez Ruiz, 1998, p. 51). La globalización consolidada por las redes de riqueza, tecnología y poder está ampliando las capacidades productivas, las formas de creatividad cultural y las posibilidades de comunicación, pero al mismo tiempo, también tiene posibilidades de generar fenómenos de privación de los derechos de los ciudadanos (Castells, 2001, p. 91).

Sobre este último punto, el caso del #YoSoy132 en México que se generó a partir de la visita del candidato presidencial del Partido Revolucionario Institucional

(PRI), Enrique Peña Nieto, a la Universidad Iberoamericana unos meses antes de las elecciones de 2012, y en la que se le cuestionó de manera crítica sobre sus acciones políticas cuando era Gobernador del Estado de México, provocó que esas críticas en su momento fueran descalificadas por algunos de los grandes monopolios de los medios de comunicación en México como Televisa y la Organización Editorial Mexicana, así como por parte de algunos partidos políticos, particularmente el PRI y el Partido Verde Ecologista de México (PVEM). Ante este agravio, los estudiantes de la Ibero subieron a las redes sociales videos que mostraban lo ocurrido en la visita del candidato del PRI, lo que detonó una identidad colectiva basada en la «rabia e indignación» (Treré, 2013, p. 115). A partir de este ejemplo, en un contexto de globalización donde impera el poder económico de algunos corporativos de medios de comunicación, es posible señalar que los movimientos sociales y el activismo en las redes digitales se desarrollan dentro de un proceso de inteligencia colectiva, el cual permite «la puesta en sinergia de las competencias, de los recursos y de los proyectos, la constitución y el mantenimiento dinámico de las memorias comunes, la activación de modos de cooperación flexibles y transversales» (Lèvy, 2004, p. 13).

En tercer lugar, las manifestaciones culturales, a partir del hipertexto, pueden constituir la base de una cultura virtual de escala planetaria, la cual incide en la redefinición de las fronteras de los países; y en términos de su soberanía, pueden generarse novedosas dinámicas de redes, conectando a gobiernos nacionales con organismos supranacionales, para desarrollar procesos de negociación en la toma de decisiones sobre determinados temas de la agenda política y social.²

En este caso, al contar con nuevas plataformas y herramientas, es posible que un mayor número de individuos estén interconectados a través de «sistemas de comunicación que cuentan con alcances globales, instantaneidad, almacenamiento, permutabilidad e infraestructura descentralizada» (Sinnreich, Latonero, & Gluck,

² La globalización y la informacionalización, instituidas por las redes de riqueza, tecnología y poder, están transformando el mundo. A decir de diversos especialistas «Están ampliando nuestra capacidad productiva, nuestra creatividad cultural y nuestro potencial de comunicación. Al mismo tiempo, están privando de sus derechos ciudadanos a las sociedades» (Castells, 2003, p. 101).

2009, p. 1244), lo cual implica que estos artefactos se pueden utilizar de distintas maneras para crear diferentes tipos de expresiones y prácticas culturales. Por lo que, en términos generales, las tecnologías digitales crean una cultura descentralizada, en red, colaborativa, progresiva, efímera y dinámica (Uricchio, 2009).

Estas transformaciones pueden implicar, en cierto momento, el desarrollo de movimientos sociales, los cuales pueden ejercer presión sobre los gobiernos a partir de una serie de temas de repercusión social, con escalas locales y globales (como en su momento fue el debate sobre el cambio climático) (Castells, 2009, p. 303). Asimismo, a través de Internet se pueden establecer diversas exigencias hacia los gobiernos nacionales, que al emplear las tecnologías digitales (y sobre todo las móviles) son susceptibles de extender los procesos de interconexión, movilización y acción colectiva (Goggin & Albarrán, 2014).

Es importante mencionar que los activistas sociales, al presentar sus cuestionamientos a través de Internet, pueden desarrollar una serie de reflexiones que ingresan de alguna manera a los temas de la agenda pública. Aunque no es posible sobredimensionar el impacto de estas herramientas de información y comunicación, y caer en un optimismo desbordado sobre las posibilidades de empoderamiento que pueden ofrecer, es importante reconocer que las interrelaciones entre la comunicación del entorno virtual y de los medios tradicionales tiene líneas de comunicación constantes y cada vez más estrechas (Nisbet, Stoycheff, & Pearce, 2012).

La comunicación activista digital puede ser importante para el cambio social, a partir de contar con un sentido democrático, que aspira a reconstruir la esfera pública a través de la interacción; que puede desarrollar nuevas formas de deliberación política, representación y toma de decisiones (Castells, 2012). Aunque es importante señalar que, si bien la idea general de los movimientos sociales en Internet puede significar una oportunidad para los activistas de protestar y construir una identidad, lo fundamental son los diálogos e intercambios para desarrollar materiales y estrategias que establecen un compromiso efectivo por parte de los propios actores para proponer las metas de transformación social (Passy & Monsch, 2014).

En nuestro contexto contemporáneo, el activismo social del siglo XXI se conforma por organizaciones «que cuestionan o rechazan los modelos hegemónicos de democracia, capitalismo global y organización social, buscando alternativas sociales, políticas, y económicas» (Montes, 2013, p. 42). La resistencia y la crítica son los componentes que caracterizan a este activismo, por lo que la comunicación en tales procesos es el elemento fundamental para desarrollar prácticas con mayor alcance e incidencia.

En este sentido, las aportaciones de las tecnologías digitales para el cambio social pueden producirse a través de sus posibilidades de «diseminar conocimientos», que permitan a los diferentes grupos sociales intercambiar expresiones culturales, a partir de procesos de participación ciudadana donde predomine una práctica intercultural (Martín Barbero, 2008, p. 47). En este caso, para un uso real de las TIC en los países periféricos, es necesaria «la aplicación de políticas públicas basadas en la diversidad cultural como eje del desarrollo político, económico, educativo y cultural» (Sicsú & Bolaño, 2004, p. 150).

En cierta forma, el cambio social interactúa con las posibilidades de desarrollo cultural; por lo tanto, a través de las tecnologías digitales pueden existir opciones de crear proyectos basados en la innovación y creatividad. Sin embargo, ante procesos de concentración económica, en donde unos cuantos corporativos controlan y definen las posibilidades de las tecnologías digitales en forma global, sus oportunidades y ventajas, estamos ante un entorno con contradicciones sustanciales (Castells, 2000a, p. 12).

A partir de los apuntes presentados, es importante señalar que la aspiración respecto a la democratización a través de una participación abierta y horizontal, que conduzca al cambio social, no puede basarse únicamente en el uso de las tecnologías digitales (Morozov, 2011, p. XIV). En este caso, se puede caer en ciberutopías o en el determinismo tecnológico, el cual supone como natural y directa la emancipación a través de la presencia de las nuevas redes de comunicación (Meneses, 2015; Rovira, 2009; Rovira, Zires, Sánchez-Estévez, & López, 2015). En la realidad mexicana, estamos ante contextos con profundas contradicciones sociales e inequidad, aunque también, por otra parte, es necesario reconocer que

la esfera pública se ha revitalizado a través del uso de redes como el Facebook o Twitter. Una aproximación realista, crítica y que permita comprender la dimensión de estas transformaciones, es parte de la aportación que se requiere en estos contextos de vertiginoso cambio.

Estrategia metodológica

Para aterrizar las reflexiones precedentes, sobre las potencialidades del uso de las tecnologías digitales en el cambio social, se buscó generar un mapeo de diversos grupos activistas mexicanos que estuvieran vigentes durante el 2014, año en que se efectuó este estudio. Se eligió la técnica cuantitativa por la naturaleza exploratoria-descriptiva de los objetivos planteados, por lo que se diseñó un cuestionario digital que refleja las características de la participación activista y el uso de diversas tecnologías digitales.

Para la selección de los informantes, empleamos un muestreo por red o bola de nieve, con la finalidad de identificar activistas mexicanos. Esta técnica de selección de participantes consiste en un proceso de redes de referencias, que se aplica en poblaciones en las que no es posible establecer marcos muestrales, y que por las características o perfiles, constituyen grupos con un alto nivel de identificación interna (Biernacki & Waldorf, 1981; Heckathorn, 1997).

Con la técnica de bola de nieve, se dio inicio al muestreo en septiembre de 2014, usando en la primera etapa once contactos semilla,³ los cuales a su vez proporcionaron otras referencias de conocidos que también se consideran activistas. Se realizaron cinco etapas de muestreo en las que se alcanzaron 596 referencias. Posteriormente, se envió el cuestionario a los correos electrónicos y redes sociales proporcionadas y se alcanzaron a recopilar 278 respuestas entre diciembre de 2014 y julio de 2015 (figura 1).

³ Agradecemos al Proyecto SEP-CONACYT de Ciencia Básica No. CB2012/178329 «Jóvenes y Cultura Digital, nuevos escenarios de interacción social», quien brindó la asesoría metodológica en este muestreo.

FIGURA 1. Número y distribución geográfica de los participantes



Fuente: elaboración propia.

En este caso particular, el método cuantitativo es el más apropiado para desarrollar el análisis descriptivo de las características de los activistas. Si se tiene en cuenta que se buscó rastrear la mayor cantidad de grupos activistas que operan en el contexto mexicano, la técnica por bola de nieve permitió identificar las redes de relaciones y cooperación que los colectivos y grupos tienen a nivel nacional. Por otra parte, fue útil para vencer las barreras de inseguridad que conlleva proporcionar información sobre este tipo de participación, ya que en el contexto mexicano la vigilancia e intimidación policiaca hacia estos actores es frecuente. La bola de nieve parte del principio de un conocimiento previo de los informantes a quienes se invita a participar, por lo que la respuesta es más favorable si existen vínculos de confianza.

Uso de las tecnologías digitales para el cambio social en México

México cuenta con algunas experiencias respecto al uso de las tecnologías digitales en movimientos sociales y para acciones de protesta. Por ejemplo, el primero de enero de 1994, el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), en la región de Chiapas, ubicada en el sureste de México, irrumpió en el escenario mundial con una serie de demandas relacionadas con la reivindicación de los derechos indígenas principalmente, y en oposición de la «mundialización neoliberal». El movimiento zapatista, de acuerdo con Castells (2001), se convirtió en la primera «guerrilla informativa» (p. 95), donde su discurso se expandió a través del uso de diversas plataformas de comunicación digital por parte de miembros de la sociedad para expresar necesidades y demandas de las comunidades indígenas de la región. Por lo tanto, en un principio este fenómeno se generó a partir de las interacciones de los propios seguidores, simpatizantes y observadores del movimiento, lo que incluyó activistas, periodistas y la sociedad en general. En este caso, el movimiento zapatista invadió las redes de Internet a partir de que la gente esparció su discurso y sus demandas generando un movimiento social de «resonancia mundial» (Le Bot, 2011). Posteriormente, sucedieron movimientos sobre temáticas muy puntuales, como #Internetnecesario en 2009;⁴ #YoSoy132 en 2012⁵ y dos años más tarde, la crisis de derechos humanos provocada por la situación

⁴ #Internetnecesario hace referencia a una campaña en contra al aumento del 3% al impuesto en las telecomunicaciones, surgido en enero de 2009 y visibilizado mediáticamente en octubre del mismo año. La presión de este movimiento devino en la revocación de la propuesta legislativa al gravamen para el Internet (véase Torres, 2009; Valadés, 2011).

⁵ #YoSoy132 hace referencia a un movimiento de colectivos estudiantiles ocurridos en mayo de 2012, en el contexto de la campaña electoral de Enrique Peña Nieto, iniciado cuando 131 estudiantes de la Universidad Iberoamericana lanzaron a las redes sociales digitales un video contestatario para el PRI y el presidente del partido, Pedro Joaquín Coldwell, ante una desacreditación pública de su manifestación en el acto de campaña acaecido en la anterior universidad el 11 de mayo de 2012 (véase Estrella & Modonesi, 2012; González, 2012).

de inseguridad detonó otro gran movimiento social, en torno a #TodosSomosAyotzinapa.⁶

En México son cada vez más recurrentes las experiencias de apropiación de estas herramientas para protestar, realizar denuncias ciudadanas, convocar a movilizaciones y acciones colectivas, así como para producir información que revierta las versiones oficiales. Al menos en los principales centros urbanos del país, se ha identificado un creciente interés por comprender cómo inciden estas herramientas digitales para el cambio social, a través de aplicaciones concretas (Crovi, 2016; Ortiz & López, 2013; Torres-Nabel, 2009; Vaquero, Santiago, & Morales, 2014; Lemus, 2018).

Entre los principales hallazgos del trabajo de campo efectuado entre 2014 y 2015, pudimos corroborar algunas tendencias generales del uso de las tecnologías digitales para propósitos activistas. En primer lugar, encontramos que la mayoría de los colectivos activistas son grupos de jóvenes, de tamaño mediano y pequeño, conformados por menos de 25 personas, cuyas edades oscilan entre los 20 y los 35 años (siete de cada diez). Casi todos se sostienen a través del financiamiento autónomo y por autogestión; no obstante, quienes indicaron tener algún tipo de financiamiento, aluden a organizaciones internacionales que apoyan sus causas.

De acuerdo con la distribución geográfica de los participantes, es posible establecer líneas temáticas preponderantes de acuerdo con cada contexto. En el norte de México, los participantes están organizados en torno a asuntos relacionados con la minería, la seguridad pública y el medio ambiente. Al centro, emergen otras temáticas, como los derechos humanos, la libertad de expresión, rechazo al capitalismo y el agua. Al sur y sureste son más relevantes temáticas relativas a derechos indígenas, acciones de autogestión y autonomía, así como la defensa del territorio.

⁶ Ayotzinapa es el poblado del estado de Guerrero donde se ubica la Escuela Normal Rural «Raúl Isidro Burgos», de la cual fueron desaparecidos de manera forzada 43 estudiantes y asesinadas otras seis personas más, el 26 de septiembre de 2014. A partir de este acontecimiento se articularon masivas protestas nacionales e internacionales por la crisis de derechos humanos que sintetizó este movimiento en México.

Es posible observar en esta distribución que existen propuestas de resistencia diversas, en su mayoría con un bajo nivel de estructuración ya que son grupos pequeños, pero que usan las tecnologías digitales como herramientas de interconexión para establecer redes de trabajo y solidaridad en diversas partes del país. Con esta dinámica de trabajo ubicuo y atemporal, es posible conectar experiencias de diversas latitudes en torno a los temas que refieren defender a través de su activismo.

En cuanto a las plataformas digitales que emplean, seis de cada diez manifestaron emplear las páginas web, Facebook y Twitter; y en menor medida, canales de video por Internet como YouTube (cuatro de cada diez). Aunque también son recurrentes plataformas de intercambio como Diáspora (17 %), Anillo Sur (16 %) y N-1 (15,3 %). Esta combinación de espacios empresariales y alternativos evidencia una articulación para diversos tipos de usuarios, ya que la finalidad central es que sus contenidos lleguen a la mayor cantidad posible de personas.

Todos los participantes se consideran productores activos de información y al mismo tiempo, se autoperciben como distribuidores o espejos de la información que producen otros colectivos o fuentes periodísticas. Los activistas reconocen que Internet favorece una amplia gama de herramientas para la producción autónoma de diversos contenidos audiovisuales y también señalan que la información que proviene de los usuarios —fotos, testimonios, videos, denuncias— también se está convirtiendo en un referente importante para la organización de la acción colectiva.

Lo anterior se relaciona con los principales formatos del contenido que publican. Su actividad digital pondera las imágenes, carteles, infografías o memes (40 %). Esto podría estar relacionado, desde una perspectiva lúdica, con la actual preeminencia que tienen estos contenidos visuales en las redes. Desde otra óptica, también pudiera estar asociado a que la cultura digital de este tiempo estimula los referentes audiovisuales como testimonios de los hechos presenciados en movilizaciones sociales, acciones de injusticia, violencia o vulneración de los derechos humanos, los cuales constituyen evidencias con mayor credibilidad que las imágenes editadas por los medios de comunicación privado-comerciales (Castells, 2012). En segundo lugar, predomina el texto, cuya función es la de analizar y contextualizar la información que se publica.

En cuanto a la frecuencia de estas publicaciones, más de la mitad publica más de tres veces al día (65 %), tres de cada diez refieren estar presentes en las redes digitales al menos una vez a la semana y dos de cada diez lo hace esporádicamente, cuando algún acontecimiento amerita su difusión.

En este sentido, encontramos que la producción de contenidos activistas en las redes digitales es una dinámica compleja, que integra procesos de participación social abiertos en los que cualquier ciudadano puede aportar material que visibiliza diversas problemáticas y es susceptible de ser retomado. Por otra parte, también se reconoce que las estructuras de organización y gestión internas de los grupos activistas sí tienen una correspondencia con sus posibilidades de ser productores de contenidos. Por ejemplo, entre más miembros, estructuras de participación y roles de actividad tengan definidos, publican más contenido propio, con más frecuencia y en una mayor cantidad de formatos.

El proceso de comunicación de estos activistas se asemeja al modelo de comunicación en dos etapas (McQuail, 2000), en el que algunos colectivos activistas son posicionados como líderes de opinión, que legitiman informaciones y las visibilizan entre sus redes, que replican lo que otros colectivos también proponen, construyendo un ambiente comunicativo que enriquece el panorama mediático tradicional, que en México está fuertemente caracterizado por los monopolios y la concentración empresarial en el ámbito de la radiodifusión y las telecomunicaciones (Huerta-Wong & Gómez, 2013; Trejo, 2013).

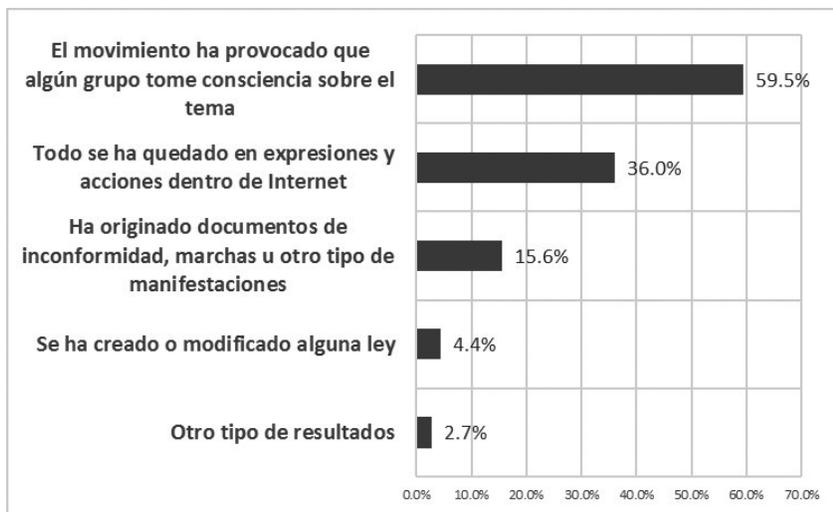
Otro punto relevante de esta indagación empírica consistió en constatar las principales transformaciones que los activistas perciben que tienen, al emplear en sus prácticas las tecnologías digitales. Los resultados muestran que seis de cada diez refieren una transformación más bien cualitativa, en materia de toma de conciencia sobre alguna temática y generación de un pensamiento crítico. Para cuatro de cada diez, sin embargo, todo su trabajo solo tiene incidencia en los entornos digitales, en los cuales propician diversas expresiones y acciones digitales (figura 2).

Ahora bien, lo anterior se relaciona estrechamente con la función que cumple el uso de las tecnologías digitales para tales prácticas de activismo. En la figura 3 se presentan las respuestas a una pregunta abierta que fue recodificada en función

de actividades desarrolladas al emplear las tecnologías digitales. Los resultados permiten evidenciar que el principal resultado es la toma de conciencia, ya que, a su vez, las principales aplicaciones de los entornos digitales son visibilizar problemáticas (64 %) y reflexionar o interpretar acontecimientos relevantes desde alguna perspectiva crítica (63 %).

Las acciones de movilización fueron mencionadas, mas no tan relevantes como el difundir información (para visibilizar, reflexionar, pronunciarse, denunciar o criticar). Las acciones colectivas parecen tener mayor preponderancia dentro de los entornos virtuales (31%) que en los espacios físicos o presenciales (27%), lo cual pudiera indicar que estamos ante nuevas prácticas de colaboración, intercambio o protesta que están aprovechando la desterritorialización y atemporalidad de estos escenarios.

FIGURA 2. Resultados de su labor comunicativa en los escenarios digitales



Fuente: elaboración propia.

FIGURA 3. Función de los espacios digitales para sus prácticas activistas



Fuente: elaboración propia.

Por último, al valorar si la aplicación de las herramientas digitales ha favorecido que alcancen las metas de cambio que ellos reivindican en sus diversas temáticas de lucha, los hallazgos muestran que ocho de cada diez participantes están de acuerdo y completamente de acuerdo con esta afirmación; mientras que dos de cada diez permanecen indecisos al respecto. Existe una valoración positiva de estas herramientas, las cuales se han convertido en parte significativa de los repertorios de protesta y movilización de recursos de estos grupos.

En su conjunto, a pesar de que los resultados de este cuestionario se basaron en una perspectiva completamente exploratoria y descriptiva, permiten concluir que los grupos activistas digitales mexicanos que participaron en esta encuesta presentan algunas configuraciones en común para llevar a cabo sus prácticas. Sin duda, el uso y apropiación de los escenarios digitales está favoreciendo procesos de diversificación de la información, visibilización de problemáticas y elaboración de perspectivas críticas en torno a algunos acontecimientos. No obstante, su empleo

para la articulación de la protesta social en los escenarios físicos es un tema que queda aún pendiente de potencializarse a través de estos entornos.

Apuntes para la discusión

Aunque de 2015 a la fecha han cambiado y evolucionado diversos escenarios económico-políticos en México, la relevancia de este trabajo es que constituye un punto de referencia para identificar que las tecnologías digitales son empleadas y tienen incidencia en el contexto de los diversos activistas mexicanos. De acuerdo con las respuestas recabadas, propician una variedad de resultados y tienen múltiples funciones para las cuales estas herramientas se acoplan adecuadamente. La central, producto de la digitalización y convergencia, es la posibilidad de usarlas como canales de información y comunicación.

Respecto a los resultados antes descritos, consideramos oportuno prestar atención a las oportunidades y riesgos identificados en este trabajo, ya que el cambio social va más allá del uso de estas herramientas y se relaciona de manera más estrecha con las particularidades del contexto social y la apropiación de tales herramientas para fines concretos.

En primer lugar, hacemos referencia a que existe un significativo potencial conectivo que no estaba siendo empleado a través de estos recursos digitales. En México la relevancia de la movilización, el encuentro y el contacto físico de la sociedad civil organizada y no organizada, en un principio continúa trascendiendo los entornos virtuales al permitir participar en dichas dinámicas a la población que no posee el acceso a las tecnologías digitales, y a aquellos que tampoco tienen elementos de información que les permita sensibilizarse y actuar en torno a ciertas causas de interés social.

Por otra parte, hay que reconocer que prevalecen situaciones de inseguridad pública (producto del crimen organizado y del mismo Estado) y constantes ataques al periodista tradicional, por lo que es comprensible que la mayoría de las actividades y expresiones se desarrollen en el plano virtual, ya que son medidas

de protección a la identidad e integridad física de los activistas (sobre todo, entre aquellos que participan en el norte de México). Un área de oportunidad, en tal sentido, es propiciar mayores habilidades digitales para el uso de software libre y plataformas que garanticen el encriptamiento de datos y protección de información, ya que las plataformas que actualmente emplean la mayoría de los activistas está relacionada con aquellas empresas que tienen serios cuestionamientos en materia de protección de datos.

El muestreo por bola de nieve también permitió observar otra particularidad: los estrechos lazos que se tejen con redes activistas locales, nacionales e internacionales. Para este análisis solo empleamos aquellas referencias que participan dentro del ámbito mexicano, pero un panorama de conjunto permite ver una interrelación estrecha entre la labor específica y local, con aquellos que comparten los mismos temas e intereses, aunque estén separados de manera geográfica y temporal. En este sentido, la principal virtud de las tecnologías digitales es servir de puente para el desarrollo de ciudadanías que inciden en lo local, pero que están nutriéndose, aportando e interactuando en lo internacional.

A grandes rasgos, los procesos de apropiación de las tecnologías digitales desarrollados por los movimientos sociales generan un cambio social que incide en las diferentes dimensiones de la vida y experiencias de una comunidad o grupo social. En este caso, se desarrollan una serie de interacciones culturales a través de la expresión de identidades individuales y colectivas que no sólo generan apropiaciones sino también resistencias de orden político y económico. La apropiación y uso de las herramientas digitales, por parte de algunos activistas mexicanos, implica la búsqueda de reconocimiento y atención en sus demandas, por lo que sus acciones que le dan nuevos sentidos a la *praxis* social.

En el contexto actual surgen prácticas emergentes de resistencia ante la globalización y la extensión del poder político y económico representado por gobiernos, empresas y corporativos de todo tipo, lo que produce nuevas relaciones y significaciones vinculadas con el espacio comunicativo, el cual se modifica constantemente. Al mismo tiempo, sobre estos procesos de apropiación y uso de los dispositivos digitales, también es posible señalar que se está construyendo una

ciudadanía digital que, entre otras cosas, incluye características y posibilidades relacionadas con el diálogo, el debate, la deliberación y el empoderamiento. Y aunque queda un largo camino por recorrer en el contexto mexicano, las bases de una participación ciudadana activa y crítica se están estableciendo paulatinamente.

REFERENCIAS

- ARDÈVOL, E. y Lanzeni, D. (2014). Visualidades y materialidades de lo digital: caminos desde la antropología. *Antropológica*, 32(33), 11-38.
- BIERNACKI, P., y Waldorf, D. (1981). Snowball sampling: problem and techniques of chain referral sampling. *Sociological Methods and Research*, 10(2), 141-163.
- BIMBER, B. (2000). The Study of Information Technology and Civic Engagement. *Political Communication*, 17(4), 329-333.
- CASTELLS, M. (2000a). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red, vol. 1*. México: Siglo XXI.
- _____ (2000b). Toward a Sociology of the Network Society. *Contemporary Sociology*, 24(5), 693-699.
- _____ (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad, vol. 2*. México: Siglo XXI.
- _____ (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- _____ (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- CLEAVER, H. (1999). Computer-linked social movements and the global threat to capitalism. Recuperado de <http://www.eco.utexas.edu/Homepages/faculty/Cleaver/polnet.html>
- COLEMAN, G. (2010). Ethnographic approaches to digital media. *Annual Review of Anthropology*, 39, 487-505.
- CROVI, D. (2016). *Redes sociales digitales. Lugar de encuentro, expresión e interacción para los jóvenes*. México: UNAM/La Biblioteca.

- DIANI, M. (2000). Social Movement Networks Virtual and Real. *Information, Communication and Society*, 3(3), 386-401.
- DU GAY, P., Hall, S., Janes, L., Mackay, H. y Negus, K. (1997). *Doing cultural studies: The story of Sony walkman*. Gran Bretaña: Sage Publications.
- GARNHAM, N. (2011). The Political Economy of Communication Revisited. En J. Wasko, G. Murdock, y H. Sousa (ed.), *The handbook of political economy of communications* (pp. 41-61). Malasia: Blackwell Publishing.
- GARRETT, K. (2006). Protest in an information society: A review of literature on social movements and new ICTs. *Information, Communication and Society*, 9(2), 202-224. Recuperado de <http://journalsonline.tandf.co.uk/openurl.asp?genre=article&id=doi:10.1080/13691180600630773>
- GOGGIN, G., y Albarrán, C. (2014). Political and Mobile media landscapes in Mexico: the case of #yosoy132. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 28(1), 28-42.
- GÓMEZ, R., y Sosa-Plata, G. (2011). *Los medios digitales: México*. ([Http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-mexico-spanish-20120606.pdf](http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-mexico-spanish-20120606.pdf)). Cambridge: Open Society Foundations.
- HECKATHORN, D. (1997). Respondent-driven sampling: A new approach to the study of hidden populations. *Social Problems*, 44(2), 174-199.
- HUERTA-Wong, J. E., y Gómez, R. (2013). Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México. *Comunicación y Sociedad*, 1(19), 113-152.
- HUTCHBY, I. (2001). Technologies, texts and affordances. *Sociology*, 35(2), 441-456.
- JENKINS, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- KARAGANIS, J. (2007). *Structures of participation in digital culture*. New York, NY: Social Science Research Council.
- LE BOT, Yvon (2011). El zapatismo, primera insurrección contra la mundialización neoliberal. En M. Wieviorka (comp.), *Otro mundo... Discrepancias, sorpresas y derivas en la antimundialización*. México: Fondo de Cultura Económica.

- LEMUS, M. C. (2018). Procesos, prácticas y actores de comunicación alternativa digital en el contexto mexicano. *Global Media Journal México*, 15(29), 240-271.
- LÈVY, P. (1997). *Collective intelligence: mankind's emerging world in cyberspace*. Massachusets: Perseus.
- _____. (2004). *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington: OMS. Recuperado de <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>
- LIEVROUW, L. (2011). *Alternative and activist new media*. Malden, MA: Polity Press.
- MARTÍN-Barbero, J. (2008). La comunicación y la cultura en la cooperación para el desarrollo. En E. Bustamante (ed.), *La Cooperación Cultura-Comunicación en Iberoamérica* (pp. 41-47). Madrid, España: AECID.
- MCQUAIL, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- MELUCCI, A. (1989). *Nomads of the present: social movements and individual needs in contemporary society*. Philadelphia: Temple University Press.
- MENESES, M. E. (2015). *Ciberutopías. Democracia, redes sociales, movimientos-red*. México: Editorial Porrúa.
- MILAN, S. (2013). *Social movements and their technologies: wiring social change*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- MONTES, L. B. (2013). Activismo social, TIC y democratización en dos escenarios de disputa. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 31, 36-53.
- MOROZOV, E. (2011). *The net delusion. The dark side of Internet freedom*. New York: Public Affairs.
- NISBET, E., Stoycheff, E., y Pearce, K. (2012). Internet use and democratic demands: A multinational, multilevel model of Internet use and citizen attitudes about democracy. *Journal of Communication*, 62, 249-265.
- ORTIZ, G., y López, R. (2013). Expresión, interacción y activismo social: hacia una construcción de escenarios digitales entre los jóvenes mexicanos. En *Memoria electrónica del VI Encuentro Panamericano de Comunicación*. Argentina: COPANAM.

- PADOVANI, C., y Calabrese, A. (2014). *Communication rights and social justice. Historical accounts of transnational mobilizations*. New York, N. Y.: Palgrave Macmillan.
- PAJNIK, M., y Downing, J. (2008). *Alternative media and politics of resistance. Perspectives and changes*. Ljubjana: Peace Institute. Recuperado de http://ore-comm.net/wp-content/uploads/2009/02/introduction_alt_mediji.pdf
- PASSY, F., y Monsch, G. (2014). Do social networks really matter in contentious politics? *Social Movements Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 13(1), 22-47.
- ROVIRA, G. (2009). Las redes y el optimismo tecnológico de los activistas en los años noventa frente a la realidad de la primera década del 2000. En *Congreso de la Asociación de Estudios Latinoamericanos* (pp. 1-26). Río de Janeiro, Brasil: Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco.
- _____, Zires, M., Sánchez-Estévez, R., y López, A. (2015). *Los movimientos sociales desde la comunicación. Rupturas y genealogías*. México: Instituto Nacional de Antropología e Historia/Secretaría de Educación Pública.
- SICSÚ, A., y Bolaño, C. (2004). Sociedad de la información en Brasil. Sector productivo y desarrollo regional. En *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible* (pp. 133-152). Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones.
- SIERRA, F. y Gravante, T. (2016). Ciudadanía digital y acción colectiva en América Latina. Crítica de la mediación y apropiación social por los nuevos movimientos sociales. *La Trama de la Comunicación*, 20(1), 163-175.
- SINNREICH, A., Latonero, M., y Gluck, M. (2009). Ethics reconfigured. How today's media consumers evaluate the role of creative reappropriation. *Information, Communication and Society*, 12(8), 1242-1260.
- TORRES-Nabel, L. C. (2009). Ciberprotestas y consecuencias políticas: reflexiones sobre el caso Internet necesario en México. *Razón y Palabra*, 14(70), 1-14.
- TREJO, R. (2013). Concentración, adversaria de la diversidad. Breve paisaje de la televisión mexicana. En D. Covi (ed.), *Industrias culturales en México. Re-*

- flexiones para actualizar el debate* (pp. 109-130). México: UNAM/Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll.
- TRERÉ, E. (2013). #YoSoy132: la experiencia de los nuevos movimientos sociales en México y el papel de las redes sociales desde una perspectiva crítica. *Educación Social. Revista de Intervención Socioeducativa*, 55, 112-121.
- TUFEKCI, Z., y Wilson, C. (2012). Social media and the decision to participate in political protest: observations from Tahrir Square. *Journal of Communication*, (62), 363-379. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x>
- TUFTE, T., y Enghel, F. (2009). *Youth engaging with the world. Media, communication and social change*. Sweden: NORDICOM/ University of Gothenburg.
- URICCHIO, W. (2009). Moving beyond the artefact: Lessons from participatory culture. En M. Van Den Boomen, S. Lammes, A. Lehmann, J. Raessens, & M. T. Schäfer (ed.), *Digital material. Tracing new media in everyday life and technology* (pp. 135-146). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- VAQUERO, L. J., Santiago, S., y Morales, F. (2014). *Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México*. México. Recuperado de http://www.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Informe_pais_calidad_ciudadania_IFE_FINAL.pdf

La participación ciudadana de los jóvenes a través de los medios alternativos

JUAN MANUEL PIÑA OSORIO, JUDITH PÉREZ-CASTRO Y JESÚS GARCÍA REYES¹

INTRODUCCIÓN

La participación ciudadana de los jóvenes es un tema que ha cobrado creciente relevancia, puesto que estos constituyen uno de los segmentos con mayor población. En la literatura especializada (Gribble y Bremner, 2012; Lee y Mason, 2006) el tema del «bono demográfico» aparece constantemente por las posibilidades que los jóvenes representan, en términos del crecimiento económico y a partir de su ingreso a los mercados laborales, el ahorro y la inversión. En México, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI, 2017), 25.7 % de los mexicanos tiene entre 15 y 29 años, es decir, alrededor de 30.6 millones.

Tomar a los jóvenes como problema de estudio puede resultar bastante complejo, empezando por la dificultad para delimitar lo que se pretende abarcar con el propio concepto de juventud, cuando lo que se busca es ir más allá de la dimensión cronológica (Monsiváis, 2002). Si a esto sumamos las dificultades que este sector de la población enfrenta en términos de su bienestar personal, educación, seguridad social, las relaciones con sus congéneres y con los adultos, y sus oportunidades para el desarrollo, entonces, no resulta extraño que los jóvenes tiendan

¹ Investigadores del Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación, Universidad Nacional Autónoma de México.

a asumir una actitud de desconfianza e incluso de rechazo hacia una sociedad que los excluye y que, a su vez, los ve de manera ambivalente, con altas expectativas sobre lo que pueden lograr, pero, al mismo tiempo, con temor de sus posibles excesos (Rodríguez, 2001).

En este capítulo se analizan algunos de los factores que intervienen en la participación ciudadana de los jóvenes mexicanos. La investigación se inscribe en el macroproyecto: «Ciudadanos inteligentes para ciudades participativas», financiado por la fundación Banco Santander y la Unión Iberoamericana de Universidades, en el que participan universidades de España y América Latina, entre ellas la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). El trabajo empírico se realizó con jóvenes de educación media superior, en tres instituciones de la zona metropolitana de la Ciudad de México y una de Oaxaca.

El sentido de la participación ciudadana en la población joven

Entendida de manera amplia, la participación ciudadana es «la actividad manifiesta del ciudadano en su carácter de miembro con derechos reconocidos por el Estado y, por lo tanto, puede participar en su estructura para definir la decisión que tendrá impacto en su vida cotidiana, en los asuntos públicos» (Sánchez, 2009). En la tradición occidental, la participación ciudadana ha estado estrechamente vinculada con la representación política, de manera que, durante mucho tiempo, varios sectores fueron excluidos del ejercicio de sus derechos políticos y sociales (Merino, 1997): esclavos, mujeres, indígenas y todos aquellos que no eran considerados ciudadanos o tenían una ciudadanía de *segunda*.

Con respecto a los jóvenes, el debate en torno a sus implicaciones como ciudadanos es bastante reciente. De acuerdo con Canché (2012) en las constituciones políticas, convenciones internacionales y otros instrumentos jurídicos, el reconocimiento de sus derechos, generalmente, quedaba sujeto a la garantía que de manera amplia los Estados nacionales tenían que brindar a todos los individuos que formaban parte de su territorio.

No obstante, hacia la segunda mitad del siglo xx, se generó una mayor preocupación por este sector de la población, no solo en términos de sus derechos y libertades, sino también de la atención a sus necesidades, del conocimiento de sus intereses y de la promoción de canales de participación en sociedades cada vez más complejas. A ello también contribuyó el crecimiento demográfico de los jóvenes, de manera que su papel como agentes de cambio social fue un tema que se posicionó con mayor fuerza en la discusión nacional e internacional (ONU, 2010).

Particularmente en nuestro país, la tendencia dominante ha sido abordar la ciudadanía de los jóvenes desde la dimensión política, en donde el punto de inflexión es la mayoría de edad, tal como marca la Constitución (Canché, 2012). Sin embargo, el reconocimiento del estatus de ciudadanos no siempre va acompañado de las condiciones ni de las oportunidades para que ejerzan sus derechos y, del otro lado, pareciera que los jóvenes tienen poco interés por intervenir más activamente en los diversos espacios ciudadanos.

Sobre esto último, la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes (COLMEX, 2012) reveló que el 84 % de estos era apático a los temas políticos. Su participación en los distintos espacios públicos también es bastante baja, por ejemplo, solo 4.2 % toma parte en organizaciones vecinales y una proporción similar lo hace en grupos de defensa de la ecología; 3.3 % colabora en actividades de beneficencia y 1.3 % en movimientos a favor de los derechos de la mujer y la diversidad sexual. Incluso, en organizaciones de carácter estudiantil, escasamente participa el 10.7 % de los jóvenes.

En general, la política es una actividad que para ellos resulta poco relevante, así lo muestra la Encuesta Nacional de Valores en Juventud (1MJUVE, 2012), en la que 89.6 % de los entrevistados la consideró con poca o sin ninguna importancia. Los motivos son diversos, pero, entre los más señalados estuvieron la deshonestidad de los políticos (37.4 %), la falta de interés (22.8 %) y el poco entendimiento sobre los temas políticos (22.7 %).

De acuerdo con Ortiz (2016), los jóvenes tienden a autoexcluirse de la política ya sea porque la ven como un asunto de los adultos, o porque sus formas de expresión les resultan ajenas. Sin embargo, su participación puede estar mediada

por otros factores; en una investigación realizada con jóvenes normalistas, Piña, García y Lozano (2010) encontraron que el sentido de la participación de los estudiantes estaba más vinculado con el contexto que con la simpatía hacia algún candidato o la adhesión a un partido político.

En aquellas instituciones en donde los reglamentos habían sido producto de luchas estudiantiles y la participación se regula desde la normatividad universitaria, los jóvenes mostraron una mayor movilización. Así, cuando la elección directa de los jefes de grupo, consejeros estudiantiles, departamentales o universitarios, del director o rector forma parte de la vida institucional, suele ser común que los estudiantes sean más proclives a participar en asambleas, votar, exigir cuentas a sus representantes o impugnar a quien no cumple con lo prometido (Piña, 2008). Inversamente, la participación es menor cuando los procesos de elección de instancias representativas y de autoridades están en los reglamentos, pero los estudiantes no conocen a sus representantes. De esta manera, podemos decir que existe un vínculo cercano entre la participación política y la organización de los establecimientos educativos.

La diversidad institucional es otra variable que marca la cultura política, especialmente cuando se trata de establecimientos conformados por diferentes *campi*, situados en zonas económicas y socialmente diferenciadas, con jóvenes de distintos niveles educativos y provenientes de varias carreras. Piña (2009) y Cuevas (2009) observaron que, por ejemplo, ante una imposición en la normatividad estudiantil por parte de las autoridades universitarias, quienes cursan carreras académicas como matemáticas, física, historia o filosofía tuvieron una mayor participación, lo cual no ocurrió en la mayoría de los estudiantes de las carreras profesionales como contaduría, derecho o medicina.

Un tercer factor es la construcción de contextos para la participación. En su análisis sobre los grupos de activistas que se manifestaban al interior de las universidades, ya sea sobre cuestiones políticas de la escuela, del país o sobre temas internacionales, Lozano (2016) encontró que la afinidad del consumo cultural en los jóvenes y la creación de espacios para la discusión de temas políticos y sociales

en las instituciones educativas fueron elementos que favorecieron la adhesión a estos grupos.

La participación juvenil no es homogénea, Serrano (1999) distingue cuatro acepciones de la participación juvenil:

1. Conformista. Ocasionalmente, toma parte de manera directa y cuando lo hace es de forma convencional y legal. Su participación se encuentra en un plano individual y no de forma colectiva.
2. Reformista. Participa en actividades no convencionales de acuerdo con el contexto (protestas, manifestaciones o marchas), procura la legalidad, pero a veces se aproxima a la ilegalidad. Su participación es directa y mayormente colectiva.
3. Activista. Fuerte compromiso con las causas, lo cual lo hace participe de manera directa e indirecta, algunas veces recurriendo a expresiones no convencionales y, por lo general, se mantiene en lo legal o ilegal.
4. Contestatario. Se encuentra, por lo general, en el ámbito de lo no convencional y, por tanto, muchas veces en lo ilegal, su participación tiende a ser directa y colectiva.

De acuerdo con lo anterior, la participación juvenil es un concepto amplio de participación popular, en donde los jóvenes pueden tener una presencia activa y creadora en investigación y análisis de sus problemas. No solo identifican las situaciones que limitan el pleno ejercicio de los derechos fundamentales, sino que buscan posibles alternativas de solución de los problemas que afectan a su contexto. Además, los jóvenes priorizan entre sus necesidades básicas y actúan según la disponibilidad de recursos (Espinoza, 1996).

Finalmente, de acuerdo con Perales y Escobedo (2016), la participación puede variar de acuerdo con los objetivos particulares de los sujetos, de ahí que distingan cinco tipos de participación juvenil:

1. Acción social. Son las organizaciones que brindan servicios comunitarios a grupos vulnerables, minoritarios o de bajos recursos.
2. Religiosos. Incluyen organizaciones que se reúnen bajo criterios de su denominación religiosa y, a partir de ello, realizan diversas actividades y proyectos.
3. Partidistas. Estas organizaciones se identifican plenamente con los partidos políticos, teniendo actividades y funciones de índole político, como participar en campañas y la promoción de su partido.
4. Liderazgo y estudiantiles. Son aquellas que se dedican a realizar actividades para incentivar el liderazgo juvenil y, como su nombre lo indica, están conformadas por un conjunto de estudiantes que realizan acciones en este ámbito.
5. Autoridades juveniles. Son organizaciones del brazo legislativo y estatal a cargo de las temáticas de la juventud, como el deporte, la recreación, actividades académicas y culturales.

Los jóvenes y las nuevas tecnologías

Un rasgo que distingue a la población joven es su flexibilidad para hacer uso de los diferentes recursos tecnológicos. Prensky (2001) denominó *nativos digitales* a aquella generación que nació en la época de las computadoras, los videojuegos y el Internet, que domina el lenguaje digital y se caracteriza porque:

están acostumbrados a recibir información de manera muy rápida. Les gustan los procesos paralelos y las multitareas. Prefieren sus gráficos a los textos y no lo opuesto. Prefieren los procesos aleatorios (como el hipertexto). Funcionan mejor cuando están en red. Prosperan sobre la base de la gratificación espontánea y las recompensas frecuentes. Prefieren los juegos al trabajo «serio». (Prensky, 2001: 3-4) [Traducción propia].

Esto ha generado una discontinuidad entre los nativos y los migrantes digitales —que son los que no nacieron en la era de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, pero que, por diversos motivos, han tenido que aprender a utilizarlas—, no solo en términos de sus costumbres, lenguaje, cuerpo y estilo, sino sobre todo en la forma en que piensan y procesan la información (Prensky, 2001).

Desde otra perspectiva, Feixa (2000) coincide en que hay una distancia cada vez mayor entre lo que él llama la *generación @* y sus antecesores, la cual se incrementa por la posibilidad de acceso a las nuevas tecnologías, la difuminación de las fronteras tradicionales entre los géneros y la creciente globalización cultural.

También, advierte sobre los diversos efectos contradictorios, porque, si bien las nuevas tecnologías se han extendido y popularizado, su uso no ha logrado generalizarse, en especial, en los sectores económicamente desfavorecidos. Igualmente, mientras que la cultura se ha abierto a múltiples expresiones, locales, nacionales y globales, al mismo tiempo, los factores que incrementan el riesgo de exclusión se han multiplicado.

Con todo, para los jóvenes las nuevas tecnologías resultan altamente atractivas, puesto que les permiten realizar actividades lúdicas, de entretenimiento, de socialización, reflexión y crítica (Domínguez y López, 2015). En la cultura de las redes sociales, donde ellos son los principales consumidores, la información se traslada de forma inmediata y en tiempo real, se amplían las oportunidades de participación y se constituyen *tribus* cada vez más ávidas de novedades (Ayala, 2014).

Los motivos para estar en la red son múltiples, pero, de acuerdo con García, Sendín y García (2012), los más importantes entre la población joven son:

- a) Comunicarse con amigos y familiares o establecer nuevos vínculos.
- b) Buscar información por razones escolares o laborales.
- c) Diversión y entretenimiento.
- d) Distribuir contenidos propios.
- e) Opinar sobre algún asunto público.

Estos autores, además, han encontrado que los jóvenes invierten gran parte de su tiempo en la red; la mayoría aprendió a utilizarla de manera autodidacta, tienden a emplear diferentes identidades para cada una de las comunidades o redes sociales a las que pertenecen; y gran parte navega solo, sin la supervisión de un adulto (García, Sendín y García, 2012).

Parafraseando a McLuhan (1996), podríamos decir que el ciberespacio y las nuevas tecnologías se han vuelto una extensión de los jóvenes, lo que no solo ha potencializado sus posibilidades para la recopilación, uso y producción de datos, sino que a la par, lo ha convertido en un lugar cada vez más recurrente para el debate ciudadano y la participación política (Buckingham y Martínez, 2013). Las personas los ven como una importante vía para ejercer y contrarrestar el poder; movimientos como el de los Indignados y la Primavera Árabe son claros ejemplos de sus alcances.

En un mundo de redes, la capacidad de ejercer control sobre los demás depende de dos mecanismos básicos: (a) la capacidad de constituir una (s) red (es) y de programa / reprogramar la (s) red (es) en términos de los objetivos asignados; y (b) la capacidad de conectarse y asegurar la cooperación de diferentes redes compartiendo objetivos comunes y combinando recursos, mientras se evade la competencia de otras mediante el establecimiento de la cooperación estratégica (Castells, 2011: 776).

Castells (2011) identificó cuatro formas de poder en la red global: el poder de conectarse en red (*networking power*) el poder de la red (*network power*), el poder en red (*networked power*) y el poder para crear redes (*networking making power*). Como resultado de su competencia en el lenguaje digital, los jóvenes de la *generación @* tienen muchas ventajas para moverse en estas cuatro modalidades. Para ellos, las redes ocupan un papel fundamental en la organización ciudadana, de manera que, actualmente, «no es posible desconocer que Internet ha provisto de herramientas eficaces y novedosas a los movimientos sociales para movilizar adherentes y contrarrestar las tendencias mediáticas hegemónicas» (Cabalín, 2014: 26). Sin embargo, cuando no hay vigilancia para discernir los

contenidos, el uso del ciberespacio y de la información que ofrece pueden convertirse en obstáculos para la participación democrática y el fortalecimiento de la ciudadanía. Es decir, se necesita formar ciudadanos que valoren críticamente lo que el Internet y las nuevas tecnologías pueden aportar, en especial, dada su creciente importancia como agentes de socialización, creación y transmisión de contenidos culturales (Vaucheret, 2004, citado por Del Barrio y Ruiz, 2014).

Metodología de la investigación

Ingreso al campo

Para conocer la participación ciudadana de los estudiantes de Educación Media Superior se pensó en la búsqueda de planteles que dieran cuenta de la diversidad de los estudiantes y de los subsistemas educativos. Con base en esto, se seleccionaron tres planteles en la Ciudad de México y uno más en la ciudad de Oaxaca. Dentro de los primeros, uno se ubicó en el norte de la ciudad (Colegio de Bachilleres), otro en la zona sur (Escuela Preparatoria), uno más en el oriente (Colegio de Ciencias y Humanidades). Las diferencias sociales entre uno y otro punto de la capital son muy marcadas, lo cual supone una mayor riqueza de información. En la ciudad de Oaxaca se propuso un bachillerato universitario, ubicado en el centro de la ciudad y muy cercano a su andador peatonal. La selección de este plantel obedeció a la alta participación política que la ciudad de Oaxaca y sus actores sociales ha mostrado en las últimas décadas.

Particularmente el centro histórico, donde se localiza la escuela elegida, ha sido un espacio de encuentro tanto de turistas nacionales e internacionales, como de marchas y plantones de numerosos grupos que exigen cumplimiento a sus solicitudes: profesores de educación básica, trabajadores universitarios, pueblos originarios, entre otros. Estos diferentes espacios e instituciones permitieron un acercamiento a la diversidad social que caracteriza a la sociedad mexicana, de la que sus estudiantes no son la excepción.

Para realizar las entrevistas inicialmente se siguieron los mecanismos convencionales: se envió un oficio a las autoridades para solicitar el ingreso a la institución y realizar un grupo focal. Se esperó respuesta y, tiempo después, esta fue negativa: era imposible el ingreso a la institución; entonces, se decidió instrumentar otro mecanismo: buscar a un profesor o profesora de cada escuela para que reuniera a un grupo de diez estudiantes. También, se le solicitó un espacio para realizar el grupo focal con los jóvenes.

De los estudiantes

Cada grupo focal se integró con estudiantes cuyas edades oscilaron entre los 15 y los 19 años, cinco mujeres y cinco hombres, de diferentes grados escolares. Algunos de ellos repetían curso. En los planteles de la Ciudad de México, los jóvenes expresaron que invertía hora y media de recorrido para llegar a sus centros escolares, porque su domicilio se encontraba en la zona conurbada entre la ciudad y el Estado de México. En el caso del CCH, ubicado en el oriente de la ciudad, los jóvenes procedían de las delegaciones Iztacalco, Iztapalapa, Benito Juárez y de los municipios de Nezahualcóyotl, Chalco y Texcoco del Estado de México. En el caso de la Escuela Nacional Preparatoria, la cual se encuentra en el sur de la ciudad, la mayoría habitaba en la zona aledaña a Xochimilco y otros en la delegación Milpa Alta. Los jóvenes del Colegio de Bachilleres acudían de diferentes municipios del Estado de México, como Naucalpan, Atizapán, Tlalnepantla, Cuautitlán Izcalli, Tepotzotlán y Coyotepec. Los menos venían de delegaciones de la CDMX, como Azcapotzalco y Gustavo A. Madero.

Con respecto a los estudiantes de Oaxaca, estos se encontraban en una zona privilegiada, porque estaban a algunos pasos del corredor turístico de Santo Domingo. La mayoría de los jóvenes vivían en las cercanías de la escuela y quienes habitan en los municipios más alejados, solamente recorrían media hora de camino.

Del instrumento

Se elaboró un guión que abarcó las siguientes categorías de participación:

1. Participación política.
2. Participación en los centros educativos (actividades escolares y extraescolares).
3. Participación en el entorno social (ONG, movilizaciones juveniles).
4. Participación en redes sociales y canales tecnológicos.
5. Participación en la transición de la infancia a la adolescencia.
6. Percepción de los jóvenes sobre la diversidad social y cultura (inmigración, pobreza, género).

RESULTADOS

Para el análisis de los resultados, nos apoyamos en Gros y Contreras (2006), quienes distinguen tres grandes competencias fundamentales para la formación y participación de ciudadanos en red:

1. La capacidad de estar informados, que implica que las personas aprendan a buscar información, expresar sus ideas, defender sus derechos, participar en las elecciones y dar seguimiento a las acciones del Estado. En suma, que estén preparadas para participar activamente en la sociedad democrática.
2. Habilidades para la indagación y la comunicación, que comprenden la capacidad de observación, la sistematización de los datos, el análisis crítico sobre la validez, la veracidad y la pertinencia de la información, el planteamiento de hipótesis, la identificación de problemas sociales y políticos y el desarrollo de posibles soluciones.

3. Habilidades de participación y acción responsable, que fundamentalmente conlleva la participación efectiva en los diferentes ámbitos sociales, a nivel local, nacional e internacional.

Estos autores proponen una serie de herramientas para el desarrollo de la participación ciudadana, entre las que se destacan el Internet, las bases de datos, la web quests, las comunidades virtuales, las simulaciones a través de juegos y los dispositivos para compartir intereses (revistas y boletines electrónicos, blogs, foros, chats y redes sociales).

La capacidad de estar informados

En la actualidad, las redes sociales tienen un espacio importante en la comunicación que establecen las personas a diario. Los adolescentes y los jóvenes se encuentran conectados con numerosas personas, tanto aquellas que viven en sus espacios cercanos, como las que se encuentran en otros estados del país, incluso, en otros países. Las redes rebasan fronteras y son un medio de comunicación rápida, eficaz y pueden atrapar en sus mensajes a miles de participantes.

Los estudiantes entrevistados señalaron estar familiarizados con las redes sociales. Todos las conocen y están registrados en alguna de ellas. Las más recurrentes fueron Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram y YouTube. Otras que también utilizan, aunque en menor medida, fueron Snapchat, Badoo, TikTok y Amino. Las redes se han convertido en un medio de comunicación incorporado en las actividades diarias de los jóvenes. A partir de los testimonios ubicamos cuatro modalidades de uso:

- a) Comunicar temas relacionados con su vida cotidiana: escuela, noviazgo, familia.
- b) Recibir y enviar información sobre política, sexualidad y educación, subir poemas, leer historias o conocer la forma de vida en otros países, en-

- terarse de algunos temas de tendencia entre los jóvenes, ver tutoriales de tópicos que les interesan y encontrar actividades recreativas. Especialmente, los memes y gifts tienen un peso importante en la sátira política.
- c) Promover temas referidos con el cuidado del medio ambiente.
 - d) Apoyar alguna causa, como fue en el terremoto de septiembre de 2017 en Oaxaca y de la Ciudad de México, en donde las redes se utilizaron para organizar las brigadas de rescate y apoyo formadas por jóvenes y, como parte de estos, los estudiantes. La mayoría de los alumnos consideró que las redes sociales les permitían comunicarse con aquellas personas interesadas en intercambiar temáticas específicas y que atañen a un sector muy acotado, como para difundir con todos los contactos posibles alguna injusticia legal, racial, de género, de clase, entre otras, o para divulgar acontecimientos extraordinarios, por ejemplo, las tareas posteriores al terremoto de septiembre.

Las redes han provocado un cambio en la vida cotidiana de las personas del siglo XXI. Para los estudiantes son vitales, porque a través de ellas pueden comunicarse con otros y difundir situaciones que los medios de comunicación no difunden. Permiten comunicar, vigilar, promover, sancionar y entre otras actividades. Una estudiante comentó:

Me gustan mucho las redes sociales, me gusta una página que es para hacer tu blog. Me gusta escribir, así que, generalmente escribo ahí, escribo poemas, escribo cosas que me pasan, mis desamores y todo eso. También me gusta otra que se llama Wattpad, que es para escribir y para leer historias de las mismas personas, o sea, de los mismos... me gusta Instagram (...). Facebook casi no me gusta, me gusta Twitter porque puedo conocer lo que piensan celebridades y todo eso y personas a las que yo admiro.²

² Todos los comentarios citados en este ensayo fueron tomados de las entrevistas realizadas a los estudiantes de las instituciones ya referidas en el texto.

Asocian Facebook con situaciones de control de la información y de las personas. También, están en Twitter e Instagram, mientras que WhatsApp aparece como la red preferida por los jóvenes, por su mayor vinculación con el uso del celular, que es el hardware juvenil; además, porque es una red más abierta en comparación con las anteriores. Los recursos tradicionales parecen ser obsoletos para los jóvenes, porque sus canales de comunicación son las redes sociales, aunque reconocen que no todo lo que ahí aparece es cierto:

Pero ahora cualquier persona puede entrar y cambiar la información y poner cosas que no son, tonterías, tampoco es confiable en Internet, son mejor los libros, pero en estos años ya casi no se han usado, no van a bibliotecas.

Algunos jóvenes calificaron a las redes sociales como medios de manipulación, debido a la gran cantidad de información existente en ellas que, por el mero hecho de aparecer en una plataforma virtual parece adquirir credibilidad.

Habilidades para la indagación y la comunicación

El 19 de septiembre de 2017 se presentó un sismo en nuestro país. El sur de Ciudad de México y la ciudad de Oaxaca sufrieron daños severos en una cantidad importante de las viviendas. Los jóvenes de bachillerato y universidad, como otros ajenos al ambiente escolar, se involucraron en el rescate de personas atrapadas en los escombros de algún edificio o en los albergues levantados para damnificados.

Los estudiantes entrevistados no estuvieron al margen de esta situación y apoyaron de diferente manera: formando brigadas, llevando víveres y medicinas a los damnificados o a la Cruz Roja; se movieron en bicicleta o en el automóvil de algún hermano. La familia de un estudiante abrió un albergue temporal para perros. Hubo quienes no colaboraron porque sus padres no les permitieron hacerlo por temor a que hubiera una réplica. En contraste, sobre los asuntos políticos, los jóvenes mostraron poco interés. En muchas ocasiones, pareciera que el término

participación no tiene significado para ellos porque se han sentido relegados y poco tomados en cuenta en las decisiones políticas y escolares. A esto, se agrega la mala reputación de los políticos en el poder, quienes, señalaron, han aprovechado para uso personal el cargo y no han atendido a la población en sus demandas urgentes:

Es que bueno, por ejemplo, yo vi un meme que decía de Anaya que estaba con sus hijos «ah, gracias, papá, hasta que se nos hizo conocer México» y decía «esta persona nunca tiene a sus hijos aquí, viven en Estados Unidos», realmente, si ellos no conocen el contexto de México y solo quieren la presidencia por poder, por que cuando salen de ahí seguimos pagándoles una pensión millonaria. Yo creo que no vale la pena, ahora, qué pasa con los candidatos independientes, cuando llega uno bueno o no se le apoya o detrás de él está el PRI, el PAN o el PRD incluso. Los partidos políticos por qué no; PAN y PRI son milenarios y nunca han hecho nada, algo que a la sociedad se le olvida es que durante los sexenios del PRI siempre ha habido matanzas estudiantiles, represiones ante las exigencias y las movilizaciones. Exacto lo que decía Jimena lo que pasó el dos de octubre cuando los mataron, porque el movimiento del dos no solo incluía educación sino, parte política, parte económica y una solución para el pueblo; pero, la respuesta del Estado fue: vamos a matarlos.

También mencionaron que en días posteriores al terremoto, por medio de tuits, imágenes y memes, se enteraron de que el partido en el poder había colocado su logo en las bolsas con víveres para la ayuda. En otros casos, las redes sociales les han servido para comunicar y enterarse de acontecimientos cotidianos, como el asalto que sufrió el hermano de una estudiante. Sin embargo, este alumno comentó que, cuando hicieron la denuncia, la policía no la tomó en cuenta porque, pensó que se trataba de una broma. Cuando el padre del joven levantó la denuncia, la policía no intervino, por lo que el agresor quedó impune.

Con respecto a los acontecimientos escolares, los estudiantes del CCH mostraron una actitud más marcada en la organización estudiantil para denunciar y exigir castigo a las agresiones que efectúan profesores y estudiantes. Para ser escu-

chados, los jóvenes deben «armar un desorden», de otra manera, las autoridades permanecen inmóviles. No obstante, para denunciar cuestiones relacionadas con su formación, por ejemplo, las malas prácticas de los profesores en la enseñanza, o para conocer sus derechos como estudiantes y como jóvenes, reconocen que no han logrado organizarse. Lo anterior demuestra que las instituciones educativas son un espacio de formación y tolerancia comparado con lo que ocurre fuera de sus muros, sin embargo, quedan prácticas de intolerancia que deben arreglarse para mejorar la formación escolar y la formación ciudadana de los jóvenes mexicanos.

Habilidades de participación y acción responsable

Para los estudiantes entrevistados, no existen muchos espacios para que los jóvenes se integren a la vida política; la única ha sido el voto ciudadano, pero, la mayoría no puede hacerlo porque son menores de edad. Además, algunos señalaron que no siempre participan porque se sienten minimizados o porque sus papás no lo permiten. Propusieron abrir espacios de discusión para ellos, tal vez en las escuelas, como grupos de discusión que se fueran replicando y en donde pudieran hablar de los temas que les interesan. Asimismo, plantearon que la vida política debería enriquecerse con la participación de «gente preparada», que conozca la Constitución, respete los derechos y se interese por el bienestar social.

Finalmente, los jóvenes coincidieron en que su limitada participación y reconocimiento y participación se debe a su poca experiencia en estos asuntos, y a la escasez de información que manejan del medio en donde viven y del país en general, lo que les da menos herramientas para intervenir.

Para los entrevistados, el medio de información más importante han sido las redes sociales. No obstante, a la par, reconocieron que parte de la información que consumen puede ser falsa, porque pocas veces se ha comprobado su veracidad. Finalmente, los memes y las bromas por la red son los elementos informativos y educativos para los jóvenes.

Con respecto a las pasadas elecciones en julio de 2018, se encontraron tres posiciones:

- a) Quienes consideraron que la mayoría de los partidos y políticos buscaban su beneficio; en consecuencia, cuando alguno de estos partidos llegaba al poder, se olvidaban de las promesas de campaña y del apoyo que le proporcionó la gente.
- b) Quienes asumieron como indispensable informarse, revisar las propuestas de los candidatos a la presidencia (principalmente en las redes sociales) y asistir a mítines políticos.
- c) Quienes dijeron que su opinión estaba influenciada por lo que opinaba su familia acerca de las condiciones del país y de los candidatos. Reconocieron que es difícil construir una postura propia.

Destacaron la actitud de indiferencia y egoísmo de los mismos jóvenes y la poca atención por parte de los adultos: «sí dices [lo que piensas], pero no te escuchan». En resumen, la participación política de los estudiantes se encuentra mermada por la apatía, la carencia de espacios para expresarse y el poco reconocimiento a su opinión por parte de los adultos. Además, de acuerdo con sus testimonios, las autoridades no han diseñado iniciativas para solucionar conflictos, sino que han sido ellos y sus padres quienes exigen que se enmiendan los problemas que se presentan en el entorno; de otra manera, creen que las situaciones habrían continuado sin cambios. Para ellos, en general, los políticos, representantes y autoridades no realizan su trabajo.

Los estudiantes identificaron dos obstáculos para su participación. Por un lado, el desconocimiento sobre las causas sociales y, por el otro, su propia apatía para participar. Ejemplo de ellos son los siguientes comentarios:

Hay mucha gente del pueblo que no sabe que tiene el poder para mover a ese tipo de gobernadores y presidentes. Como en las revoluciones. Eso y también el miedo de todo lo que pasa. Por ejemplo, los 43 [los normalistas de Ayotzinapa].

Yo siento que también uno de los problemas en cuanto a la política, no es tanto en nuestros gobernantes, sino al mismo pueblo, no tanto porque no sepamos cómo defender nuestros derechos o hacer movimientos para cambiar estos hechos, sino que muchas veces, por lo mismo de que todos son iguales, prefieren no ir a votar o elegir.

Con respecto a la no participación de los jóvenes, mencionaron:

Usualmente, porque mucho de nuestros compañeros no es tanto que no sepan la respuesta, sino por pena a que digan algo que no esté correcto o que no simpatice con los demás compañeros y les hagan alguna molestia, alguna burla.

Yo pienso que no, porque somos gente muy penosa y a esta edad nos da miedo equivocarnos...

No obstante, los estudiantes expusieron otra percepción sobre la participación política que es la cara opuesta de la pena o el «miedo a equivocarse». Se trata de aquellos jóvenes que saben que es importante participar, con el propósito de alcanzar el reconocimiento de sus compañeros.

Yo siento que sí hay muchos jóvenes que participan porque a veces se sienten como que son la voz de influencia, entonces quieren darse a ver.

Agregaron que es importante participar cuando se es económicamente activo:

Bueno, en mi caso, cuando ya te conviertes en una persona que está aportando dinero, ahí ya es justo que te dejen opinar de cómo se hace esto y cómo se hace lo otro, porque si vas a estar metiendo y no vas a opinar, pues no.

Por el lado escolar, los estudiantes de todos los planteles denunciaron su malestar hacia las autoridades y profesores, porque numerosas expresiones de violencia física y verbal entre pares no siempre son sancionadas. Ejemplo de estas son los sobrenombres, las agresiones físicas, insultos, burlas y marginación hacia al-

gunos estudiantes, mientras que los profesores y autoridades no intervienen para solucionar este tipo de violencia explícita o sutil.

Al respecto, una alumna comentó que fue agredida, acudió con una maestra y esta no reaccionó, no le dio importancia. Pero se tomaron medidas institucionales después de que los propios estudiantes se expresaron abiertamente en contra de esta situación; es decir, ante la presión, las autoridades atendieron el problema.

Un caso más fue el de una joven que sufrió un mareo en las canchas deportivas, un alumno, amigo de ella, pidió apoyo al profesor y este le respondió «arréglatelas como puedas, llévatela o háblale a tu papá o mamá o a sus familiares». El estudiante señaló que no había servicio médico en la institución y que «cada uno va por su cuenta».

Un tema continuamente presente entre los estudiantes fue el de la inseguridad y la violencia; opinaron que ambas han ido mermando los espacios para la convivencia. En general, los estudiantes se sienten poco protegidos cuando van a la escuela, cuando salen de noche o cuando quieren ir a algún centro recreativo. Pero esta problemática va más allá de la simple percepción, ya que algunos denunciaron que han sido asaltados o acechados en el trayecto a la escuela y en el transporte público, o bien, han visto a otros compañeros en la misma situación.

Otro asunto es la discriminación, el racismo y la homofobia. Para los jóvenes, esto tampoco favorece la buena convivencia, más aún, creen que es algo extendido tanto en la escuela, como en el contexto social y que las autoridades, maestros y ellos mismos hacen muy poco para cambiar estas conductas.

En cuanto a sus derechos, la mayoría de los estudiantes señaló el derecho a la educación, a la salud, a la libertad de expresión y a ser amado. No obstante, admiten que no siempre los ejercen. Sobre la libertad de expresión, piensan que no son escuchados o que sus opiniones son poco valoradas por los adultos, incluso, por maestros y autoridades escolares. Esto es algo que ya se había señalado en otros temas, como la transición de la infancia a la adolescencia, la participación familiar y la participación escolar. Finalmente, plantean que en el caso de otros derechos, como el relacionado con la salud, ellos hacen muy poco para ejercerlos, a veces por desconocimiento o por desidia.

CONSIDERACIONES FINALES

Las redes sociales han transformado paulatinamente las formas de socialización y participación en la población juvenil. En este trabajo, hemos visto el impacto mediático que las distintas plataformas tienen en la decisión de los jóvenes para tomar parte en asuntos sociales o políticos. Muchas de las formas en las que se organizan se basan en canales y estrategias virtuales, las cuales pueden llegar a tener múltiples expresiones, desde el uso de gifts y memes, hasta la creación de redes de colaboración colectiva ante situaciones emergentes, como fue el caso del sismo de 2017.

Siguiendo a Serrano (1999), se puede decir que mucha de la participación de los jóvenes entrevistados es de tipo reformista, porque toman parte en actividades de acuerdo con el contexto y sus relaciones cotidianas; para ellos, las protestas, manifestaciones o marchas son un medio para alzar su voz. Su participación es directa y colectiva y, como señalan Perales y Escobedo (2016), sus objetivos están centrados en la acción juvenil porque están relacionados con los servicios comunitarios a grupos vulnerables, minoritarios o de bajos recursos, con el cuidado del medio ambiente y, en general, con lo que ocurre en su realidad más próxima.

Los jóvenes sujetos de este estudio opinaron que su participación política ha sido fragmentada. Una de las causas ha sido la percepción de la política a la que asocian exclusivamente con el político profesional, esto es, con el militante, representante o funcionario que vive de la política. Los jóvenes expusieron un claro rechazo a este tipo de figuras, porque no cumplen con las tareas para las que fueron elegidos, sino que utilizan el poder que les brinda su posición para fines personales. La política se pulveriza ante la persona que ha representado de manera poco honesta a quienes votaron por él. Esta imagen fue tan fuerte, que los jóvenes dieron por sentado que, en las elecciones de julio de 2018, ganaría el partido que estaba en el poder: «si votamos por alguien más, igual va a ganar el PRI».

Otras ideas sobre la participación política fueron que para mejorar esta situación se tenía que enfrentar a los políticos con el diálogo o con la fuerza. En los dos

casos, se asume que esto lo debe hacer el pueblo, porque solo así se podrá respetar la decisión de las mayorías.

También señalaron que como estudiantes de bachillerato, no tienen la experiencia ni la formación suficiente para participar políticamente. Además de que temen hacerlo por su falta de conocimiento o para no exponerse a las burlas de sus compañeros. Solo un pequeño grupo de los entrevistados consideró que era necesario participar políticamente y se mostró interesado en tener un papel central en este proceso. En general, los estudiantes plantearon una perspectiva un tanto maniquea de la política, a la que sumaron su desconfianza en los partidos y en los políticos. Se requiere, entonces, que las instituciones educativas fomenten una cultura política y ciudadana democrática tanto en sus estudiantes, como en sus profesores.

Esta formación se podría realizar a través de contenidos conceptuales y ejercicios dentro del salón de clases, así como a través de la interacción cotidiana en los diversos espacios de la institución escolar. La escuela puede contribuir a la formación de comunidades estudiantiles que actúen tanto al interior de la institución como en el contexto social. Una escuela integrada, como un barrio integrado, que se expresa en la actividad cotidiana de sus integrantes, haciendo tal vez cosas pequeñas, pero significativas. Todo esto fortalece la comunicación, la confianza y la solidaridad, es decir, genera capital social (Kaztman y Filgueira, 2006).

Del mismo modo en que se necesita fomentar la cultura política, también es importante promover la cultura ciudadana en los jóvenes y que estas se reflejen en su entorno inmediato, en los alrededores de la escuela y en sus hogares. Por último, es importante recordar que el Estado y sus instituciones tienen la responsabilidad moral de sus servidores públicos, actores que deben ofrecer seguridad a sus ciudadanos.

REFERENCIAS

- AYALA, T. (2014). Redes sociales, poder y participación ciudadana. *Revista Austral de Ciencias Sociales* (26), 23-48.
- BUCKINGHAM, D. y Martínez, J. (2013). Nueva ciudadanía entre redes sociales y escenarios escolares. *Comunicar. Revista científica iberoamericana de comunicación y educación* (40), 10-13.
- CABALÍN, C. (2014). Estudiantes conectados y movilizados: El uso de Facebook en las protestas estudiantiles en Chile. *Comunicar*, xxii(43), 25-33. Consultado el 2 de noviembre de 2018. <https://core.ac.uk/download/pdf/60659703.pdf>
- CANCHÉ, L. (2012). El niño y el adolescente como ciudadano mexicano. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, XLV(135), 1023-1061.
- CASTELLS, M. (2011). A network theory of power. *International journal of communication*, (5), 773-787.
- CUEVAS, Y. (2009). Ciudadanía civil y ciudadanía política en estudiantes de dos universidades del Distrito Federal. En J. Piña (coord.), *Ciudadanía y estudiantes universitarios* (pp. 175-212). México: Gernika.
- DEL BARRIO, Á. y Ruiz, I. (2014). Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *International journal of developmental and educational psychology*, 3(1), 571-576.
- DOMÍNGUEZ, F. y López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento (2004-2014). *Revista de Comunicación* (14), 48-69. Consultado el 1 de noviembre de 2018. <http://revistadecomunicacion.com/pdf/2015/Arto48-069.pdf>
- COLMEX (2012). *Encuesta Nacional de Cultura Política de los jóvenes. Cultura Política de los Jóvenes en México*. México: El Colegio de México. Consultado el 5 de mayo 2018. En <http://www.culturapoliticajovenes.colmex.mx/>
- ESPINOZA, M. (1996). *Dinámica del grupo juvenil*. Buenos Aires: Editorial Humanitas.
- FEIXA, C. (2000). Generación @ la juventud en la era digital. *Nómadas* 13, 75-91.

- GARCÍA, A. Sendín, J. y García, B. (2012). Usos de Internet y de redes sociales entre los adolescentes en España. *Sphera Pública* (12), 83-10.
- GRIBBLE, J. y Bremner, J. (2012). *Achieving a demographic dividend*. *Population bulletin* 67(2). Washington: Population Reference Bureau.
- GROS, B. y Contreras, D. (2006). La alfabetización digital y el desarrollo de competencias ciudadanas. *Revista Iberoamericana de Educación* (42), 103-125. Consultado el 3 de noviembre de 2018. <http://www.redalyc.org/pdf/800/80004207.pdf>
- HAMUI-SUTTON, A. y Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica* 2(5), 55-60. Consultado el 12 de mayo de 2018 en: [http://doi.org/10.1016/S2007-5057\(13\)72683-8](http://doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72683-8)
- IMJUVE (2012). *Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012*. Resultados Generales. Consultado el 30 de octubre de 2018. https://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/ENVAJ_2012.pdf
- INEGI (2017). *Estadísticas a propósito del día internacional de la juventud (12 de agosto) datos nacionales*. México: INEGI. Consultado el 30 de octubre de 2018. http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2017/juventud2017_Nal.pdf
- _____ (2011). *Censo 2011*. México: INEGI. Consultado 16 de mayo de 2018 en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=8>
- KAZTMAN, R. y Filgueira, F. (2006). *Las normas como bien público y como bien privado: reflexiones en la frontera del enfoque AVEO*. Montevideo: Universidad Católica del Uruguay.
- LEE, R. y Manson, A. (2006). What is the demographic dividend? *Finance & Development*, 43(3), 20-13. Consultado el 2 de noviembre de 2018. https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/30782667/00_New_916.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1541183892&Signature=8r08ifVoyY%2B5UrVCzxYIRSRzCbW%3D&responsecontentdisposition=inline%3B%20filename%3DWhat_is_the_demographic_dividend.pdf

- LOZANO, E. (2016). *El camino de la disidencia. Cultura y formación política de estudiantes activistas universitarios*. México: UNAM-FES Iztacala.
- MCLUHAN, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MERINO, M. (1997). *La participación ciudadana en la democracia. Cuadernos de divulgación de la cultura democrática*. México: Instituto Federal Electoral.
- MONSIVÁIS, A. (2002). Ciudadanía y juventud: elementos para una articulación conceptual. *Perfiles latinoamericanos* (20), 157-176.
- ONU (2010). *Programa de Acción Mundial para los Jóvenes*. Nueva York: ONU.
- ORTIZ, Á. (2016). La cultura política de la juventud en México según la ENCUP 2012. Condiciones para mejorar la democracia. *Espacios Públicos*, 19(45), 21-36. Consultado el 30 de octubre de 2018. <http://www.redalyc.org/pdf/676/67646966002.pdf>
- PIÑA, J. (2008). La cultura ciudadana en estudiantes universitarios. En M. Singer (coord.), *Participación política desde la diversidad* (pp. 2017-235). México: UNAM-Plaza y Valdés.
- ____ (2009). La cultura política de los estudiantes. En J. Piña y O. Mireles (coord.), *Ciudadanía y estudiantes universitarios* (pp. 57-122). México. Gernika.
- ____, García, J. y Lozano, E. (2010). Estudiantes normalistas, su perspectiva política. En J. Piña (coord.), *El cristal con que se mira: diferentes perspectivas metodológicas en investigación educativa*. México: Díaz de Santos, CONACYT, Posgrado en Pedagogía, UNAM.
- PERALES Mejía, F. de J. Escobedo Carrillo, M. M. (2016). La participación social en la educación: entre propuestas innovadoras y tradición. *Educativa*. En *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 18(1), 69-81, México, Universidad Autónoma de Baja California. Consultado el 29 de octubre 2018. <http://www.redalyc.org/pdf/155/15543298005.pdf>.
- PRENSKY, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- RODRÍGUEZ, E. (2001). Juventud y desarrollo en América Latina: desafíos y prioridades en el comienzo de un nuevo siglo. En Enrique Pick (coord.), *Los jóvenes y el trabajo: la educación frente a la exclusión social*. México: UIA, pp. 25-58.

Consultado 28 de octubre de 2018. <http://ibero.mx/campus/publicaciones/jovenes/pdf/epieck2.pdf>

SÁNCHEZ, M. (2009). La participación ciudadana en la esfera de lo público. *Espacios Públicos*, 12(25), 85-102.

SERRANO, J. (1999). *Joves i participació a Catalunya*. Barcelona: Secretaria General de Joventut.

Liderazgos carismáticos para la construcción de ciudadanía. El caso de Miguel Taniyama y su movilización en apoyo a damnificados de inundaciones en Culiacán, Sinaloa

MARCO CÉSAR OJEDA CASTRO Y ANA IMELDA CORONEL CABANILLAS¹

INTRODUCCIÓN

La participación ciudadana ante cualquier problemática no surge de manera espontánea ni tampoco parte de consensos dados de antemano en la sociedad, sino que se origina con la iniciativa de líderes que llaman a la concientización y movilización de las personas frente a acontecimientos políticos, económicos o sociales que demandan una actuación como comunidad.

Estos liderazgos cobran mayor importancia en situaciones de crisis en las que las capacidades de las instituciones formales no bastan para dar respuesta a las demandas de la sociedad, y son posibles gracias a una relación de confianza que las personas depositan en el líder tanto por factores emocionales como racionales, que han estudiado teóricos desde principios del siglo pasado, como Sigmund Freud y Max Weber.

En ese marco, se plantea en el presente artículo el estudio de caso del liderazgo carismático representado por el empresario restaurantero sinaloense Miguel Taniyama Ceballos, quien emprendió por iniciativa propia una colecta ciudadana para

¹ Universidad Autónoma de Occidente.

apoyar a los damnificados por las inundaciones de la depresión tropical 19-E en Culiacán, Sinaloa, registrada el 20 de septiembre de 2018. Su caso se analiza tanto teórica como empíricamente, utilizando un marco conceptual e instrumentos de medición cuantitativa y cualitativa, así como técnicas de revisión documental.

Una de las variables que incidieron en el éxito de esta campaña de movilización ciudadana, además de la confianza en el líder, fue la percepción mayoritaria de desconfianza hacia las instituciones de gobierno que ocasionó el escándalo de la entrega de colchones podridos o denominados *basura*, adquiridos como nuevos por el Gobierno del Estado de Sinaloa y entregados a los damnificados. Ello generó indignación y protestas de los afectados, los cuales fueron ampliamente difundidas en el estado y a nivel nacional en los principales medios de comunicación, como el programa estelar de Noticieros Televisa *En Punto* con Denise Maerker (Palma, 17 de octubre de 2018), con el consecuente descrédito hacia la figura del gobernador Quirino Ordaz Coppel, con consecuencias legales como la renuncia de su secretario de Desarrollo Social, Raúl Carrillo Castaños, y el encarcelamiento del coordinador administrativo de dicha área, Carlos Baltazar Castro Olivas, hechos difundidos también por el diario *El Universal* (Cabrera, 20 de octubre de 2018).

En ese contexto, mientras la cruzada ciudadana del empresario Miguel Taniyama recibió un apoyo de más de 200 toneladas de alimentos, enseres y medicamentos para ser repartidos entre los damnificados, la colecta del gobierno estatal por medio del sistema Desarrollo Integral de la Familia (DIF) Sinaloa sufrió las repercusiones de la falta de confianza, como se evidenció con el llamado entre lágrimas que hiciera la esposa del gobernador y presidenta del DIF estatal, Rosy Fuentes de Ordaz, recogido por el diario *Noroeste* bajo el siguiente encabezado: «Rosy Fuentes llora ante desconfianza ciudadana en el DIF estatal» (Bravo, 25 de septiembre de 2018).

Así, la colecta del empresario restaurantero constituye un ejemplo de participación ciudadana como un medio alternativo para la construcción de ciudadanía con base en la confianza —y desconfianza a su vez hacia la institución gubernamental— y representa también una vía para el empoderamiento ciudadano, dada

la posibilidad que le confiere a las personas para decidir y actuar ante situaciones emergentes, aun sin el concurso del Estado.

MARCO TEÓRICO: TEORÍA DE LA DOMINACIÓN Y EMPODERAMIENTO DE LA CIUDADANÍA

Dominación legítima por carisma

En la obra póstuma de Max Weber *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, recopilada en 1922, el autor plantea desde comienzos del siglo pasado una tipología que se ha tornado clásica sobre la teoría de la dominación y que ha servido para explicar las relaciones de mando en cualquier institución social, sea familiar, religiosa, política, económica o militar, con base en lo que llamó tres principios puros de dominación legítima.

Dichos principios son, expuestos de manera sucinta: a) dominación racional-legal, b) dominación tradicional, y c) dominación carismática. El primero tiene su expresión natural en la burocracia de toda organización, sea pública o privada; el segundo, en las instituciones que se guían por el honor y la tradición como son las monarquías, cofradías o grupos étnicos; y el tercero, en grupos sociales que siguen a un líder carismático capaz de obtener la obediencia y apoyo de las demás personas para algún fin específico.

Es en este último tipo de dominación legítima donde tienen lugar los liderazgos sociales que logran incidir en la construcción de ciudadanía, a través de la participación de individuos en asuntos públicos bajo la guía de un líder carismático, capaz de motivarlos a la movilización en torno a un objetivo común por medio de la confianza y el liderazgo que representa para los demás.

Weber (2002) define el carisma de estos líderes como cualidades extraordinarias que mueven a la fe y que los ubica como caudillos a seguir. «En el caso de la autoridad carismática se obedece al caudillo carismáticamente calificado por

razones de confianza personal en la revelación, heroicidad o ejemplaridad, dentro del círculo en que la fe en su carisma tiene validez» (p. 173).

Para comprender cómo se da ese proceso de confianza y de fe que las personas depositan en el líder, existen dos teorías que explican la formación del liderazgo carismático: la primera sostiene que son los propios seguidores quienes hacen al líder por medio de las concepciones y valores que le asignan; la segunda, en sentido contrario, afirma que el líder se forma a sí mismo por sus cualidades personales demostradas con resultados exitosos.

En cuanto a la primera teoría, Willner (1984) enumera cuatro elementos que se conjugan para que los seguidores obedezcan al líder carismático más por una relación emocional que racional: a) los seguidores perciben al líder con cualidades sobrehumanas, b) creen ciegamente en sus afirmaciones, c) acatan incondicionalmente sus directrices para la acción, y d) finalmente, le brindan un completo compromiso emocional.

A su vez, Conger, Kanungo y Menon (2000) coinciden en esa primera teoría al afirmar que el liderazgo carismático es un atributo basado en la percepción que los seguidores se forjan sobre el líder, lo cual se traduce en una visión inspiradora sobre una misión extraordinaria a cumplir. Logrado esto, aporta a su vez Molero (1995), esa relación carismática produce una gran fe y confianza en el líder y en su visión y, consecuentemente, en la disposición a trabajar duro para el cumplimiento del objetivo planteado.

Sin embargo, esta teoría tendría un fundamento más antiguo en la corriente del psicoanálisis de principios del siglo xx y explicaría su carácter eminentemente emocional. De acuerdo con Freud (citado por Molero, 1995), la necesidad de liderazgo se gesta desde la tierna infancia cuando el niño ve a su madre como un líder todopoderoso, que lo protege, que todo lo sabe y que satisface sus demandas. La madre es la primera figura de liderazgo con la que interactúa todo ser humano. No obstante, con el pasar de los años el niño va descubriendo la cruda realidad, muy distinta al mundo idealizado y confortable que se había formado en sus primeros años de vida, por lo que siempre querrá retornar a esa etapa de omnipotencia en la que se sentía seguro al amparo de su madre como líder. «Una manera de regresar

a ese *paraíso perdido* es la identificación con alguien a quien se percibe poderoso: el líder carismático. Además, este deseo de identificación es más probable que se agudice en épocas de crisis y confusión» (Molero, 1995, p. 47).

De esa manera, la búsqueda de liderazgos a seguir es inherente al ser humano, como lo asegura Vázquez (2013), para quien la historia de la humanidad está llena de líderes de diversos orígenes y estilos que han incidido de formas positivas o negativas en los grupos humanos. «La sociedad siempre ha buscado líderes, en ocasiones para orientar, en otras para dominar y en algunas más para transformar» (p. 74).

En cuanto a la segunda teoría, la del componente racional como fundamento del liderazgo, Weber (2002) también incluye esta otra modalidad para exponer los casos en que los seguidores se acogen a la autoridad por así convenir a sus intereses. «En el caso concreto, esta dominación (*autoridad*), en el sentido indicado, puede descansar en los más diversos motivos de sumisión: desde la habituación inconsciente hasta los que son consideraciones puramente racionales con arreglo a fines» (p. 170).

Para Trice y Beyer (1986), el liderazgo carismático no solo depende de la existencia de ese líder con cualidades especiales y de un conjunto de seguidores atraídos por sus ideas, sino que intervienen otros dos factores que se conjugan racionalmente, como una situación de crisis social a la que los seguidores buscan darle solución, y la validación del líder y de sus ideas por medio de éxitos repetidos.

Con base en ello, se puede afirmar que, ciertamente, el líder carismático surge en un contexto de crisis o de un acontecimiento extraordinario, donde las instituciones sociales como el Estado, la Iglesia, las escuelas, la propia familia, etc., no bastan para dar respuesta a las demandas de los individuos y emergen así liderazgos informales que juegan ese rol de representación no institucionalizada con resultados eficaces, dada la confianza que la gente deposita en ellos por la dominación legítima que les confiere el liderazgo carismático.

Weber (2002) sostiene que el líder carismático surge en la crisis, en lo extraordinario. «La estructura carismática procede de las situaciones de urgencia y entusiasmo extraordinarios. (...) La creación de un dominio carismático en el

sentido *puro* antes descrito es siempre el resultado de situaciones singularmente extremadas» (pp. 853, 856). En ese mismo sentido, Molero (1995) puntualiza una idea similar:

La creación de un tipo de dominación carismática es siempre fruto de una situación extrema en el terreno político, económico o personal y origina una gran excitación que, siendo compartida por cierto número de personas, tiende a la consagración del heroísmo de cualquier clase que sea. Por tanto la dominación carismática tiene un carácter profundamente emocional. (p. 45).

Villarroel y Ledezma (2007) agregan, por su parte, que el líder carismático ofrece soluciones excepcionales a problemas también extraordinarios, para lo cual demanda reconocimiento, lealtad y compromiso con su proyecto. «En otras palabras, el líder carismático emerge de lo extraordinario y obra desde lo extraordinario» (p. 2).

Con base en lo anterior, se puede concluir en este apartado que el liderazgo carismático es una respuesta emergente ante problemas extraordinarios que rebasan la capacidad de respuesta de las instituciones establecidas, y la aportación que hace, vía el seguimiento logrado por los individuos, es mover a la participación ciudadana en temas de interés, ya sea económicos, políticos o sociales.

De esa manera, el líder carismático contribuye a la construcción de ciudadanía, y a través de su ejemplo motiva a la gente a buscar la solución a sus diversos problemas por medio del empoderamiento ciudadano, condición en la que se logra la transferencia de poder del Estado hacia los individuos para decidir inclusivamente en los asuntos públicos.

Empoderamiento de la ciudadanía

No toda participación ciudadana significa un empoderamiento de los ciudadanos; se requiere que dicha participación se traduzca necesariamente en la delegación

de poder del Estado hacia las personas. En ese sentido, Arnstein (1969) aportó un modelo explicativo de una escalera con ocho peldaños en el que aclara que la participación ciudadana efectiva solo es aquella en la que, en los últimos escalones, los ciudadanos toman control sobre las decisiones de los asuntos públicos.

Es un término categórico de poder ciudadano. Es la redistribución de poder que posibilita a los ciudadanos actualmente excluidos de los procesos políticos y económicos, que sean incluidos deliberadamente en el futuro [...]. Participación sin redistribución de poder es un proceso vacío y frustrante para el ciudadano sin poder. Permite a los poderosos proclamar que todos los aspectos fueron considerados, pero hace posible que solo algunos se beneficien. Este proceso mantiene el *statu quo* (Arnstein, 1969, p. 216).

Otros autores como Alicia Ziccardi (2008) y Joan Font (2004) consideran fundamental el empoderamiento ciudadano para mantener una interacción permanente con el Estado, más allá de los procesos constitucionales donde los ciudadanos eligen a sus representantes populares. «La participación ciudadana no es igual ni reemplaza a la participación política, sino que más bien la complementa y/o activa, que permite profundizar y otorgar calidad a la democracia participativa» (Ziccardi, 2008, p. 42). Para Font (2004), este empoderamiento es mayor en la medida en que avanza el grado educativo de la población:

La generalización de la educación secundaria, el acceso de grandes sectores de población a la universidad y el papel desarrollado por los medios de comunicación de masas, han venido a alterar este panorama, dando lugar a lo que se ha llamado *movilización cognitiva*, es decir, unos ciudadanos que no se conforman ya con desarrollar ese rol pasivo (ignorancia racional) que se les había supuesto y que exigen poder hacer algo más que reelegir o reemplazar a las élites políticas cada cuatro años (pp. 24-25).

Sin embargo, sería una postura idealista pensar que todos los ciudadanos comunes y corrientes estarían dispuestos a participar en los asuntos públicos. Un

punto medio para resolver esta aparente insuficiencia de la democracia es que al menos exista en la sociedad lo que Dahl (1992) llama una *masa crítica*, que es un grupo numeroso de ciudadanos bien informados que sean quienes encabecen la interacción con el Estado en el debate de los asuntos públicos, con la expectativa de que dicho grupo represente las opiniones y demandas del grueso de la sociedad con una tendencia a ir aumentando en tamaño conforme vaya rindiendo frutos esa participación ciudadana.

La eficacia del proceso de aproximaciones sucesivas no requiere que todos los ciudadanos estén bien informados sobre cada asunto fundamental y obren en consecuencia; un requisito de esta índole sería tan imposible de cumplir en una Poliarquía III como en una Poliarquía II. Lo que en cambio se precisa es una *masa crítica* de ciudadanos bien informados, lo bastante numerosa y activa como para estabilizar y afianzar el proceso —*un público atento*, según la expresión usada por Gabriel Almond hace muchos años. (Dahl, 1992, p. 407)

En esas condiciones, la existencia de una masa crítica o un público atento es el escenario donde pueden desarrollarse los liderazgos carismáticos para la atención de alguna demanda social en particular. Su disposición crítica en torno a una situación de crisis o un evento extraordinario, los coloca con una visión inspiradora sobre un objetivo a cumplir y recurren para ello al apoyo ciudadano, al convencimiento de los seguidores, para el cumplimiento de su misión. Logrado esto, detonando esa chispa de la participación, es la manera como el liderazgo carismático es factor para alcanzar el empoderamiento ciudadano, puesto que conforme mayor sea el apoyo y la respuesta que logre inspirar el líder entre las personas, mayores serán los alcances de su movilización y sus posibilidades de obtener la delegación de poder para incidir en la toma de decisiones o solución a la demanda por ellos enarbolada.

Método

El universo de estudio en esta investigación estuvo conformado por más de mil personas que participaron en la colecta a favor de los damnificados por las inundaciones de la depresión tropical 19-E del 20 de septiembre de 2018 en Culiacán, Sinaloa, convocada por el empresario restaurantero Miguel Taniyama Ceballos. Los participantes en esta campaña aportaron recursos económicos, apoyos en especie y trabajo voluntario para la distribución de las donaciones, consistentes en alimento caliente, despensas alimenticias, enseres domésticos, artículos de higiene, medicamentos y atención médica gratuita.

En cuanto a la muestra, se determinó en forma intencionada en función de la *representatividad sustantiva* de los encuestados (Corbetta, 2003, p. 348) y por «criterios necesarios o altamente convenientes para tener una unidad de análisis con las mayores ventajas con los fines que persigue la investigación» (Martínez, 2006, p. 12). Así, se seleccionó a 20 empresas o particulares donantes como muestra intencionada bajo los criterios de notoriedad, accesibilidad y cantidad de la donación; por notoriedad se entiende que se trata de empresas de prestigio o con una actividad ampliamente conocida en la localidad; por accesibilidad, la fácil ubicación y contacto con sus representantes para fines prácticos de la investigación; y por cantidad de la donación, la importancia que significó para la colecta el volumen de los apoyos entregados; todo ello, tomado de la información que a su vez hizo pública en redes sociales el comité organizador de la colecta de Taniyama (Rea, 11 de octubre de 2018).

En los enfoques cuantitativos y cualitativos utilizados en el análisis, se empleó en el primero de los casos el instrumento de la encuesta con 14 ítems o preguntas con opción múltiple, tabulados con el Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales, versión 19 (SPSS 19, por sus siglas en inglés), y en cuanto al enfoque cualitativo, se recurrió a la entrevista en profundidad (Taylor y Bodgan, 1987). Ambos enfoques fueron analizados bajo la técnica de estudio de caso en su tipo intrínseco (Stake, 1995), debido a que predominó el principio de interés que ofre-

cían las características del sujeto en estudio, en este caso, su liderazgo carismático y la influencia que ejerció en sus seguidores para conseguir el objetivo planteado.

RESULTADOS

Encuesta a muestra intencionada de donantes

En cuanto a la primera dimensión de estudio, que es «El liderazgo carismático en situaciones de crisis», queda en evidencia su activación por parte del empresario Miguel Taniyama, al recibir el apoyo de cientos de personas que se comprometieron con su causa, tal como se plantea en la teoría acerca del respaldo entusiasta que logra un líder ante un evento extraordinario (Weber, 2002; Molero, 1995).

De esa manera, en la crisis por las inundaciones en la ciudad de Culiacán, el 75 % de los encuestados respondió que participó en la campaña de apoyo ante la invitación directa que les hiciera el propio Taniyama Ceballos (ver cuadro 1); además, el 100 % señaló que dio su apoyo porque el líder les inspira confianza; y en cuanto a la distribución de la participación, el 90 % lo hizo en especie y el resto con trabajo voluntario (ver cuadro 2).

CUADRO 1

		¿Cómo se enteró de esta campaña?			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Por redes sociales.	4	20.0	20.0	20.0
	Por invitación personal de Taniyama.	15	75.0	75.0	95.0
	Por invitación de terceros.	1	5.0	5.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia.

CUADRO 2

¿Cómo apoyó a la colecta pro damnificados por las inundaciones implementada por el empresario Miguel Taniyama?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Con donación en especie.	18	90.0	90.0	90.0
	Con trabajo voluntario.	2	10.0	10.0	100.0
	Total	20	100.0	100.0	

Fuente: elaboración propia.

Por lo que toca a la dimensión «Confianza en el líder», destaca el hecho de que el 100 % de los encuestados le dio el valor más alto de la escala sobre el nivel de confianza, es decir, totalmente confiable; también, el 100 % respondió que hubo transparencia en el manejo de los apoyos a los damnificados, e igualmente el 100 % dijo que volvería a participar en otra colecta de Taniyama.

Estos resultados que hablan de una gran confianza depositada en el empresario restauranero, confirman la teoría empleada que indica que los seguidores creen ciegamente en el líder, acatan incondicionalmente sus directrices para la acción y le brindan un completo compromiso emocional (Willner, 1984; Conger, Kanungo y Menon, 2000). Además, es de resaltar que Taniyama Ceballos actuó consecuentemente con dicha confianza, basada en la transparencia, al difundir en sus redes sociales un informe pormenorizado sobre los apoyos entregados a los damnificados (Rea, 11 de octubre de 2018), lo que cierra un círculo virtuoso y explica por ello la decisión del 100 % de los encuestados de seguir participando en nuevas colectas a las que convoque su líder.

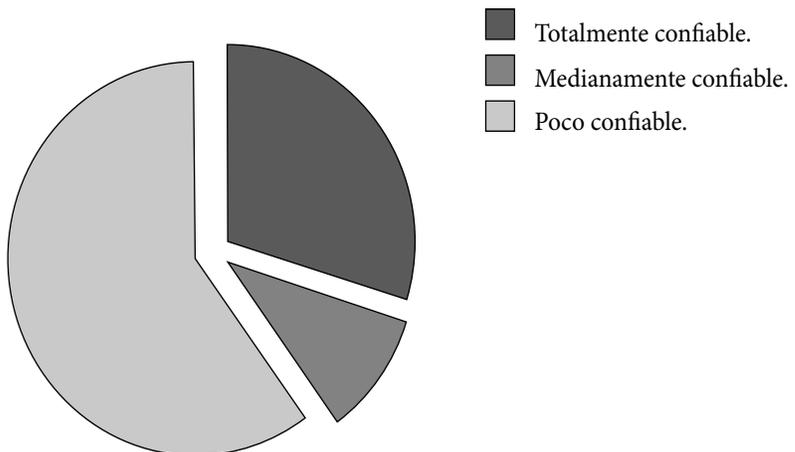
La tercera dimensión de análisis, correspondiente a la «Desconfianza ciudadana hacia las instituciones de gobierno», arrojó resultados que muestran una percepción no favorable de los ciudadanos hacia colectas organizadas por las autoridades gubernamentales. Esta medición es fundamental en el estudio de caso porque evidencia una desconfianza mayoritaria de los ciudadanos hacia el gobierno y es acorde con lo expuesto en la revisión documental del tema retomada de

publicaciones periodísticas, con la información de que la presidenta del sistema Desarrollo Integral de la Familia (DIF) Sinaloa, Rosy Fuentes de Ordaz, clamó entre llanto a los ciudadanos para que confiaran en el DIF y contribuyeran en la colecta oficial pro damnificados por las inundaciones (Bravo, 25 de septiembre de 2018).

En el ítem del instrumento sobre el nivel de confianza que los habitantes le dan a estas colectas oficiales, el 60 por ciento, de los encuestados opinó que son poco confiables y un 10 por ciento, que son medianamente confiables (ver gráfica 1), lo que arroja una proporción de desconfianza de siete de cada diez personas y, en contrapartida, solo tres de cada diez que las consideran totalmente confiables, es decir un 30 % menos de la tercera parte de la muestra.

GRÁFICA 1

9. ¿Cuál es su nivel de confianza en las colectas de las instituciones públicas, como gobierno estatal, ayuntamiento o sistema DIF?

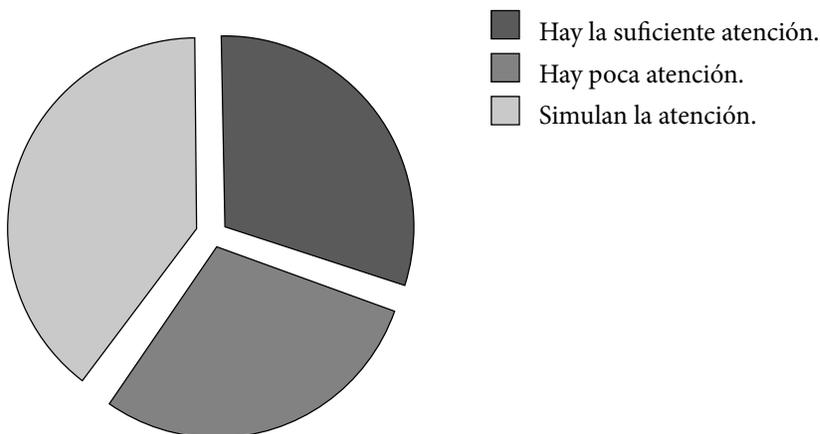


Fuente: elaboración propia.

En ese mismo sentido, otro dato importante es la opinión del 40 % de los encuestados que considera que las autoridades de gobierno simulan la atención a los damnificados, junto a otro 30% que advierten una poca atención del Estado, lo que deja solo un 30 % restante que sí cree que hay un suficiente apoyo del gobierno hacia los damnificados de los desastres naturales (ver gráfica 2).

GRÁFICA 2

10. ¿ Cree que las autoridades de gobierno atienden suficientemente a los damnificados por inundaciones?



Fuente: elaboración propia.

Finalmente, respecto a la cuarta dimensión de análisis, sobre la «Participación y empoderamiento ciudadano», cabe señalar que la organización social a partir del liderazgo de Taniyama confirma planteamientos teóricos que hablan de la necesidad de que haya una masa crítica de ciudadanos bien informados que se movilicen en la atención de sus demandas y que vayan más allá de una simple participación electoral (Dahl, 1992; Font, 2004; Ziccardi, 2008).

En ese contexto se entienden las opiniones del 100 % de los encuestados que consideran que los liderazgos sociales contribuyen al empoderamiento ciudadano para la atención de las demandas, así como que los líderes asuman en situaciones de crisis funciones que corresponden al Estado, tal como ha sido el caso del esfuerzo ciudadano de atención a damnificados encabezado por Miguel Taniyama.

Entrevista a Miguel Taniyama Ceballos

El estudio de caso del empresario restaurantero sinaloense Miguel Taniyama Ceballos sirve como ejemplo para analizar el liderazgo carismático que se ejerce sobre las personas para lograr una activación en situaciones de crisis, mediante la confianza depositada en el líder, y en un contexto de desconfianza hacia las instituciones de gobierno, que se ven rebasadas en su capacidad por lo extraordinario del acontecimiento crítico ocurrido. Así, esta participación social contribuye al empoderamiento ciudadano porque les confiere a los individuos un poder de decisión y de acción para intervenir en situaciones emergentes, ya sea de manera coadyuvante o de total independencia con respecto al Estado.

Liderazgo carismático en situaciones de crisis

En esta primera dimensión de análisis del estudio de caso, Miguel Taniyama afirma en entrevista para el presente artículo que esta fue la segunda colecta en apoyo a damnificados que ha organizado, después de la del huracán Manuel en septiembre de 2013, pero que no cuenta con ninguna organización permanente para ello ni desearía tampoco tener la necesidad de hacerlo; es la catástrofe lo que los llama a reaccionar.

No es algo que convoquemos cada semana, no es algo que tengamos como referencia hacerlo cada mes, no, ojalá que nunca sucedieran los desastres naturales, no estamos

deseosos de que suceda una desgracia para hacer cosas, la verdad que no, pero cuando sucede, pues hay que activarnos, y gracias a Dios, a muchas personas que son amigos, que creen en nosotros, en la honestidad mía y de muchos más, pues se activan este tipo de cosas

En esta segunda colecta pro-damnificados, desde su restaurante Tomo que funcionó como su cuartel de campaña, Taniyama Ceballos logró el apoyo de más de mil voluntarios que sumaron su tiempo y sus donaciones para la preparación y distribución de más de 200 toneladas de ayuda, como comida caliente, despensas alimenticias, enseres domésticos y medicamentos. Si esto es el resultado de un liderazgo carismático, el empresario de comida oriental acota que también es el fruto del trabajo que durante generaciones ha caracterizado a su familia.

Sí, sí lo creo, pero no es algo que yo solamente lo haya realizado de un tiempo para acá, yo creo que es un tema de familia, mi familia es una familia de muchos años en Culiacán, tuve un padre honrado, trabajador, que quería mucho a Sinaloa, que quería mucho a Culiacán, mucha gente recuerda a mi abuelo, a mi padre, a mí, ahora a mis hijos, y los conocen como hombres hechos, como hombres decentes, como hombres de trabajo, y yo creo que es el cúmulo de eso. De que yo tengo un carisma, sí, soy un hombre muy social, no lo puedo negar, sí lo soy. Mucha gente me dice que soy carismático, o exitoso, así me definen algunos. Yo creo que soy un hombre que le gusta trabajar y saber que el compromiso es todos los días con eso.

Confianza en el líder

Junto a ese legado familiar, Miguel Taniyama señala que la ciudadanía ha confiado en él porque en las colectas puede participar directamente y corroborar que la ayuda llega a su destino.

La confianza la logran ellos mismos, porque cuando van y ven lo que estamos haciendo se unen, no es algo que uno publique o que uno se alabe, no, simplemente la gente llega y ve lo que estamos haciendo. Hay gente que dice «Oye, ya armé 500 despensas, quiero ir a ver dónde las dejan», pues trépatelo a una camioneta y vayan, repártanlas. Entonces cuando eso sucede, cuando ven que todo es transparente, cuando ellos participan del proceso A y lo terminan en el proceso Z, entonces las cosas se ven muy transparentes y muy honestas.

La desconfianza hacia las instituciones de gobierno

En contrapartida, la depresión tropical 19-E trajo para la administración estatal del gobernador Quirino Ordaz Coppel un incidente que dinamitó la confianza ciudadana y que llegó a la agenda nacional a manera de escándalo, como fue la entrega a damnificados de colchones basura comprados como nuevos en la ciudad de Guadalajara en casi tres millones de pesos, y repartidos a familias que lo habían perdido todo (Palma, 17 de octubre de 2018). Tras difundirse en las redes sociales videos que subieron los propios afectados, el tema ocupó los espacios de medios de comunicación locales y nacionales, derivando en la renuncia del secretario de Desarrollo Social del Gobierno del Estado, Raúl Carrillo Castaños, y en la detención de su coordinador administrativo, Carlos Baltazar Castro Olivas, quien enfrenta proceso penal por fraude genérico (Cabrera, 20 de octubre de 2018). Lamenta Miguel Taniyama,

Eso fue como el último clavo en el ataúd, la verdad, yo creo que el tema de los colchones dio mucho de qué hablar, y creo que en la próxima elección sin duda va a dar más de qué hablar. Fue muy lamentable lo que pasó, que en la cadena de suministro, en la cadena de apoyos exista gente tan mezquina, tan corrupta, tan sin escrúpulos, que pudo hacer algo así, creo yo que eso lo tendría que aprovechar el mismo gobierno para hacer una sacudida, una revisión a fondo.

En ese contexto, otro de los momentos que evidenciaron la falta de confianza hacia las instituciones de gobierno, fue el llamado al borde de las lágrimas que hiciera la esposa del gobernador y presidenta del DIF Sinaloa, Rosy Fuentes de Ordaz, ya citado anteriormente. Resume Taniyama:

Eso fue un tema bien complicado, la señora Rosy nos visitó un día ahí en lo que estábamos haciendo, y fue un tema bien complicado, porque yo sé cómo debió de haberse sentido la señora Rosy en esos momentos, que se sintió agredida, se sintió que todo el trabajo que ellos habían hecho en el transcurso de este gobierno de Quirino pues no redituaba, pero es un tema de percepción de las personas. Yo creo que el sistema DIF hizo lo que tenía que hacer en su momento, yo creo que se activó a como pudo, pero hay una pérdida de confianza de la ciudadanía, ganada a pulso no sé si por este gobierno, pero sí por los anteriores.

Participación y empoderamiento ciudadano

Aunque su fortaleza radica en el altruismo, encabezando iniciativas ya sea en casos de desastres naturales o de asistencia a niños sin hogar que residen en La Ciudad de los Niños —Institución no oficial auspiciada por la Iglesia católica de Culiacán y por un patronato ciudadano—, Miguel Taniyama también ha experimentado la vertiente política de la participación con su candidatura independiente a diputado local por el distrito 14 de Culiacán en la elección de 2016. Fueron los primeros comicios donde pudieron participar candidatos independientes en una elección local de Sinaloa, y el empresario restaurantero obtuvo la mayor cantidad de votos recibida por estas nuevas candidaturas en todo el estado, con 8 mil 112 sufragios que, sin embargo, no le bastaron para alcanzar el triunfo (Instituto Electoral del Estado de Sinaloa [IEES], 2016).

A pesar de esta experiencia fallida en la política electoral, Taniyama Ceballos asegura que no le obsesiona la función pública y que sigue participando socialmente desde donde considera que es más útil.

Yo he tenido una participación política, no lo niego, pero al final del día me regreso a mi empresa, agarro el cuchillo y sigo siendo esa persona que siempre he sido. El tema de qué quieres o cómo lo quieres, eso no lo decido yo, lo va a decidir la gente en las urnas, y si no lo decide nunca, no pasa nada.

El empresario gastronómico alienta, no obstante, que los ciudadanos sí quieran participar y empoderarse para ser tomados en cuenta en las decisiones que atañen a todos, máxime en situaciones emergentes que rebasan la capacidad de las instituciones y en las que contribuyen de manera efectiva los liderazgos sociales. «Yo creo que es un detonante de cuando existe una crisis y no hay una operatividad del gobierno efectiva, pues alguien tiene que tomar la batuta, alguien tiene que levantar la mano, y tiene que empezar a organizar y ser efectivos», expresa.

Finalmente, Taniyama considera que así se genera el empoderamiento ciudadano, con personas decididas a activarse para transformar el *statu quo*. «Históricamente todas las luchas sociales han emergido de ciudadanos ocupados, no de ciudadanos preocupados, de ciudadanos ocupados de que esto mejore y cambie totalmente», concluye.

CONCLUSIONES

El presente estudio de caso demuestra, con base en la teoría revisada y con las mediciones de los instrumentos cuantitativo y cualitativo, que la iniciativa personal del empresario Miguel Taniyama Ceballos para apoyar a los damnificados por las inundaciones de la depresión tropical 19-E en Culiacán, Sinaloa, del 20 de septiembre de 2018, representa un ejemplo de un liderazgo carismático surgido en una situación de crisis, que tuvo resultados positivos gracias a la combinación de las variables de confianza en el líder y de desconfianza ciudadana en las instituciones de gobierno.

Tal como lo señala la teoría consultada (Willner, 1984; Trice y Beyer, 1986; Weber, 2002), la confianza y la fe de las personas en el liderazgo que representa

Taniyama, se dio tanto por un factor emocional y de respuesta entusiasta ante lo extraordinario de la emergencia, como por un factor racional que emplearon las personas al observar el éxito de la campaña y constatar que los apoyos donados se entregaban de manera transparente.

En cuanto a la desconfianza hacia las instituciones de gobierno, el prejuicio de una percepción negativa que tendrían de antemano los ciudadanos y que se demostró en un 70 % de los encuestados, se vio fortalecido con el escándalo de la entrega de colchones *basura* a damnificados por parte de la administración del gobernador Quirino Ordaz Coppel, hecho que derivó en la renuncia del secretario de Desarrollo Social del Gobierno del Estado y en la detención del coordinador administrativo de dicha secretaría.

De esa manera, la participación ciudadana en situaciones de crisis se enfrenta a ese contexto de ventajas y desventajas; por un lado, una confianza ganada por liderazgos carismáticos con resultados efectivos que motivan al empoderamiento ciudadano, y por el otro, el de la desconfianza que los casos de corrupción gubernamental generan en el sentir ciudadano y que podrían desincentivar precisamente el ánimo de las personas por participar en la solución de sus problemas junto al Estado.

BIBLIOGRAFÍA

- ARNSTEIN, S. (1969). A Ladder of Citizen Participation, *Journal of the American Planning Association*, 35(4), 216-224.
- BRAVO, K. (25 de septiembre de 2018). Rosy Fuentes llora ante desconfianza ciudadana en el DIF estatal. *Noroeste*. Recuperado de <https://www.noroeste.com.mx/publicaciones/view/llora-rosy-fuentes-ante-desconfianza-de-la-ciudadania-en-el-dif-1142730>
- CABRERA, J. (20 de octubre de 2018). Titular de Sedesol en Sinaloa cae por «colchongate». *El Universal*. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/estados/titular-de-sedesol-en-sinaloa-cae-por-colchongate>

- CONGER, J., Kanungo, R., y Menon, S. (2000). Charismatic Leadership and Follower Effects, *Journal of Organizational Behavior*, 21(7), 747-767.
- CORBETTA, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana de España.
- DAHL, R. (1992). *La democracia y sus críticos*. Barcelona, España: Paidós.
- FONT, J. (2004). Participación ciudadana y decisiones públicas: conceptos, experiencias y metodologías. En A. Ziccardi (ed.), *Participación ciudadana y políticas sociales del ámbito local* (pp. 23-42). México: Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto Nacional de Desarrollo Social y Consejo Mexicano de Ciencias Sociales.
- IEES (2016). *Resultados de la elección de diputados por mayoría relativa por candidato-Sinaloa 2016*. Recuperado de <https://www.ieesinaloa.mx/wp-content/uploads/ProcesosElectorales/2016/Resultado-de-la-Elecci%C3%B3n-de-Diputados-por-Mayor%C3%ADa-Relativa.pdf>
- MARTÍNEZ, M. (2006). La investigación cualitativa, síntesis conceptual, *Revista de Investigación en Psicología*, 9(1), 123-146.
- MOLERO, F. (1995). El estudio del carisma y del liderazgo carismático en las ciencias sociales: una aproximación desde la psicología social, *Revista de Psicología Social*, 10(1), 43-60.
- PALMA, E. (17 de octubre de 2018). Entregan colchones podridos a damnificados en Culiacán. Noticieros Televisa. *En Punto*, con Denise Maerker. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=DoqMqz9cwXM>
- REA, G. (11 de octubre de 2018). Terminamos el resumen de lo que logramos entre todos en la contingencia. Tomen su tiempo. Gracias a todos [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://web.facebook.com/GonzaloRea/posts/10161124525550145>
- STAKE, R. (1995). *Investigación con estudios de casos*. Madrid, España: Morata.
- TAYLOR, S., y Bodgan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- TRICE, H., y Beyer, J. (1986). Charisma and its routinization in two social movement organizations, *Research in Organizational Behavior*, 8, 113-164.

- VÁZQUEZ, A. (2013). Interdependencia entre el liderazgo transformacional, cultura organizacional y cambio educativo: una reflexión, *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 11(1), 73-91.
- VILLARROEL, G., y Ledezma, N. (2007). Carisma y política. El liderazgo de Hugo Chávez desde la perspectiva de sus partidarios, *Revista Politeia*, 30(39), 1-22.
- WEBER, M. (2002). *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Madrid, España: Fondo de Cultura Económica.
- WILLNER, A. (1984). *The spellbinders: charismatic political leadership*. New Haven, USA: Yale University Press.
- ZICCARDI, A. (2008). La participación ciudadana en el ámbito local: fundamentos y diseño de espacios e instrumentos. En E. Cabrero, E., y A. Carrera (coords.), *Innovación local en América Latina* (pp. 38-57), México: Centro de Investigación y Docencia Económicas Liaison Group-Observatorio Latinoamericano de la Innovación Pública Local.

La radio comunitaria como práctica de la comunicación emergente reivindicativa: el caso en Teocelo, Veracruz

RAUL ANTHONY OLMEDO NERI¹

LA COMUNICACIÓN EMERGENTE O LA EMERGENCIA EN LA COMUNICACIÓN: PRECISIONES CONCEPTUALES

La resignificación de la comunicación emergente no se da de manera espontánea, sino por una serie de procesos sustantivos en las diferentes esferas dentro del mundo de la vida. Como afirma Lefèbvre (1972), «los cambios económicos, culturales y políticos se producen juntos de acuerdo con cuotas coherentes que están cambiando el mundo de una manera predecible» (p. 7) y son estos cambios los que generan una influencia en el ámbito comunicativo.

Este nuevo contexto es denominado como posmodernidad, en el cual «las metanarrativas ideológicas y religiosas están perdiendo autoridad entre las masas» (Lefèbvre, 1972, p. 27), lo que da paso a la deconstrucción de esos grandes relatos en anécdotas particulares que alientan a grupos minoritarios que demandan derechos y exigen visibilidad ante una sociedad que cada vez más se integra en lo que Millé (2017) define como un mosaico cultural e ideológico.

¹ Ingeniero Agrónomo Especialista en Sociología Rural, Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Maestrante en Comunicación en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Así, «está surgiendo un nuevo modo de participación que desafía a las élites porque expresa las preferencias del individuo con mucha más precisión que el antiguo» (Inglehart, 2000, p. 223). Es en esa nueva forma de participación en que la comunicación tiene cabida; ya no solo como el mero proceso de transmitir mensajes, sino para servir como una herramienta que a través de la tecnología (Sfez, 1995) acerca a las sociedades a la democracia y a la pluralidad de discursos, preferencias e identidades. Así, esta condición posmoderna influye en la forma en que se produce y reproduce la comunicación, siendo un contexto que desplaza el colectivo y retoma al individuo dentro de la reivindicación social, así como la comunicativa.

Esta apertura posmoderna en la esfera de la comunicación, sin embargo, no solo ha sido aprovechada por los grupos que se pretenden reivindicar dentro de la sociedad, también está siendo aprovechada por aquellos grupos radicales y conservadores que ante la falta de certidumbre que proveían esas metanarrativas, se ven en la urgencia y necesidad de crear «un mundo de rigidez y esencia, fe ciega en términos existencialistas donde la nacionalidad, o la raza, o el género, o la religión sean vistos en forma natural» (Young, 2012, p. 246), tal es el caso de los grupos reaccionarios a la diversidad sexual, a la *alteración* de la estructura *natural* de la familia (matrimonio homosexual), a la pugna por el derecho a la vida (y por tanto contra la legalización del aborto), entre otros, que también se movilizan, se comunican y actúan en consecuencia con las anécdotas ideológicas que construyen.

Esta otra parte es la que resignifica y complementa la comunicación emergente en la sociedad actual; la nueva significación de este concepto resulta del proceso de lucha por la voz en un mundo pluralmente caótico en el cual individuos buscan seguridad y estabilidad en una sociedad donde, como afirmó Karl Marx hace más de 150 años, todo lo sólido se desvanece en el aire (Berman, 2011). Así, tanto la lucha por la apertura social e inclusión de los derechos de grupos *minoritarios* (no en cantidad, sino en percepción), como la resistencia que se ejerce por otros grupos sociales, ambos a través de las plataformas socio digitales, es lo que caracteriza y da origen a la práctica de la comunicación emergente. Es el conflicto derivado

por el cambio en la sociedad que cobra eco en medios de comunicación digitales, lo que da la esencia a esta emergencia en la comunicación.

Estas prácticas en la comunicación emergente no se habían presentado antes en México porque no existían redes sociodigitales en las que se replicara esta lucha. De hecho, antes de estos cambios tecnológicos, para explicar el proceso de reivindicación de grupos opuestos al vaivén mediático entre la fuerza del Estado y la visión comercial del sector privado, se construyó el concepto de *prensa contestataria* y posteriormente *comunicación alternativa*. El primero se desarrolló en México a inicios del siglo xx, donde la prensa fungió como un medio que estaba en constante confrontación con el Estado debido a que «construyó una tradición crítica sobre los acontecimientos políticos nacionales» (Olmedo, 2016, p. 64), no obstante, los métodos directos (censura) e indirectos (monopolización de papel a través de la Productora e Importadora de Papel, PIPSA) que utilizó el Estado disminuyeron el impacto social.

La comunicación alternativa, por otro lado, cobró fuerza a inicios de la década de los sesenta. Su característica principal ya no solo fue el medio, que en este caso fue la radio, sino la organización social que sustentaba los proyectos. Como afirman Corrales y Hernández (2009) «es resultado de un proceso social *alternativo*, que difiere en forma, función y contenido al proceso social propuesto por el sistema dominante» (p. 4). Así, la comunicación alternativa no solo mantuvo la tradición crítica hacia la información proveniente del Estado y la industria privada, sino que representó un proceso de participación colectiva para dar atención a problemas locales y regionales, así como la reivindicación de lo identitario ante la vorágine de la homogeneización cultural.

De acuerdo con Gutiérrez (1979), este tipo de proyectos «supone un cambio estructural de contenido político de gran envergadura que debe ser visto como una verdadera revolución» (p. 72). Así, el concepto de comunicación alternativa sustenta la diversidad y solución de problemas sociales a través de la apropiación social de los medios de comunicación (Olmedo 2016).

Aunque la lucha por el reconocimiento de grupos minoritarios en la posmodernidad encuadra con las movilizaciones radicales a lo largo del mundo en los

años sesenta, lo cierto es que la consolidación de la comunicación emergente en el país puede ubicarse históricamente en 1994 con la apropiación de las plataformas digitales por parte del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) para difundir sus motivos y descontentos (Corrales y Fernández, 2009; Rodríguez, 2015). Es en la última década del siglo xx en que se da la simbiosis entre la condición posmoderna y la apropiación de las nuevas tecnologías como la Internet y sus correspondientes plataformas sociodigitales.

Por ello, tanto los cambios sociales como la apertura del medio a través de la tecnología, la Internet y sus plataformas, han originado una emergencia en la comunicación que sigue respondiendo tanto a criterios identitarios, de reivindicación, de la promoción de la democracia y la pluralidad, como de fundamentalismos y conservadurismos que se resisten al cambio. De hecho, como menciona Olmedo (2017): «...se habla de comunicación emergente, cuando se establece un canal que, en vez de replicar la información oficial, se encarga de analizarla y criticarla, con la finalidad de ser una herramienta de atracción colectiva más que un referente que simula la participación social» (p. 2838).

No obstante, la definición anterior, como ya se ha expuesto, solo responde a una parte de la comunicación emergente, ya que actualmente la Internet puede servir como una herramienta para reproducir la desigualdad social hacia grupos poco visibilizados. En este concepto, a diferencia del de *prensa contestataria* y *comunicación alternativa*, el medio por el que se promueve esta apertura es la Internet mayoritariamente, aunque no restringe su ejecución en los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) que fueron utilizados antes de la aparición de las plataformas digitales.

Así, ante esta complejidad en la comunicación emergente se requiere generar una diferenciación conceptual cuya base no sea el medio, sino quién la promueve y la finalidad a conseguir con esa práctica comunicativa. Por ello, en esta investigación se propone el concepto de *comunicación emergente reivindicativa* que responde a la tradición crítica de la *prensa contestataria* y la *comunicación alternativa*, sumando la demanda de visibilidad y respeto a los derechos humanos como elementos indisolubles para la democracia.

Para aquellos procesos en los que la pluralidad es desplazada por el conservadurismo y la reacción radical convierte los cambios provocados por la falta de certeza y su fundamento en esencialismos, se propone en este trabajo el concepto de *comunicación emergente disruptiva* toda vez que es una resistencia de grupos sociales a las modificaciones que la sociedad genera sobre sí misma. Así, en este concepto entrarían los movimientos pro-familia, pro-vida y aquellos que pretenden reproducir las normas que perpetúan el *statu quo*.

Estas dos propuestas realizadas descansan en el desarrollo de los dos tipos de políticas que identifica y define Young (2012) en la cuales «la política afirmativa solo implica la transferencia superficial de recursos sin cambiar las básicas divisiones, mientras que las políticas transformativas tratan de eliminar las básicas estructuras subyacentes de la injusticia» (p. 232), donde las políticas transformativas son el objetivo de la comunicación emergente reivindicativa, mientras que las políticas afirmativas son las herramientas de la comunicación emergente disruptiva.

Con estas construcciones conceptuales, se puede establecer una diferenciación desde la comunicación emergente con la que se atienda la complejidad de la realidad social para ahondar en las prácticas comunicativas donde se conjuga la movilización social, la incidencia política y la mediatización.

Para sintetizar este desarrollo histórico y evolución tecnológica sobre la comunicación, en la siguiente tabla se pueden observar las características de cada uno de los conceptos desarrollados:

TABLA 1. Desarrollo teórico de la comunicación emergente

Concepto	Inicio (en México)	Medio	Posición ante el Estado	Base organizativa
Prensa contestataria	Inicio del siglo xx	Prensa	Establecer información crítica ante el oficialismo del Estado a través de medios en los que influía.	Periodistas, profesionales de otras áreas y opositores a regímenes autoritarios-represivos.

CONTINUACIÓN TABLA 1. Desarrollo teórico de la comunicación emergente

Concepto	Inicio (en México)	Medio	Posición ante el Estado	Base organizativa
Comunicación alternativa	Década de 1960	Radio	Busca la reivindicación cultural de las localidades donde tiene alcance. Es un proyecto social que está en oposición al Estado y la industria privada en los medios de comunicación.	Organizaciones de la Sociedad Civil, grupos educativos privados o grupos indígenas.
Comunicación emergente reivindicativa	Inició en 1968 ² y se consolidó en 1994 ³ .	Primordialmente redes sociodigitales (blogs, páginas electrónicas, Facebook, Twitter, entre otros) aunque puede presentarse en medios de comunicación tradicionales	Se moviliza por la generación y aplicación de reformas transformativas	Grupos minoritarios que han sido discriminados o poco visibilizados por cuestiones culturales, políticas, económicas e históricas.
Comunicación emergente disruptiva			Se moviliza por la reproducción de reformas afirmativas	Grupos políticos, religiosos y conservadores que se basan en esencialismos ⁴

Fuente: elaboración propia, 2018.

² El inicio de la posmodernidad no es claro. Para autores como Lefèbvre (1972), Lipovetsky (1990) y Harvey (2008) más que una cuestión temporal, es una cuestión social, política y cultural del cambio. Estos autores, sin embargo, concuerdan que son en los años de las grandes manifestaciones sociales a nivel internacional, como el caso del mayo francés (1968), el movimiento estudiantil en México (1968), y la primavera de Praga (1968) en que se da la ruptura en el mundo de la vida y donde se comienza el proceso de reestructuración.

³ Es hasta 1994 en que se consolida el cambio social de la posmodernidad con el desarrollo tecnológico que devino de la Internet, para dar a conocer el movimiento del EZLN tanto en México, como en diferentes regiones de América Latina y Europa.

⁴ Por esencialismo se entiende al conjunto de argumentos con soportes no concretos (religión, ideológicos, discriminatorios) que son frágiles ante discursos incluyentes y de reestructuración. Es decir, son argumentos basados en falacias *ad hominem*, *ad baculum* y *ad populum*.

Así, en la comunicación emergente (en cualquiera de sus dos acepciones) no predomina un medio, sino el conjunto de plataformas que sustentan en lo social y en lo real la polifonía de discursos. Allí es donde reside el cambio sustancial ya que «la proliferación de los medios debería conducir a una mayor diversidad de puntos de vista» (Vattimo, 2000, p. 299). Es en la comunicación emergente, a través de las diferentes plataformas digitales, en donde se da la batalla por la voz.

Con base en lo anterior, se puede sostener que las radios comunitarias son una práctica de la comunicación emergente reivindicativa, toda vez que son antecedentes del concepto y responden a las necesidades y características de la noción propuesta. Es decir, las radios comunitarias surgen a través de la apropiación de un medio de comunicación, con fines de reivindicar cuestiones culturales, políticas, económicas y hasta históricas que atienden una realidad local y regional concreta. Por ello, en el siguiente apartado se analiza el caso de la Radio Comunitaria Teocelo, en Veracruz, con la finalidad de establecer una relación entre la teoría aquí planteada y la realidad social definida por una práctica comunicativa reivindicativa.

La radio comunitaria Teocelo: un caso de éxito a la resistencia

Las primeras radios comunitarias en México surgieron en la década de los años sesenta, en Veracruz, y Radio Teocelo es uno de los primeros proyectos donde se devuelve la voz a quienes la tenían, pero fueron callados. De acuerdo con Gasparello (2012), esta radio es la primera registrada ante el Estado mexicano.

La importancia de esta radio es, por un lado, la trayectoria histórica que posee en tanto proyecto sustentado por los radioescuchas, y por otro, los premios que ha obtenido. Por ejemplo, en 2003 obtuvo el Premio Nacional Periodismo por su programa Cabildo Abierto que es un espacio para que los gobiernos municipales rindan cuentas a la ciudadanía y escuchen tanto las demandas como propuestas de sus respectivos habitantes. Así, tanto el programa como el medio (la radio comunitaria) se convierten en un espacio dentro de la esfera pública donde se ejerce

la ciudadanía y la rendición de cuentas; se difuminan las relaciones de poder y se entabla un diálogo democrático.

En 2005, Radio Teocelo «fue distinguida como *experiencia exitosa, replicable en otras partes del mundo*, por la [Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura] UNESCO» (Olmedo, 2016, p. 1285), es decir, un proyecto que se ha mantenido ante la guerra mediática en su contra y la estigmatización política por su propia naturaleza reivindicativa y autónoma. Por lo anterior, este proyecto genera políticas transformativas ya que su función es hacer cambios en lo local como un proceso de reivindicación política, cultural y social de los sujetos que sustentan el proyecto. Así, a través de las radios comunitarias «los grupos minoritarios se hacen visibles con la apropiación de los medios a través de la organización por detentar un poder más allá del político: el social» (Olmedo, 2017, p. 2838).

Las radios comunitarias tienden a ubicarse en zonas rurales o lugares con presencia de grupos indígenas, lo cual da paso a una dinámica regional de comunicación, donde la utilidad de la información emitida sirve en la vida cotidiana de los radioescuchas. Lo anterior rompe la unidireccionalidad de la comunicación comercial y estatal; representa un cambio en la acción y percepción de la comunicación, por ello es necesario complementar el análisis teórico y práctico con su identificación espacial.

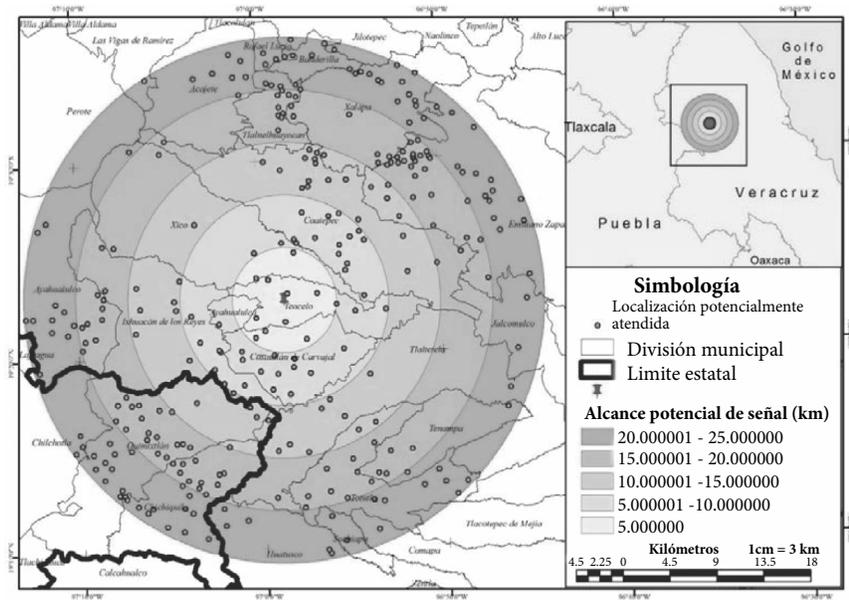
Al analizar espacialmente Radio Teocelo se identificó el área de acción, su público potencial, la distribución conforme a la distancia de la estación radiofónica y el tipo de localidades a las que puede atender. Para lo anterior, se generaron cinco áreas buffer alrededor de la radio y se identificaron las localidades que se encuentran dentro de esas áreas delimitadas.

La distancia máxima establecida está en función de las variables que influyen en el alcance de la señal radiofónica; García (2013) identifica la potencia, la frecuencia, la antena, el clima y el terreno como variables que influyen en el alcance de la señal. Esto es importante ya que, aunque Radio Teocelo posee una potencia de 1,000 watts, en frecuencia de Amplitud Modulada (AM), la orografía y el clima de la zona son elementos que influyen en el alcance de la cobertura radiofónica.

Por lo tanto, la distancia se basa tanto en la propuesta técnica de García (2013) con la cual en términos ideales llegaría hasta 150 km, como en la experiencia generada desde la propia radio a través de la Asociación Veracruzana de Comunicadores Populares (AVERCOP, 2018), la cual menciona al menos siete municipios atendidos.

En el siguiente mapa se observa la ubicación de Radio Teocelo, las áreas buffer y las localidades potencialmente atendidas.

MAPA 1. Veracruz: alcance de señal radiofónica de Radio Teocelo, 2018

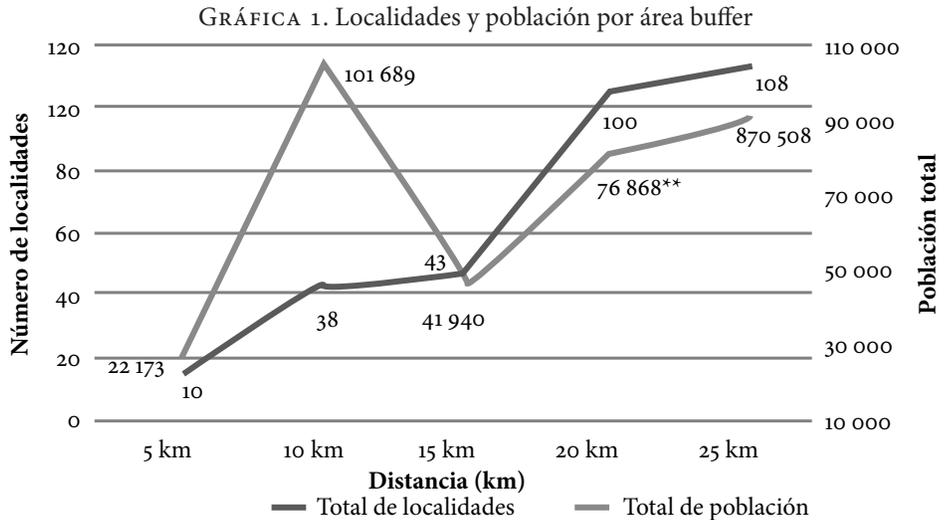


Fuente: elaboración propia; Marco Geoestadístico Nacional, 2018.

A partir de la delimitación espacial de la información, se observa que Radio Teocelo, a 25 km de distancia, posee un alcance potencial de 21 municipios y con ello accede a la población que reside en las 299 localidades rurales y urbanas iden-

tificadas. Además, con dichas áreas se llega a traspasar la delimitación estatal, por lo que también la potencialidad de esta radio puede llegar al estado de Puebla.

Esta relación se presenta en la siguiente gráfica, donde el número de localidades y su población total están clasificados conforme a las áreas buffer establecidas.



**Para los fines de la gráfica, se ha omitido la población de la localidad urbana Xalapa en el área buffer de 20 km, toda vez que ella posee 424 755 habitantes. Sin dicha omisión, la población total en esa área buffer sería de 501 623 personas.

Fuente: elaboración propia con datos de Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2010).

Con la gráfica se pueden establecer los márgenes del público potencial para Radio Teocelo; no obstante estas cifras, están condicionados por factores tanto técnicos (número de dispositivos para sintonizar la frecuencia), como individuales (gustos, preferencias de los radioescuchas) que influyen en la elección de dicha estación y su respectivo contenido.

Empero, estos datos presentan un panorama sobre el campo de acción en el que se desarrolla este proyecto comunicativo. Por lo anterior, se puede concluir que mientras el área buffer de 5 km es la que presenta menos población, el área buffer de 20 km es la que posee más población.

Ahora bien, es importante mencionar que un mayor número de personas no implica un uso potencial mayor o de preferencia, toda vez que este tipo de proyectos están enmarcados en el desarrollo de potencialidades locales y regionales (Martíñón, *et al*, 2014; Olmedo, 2016), por lo que no busca una audiencia para lucrar, al contrario, intenta crear una a partir de la reivindicación comunicativa de lo local sobre lo global.

De acuerdo con lo anterior, resulta necesario estimar en términos espaciales el alcance potencial que tiene la cobertura. En este sentido, en la siguiente tabla se enlistan los municipios dentro de la señal radiofónica de acuerdo con las áreas buffer definidas.

TABLA 2. Municipios cubiertos por señal radiofónica de acuerdo con la distancia

Área Buffer	Municipios
5 km	Cosautlán de Carvajal, Xico, Teocelo.
10 km	Ayahualco, Coatepec, Cosautlán de Carvajal, Xico, Teocelo.
15 km	Coatepec, Emiliano Zapata, Ixhuacán de los Reyes, Tlaltetela, Totutla, Xalapa, Xico.
20 km	Acajete, Ayahualulco, Coatepec, Emiliano Zapata, Ixhuacán de los Reyes, Tenampa, Tlalnahuayocan, Tlaltetela, Totutla, Xalapa, Xico.
25 km	Acajete, Ayahualulco, Banderilla, Comapa, Emiliano Zapata, Huatusco, Jalcomulco, Jilotepec, Las Vigas de Ramírez, Rafael Lucio, Sochiapa, Tenampa, Tlalnahuayocan, Tlaltetela, Totutla, Xalapa, Xico.

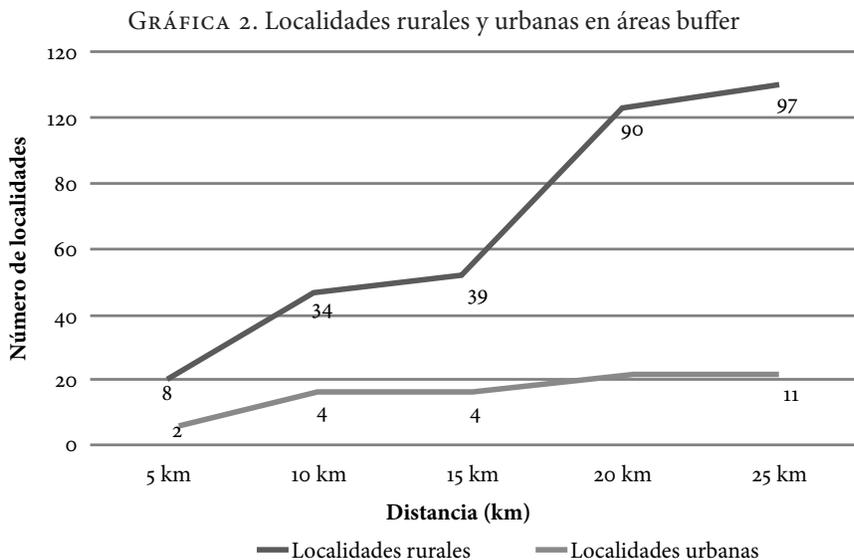
Nota: los municipios se repiten toda vez que conforme incrementa la distancia se da cobertura a zonas que no fueron abarcadas por el área buffer antecedente.

Fuente: elaboración propia con datos del INEGI (2010).

Como ya se ha mencionado, las radios comunitarias se desenvuelven mayoritariamente (y no por ello de manera exclusiva) en zonas rurales, por lo que, para dar soporte de este hecho en el caso estudiando, se identificaron las localidades urbanas y rurales dentro de las diferentes áreas buffer a partir de la clasificación establecida por el INEGI (2010).

Es menester mencionar que el INEGI diferencia lo rural y lo urbano a través de variables cuantitativas, especialmente el número poblacional, por lo que se deja de lado el conjunto de prácticas materiales e intangibles que caracterizan las zonas bajo el término rural.

Es por ello que se requiere conocer cuántas localidades (y de qué tipo) son las que se encuentran dentro del área potencial de la cobertura radiofónica. Así, en la siguiente gráfica se encuentra la relación entre el número de localidades rurales y urbanas conforme a las áreas buffer.

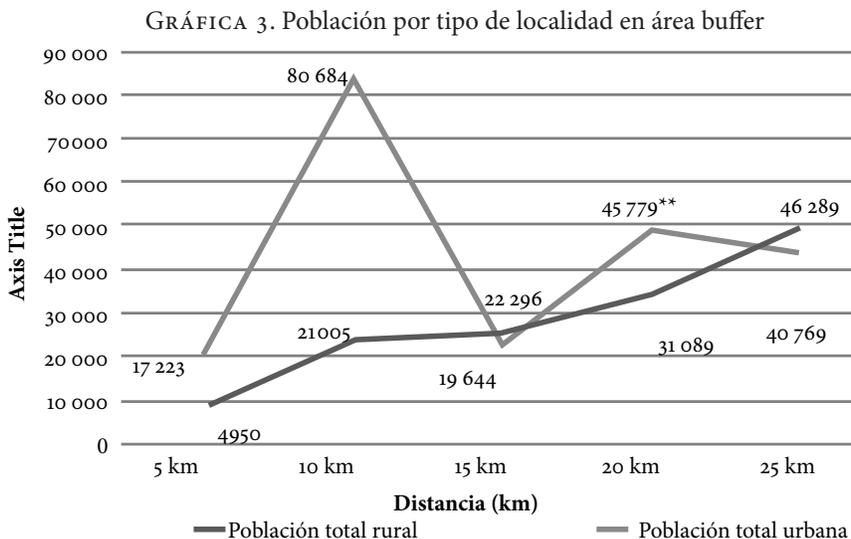


Fuente: elaboración propia con datos del INEGI (2010).

Conforme a los datos presentados en la gráfica anterior, se observa que Radio Teocelo tiene una ubicación geográfica que responde en términos prácticos a las caracterizaciones teóricas sobre el concepto de radio comunitaria y con ello el de comunicación alternativa, ya que las localidades potencialmente atendidas constituyen una región propia donde la realidad les impone conocer lo circunscrito a su mundo social, desde su propia mirada. Existe, al menos en las delimitaciones establecidas en el presente análisis, una relación proporcional entre la distancia y las localidades rurales, ya que a mayor distancia mayor número de localidades rurales potencialmente atendidas.

De hecho, se debe precisar que esta tendencia no necesariamente corresponde a un mayor número de población, toda vez que la concentración de individuos en ciudades o localidades urbanas refutaron este primer planteamiento. Es por ello, que al comparar el número y tipo de localidad también se replicó el análisis para el caso de la variable poblacional, encontrando peculiaridades de la zona, ya que en al menos dos áreas buffer, la población rural fue mayor a la de la población urbana. La gráfica 3 es soporte del argumento anterior.

A partir del primer planteamiento respecto a que la concentración poblacional puede ser mayor en las localidades urbanas que en las rurales, aun teniendo mayor representatividad estas últimas; en el caso concreto del análisis aquí presentado, se observa que este supuesto es relativo en tanto que las áreas buffer de 15 y 25 kilómetros presentan una mayor población rural que urbana. Es decir, existe en esos dos casos una relación proporcional entre el número de localidades y el número de población total, mientras que en los otros tres casos esta relación es inversa, ya que a pesar de ser menor el número de localidades urbanas, estas poseen una mayor cantidad de población.



** Para los fines de la gráfica, se ha omitido la población de la localidad urbana Xalapa en el área buffer de 20 km, toda vez que ella posee 424 755 habitantes. Sin dicha omisión, el total de la población urbana en esta área buffer sería de 470 534 personas, por lo que esta precisión no afecta la interpretación de la gráfica ya que la población urbana es mayor que la rural en dicha área.

Fuente: elaboración propia con datos del INEGI (2010).

Hacia un mundo en lucha por la voz

Como se ha visto, los cambios establecidos en la sociedad posmoderna están reconstruyendo la sociedad actual; ya no con base en relatos homogéneos, sino en anécdotas fragmentadas que pugnan la democratización de la vida social y con ella el incremento de la pluralidad y la diversidad. Así, «la vida cotidiana está atravesada por ese carácter social, y por más que pueda parecer un proceso ajeno a nuestras vivencias, todos formamos parte de su desarrollo» (Peirone, 2012, p. 75).

Estos cambios tienen implicación en la comunicación emergente, debido a que la apertura de nuevos espacios de interacción no solo ha dado paso a lo que en este trabajo se ha denominado comunicación emergente reivindicativa, sino que grupos contrarios a esta apertura y sensación de libertad están utilizando los mismos

medios para evitar estas transformaciones; ellos son parte de la comunicación emergente disruptiva.

Este contexto, entonces, ha provocado cambios en la tradición conceptual en la que descansa la comunicación emergente, por lo que entre sus nuevas características ya no está determinado un medio específico, sino que es la apertura de *el canal* y la diversidad de ideas y opiniones lo que genera esta sobrecarga comunicativa.

Esto no quiere decir que esta lucha no se desarrollara antes; sino que ahora los conflictos se han potenciado y visibilizado por el medio, como precisa Millé (2017) «estos ya no se dan entre grupos opuestos estables, sino entre agrupaciones de composición fluctuante, que se hacen presentes ante el ojo público a través de los medios de comunicación, o quedan ocultas porque no son mencionadas por estos» (p. 42).

En este sentido las radios comunitarias se presentan como proyectos transformadores de la realidad que responden a la necesidad política, cultural y comunicativa de las localidades donde tienen presencia. Así, se analizó la Radio Comunitaria Teocelo como un caso de la comunicación emergente reivindicativa; su análisis espacial tuvo un doble propósito a saber: el primero fue establecer una caracterización a partir de su acción real concreta, mientras que el segundo estuvo enfocado en aportar argumentos para relacionar este tipo de proyectos dentro de la teoría que explica la comunicación emergente como una práctica en la que se apropia un medio de comunicación con la finalidad de coadyuvar en la transformación de la zona en la que tiene cobertura a través de programas como Cabildo Abierto y otros más que están enfocados a la región para fomentar las buenas prácticas agrícolas, pecuarias, ambientales y culturales.

Así, se puede afirmar que el espacio de cobertura de Radio Teocelo es un elemento que influye en el contenido de la programación de la práctica comunicativa reivindicativa, toda vez que atiende las necesidades de información que la gente requiere en su vida cotidiana, como el uso de plantas medicinales locales para atender enfermedades comunes, la celebración de fiestas patronales en las diferentes comunidades, además de problemas concretos como los megaproyectos que se han intentado realizar en la zona. De esta manera, la comunicación

adquiere un impacto local directo y por tanto útil para quienes la sintonizan, en comparación con la saturación de información de otros lugares.

Entre los resultados encontrados, Radio Teocelo no solo está ubicada en un lugar geográfico idóneo, sino que a través del análisis realizado se constató que dentro de su área de acción predominan localidades rurales. Por otro lado, al menos en dos de las cinco áreas delimitadas en el análisis mostraron mayor número poblacional en las localidades rurales en comparación con las urbanas. Además, su actividad como una radiodifusora social y ejemplo de la apropiación social de un medio de comunicación le ha valido premios nacionales y menciones de organismos internacionales que le dan su carácter transformativo sobre la realidad de sus radioescuchas.

Finalmente, se concluye que este tipo de proyectos forman parte de la comunicación emergente reivindicativa que se desarrolla a partir de contrarrestar la injusticia y fomentar la diversidad en un mundo que se mueve entre el liberalismo y el conservadurismo, entre el control y la simulación de participación; en fin, entre la utopía y la realidad.

Se requiere identificar qué otras prácticas comunicativas se pueden insertar dentro de la reivindicación, pero también dentro de la comunicación emergente disruptiva, toda vez que sus acciones tienen impacto en la sociedad en proceso de transformación, así como en la conceptualización de la comunicación emergente en sí y para sí.

REFERENCIAS

- AVERCOPI. (20 de octubre de 2018). *Nuestra Institución*. Radio Teocelo. Recuperado de http://radioteocelo.org.mx/?page_id=42
- BERMAN, M., (2011). *Todo lo sólido se desvanece*. México, México: Siglo XXI
- CANO Rodríguez, C. A., (2015). Articulación y contrapoder. Los protagonistas del activismo digital en México (2009-2014). En Rosalía Winocur y José Alberto

- Sánchez (coord.), *Redes socio digitales en México* (pp. 81-114). México, México: FCE-CONACULTA
- CORRALES García, F, y Hernández Flores, H. (2009). La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. *Razón y Palabra*, (70), 1-34. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/CORRALES-HERNANDEZ-REVISADO.pdf>
- GARCÍA Gago, S. (2013). *Manual para radialistas analfatécnicos*. La Paz, Bolivia: UNESCO-Radioteca-Radialistas.
- GASPARELLO, G. (2012). No morirá la flor de la palabra... La radio comunitaria indígena en Guerrero y Oaxaca. *Nueva Antropológica*, 25(77), 133-154.
- GUTIÉRREZ, F. (1979). Las radios comunitarias. Una experiencia de comunicación alternativa. *Nueva Sociedad* (42), 70-86.
- HARVEY, D. (2008). *La condición de la posmodernidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- INEGI. (2010). Principales resultados por localidad (ITER) para Puebla y Veracruz. Censo de población y vivienda 2010. Recuperado de <http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/ccpv/2010/>
- INGLEHART, R. (2000). *Modernización y posmodernización*. Madrid, España: Siglo XXI.
- LEFÈBVRE, H. (1972). *La vida cotidiana en el mundo moderno*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- LIPOVETSKY, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona, España: Anagrama.
- MARTIÑÓN-Martínez, A. S., Cruz-Lozano, M. A., Macías-López, A., Pérez-Magaña, A., Sánchez-Quintanar, C., y Niño-Velázquez, E. (2014). Factores psicológicos y socioeconómicos en diseño de programación agropecuaria en Radio Teocelo, Veracruz. *Ra Ximhai*, 10(3), 141-151.
- MILLÉ, C. (2017). *Dependencias, raíces ante la incertidumbre*. Berlín, Alemania: Academia Española.
- OLMEDO Neri, R. A. (2016). Enajenación en y liberación desde los medios de comunicación. *Razón y Palabra*, 20(94), 1030-1042.

- _____ (2016). *La apropiación social de los mass media. Estudio de caso de la radio comunitaria Teocelo, en Veracruz* (Tesis de Licenciatura). Universidad Autónoma Chapingo, México.
- _____ (2016). Radio Teocelo. Un caso de apropiación social de los medios de comunicación. En Rubén Ibarra Reyes, Eramis Bueno Sánchez, Rubén Ibarra Escobedo y José Luis Hernández Suárez (ed.), *Trascender el neoliberalismo y salvar a la humanidad* (pp. 1280-1289). Zacatecas, México: UAZ.
- _____ (2017). La comunicación emergente en perspectiva y la deuda política: los radios en México. En Rubén Ibarra, Eramis Bueno, Rubén Ibarra y José Luis Hernández (ed.), *La humanidad frente a los desafíos del capitalismo decadente* (pp. 2838-2852). Zacatecas, México: UAZ.
- PEIRONE, F. (2012). *Mundo extenso*. Buenos Aires, Argentina: FCE.
- SFEZ, L. (1995). *Crítica de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- VATTIMO, G. (2000). La sociedad de la comunicación generalizada. En Gianni Vattimo, *Claves para el siglo XXI* (pp. 298-302). Madrid, España: UNESCO-Crítica.
- YOUNG, J. (2012). *El vértigo de la modernidad tardía*. Buenos Aires, Argentina: Didot.

De la soberanía visual a la comunicación intercultural Apuntes para una historia del cine y video indígena en México

ALBERTO CUEVAS MARTÍNEZ¹

INTRODUCCIÓN

Las producciones audiovisuales realizadas por integrantes de pueblos originarios tienen en común, además del componente regional, la emergencia dentro de contextos sociales permeados por confrontaciones y negociaciones culturales. Una categoría como «soberanía visual» parece homogeneizar las variantes de un corpus audiovisual heterogéneo, integrado por producciones fílmicas y videográficas provenientes de diversas latitudes. Aunque el presente trabajo dista de analizar las variantes de contenido, producción o distribución del audiovisual indígena en México, el panorama histórico que a continuación se presenta incluye casos emblemáticos por razón de su innovación y ruptura, muestra de las transformaciones en los paradigmas metodológicos de la antropología visual y la comunicación, aunadas a las estrategias de autorrepresentación de los pueblos originarios.

La soberanía visual como categoría para la historización del audiovisual indígena comunitario

Más allá de su interpretación legislativa, la soberanía es entendida por los estudios culturales como una confianza en las tradiciones. Dentro del mundo de las imáge-

¹ Universidad Autónoma de México.

nes, la soberanía visual se define como una estrategia de ciertos grupos minoritarios que transforman sus relaciones culturales ante el encuentro con la otredad y hacen valer sus códigos representacionales para marcar una autonomía. Según Michelle Raheja (2007), se trata de «un acto de autorrepresentación que tiene el poder de minimizar los estereotipos de los grupos étnicos» (p. 1161). Asimismo, permite la comunicación del conocimiento regional en relación con los derechos de la tierra, adquisición del lenguaje y la descripción de conflictos locales e internacionales.

¿De qué manera esta concepción podría guiar la historización de los audiovisuales realizados y producidos por integrantes de pueblos originarios? Primeramente, es importante reconocer la soberanía visual, o audiovisual en el caso del cine y el video, como un proceso de empoderamiento tecnológico por parte de diversos grupos sociales, los cuales antes no tenían acceso a dichos soportes. A través de experiencias mediadas, las comunidades originarias adquirieron la tecnología de representación audiovisual, siendo capacitadas por documentalistas o antropólogos, quienes incidieron en sus regiones mediante proyectos de investigación o acciones indigenistas, como el caso de México. Por su parte, hay casos donde miembros de las comunidades adquieren equipos de fotografía y video para adaptarlos a sus necesidades, utilizándolos de forma autodidacta como herramientas de registro (Kummels, 2017, p. 5).

Ambos panoramas posibilitan la emergencia de estrategias de enunciación y representación discursiva a partir de las cuales cada pueblo ejerce la autonomía de su mirada. Si bien muchos proyectos de capacitación audiovisual son efímeros o se vinculan de facto con la iniciativa que los impulsó, existen grupos y organizaciones que emancipan su quehacer, ya sea por decisión propia o por situaciones contextuales (Ávila, 2014, pp. 407-410). Este punto puede guiar una consecuente identificación de ejemplares y experiencias fílmicas en México y América Latina dentro de un muestreo caleidoscópico, lo que permitirá identificar una dinamización del empoderamiento audiovisual por parte de las comunidades originarias.

Primer Taller de Cine Indígena en San Mateo del Mar, Oaxaca (1985)

En México, la década de 1980 fue crucial para el replanteamiento de la soberanía visual en el ámbito de la comunicación intercultural. Previo a dicho periodo, los medios de comunicación habían sido utilizados por el Estado mexicano para difundir las acciones implementadas dentro de las comunidades rurales. A fines de la década de 1970, la tecnología radiofónica fue transferida a poblaciones marginadas a través de una red de radiodifusoras culturales que transmitían contenidos en lenguas maternas.² Por su parte, el Instituto Nacional Indigenista (INI) había favorecido la producción de documentales en 35 mm desde 1958, como parte de su estrategia promocional (Dorotinsky y Wood, 2012, pp. 209-2011).

Para la democratización de las tecnologías de audiovisión, el ingrediente técnico fue un elemento relevante. El formato Súper 8mm alcanzó gran popularidad por su accesibilidad y bajo costo, además de algunos concursos que fomentaban la creación cinematográfica sin temor a la censura (Vázquez, 2007, p. 58). Incluso fue uno de los preferidos entre los estudiantes de cine. Tras egresar del Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC), el realizador Luis Lupone Fasano —quien fue becario del gobierno francés en la Asociación Varan de París, Francia, fundada por el antropólogo y documentalista Jean Rouch (1917-2004)— colaboró como asistente de cámara en el Archivo Etnográfico Audiovisual (AEA) perteneciente al antiguo INI. Allí notó una vaguedad en las metodologías instrumentadas para el registro documental etnográfico, para lo cual el joven cineasta propuso un proyecto que —décadas más tarde— describió como «un sueño guajiro» convertido en pesadilla:

Crear grupos capacitados e itinerantes de cineastas indígenas que armados con cámaras de cine Súper 8 mm registraran y editaran los documentales de sus propias realidades y las de otros grupos. Posteriormente, ya editados en Súper 8 mm se ampliarían a

² Para un comentario crítico sobre la evolución de las radiodifusoras culturales indigenistas, véase Chávez (2012).

16 mm, y se distribuirían en los 25 Centros Coordinadores Indigenistas que el INI tenía por todo el país y que, situados estratégicamente, cubrían casi todas las zonas de las 52 lenguas activas de los parlantes indígenas (Lupone, 2011, p. 69).

Durante el último trimestre de 1985, se llevó a cabo el Primer Taller de Cine Indígena en San Mateo del Mar, Oaxaca, entre trabas y condicionamientos por parte del INI. En dicha experiencia, Lupone y su equipo capacitaron a un grupo de tejedoras de la comunidad *ikood* quienes, en un lapso no mayor a dos semanas, produjeron tres cortometrajes en Súper 8 sobre la vida cotidiana de la región. Los tropiezos burocráticos coartaron el proyecto al punto que el INI accedió a terminar solo una de las películas realizadas por las tejedoras —titulada *Leaw amangoch tinden nop Ikoods* (La vida de una familia Ikoods), dirigida por Teófila Palafox— que se aglutinó al final de un documental que Lupone realizó sobre dicha experiencia, también reducido veinte minutos de su duración total.

Aunque en apariencia de impronta institucional, este primer atisbo de soberanía para la historia del audiovisual indígena comunitario en México no solo representó la toma inaugural del soporte por parte de un grupo originario, pues conjugó una serie de tensiones y distensiones sociales dentro y fuera de la comunidad, que catalizan distintas reacciones encontradas y configuraron una manera innovadora de entender la transferencia mediática: desde ovaciones por parte de ajenos en el exterior, hasta el descontento de la propia institución y algunos familiares de las realizadoras (Cuevas, 2015, pp. 94-96).

Transferencia de Medios Audiovisuales a Organizaciones y Comunidades Indígenas, 1989-1994

En 1989, el AEA del INI inició con la producción de documentales en video debido a los altos costos de producción en 16 mm, implementando un año más tarde el Programa de Transferencia de Medios Audiovisuales a Organizaciones y Comunidades Indígenas (TMA), con el objetivo de «promover el uso del video como

medio de comunicación en las comunidades indígenas» (Sosa, 2012, p. 52). Este proyecto dedicó sus primeros esfuerzos a la realización de cuatro cursos de producción videográfica, con duración de dos meses cada uno, en los que el personal del instituto capacitó a 38 organizaciones indígenas provenientes de diversas regiones. Entre sus principales lineamientos destaca que la responsabilidad y financiamiento de la producción estaría a cargo de las organizaciones. Al finalizar, el INI entregaba a cada organización participante equipos de video formato VHS y Súper VHS, una isla de edición y accesorios complementarios.³ Durante el segundo curso, se contó nuevamente con la participación de Teófila Palafox, quien filmó su segundo cortometraje en Súper VHS, *Ollas de San Marcos* (1992).

A reserva de un análisis mucho más extenso sobre las producciones generadas durante los cuatro cursos, el atisbo de soberanía audiovisual parece contenerse sobre un marco institucional de producción, controlado, que no permitía el tratamiento de temas afines con las comunidades originarias, o que normalizaba la protesta de los pueblos como un aliciente de la acción indigenista. Sin embargo, durante agosto de 1994, el INI organizó en Ciudad de México una *Muestra Interamericana de Videoastas Indígenas* donde proyectó una selección de materiales producidos en el marco de TMA. Entre los videos programados se encontraba *Marcha Xi'nich* (1992) del videasta tsotsil Mariano Estrada —quien siguió el recorrido y plantones de varias organizaciones indígenas durante 1992, desde Palenque hasta Palacio Nacional en Ciudad de México, con la exigencia de respetar los derechos humanos y solucionar demandas referentes a servicios públicos, y *Don Chendo* (1993) del videasta zapoteco Crisanto Manzano, donde se muestran pugnas políticas al interior de una comunidad que culminan en el asesinato de un líder social.

Uno de los objetivos planteados por TMA era el establecimiento de centros de producción videográfica con el objetivo de «promover el uso y aprovechamiento de los medios de comunicación entre las organizaciones y comunidades indígenas» (Sosa, 2012, p. 52), proporcionando capacitación y equipos para editar, pro-

³ Véase Oehmichen (1994).

ducir y posproducir videos. Fue así que, entre 1994 y 2000, se establecieron los Centros de Video Indígena (CVI) en los estados de Michoacán, Sonora, Yucatán y Oaxaca, siendo este último la sede inaugural. Lo deseable era que, al concluir la capacitación, continuaran produciendo por su cuenta. No obstante, estos centros vieron su ocaso con la llegada del nuevo milenio y la transformación del Instituto en Comisión, exceptuando uno de ellos que logró realizarse con base en los principios rectores del proyecto original.

Luego de cuatro años del primer CVI en Oaxaca, el realizador canadiense de ascendencia italiana Guillermo Monteforte fundó la sociedad Ojo de Agua Comunicación (Comunicación Indígena, S. C.), donde emprendió diversas iniciativas para el impulso de los medios comunitarios —principalmente radio y video— como herramientas para el fortalecimiento de los pueblos originarios, generando vínculos con otras asociaciones en la producción de videos, organización de foros e impartición de talleres. De esta manera, el proyecto se compromete socialmente con las problemáticas vigentes de la localidad, al tiempo que apoya las protestas de ciertos grupos sociales.

Las producciones de Ojo de Agua Comunicación evidencian un primer involucramiento con la lucha social, no solo a nivel de producción y tratamiento temático, sino de la misma proyección y visibilización de los audiovisuales como emblemas de militancia.⁴

Chiapas y la militancia audiovisual

1 de enero de 1994: el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) declaró la guerra al Estado mexicano. Esto generó tanto descontento como simpatía entre la población nacional y extranjera. De esta manera, algunos miembros de la sociedad civil norteamericana y habitantes de la Ciudad de México y Oaxaca fundaron

⁴ Al respecto, confróntese Jablonska (1994), quien sostiene que dicha organización no opera por completo de forma independiente.

la organización Chiapas Media Project (Proyecto Medios en Chiapas), mediante la cual pretendían que las comunidades campesinas y los simpatizantes con el movimiento rebelde se apropiaran del conocimiento en comunicación, a través del uso de cámaras de video, para construir desarrollo y autonomía. Según Leyva (2012), dos fueron los actores sociopolíticos que impulsaron los medios comunitarios en Chiapas, también llamados populares, alternativos o libres:

El primero son las comunidades, colectivos, redes, movimientos y organizaciones (indígenas, feministas, civiles, sociales, políticas, internacionalistas-solidarias)(...) El segundo actor clave ha sido la diócesis de San Cristóbal en su periodo pro teología de los pobres y pro teología de la liberación, bajo la égida del obispo Samuel Ruiz y de su equipo pastoral (p. 35).

Desde 1997, la sede eclesiástica impulsó la formación de Melel Xojobal, una asociación civil y laica dedicada al desarrollo de procesos educativos comunitarios y de comunicación alternativa con niños indígenas en situación de calle. Trágicamente, a finales del mismo año, un grupo de paramilitares asesinaron en el municipio de Acteal a 45 indígenas, de los cuales 19 eran mujeres —cuatro de ellas embarazadas—, 14 niñas y cuatro niños como consecuencia de dos ataques dirigidos al obispo Samuel Ruiz, algunos disturbios electorales y la extensa militarización del estado.⁵ Este lamentable hecho, aunado a la militancia zapatista, marcó profundamente el desarrollo de la comunicación intercultural chiapaneca.

Para exigir justicia ante el crimen de Estado, los sobrevivientes de la masacre de Acteal fundaron a fines de 1999 la Organización Sociedad Civil Las Abejas, que contaba con su respectiva área de comunicación. Del mismo periodo data la organización binacional y multicultural Promedios de Comunicación Comunitaria, la

⁵Leyva (2012) coteja este último dato con los estudios realizados por tres organizaciones civiles, las cuales señalan que el acontecimiento fue «la sexta etapa» de la estrategia de avance de las fuerzas militares en el estado; además, indican su presencia en 56.7% de los municipios de la entidad, con más de 65 mil efectivos de un total de 182,328 que reconoció tener la Secretaría de Defensa Nacional (SEDENA) en el país (p. 32-33).

cual facilitó desde 1998 capacitación, tecnología e información sobre el uso de los medios de comunicación, con énfasis en la producción videográfica. Ello no hubiera sido posible sin el surgimiento de la red cibernética de defensoría tradicional llamada La Neta, que fue impulsada por organizaciones de la sociedad civil.⁶

Hacia el año 2000, un grupo de antropólogos encabezados por Axel Köhler y Xóchitl Leyva se reunieron con organizaciones de base, osc y jóvenes indígenas. Los académicos notaron que algunos grupos contaban con un equipo básico audiovisual —cámaras, a veces un monitor o video reproductor— el cual pudo haber sido cedido por el INI en los talleres realizados durante la década de 1990 o, en su defecto, adquirido por cuenta propia. No obstante, el comentario generalizado de los propietarios versaba sobre la falta de talleres y cursos: «nos falta capacitación videográfica. No tenemos materiales audiovisuales que apoyen nuestra labor educativa e informativa».⁷ Estas demandas llevaron a la construcción del Diplomado de Antropología Visual y Derechos Indígenas, que dio pauta al Proyecto Videoastas Indígenas de la Frontera Sur (PVIIFS).

El diplomado inició ese mismo año y fue auspiciado por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS). Con el objetivo de «contribuir a que los pueblos, las organizaciones y las comunidades indígenas de Chiapas y el sur de México cuenten cada vez con más y mejores recursos técnicos y humanos que les permitan alcanzar los objetivos de sus agendas sociales, e impulsar la formación de videoastas populares, capaces de promover sus propias políticas»,⁸ se capacitaron 21 estudiantes pertenecientes a diversas organizaciones de Los Altos, la Selva y los Valles Comitecos de Chiapas. La labor de capacitación consistió en «aprender haciendo»: se produjeron videos de forma colaborativa a la vez que se impartieron talleres, cursos y seminarios sobre aspectos técnicos, artísticos y humanísticos.

⁶ En 2001, se formó la Red Boca de Polen, una asociación civil que también fomenta las producciones en radio y video, favoreciendo el desarrollo de los medios comunitarios en la región.

⁷ *Ibidem*, p. 34.

⁸ *Ídem*.

PVIFS resultó de la convergencia de dos debates: la pertinencia de los medios de comunicación comunitaria y los esquemas metodológicos de la antropología visual compartida; ambos coinciden en la necesidad de transgredir la exclusividad hegemónica de la representación del otro. Desde la perspectiva de la comunicación intercultural, cada individuo tiene la capacidad de controlar su propia representación. Por su parte, la antropología visual compartida favorece la participación y colaboración de los informantes en las interpretaciones que se hacen sobre ellos, generando diálogos horizontales poco comunes en los enfoques tradicionales. Al respecto, Hortensia Gómez, una de las estudiantes de la primera emisión del diplomado, comentó lo siguiente:

Nos gusta el trabajo de manejo de cámara, queremos aprender y es interesante para nosotros. Soy indígena, creo que aprender el manejo y uso de la cámara es muy importante porque en ella puedo hacer cosas muy bonitas, puedo representar las imágenes de mi comunidad, de mi pueblo. Yo sí tengo mucha ilusión en aprender a manejar un poco la cámara, no bien ni de manera profesional porque llevaría mayor tiempo, pero yo creo aprender lo básico para grabar testimonios, cosas emocionantes, algunas fiestas rituales que puedan quedar como testimonio de una comunidad.⁹

Entre 2000 y 2007, los participantes de PVIFS produjeron 24 videos. De estos, se eligieron diez para integrarlos en tres DVD publicados bajo el título *Edición Especial I, II y III* y cuatro más recibieron galardones en el ámbito internacional, nacional y regional, hecho que estimuló a los videastas para que continuaran su labor audiovisual comunitaria. Por su parte, el Diplomado en Antropología Visual recibió el Reconocimiento Especial en Geografías Suaves dentro del IV Festival Regional: Cine/Video/Sociedad, celebrado en Mérida, Yucatán.

Aunque la militancia de la mano con las iniciativas didácticas fueron determinantes para el desarrollo histórico de la soberanía audiovisual indígena en

⁹ La entrevista puede ubicarse en Köhler A., Leyva, X., y López, Pedro (2007).

Chiapas, las posibilidades de empoderar a ciertos grupos vulnerables con dichos soportes se diversificaron en los siguientes años.

Nuevos horizontes de la comunicación audiovisual comunitaria

Muchos países presenciaron el surgimiento de grupos multidisciplinarios que se interesaron en involucrar a diversos sectores sociales en el uso de tecnologías de comunicación audiovisual. Sus integrantes —teóricos, realizadores militantes o *cinéastas-trabajadores sociales* (Ayala, 2006, p. 13)— gestionaron procesos de apropiación en los que la comunidad se mantuvo como eje de la representación.¹⁰

En esta nueva etapa de cesión tecnológica, que parte de fines del siglo xx hasta la actualidad, el enfoque didáctico fue uno de los puntos de partida más recurrentes. Se implementaron capacitaciones para niños —muchas dirigidas a miembros de comunidades originarias— con el fin de que expresaran su visión del mundo. Por su parte, algunas instituciones académicas tomaron seriamente la iniciativa e introdujeron un ingrediente de divulgación científica, luego de desarrollar aparatos que debían ser ensamblados por los propios estudiantes.¹¹

En México han sido varias las iniciativas de capacitación fotográfica para niños y jóvenes originarios, en las que los enfoques antropológico y educativo son sus principales ejes de orientación. Hacia 1992, Carlota Duarte creó el Proyecto Fotográfico de Chiapas para facilitar el acceso de materiales fotográficos a las comunidades, capacitándose en el uso de la cámara y los procedimientos del cuarto oscuro. Seis años más tarde, Mariana Rosenberg instauró el Taller Fotográfico de Guelatao donde, además de enseñarles el uso de la cámara análoga y del laboratorio, se implementaron sesiones de análisis y edición de imágenes. Para 2006, Patricia Martín y Hernán Berna emprendieron el proyecto México visto por sus

¹⁰ No se trataba solo de una cuestión de etnicidad. La militancia que había heredado el cine comunitario de las protestas sociales se traducía en una preocupación genuina por el otro, en ocasiones con herencia paternalista, que generó resultados diversificados.

¹¹ Véase Bigshot (2012).

niños, con la colaboración del Patronato de Fondo para Niños de México (FPNM). Consistía en un curso sobre fotografía digital destinado a jóvenes indígenas de poblaciones marginadas. En su declaratoria de principios, los facilitadores declararon que «el ciclo de la pobreza puede romperse por medio de la educación» y que «la fotografía ofrece a estos grupos una vía de expresión y reflexión sobre sus vidas, así como una alternativa profesional.»¹² Con ello, fueron capacitados 90 niños y jóvenes —de entre ocho y 15 años— quienes acudieron a los centros comunitarios del FPNM ubicados en Chiapas, Oaxaca, Hidalgo, Puebla, Estado de México y Michoacán. Las instantáneas resultantes son muestra del fomento a su capacidad narrativa y quehacer como cronistas, pues abarcan una amplia variedad de aspectos de la vida de los pueblos e incluso revelan facetas de su vida familiar. Finalmente, para terminar la primera década del nuevo milenio, el equipo interdisciplinario de Espacio Espiral A.C. diseñó en 2009 un taller de Fotografía Digital, con duración de un mes y medio, dirigido a un grupo de jóvenes nahuas —entre 14 y 18 años— de la comunidad de Yohualichan, municipio de Cuetzalan, Puebla. La experiencia consistió en la elaboración de un proyecto fotográfico colectivo a partir del cual los participantes reflexionaron sobre su propia cultura. Ellos presentaron los resultados en un blog comunitario, una exposición y un libro electrónico.

Los casos citados revelan nuevos horizontes y perspectivas de la soberanía visual, caracterizados por un creciente empoderamiento de las tecnologías de comunicación de diversos grupos que antes no tenían acceso a ellas. En este sentido, el compromiso social y la lucha por la autonomía permearon con un genuino interés didáctico que apostó por el reconocimiento de las capacidades creativas en el ser humano.

El cine siguió un camino paralelo. Dentro de las comunidades impulsadas, el soporte audiovisual prioriza un esquema de cohesión social en virtud de la naturaleza colectiva que implica el trabajo de producción fílmica.

¹² Véase Childfund México (2018).

La condición étnica que inicialmente dio forma a la presente revisión histórica extiende sus posibilidades reales, otra vez, por instancia del enfoque antropológico. Contemporáneo de importantes iniciativas canadienses de capacitación con comunidades de las Primeras Naciones,¹³ el colectivo mexicano Homovidens —integrado por el comunicador Adrián Arce, el productor de medios Diego Rivera y el antropólogo visual Antonio Zirión— organizó un taller de fotografía y video para jóvenes en situación de calle, residentes de la colonia popular Guerrero en Ciudad de México. Inspirados por el trabajo social comunitario, los talleristas adiestraron a los muchachos en el lenguaje fotográfico y audiovisual, proporcionándoles cámaras de video para que filmaran lo que más les interesara de su entorno.

Los resultados de aquella experiencia fueron registrados en el documental *Voces de la Guerrero* (2004), codirigido entre el equipo citado y la banda callejera, donde se aprecian las actividades del taller y las relaciones que entablaron como grupo, además de los materiales que produjeron los participantes. Se trata de un «ensayo de creación colectiva» compuesto por dos «crónicas-ensayo» formales (Ayala, 2006, p. 11): *El metro y sus personajes* —cortometraje producido por el equipo de Abraham, Monaguillo y asistentes, quienes eligieron las instalaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro para grabar una serie de episodios sobre vendedores ambulantes, músicos callejeros y pordioseros— y *La pobreza y los maltratos*, un ensayo psicosociológico en el que unos *chemos* expresan su condición de pobreza.

Una de las problemáticas más recurrentes de las producciones comunitarias, además de las escasas oportunidades para producir, es la distribución. Pocos son los exhibidores que disponen nichos de proyección para tales materiales. En varios países de Latinoamérica surgieron esfuerzos por fomentar la exhibición de filmes comunitarios mediante la creación de festivales y muestras cinematográficas que utilizaron indistintamente etiquetado como *cine y video indígena*.

A fines de 2009, el festival mexicano de cine documental Ambulante integró en su oferta un programa de capacitación:

¹³ Véase Wapikoni (2019).

...En producción documental, que tiene como objetivo formar a nuevos realizadores provenientes de diversos rincones de América Latina, quienes cuentan con acceso limitado a las herramientas necesarias para compartir sus historias con un público amplio. Por medio de talleres modulares, Ambulante Más Allá fomenta la realización cinematográfica independiente para lograr que estas historias sean contadas desde una perspectiva cultural y estética propia, que no surja de la imposición de parámetros audiovisuales convencionales (Ambulante Más Allá, 2012, p. 3).

El proyecto inició con un curso piloto dirigido a las mujeres mayas del grupo KAQLA, quienes realizaron un cortometraje titulado La Banca. Inicialmente se buscaba que los estudiantes de pequeñas comunidades, mexicanas y guatemaltecas, pudieran compartir las historias de sus localidades mediante la adquisición de herramientas con las que pudieran narrarlas en una película documental. Fueron dos años los que transcurrieron, el proyecto se consolidó hasta agosto de 2011, cuando se realizó «un proceso de selección que consistió en una convocatoria pública circulada principalmente entre organizaciones sociales que trabajan en el interior de estos estados, así como en universidades regionales y en algunos casos en radios locales de la [extinta] Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas».¹⁴

Con el apoyo de las fundaciones Ford, Kellogs, ADO, Bertha, Bancomer y el Instituto Mexicano de la Juventud, Ambulante Más Allá promovió que los participantes conocieran el uso de herramientas técnicas para desarrollar su capacidad de comunicación audiovisual, «incorporando las bases del lenguaje cinematográfico y desarrollando competencias locales de comunicación y expresión audiovisual».¹⁵ Mediante un curso teórico-práctico impartido por cineastas y documentalistas profesionales, los alumnos aprendieron a hacer cine documental con base en los rubros de la producción industrial: conceptualización de proyecto, rodaje, edición y posproducción. Asimismo, adquirieron conocimientos técnicos

¹⁴ *Ídem.*

¹⁵ *Ídem.*

para el manejo de equipos sofisticados como cámaras de video *HD*, micrófonos Lavalier, caña o *boom*, tripie, rebotadores, computadoras de escritorio y paquetería de edición digital.

Como parte del compromiso que tiene con sus egresados, Ambulante Más Allá gestiona la proyección continua de los materiales producidos. De esta manera, los documentales se exhiben, por un lado, en las comunidades donde se realizaron y, por otro, tanto en la Gira Ambulante como en los festivales de Morelia y Puebla, respectivamente.

Las experiencias revisadas son muestra del amplio espectro que abarca la soberanía discursiva en el ámbito de la comunicación visual. Si bien las iniciativas ejecutadas durante la década de 1980 guardan estrecha relación con programas institucionales, las relaciones posteriores entre talleristas y capacitados permitieron enunciaciones que, por su forma híbrida, divergen de los discursos oficialistas. Respecto a la militancia, el audiovisual comunitario optó por un tratamiento temático en relación con la denuncia, que se perfiló de acuerdo con los intereses del grupo simpatizante. A esto se suma el quehacer autodidacta de varios miembros de las comunidades, quienes poseían los medios poco antes de que fueran cedidos por la institución.

Por su parte, el enfoque didáctico es un catalizador de experiencias entre los involucrados, de tal suerte que en los últimos años se apostó por incentivar, a través del aprendizaje de estos medios, las aptitudes creativas de los seres humanos sin importar edad, grupo o género.

CONSIDERACIONES FINALES

La transformación de las relaciones sociales entre creadores y representados determina el ejercicio de la comunicación intercultural. De esta manera, los pueblos originarios utilizaron el cine, la fotografía, el video, la radio y las nuevas tecnologías como soportes de reivindicación cultural. La colaboración antropológica se transformó en una cesión de testimonios —luego mediática— que transitó de

enunciación activa a la *praxis* comunicacional. Este proceso surgió en el cruce de confrontaciones y negociaciones culturales dentro de un marco socio-histórico complejo, en el que la innovación tecnológica y la ruptura son rasgos esenciales de su desarrollo.

En un intento por emanciparse de las prácticas hegemónicas, estas manifestaciones adoptaron indistintamente los términos indígena, comunitario o intercultural. No obstante, en ocasiones solo terminaron por segregarlas al lugar del que partieron. Según algunos comunicadores, la etiqueta *indígena* es funcional para la integración de sus proyectos nacionales de comunicación social y apoyo a los pueblos originarios.

La agencia peruana SERVINDI (2008) reitera un condicionamiento étnico para el ejercicio de la comunicación indígena, aunque va más allá al definir toda expresión humana —incluyendo al cine— como un acto de comunicación en sí mismo, lo que amplía sus posibilidades de acción: «El comunicador o comunicadora indígena desarrolla una actividad concreta y práctica, de comunicación en cualquiera de sus modalidades: oral, visual, escrita, audiovisual, electrónica, sonora y corporal» (p. 11). Estas contradicciones permean la complejidad de un fenómeno que trasciende día a día gracias al esfuerzo de múltiples actores, tecnologías, circunstancias y, actualmente, un marco jurídico regulatorio (Huerta, 2015, pp. 2-5).

En resumen, la historia del audiovisual indígena se problematiza por razón de su diversificación. La *soberanía visual* fue útil para comprender la estrategia de empoderamiento tecnológico por parte de ciertos grupos vulnerables, quienes anteriormente no podían acceder a los medios de comunicación masiva. Respecto del panorama histórico, los implementos tecnológicos y las preocupaciones antropológicas generaron un lento pero importante avance en la cesión mediática, que más tarde favoreció la enunciación activa de las comunidades originarias y la visibilización de sus problemáticas. Luego de que el informante se volviera comunicador, las demandas y expresiones de los pueblos se hicieron escuchar en voz propia. Al mismo tiempo, las motivaciones para conocer culturas ajenas, la conciencia sobre lo propio y el esfuerzo por interpretar las palabras de sus interlocutores hermanaron a la práctica con el paradigma de la comunicación in-

tercultural, donde los nuevos realizadores mantuvieron la noción de comunidad como eje de la representación.

BIBLIOGRAFÍA

- AMBULANTE Más Allá. (2012). *Boletín de prensa*. Ciudad de México, México: Ambulante.
- ÁVILA Pietrasanta, I. (2014). «México». En Gumucio, A. (coord.), *El cine comunitario en América Latina y el Caribe* (pp. 371-429). Bogotá, Colombia: Fundación de Nuevo Cine Latinoamericano.
- AYALA, J. (2006). *La Herética del cine mexicano*. Ciudad de México, México: Editorial Océano.
- BIGSHOT Camera. (febrero 2019). «Our mission». *Bigshot Camera*. Recuperado de <http://www.bigshotcamera.com/about/mission>.
- CHÁVEZ, N. (octubre 2012). «La radio indigenista». *Cine y medios comunitarios*. Recuperado de <http://cineymedioscomunitarios.wordpress.com/2012/12/03/la-radio-indigenista-en-mexico/>
- CHILDFUND México. (2018). «México visto por sus niños». *ChildFund Mexico*. Recuperado de <https://www.childfundmexico.org.mx/apadrina-hoy/>.
- CUEVAS, A. (2015). *La mirada estética en el cine comunitario* (Tesis de pregrado). Universidad del Claustro de Sor Juana, Ciudad de México, México.
- DOROTINSKY, D., y Wood, D. (2012). «Imaginario indigenista en el cine: nación y representación en México y Bolivia, 1958-1966». En Díaz, M., Pérez Montfort, R. (eds.), *Ciencias sociales y mundo audiovisual. Memorias de un seminario* (pp. 30-57). Ciudad de México, México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).
- HUERTA, Erik. (2015). *Bases para el desarrollo regulatorio de la comunicación indígena en México*. Ciudad de México, México: Redes por la Diversidad, Equidad y Sustentabilidad A.C.

- JABLONSKA, A. (2015). «La construcción de las identidades en el documental indígena». *De Raíz Diversa* 2(3), enero-junio 2015, 63-89.
- KÖHLER, A., Leyva, X., y López, D. (coord.). (2007). *Proyecto Videoastas Indígenas de la Frontera Sur*, [DVD]. México.
- KUMMELS, I. (2017). *Transborder Media Spaces*. Nueva York, E.U.: Berghahn Books.
- LEYVA, X. (2012). «Jóvenes mayas, demandas autonómicas y autorrepresentación. Una mirada desde el Proyecto Videoastas Indígenas de la Frontera Sur». En Díaz, M, Pérez Montfort, R. (eds.), *Ciencias sociales y mundo audiovisual. Memorias de un seminario* (pp. 30-57). Ciudad de México, México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).
- LUPONE, L. (2011). «De cómo el INI producía cine en la década de los ochenta». *Boletín. Culturas indígenas*, 3(6), 68-70.
- RAHEJA, M. (diciembre 2007). «Reading Nanook's smile: visual sovereignty, indigenous revisions of ethnography, and atanarjuat (the fast runner)». En *American Quarterly*, 59(4), 1159-1185.
- SERVINDI. (2008). «El comunicador o comunicadora indígena ¿quién es?». *Comunicación y comunicadores indígenas. Manual de Capacitación* (pp. 11-18). Lima, Perú: Servicios en Comunicación Intercultural Servindi.
- SOSA, M. (2012). «De la producción de información a las políticas de resguardo, conservación, catalogación, difusión y consulta de acervos». *Boletín. Culturas indígenas*, 4(7), 47-59.
- OEHMICHEN, C. (coord.). (1994). *Instituto Nacional Indigenista 1989-1994*. Ciudad de México, México: INI/SEDESOL.
- VÁZQUEZ, Á. (2007). «Contracultura e ideología en los inicios del cine mexicano en súper 8». En Debroise, Olivier (ed.), *La era de la discrepancia* (pp. 58-61, 86, 87). Ciudad de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- WAPIKONI Mobile. (febrero 2019). «Qui sommes-nous?». *Wapikoni Mobile*. Recuperado de <http://www.wapikoni.ca/a-propos/qui-sommes-nous>

El cine de Nuevo León en el siglo XXI, una cinematografía emergente

JUAN MANUEL GONZÁLEZ FERNÁNDEZ¹

INTRODUCCIÓN

Cuando la mirada del centro cae sobre el cine *de provincia* es inevitable entender que se refiere a la periferia. Factores industriales, culturales, económicos y políticos han mantenido al centro de la industria cinematográfica de México en la capital del país y durante mucho tiempo, salvo movimientos muy particulares o hitos específicos, ahí se ha mantenido. Sin embargo, ante la aparición de equipos de producción audiovisual de alta tecnología, revolucionaria calidad de imagen y bajos costos del equipo para la producción y postproducción, el cine alejado del centro comenzó a brotar en diversas zonas del país. Mayormente este cine ha estado compuesto por cientos de cortometrajes producidos anualmente de manera independiente, sin embargo en ciudades como Tijuana, Guadalajara y Monterrey, la producción de largometrajes ha presentado un crecimiento continuo en el siglo XXI.

Partiendo de este contexto, el presente ensayo constituye un acercamiento al cine de largometraje producido en el estado de Nuevo León del 2001 al 2018. Se ha constituido y estudiado un corpus del cine documental y de ficción realizado en este periodo para identificar de manera general algunas de sus coincidencias

¹ Universidad de Monterrey/Tecnológico de Monterrey.

y divergencias. El análisis busca desprender algunas conclusiones en torno a la obra colectiva de una entidad que se ha levantado en el desierto para convertirse en una potencia económica, pero de la que solo recientemente se ha comenzado a hablar en términos de sus productos artísticos y culturales. Como cinematografía emergente, ¿es el cine de Nuevo León un medio para la autoafirmación de la identidad norestense? ¿permite a los cineastas y las audiencias del estado generar un diálogo acerca de preocupaciones comunes? ¿Permite que la comunidad se exprese y posicione en el entorno socio-político?

El enfoque de análisis se tomará de la propuesta que hace Geoff King (2013, p. 1) al proponer tres puntos de orientación en torno a los cuales se puede estudiar una película para encontrar su posición en el ecosistema en el que se encuentra inmersa, ya sea perteneciente al cine independiente o al dominante. Estos tres puntos de orientación consideran la locación del filme o cineasta ante la industria cinematográfica, las estrategias formales y estéticas que adoptan, y su relación con el paisaje social, cultural, político o ideológico. En este texto, se utilizarán estos puntos de orientación para tratar de delimitar la industria neoleonés y al mismo tiempo intentar comprender si su ubicación le permite ser más bien la voz de una ciudadanía que utiliza el cine de manera democrática como medio de expresión de sus preocupaciones ciudadanas, o si el esquema industrial domina también la expresión audiovisual.

A partir del año 2000, el cine neoleonés vivió un resurgimiento. Entre 1980 y 1993, el estado había gozado de una industria cinematográfica especializada que producía regularmente cintas del género conocido como *cabrito western* (González y Maza, 2013, p. 108), es decir, películas de rancheros, caciques y narcotraficantes ubicadas en el norte rural. Sin embargo, tras el giro neoliberal del sexenio salinista, esta industria desapareció por completo, eliminando en Nuevo León la producción industrial de cine.

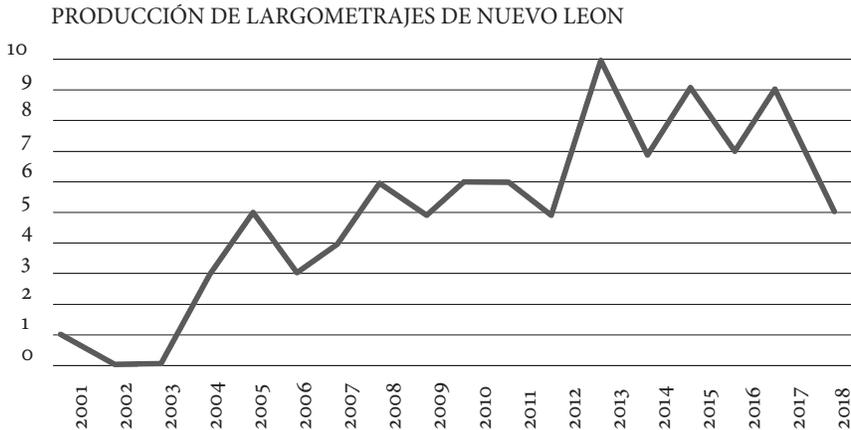
De manera paralela, y desde la década de 1950, se había desarrollado un movimiento de cine que si bien operaba de manera amateur, brindó al estado sus primeras obras con intención artística a través del cine de Gherardo Garza Fausti, Jesús Torres, Roberto Escamilla, René Villarreal y algunos otros (González y Maza,

2013). Sin embargo, este movimiento se agotó en los años 80 del siglo xx, y salvo sucesos excepcionales como la filmación del largometraje *En el paraíso no existe el dolor* (Víctor Saca, 1995), el cine de Nuevo León, en términos industriales, dio poco de qué hablar al terminar el siglo. Esta vena, la que representa al cine neoleonés y expresa los valores y la óptica del mundo que se tiene en el noreste de México, sí heredó a las nuevas generaciones una base sobre la cual construir un nuevo cine. Casi todos los cineastas de esa generación fueron profesores universitarios que compartieron con sus estudiantes su gusto por el cine. Con encabezados como «Estos regios apantallan» (Núñez, 1999, septiembre 15), «Cine regio: Retoma la película» (Rosas, 2000, abril 9), «Prolifera cine “Made in Monterrey”» (Rosas, 2003, abril 26), «Tiene Monterrey fiebre por el cine» (Rosas, 2005, agosto 13) o «Vive Monterrey boom de película» (Rosas y Ruiz, 2006, julio 12) el periódico El Norte reportaba los avances y las producciones que se gestaron en el nuevo siglo.

En el periodo de 2001 a 2018, en Nuevo León se han identificado 91 películas de largometraje (con duración de 60 minutos o más en una sola entrega), tanto de documental como ficción (tabla 1). Para integrar este corpus se han tomado como fuentes el libro *Nuevo León en el Cine* (González y Maza, 2013) así como los catálogos del Festival Internacional de Cine de Monterrey en sus ediciones 2005 a 2018, verificando y complementando la información de los cineastas ahí mencionados con las obras vinculadas a su trayectoria en la plataforma Internet Movie Database (*imdb.com*) en sus versiones pública y profesional; así como la cobertura noticiosa que se les dio a los filmes. Se han considerado las películas de cineastas y productores neoleonés realizadas fuera de Nuevo León, pero no las producciones foráneas que han utilizado a Nuevo León solamente como locación.

Ante la dificultad de identificar un origen neoleonés exclusivo, se ha denominado *límitrofes* a algunas de las películas incluidas en la lista por sus vínculos con el cine de Nuevo León, pero que en realidad están producidas fuera del ecosistema neoleonés, como *La última muerte* (David Ruiz «Letxe», 2011), *Ventanas al mar* (Jesús Mario Lozano, 2012) o *Jean Gentil* (Israel Cárdenas y Laura Amelia Guzmán, 2013) que son realizadas por directores de Nuevo León pero en ecosistemas distintos, con fondos o locaciones externos al estado.

TABLA 1. En Nuevo León se registró la producción de 91 películas de largometraje entre 2001 y 2016



Fuente: elaboración propia. Resumen del Anexo 1.

Presupuesto de filmación

La mayor parte del cine de Nuevo León se ha producido de manera privada, sin apoyo del estado. No obstante, es importante anotar que, sobre todo las películas de mayor presupuesto sí han obtenido fondos del Instituto Mexicano de Cinematografía, ya sea del FIDECINE, el FOPROCINE o el EFICINE [1] por medio de la ley del Impuesto Sobre la Renta (ISR). También en el estado existe un fideicomiso de apoyo a la producción cinematográfica, operado por el Consejo para la Cultura y las Artes de Nuevo León, llamado PROMOCINE. Este fondo, a pesar de que en algún momento recibió apoyo financiero de la federación (Olivares, 2006), cuenta con recursos muy limitados que otorgan cerca de un millón y medio de pesos a la producción del largometraje ganador de la convocatoria, lo que suele indicar que las películas que se realizan con este fondo como apoyo principal suelen ser de bajo presupuesto.

El monto que se invierte en la producción de una cinta ciertamente no es un indicador de su valor de comunicación o artístico, pero sí de la intención de sus productores por realizar un producto que pueda ingresar a la exhibición cinematográfica en México o el extranjero y, por ende, pueda ser un producto industrial. También puede ser un indicador, si el presupuesto es muy pequeño, de la determinación de los cineastas por narrar una historia en particular, de una forma específica y, por lo tanto, ser una producción independiente o alternativa.

Por su parte, es difícil tener acceso al presupuesto de producción de las películas si no lo declaran sus productores. A pesar de ello, se han clasificado las películas producidas en Nuevo León entre 2001 y 2018 de acuerdo con su inversión presupuestal. Para ello se han tomado de referencia los montos declarados en la base de datos cinematográficos *imdb.com*, aunque desafortunadamente es la minoría de las producciones la que lo hace y no siempre es confiable. Para este trabajo, las películas que no declaran su presupuesto se han medido contra las que sí y se ha hecho una observación detallada de sus valores técnicos y de producción para aproximar el valor de su producción.

Se considerará en este texto una división en cinco niveles: micro-presupuesto, bajo presupuesto, presupuesto medio, alto y muy alto. En este sentido, es más fácil ubicar a las producciones en un nivel presupuestal, dentro de un aceptable margen de error, de acuerdo con los valores de producción que presenta la cinta. En términos económicos, contemplando que durante la mayor parte de lo que va del siglo, un largometraje mexicano promedio ha tenido un costo de entre uno y dos millones de dólares (Instituto Mexicano de Cinematografía, 2012), se han distribuido los rangos presupuestales de la siguiente manera: Micro presupuesto de 0 a 499 000 pesos; bajo presupuesto de 500 000 a 2 999 000 de pesos; presupuesto medio de 3 000 000 a 9 999 000 de pesos; presupuesto alto de 10 000 000 a 49 999 000 de pesos; y presupuesto muy alto, más de 50 000 000 de pesos. En la tabla 2 se pueden ver el número de producciones para cada nivel presupuestal por año.

Solamente se han identificado tres películas de muy alto presupuesto: *El clavel negro* (Åsa Faringer, Ulf Hultberg, 2007) con 50 millones de pesos; *Memoria de mis putas tristes* (Henning Carlsen, 2012) con un costo de 55 millones; y *El juego*

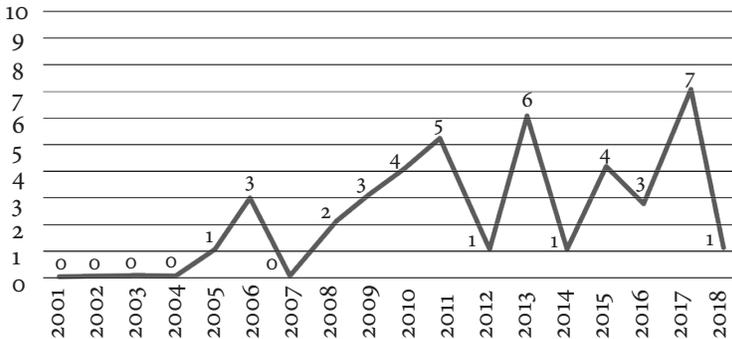
perfecto (William Dear, 2009) que tuvo un costo de 162 millones de pesos. En el rango de alto presupuesto se encuentran *Entre Caníbales* (Rodrigo González) con 15 millones de pesos; *Estar o no estar* (Marcelo González, 2015) con 18 millones de pesos; *Ventanas al mar* (Jesús Mario Lozano, 2013) con 20 millones de pesos; *Seres: Génesis* (Ángel Mario Huerta, 2010) con 21 millones de pesos; *Hilda* (Andrés Clariond, 2013) con 26 millones de pesos; *Verónica* (Carlos Algara, Alejandro Martínez-Beltrán, 2017) con 30 millones de pesos; *Cantinflas* (Sebastián del Amo, 2014) con 39 millones de pesos; *180°* (Fernando Kalife, 2013) también con 39 millones de pesos; y *La última muerte* (David Ruiz, 2011), con 40 millones de pesos. Probablemente en este rango se encuentren también *Las lloronas* (Lorena Villarreal, 2004), *7 días* (Fernando Kalife, 2005), *Recuperando a mi ex* (Gabriel Guzmán, 2018), *108 costuras* (Fernando Kalife, 2018) y *Silencio* (Lorena Villarreal, 2018).

En el nivel medio se encuentran *Jhoyero* (René Villarreal, 2015), 3.85 millones de pesos; *Hecho en China* (Gabriel Guzmán, 2012), 4.88 millones de pesos; *1974: La posesión de Altair* (Víctor Dryere, 2015), 4 millones de pesos; *Paranoia, sueños recurrentes* (José Allende, 2005) y *Crepúsculo rojo* (Carlos González Morantes, 2008) cada una con 6 millones de pesos; *Inspiración* (Ángel Mario Huerta, 2001) con un costo de 7 millones de pesos; *Gringo* (José Luis Solís, 2016), con 8 millones; *Cumbia callera* (René Villarreal, 2008) con 10 millones de pesos. En este rango, muy probablemente se encuentren también *Adictos* (Manuel Fernández, 2004), *Cochochi* (Israel Cárdenas y Laura Amelia Guzmán, 2007) *Amar* (Jorge Ramírez Suárez, 2009), *Jean Gentil* (Israel Cárdenas y Laura Amelia Guzmán, 2010) *Implacable* (Carlos García Campillo, 2013) y *Dólares de arena* (Israel Cárdenas y Laura Amelia Guzmán, 2014).

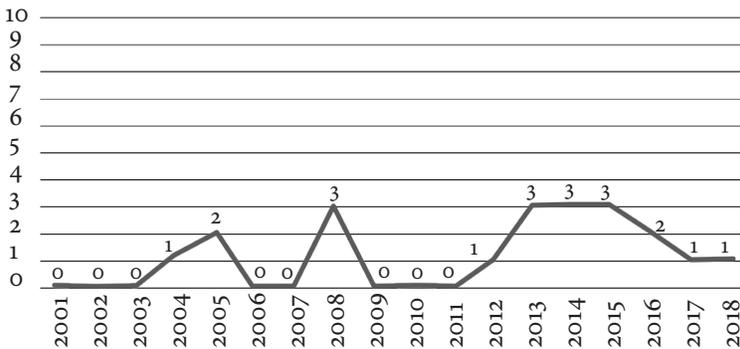
En el nivel bajo se encuentran: *Un diluvio* (Eduardo Barraza, 2004) 500 000 pesos; *Nueva Generación Extrema* (Marcelino Calzada, 2014) 650 000 pesos; *La Sombra del Sahuaro* (Eduardo Barraza, 2006) 800 000 pesos, *Mañana Psicotrópica* (Alexandro Aldrete, 2015) 800 000 pesos; *Las novias del diablo* (Marcelino Calzada, 2016) 1.9 millones de pesos; *2XUNO* (Bernardo de Urquidi, 2013) 2 millones de pesos; *Así* (Jesús Mario Lozano, 2005) 2.5 millones de pesos y *Las letras* (Pablo Chavarría, 2015) 2.85 millones de pesos. También en este nivel muy probablen-

te se encuentren *Flores para el soldado* (Javier Garza, 2008), *Niño Fidencio: de Roma a Espinazo* (Juan Farré, 2008), *Más allá de mí* (Jesús Mario Lozano, 2008), *El alcalde* (2012), *Carmita* (Israel Cárdenas y Laura Amelia Guzmán, 2013), *Cumbres* (Gabriel Nuncio, 2013) *La sangre bárbara* (Jesús Mario Lozano, 2014), *Los jefes* (Chiva Rodríguez, 2015), *Llegando a casa* (Fernando Kalife, 2016) y *Piérdete entre los muertos* (Rubén Gutiérrez, 2018).

TABLA 2. Numero de películas de Nuevo León de acuerdo con su presupuesto por año
 PRODUCCIONES DE PRESUPUESTO MICRO EN NUEVO LEÓN

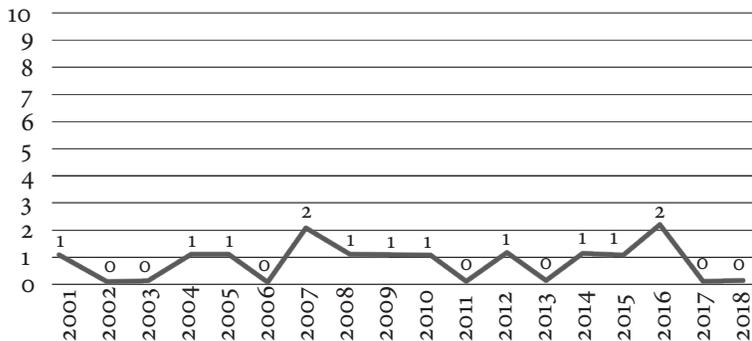


PRODUCCIONES DE PRESUPUESTO BAJO EN NUEVO LEÓN

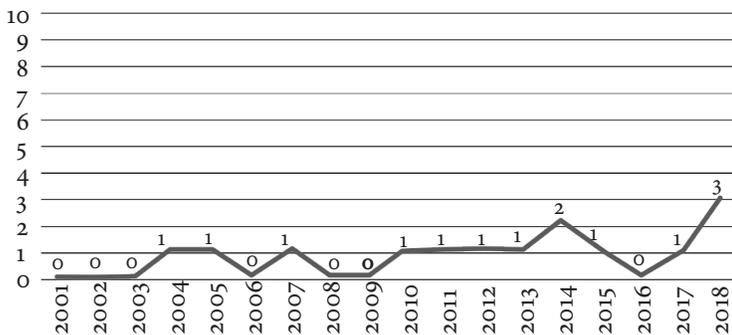


CONTINUACIÓN TABLA 2. Numero de películas de Nuevo León
de acuerdo con su presupuesto por año

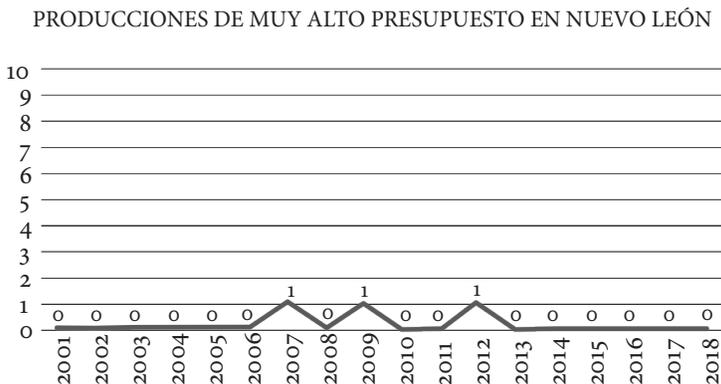
PRODUCCIONES DE PRESUPUESTO MEDIO EN NUEVO LEÓN



PRODUCCIONES DE PRESUPUESTO ALTO EN NUEVO LEÓN



CONTINUACIÓN TABLA 2. Numero de películas de Nuevo León de acuerdo con su presupuesto por año



Fuente: elaboración propia con datos tomados de presupuestos declarados en la Internet Movie Database (imdb.com); y, para las que no declaran presupuesto, análisis de valores de producción de las películas por el autor.

El último nivel pertenece a las películas de micro-presupuesto. La mayor parte de ellas no declaran su costo, probablemente porque no se cuantifica incluso. A través de las que sí lo declaran, se puede conocer las cantidades minúsculas con las que se produce cine en Nuevo León: *El pliegue* (Diego Moreno, 2011) 10 000; *Amor del regio* (Daniel Cantú y otros, 2011) 15 000; *Oliendo a Perro* (Alexandro Aldrete, 2011) 26 000; *El hombre de las gerberas* (David Carrizosa, 2013) 26 000; *Terrafeni* (Pablo Chavarría, 2012) 58 500; *MTY Extremo* (Marcelino Calzada, 2006) 100 000; *Amado* (Marcelino Calzada, 2011) 100 000; y 34 películas más que no declaran su presupuesto, pero que se estima sea menos de medio millón de pesos.

Esquemas de rodaje

Una de las formas en las que el presupuesto tiene impacto es en el esquema de filmación de la película, que está íntimamente ligado al formato de captura de la

imagen cinematográfica y el sonido. Ambos han mejorado con la evolución de la tecnología digital, pero su calidad y sus cualidades están vinculadas al presupuesto de la película. Desde el inicio del siglo, las películas con mayor presupuesto e intención de distribución comercial, buscaron filmarse en celuloide, principalmente en 35mm, generando en torno al formato un esquema de producción que requiere de una infraestructura costosa, grande y que depende de técnicos especializados. *Inspiración* (Ángel Mario Huerta, 2001), *Adictos* (Manuel Fernández, 2004), *Las Lloronas* (Lorena Villarreal, 2004) y *7 días* (Fernando Kalife, 2005) que representan el inicio de la producción neoleonesa del siglo XXI se realizaron todas en cine. Aquellas que no, como *Así* (Jesús Mario Lozano, 2005), *Cochochi* (Israel Cárdenas, Laura Amelia Guzmán, 2007) y *Entre caníbales* (Rodrigo González, 2007), que sin embargo tenían aspiraciones de distribución comercial, se pasaron a 35mm para su exhibición. El 35mm continuó utilizándose en producciones de intención comercial, como *El clavel negro* (Åsa Faringer, Ulf Hultberg, 2007), *Amar* (Jorge Ramírez Suárez, 2009), *Memoria de mis putas tristes* (Henning Carlsen, 2012) *180°* (Fernando Kalife, 2013), *Jhoyero* (René Villarreal, 2015) y *Gringo* (José Luis Solís, 2016). También en cine, pero en otros formatos, se encuentran *Ventanas al mar* (Jesús Mario Lozano, 2012) que se filmó en súper 16mm y *1974: La posesión de Altair* (Víctor Dryere, 2016) que se realizó en súper 8mm.

No obstante lo anterior, la gran mayoría de las películas de Nuevo León están hechas en video digital semi-profesional, una posibilidad que llegó con el milenio y que permite esquemas de filmación más sencillos, económicos y accesibles. A principios de los años 2000, eso significaba filmar en formato Mini-DV, y si era posible, en 24 cuadros progresivos y sistema PAL para obtener mayor calidad. De esa manera, por ejemplo, se filmaron *Un diluvio* (Eduardo Barraza, 2004), *Así* (Jesús Mario Lozano, 2005), y *De Nadie* (Tin Dirdamal, 2005). Posteriormente, el formato HDV fue el primero con resolución de HD1080 que fue accesible para cineastas independientes, mientras que las producciones con más recursos, como *Entre caníbales* (Rodrigo González, 2007), se filmaron en alta definición con cámaras profesionales de cine digital. Algunos años más tarde la cámara Red Cinema, que llegó a la ciudad de Monterrey para la filmación de *Seres: Génesis* (Ángel Mario Huerta,

2010) permitiría los flujos de trabajo digital profesional. Pronto hubo en la Ciudad varias cámaras de cine digital, incluyendo la Black Magic Cinema Camera que se utilizó para filmar *Las novias del diablo* (Marcelino Calzada, 2016) o la Arri Amira, que se utilizó para filmar *Cantina Love* (Simón Sepúlveda, 2017).

Fue la llegada del video HD a las cámaras réflex digitales de lentes intercambiables, lo que cambió completamente la forma de realizar cine con bajo o micro presupuestos, permitiendo una estética más cinematográfica. Estas cámaras, para el final del periodo de estudio, habían evolucionado para filmar video en formato 4K, lo que han aprovechado cintas como *El salmón* (Janett Juárez y Ricardo Martínez, 2016). Si un avance tecnológico ha permitido el incremento en el número de producciones de micro-presupuesto, abriendo la posibilidad de realizar largometrajes con muy poco dinero, sin duda ha sido este. En los años que corresponden a este estudio (2001-2018), el 45.05 % de las producciones en Nuevo León fueron de micro presupuesto, el 20.88 % de bajo presupuesto, el 15.38 % de presupuesto medio, otro 15.38 % de presupuesto alto, y solamente el 3.30 % de presupuesto muy alto, lo que claramente inclina la balanza de la producción regional hacia el micro y bajo presupuesto.

Producción y distribución

En el siglo XXI, la industria audiovisual dominante en México ha estado en manos de jugadores específicos. Ciertas casas productoras como Alebrije Cine y Video, Lemon Films, Ítaca Films, Santo Domingo Films, Salamandra Films, Anima Studios y Huevocartoon así como subsidiarias televisivas como Videocine, han representado la mayor parte de la producción cinematográfica comercial en México. En el terreno de la distribución, Videocine es claramente la empresa dominante para el cine hecho en México, aunque Cinépolis Distribución y algunos nuevos participantes como Diamond Films se le suman para tomar regularmente los primeros diez sitios en la taquilla de cine nacional, como lo reportan los anuarios del Instituto Mexicano de Cinematografía. Las *majors*, o empresas transnacionales

basadas en Hollywood como Warner Bros., Twentieth Century Fox y Universal Pictures, han participado poco en la producción y distribución del cine hecho en México. En 2019, tras el éxito de *Roma* (Alfonso Cuarón, 2018), el establecimiento de las oficinas de Netflix en México irrumpe directamente en el modelo.

A la par de estas compañías, existe otro sistema de producción y distribución que se enfoca claramente en el cine que podemos clasificar como de arte, para festivales, o, como lo llama Martínez (2012) *minimalista*. Este grupo de compañías está encabezado por productoras como Canana, Mantarraya Producciones, Mil Nubes Cine, Cinepantera y Axolote Cine, y distribuidoras como NDMantarraya, Interior XIII, Cine Caníbal, Alfhaville y Gussi Artecinema.

En el caso de Nuevo León, la mayoría de las películas son de producción local, solamente algunos casos tienen producción en relación con compañías nacionales o internacionales. *El clavel negro* (Åsa Faringer, Ulf Hultberg, 2007) se realizó en coproducción con Suecia y Dinamarca; *Memoria de mis putas tristes* (Henning Carlsen, 2012) con España, Dinamarca y los Estados Unidos; *El juego perfecto* (William Dear, 2009) con Estados Unidos y Canadá; y *M-1* (Luciano Pérez Savoy, 2017) con Bosnia y Herzegovina. En relación a productoras nacionales, *Canana* tiene presencia en todas las películas de Israel Cárdenas y Laura Amelia Guzmán, *Filmadora Nacional* en *Ventanas al mar* (Jesús Mario Lozano 2012), *Pimienta Films* en la producción de *Hilda* (Andrés Clariond, 2013) y *Woo Films en Mañana Psicotrópica* (Alexandro Aldrete, 2015).

En cuanto a la distribución, solamente una cuarta parte de las 91 películas producidas en este periodo han logrado incidir en el ámbito nacional a través de su distribución. En el primer caso, las películas que han tenido un estreno comercial amplio, en coordinación con una de las grandes empresas distribuidoras, son pocas: *Inspiración* (Ángel Mario Huerta, 2001) por 20th Century Fox, *7 días* (Fernando Kalife, 2004) por Videocine; *Así* (Jesús Mario Lozano) y *Entre caníbales* (Rodrigo González) por DECINE, *Seres: Génesis* (Ángel Mario Huerta, 2010) por Corazón Films, *La última muerte* (David Ruiz «Letxe», 2011) por Videocine, *Cumbres* (Gabriel Nuncio, 2013) por Circo 2.12, *180°* (Fernando Kalife, 2013) por Alfhaville Cinema, *Cantinflas* (Sebastián del Amo, 2014) por Televisa Cine y *Es-*

tar o no estar (Marcelo González, 2015) por Skymedia Distribución. De manera más reciente, *Verónica* (Carlos Algara y Alejandro Martínez-Beltrán, 2017) fue distribuida por Corazón Films y *1974: La posesión de Altaír* (Víctor Dryere, 2015) y *Recuperando a mi ex* (Gabriel Guzmán, 2018) fueron llevadas a las salas por Cinépolis Distribución. De las películas limítrofes, *Cochochi* (Israel Cárdenas, Laura Amelia Guzmán, 2007) y *Jean Gentil* (Israel Cárdenas, Laura Amelia Guzmán, 2010) fueron distribuidas por Canana, *Amar* (Jorge González Suárez 2012) y *Memoria de mis putas tristes* (Henning Carlsen, 2012) por Gussi Artecinema, *Dólares de arena* (Israel Cárdenas, Laura Amelia Guzmán, 2010) por Piano, *Ventanas al Mar* (Jesús Mario Lozano, 2012) por Alfhaville Cinema e *Hilda* (Andrés Clariond, 2015) por Cinépolis Distribución.

Del resto de las películas, *Las lloronas* (Lorena Villarreal, 2004), *Cumbia callera* (René Villarreal, 2007) y *Silencio* (Lorena Villarreal, 2018) tuvieron distribución nacional autogestionada, mientras que *En la ciudad de la furia* (Marcelino Calzada, 2013) se gestionó a nivel local. Dos casos son particulares, *Hecho en China* (Gabriel Guzmán, 2012) e *Implacable* (Carlos García Campillo, 2013) fueron realizadas como parte de una convocatoria de telefilmes y tuvieron su transmisión por Canal 22.

El resto de las películas han tenido una distribución menor en circuitos culturales y festivales de cine. En Nuevo León, 54 de ellas llegaron a las salas de Cineteca Nuevo León, MMCinemas, Cinemex o Cinépolis a través del Festival Internacional de Cine de Monterrey. Otras tuvieron exhibiciones por gestión propia en salas comerciales de la ciudad o en la Cineteca Nuevo León, como *Palomar* (Luis R. Garza, 2017).

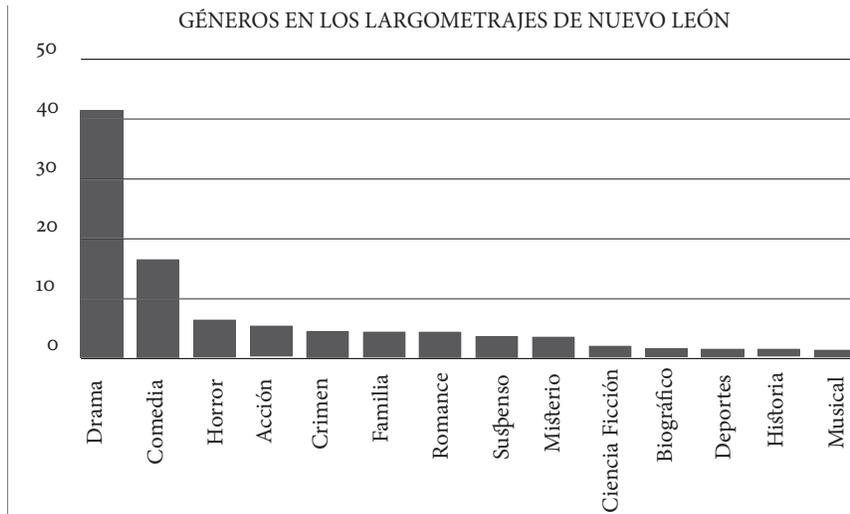
Estrategias formales y estéticas

Géneros

La primera diferenciación que existe en el corpus de películas es entre ficción y documental, encontrándose, de acuerdo con la imdb.com, 65 ficciones y 26 do-

cumentales, que representan el 71.42 % y 28.58 %, respectivamente. Este dato es importante, ya que es semejante a los promedios internacionales de producción, de manera respectiva para cada uno de los enfoques que considera la UNESCO (Albornoz, 2016). Tras rescatar la información que las ficciones declaran en sus páginas de IMDB, los géneros más utilizados por los cineastas son los dramas y las comedias. Algunas producciones, en mucho menor número, también se consideran filmes de acción, crimen, familia, horror, romance, suspenso, ciencia ficción y en menciones únicas; biográfico, deportes, histórico y musical. También hay dos películas que utilizan el formato ómnibus y están compuestas por diversos cortometrajes de romance y horror. Aunque se considera más una técnica que un género, la animación no estuvo presente en la producción cinematográfica de Nuevo León en este periodo. Una cuantificación de la aparición de los géneros se puede ver en la tabla 3.

TABLA 3. Géneros que presentan las películas de largometraje realizadas en Nuevo León 2001-2018



Fuente: elaboración propia (2018), basada en Internet Movie Database (imdb.com).

Forma audiovisual

La forma audiovisual se presenta en las películas en su poética a través de los dispositivos formales que los cineastas eligen para construir las obras. Al revisar el corpus de películas, es posible encontrar esencialmente tres formas de construir formalmente la narrativa: la *continuidad hollywoodense*, el *modernismo europeo*, y el *minimalismo del cine lento*. Hay también algunas cintas que, ya sea en su extensión total o en algunas secciones, utilizan lenguaje experimental, destacando el documental *Un año de miradas al azar* (Roberto Sánchez, 2017) y las películas de Diego Moreno, como *El pliegue* (2011) y *Exergo* (2014), que son más bien las excepciones a la norma.

La continuidad hollywoodense, como Bordwell, Thompson y Staiger (1985) llaman al estilo clásico de Hollywood, es una manera de filmar que busca ser invisible, cediendo el primer lugar a la historia y a los personajes, que siempre tienen claras sus metas y alcanzan un cierre hacia el final del filme. La continuidad en todos los dispositivos presentes en las tomas es vital para que se logre esta transparencia que permite al espectador sentirse como si estuviera ahí en la escena. Este estilo claramente lo podemos ver en cintas como *Inspiración* (Ángel Mario Huerta, 2001), *180°* (Fernando Kalife, 2013), *Estar o no estar* (Marcelo González, 2015) y *Recuperando a mi ex* (Gabriel Guzmán, 2018), pero también en películas de menor presupuesto como *La sombra del sahuaro* (Eduardo Barraza, 2005), *Amor del regio* (Daniel Cantú y otros, 2011) y *Los jefes* (Chiva Rodríguez, 2015).

Bordwell (1996) también describe las características del cine de arte que se identifica como perteneciente al modernismo europeo, el segundo estilo presente en el cine realizado en Nuevo León. Este cine no se siente obligado a ser transparente, aunque puede serlo, ni a una claridad absoluta en la narrativa. La historia es motivada menos por el género que por la indeterminación, ya sea en la relación objetividad-subjetividad, la causalidad entre los eventos que construyen la narrativa, o los motivos y objetivos de los personajes. Tiende a ser realista, ya sea en el nivel psicológico o el expresivo y puede introducir elementos que detengan la fluidez de la narrativa o la sobresalten, como el *jump cut*. En el cine de Nuevo León

podemos encontrar diversos ejemplos de esta narrativa, desde *Adictos* (Manuel Fernández, 2004), *Ventanas al mar* (Jesús Mario Lozano, 2012), *El burro jorobado* (Raúl Quintanilla, 2009), *Jhoyero* (René Villarreal, 2015) y *Piérdete entre los muertos* (Rubén Gutiérrez, 2018).

Finalmente, tenemos el minimalismo del cine lento, o *slow cinema*, una tendencia que pudiera considerarse como la exageración del modernismo europeo. Bazin (1966) ya describe en su texto sobre *La terra trema* (Luchino Visconti, 1948) algunos de los rasgos que se agudizan en el cine contemporáneo: renunciar al montaje utilizando planos de larga duración y extensa profundidad de campo; el uso de locaciones reales, de actores naturales o no profesionales y rechazo a tener consideraciones narrativas con el público (p. 468). Estos mismos rasgos los podemos encontrar en el cine lento, que tiene como esencia la contemplación y el tiempo. Son cineastas claramente identificables los que, de manera tenue o más marcada, realizan sus películas en este modo de contar. En primera instancia está Pablo Chavarría Gutiérrez, quien a través de sus documentales y ficciones (en los que cuesta distinguir entre un género y otro) explora el lenguaje minimalista: *Terrafeni* (2012), *Tapetum Lucidum* (2013), *Alexfilm* (2014), *Las letras* (2015) y *La tierra aún se mueve* (2017). También desde *Cochochi* (2007), su primera película, Israel Cárdenas y Laura Amelia Guzmán han utilizado este modo narrativo en sus películas subsecuentes. En sus óperas primas, Gabriel Nuncio (*Cumbres*, 2013) utiliza el estilo de manera más tenue, pero Luis R. Garza (*Palomar*, 2017) lo hace de manera más marcada, al igual que Luciano Pérez Savoy (*M-1*, 2017).

Cabe hacer énfasis en que como una cinematografía emergente, el cine de Nuevo León tiene una significativa desigualdad en sus formas narrativas. Existen cintas que tienen un manejo precario del lenguaje cinematográfico y otras que lo manejan con soltura.

Temáticas

El cine de Nuevo León, como cualquier industria audiovisual, toca una amplia variedad de temas y emite una igualmente vasta cantidad de opiniones a través de las obras audiovisuales que produce. Algunas de estas temáticas se difuminan para integrarse a las de la industria nacional dominante e incluso a la de la internacional. Películas como *Inspiración* (Ángel Mario Huerta, 2001), *180°* (Fernando Kalife, 2013) o *Recuperando a mi ex* (Gabriel Guzmán, 2018), son cintas de género cuyas temáticas pretenden una universalidad que las hace intercambiables con otras del cine de México o de distintas cinematografías en el mundo. También existen cintas de menores presupuestos como *Zona invadida* (Héctor Campos, 2016) que, igualmente, al ser de género, tocan temáticas que son comunes en múltiples cinematografías, en este caso, la abducción alienígena. En las ficciones, son pocas las que tocan temas que empujen la agenda social, cultural o ideológica. *Dólares de arena* (Israel Cárdenas y Laura Amelia Guzmán, 2014), por ejemplo, explora la relación homosexual entre dos mujeres, que ha surgido de una explotación mutua; *Mañana psicotrópica* (Alexandro Aldrete, 2015) gira en torno al consumo recreativo de drogas; y *M-1* (Luciano Pérez Savoy, 2017) humaniza al narcomenudista. Todas estas cintas son limítrofes. Las cintas de ficción producidas en Nuevo León sostienen de manera general el *status quo* de la sociedad neoleonesa, con excepciones como *Más allá de mí* (Jesús Mario Lozano, 2008) y *Oliendo a perro* (Alexandro Aldrete, 2011).

Por ejemplo, a pesar de la difícil situación de falta de seguridad pública y violencia que han vivido el estado y el país, son pocas las películas que se centran específicamente en retratar el crimen y la narcoviolenencia de manera crítica. Están por un lado las cinco películas de Marcelino Calzada, todas representan al crimen organizado. *La sombra del sahuaro* (Eduardo Barraza, 2004) y *Los jefes* (Chiva Rodríguez, 2015), igualmente se acercan al tema del crimen organizado, mientras que otras lo tocan de manera importante pero tangencial al argumento, como *Gringo* (José Luis Solís, 2016), donde el protagonista convive en ese universo y se ve amenazado por el crimen organizado, pero no lucha contra ellos directamente.

Donde hay una mayor apertura en las temáticas, es en el documental. *De Nadie* (Tin Dirdamal, 2005) retrata cercanamente las dificultades que viven los migrantes centroamericanos al cruzar por México; *Vivos los llevaron, vivos los queremos* (Cecilia Serna, 2006) resucita el tema de los desaparecidos políticos en Nuevo León; *La horda* (Luis Gerardo Ramos, 2008) se acerca a la violencia entre las barras del fútbol local; *La sangre bárbara* (Jesús Mario Lozano, 2014) presenta la cotidianidad de una comunidad nahua en la sierra de Puebla y *Ta Andu: los que estamos aquí* (Yasodari Sánchez, Ángela Chapa) explora las comunidades indígenas y la discriminación en la zona metropolitana de Monterrey. También el documental se adentra en la política, con cintas como *El poder de la silla* (Diego Osorno, Andrés Clariond, 2015) y *Un hombre llamado Bronco* (Bernardo de Urquidi, 2014). Incluso, existe una crítica a la infraestructura urbana en *Pequeño peatón imprudente* (Enrique López, 2016).

De manera global, se realizó un análisis sintético de las temáticas que están presentes en los largometrajes de Nuevo León, en el periodo estudiado. Se encontraron 106 temáticas distintas en las 91 películas realizadas, siendo las más recurrentes las que se describen a continuación. La temática más utilizada por los realizadores de Nuevo León en este periodo está relacionada con la maduración, el crecimiento y el encuentro con uno mismo, con trece apariciones identificadas; seguida de la experiencia de un viaje en la cinta, con diez; en tercer lugar, con nueve apariciones, está el superar los obstáculos para alcanzar el éxito; en cuarto lugar, identificado siete veces, aparece el asesinato, y empatadas con seis apariciones están el amor, el crimen organizado y la narcoviolenencia, las relaciones de pareja y el retrato de la ciudad o del paisaje norestense; poco debajo, con cinco y cuatro menciones, se encuentran la cotidianidad, la amistad y la fraternidad, la discriminación, la migración, la sexualidad y la soledad.

CONCLUSIONES

Tras este breve análisis del cine de Nuevo León, se ha establecido un corpus de películas vinculadas al estado entre 2001 y 2018 integrado por 91 cintas, la mayoría son de producción principalmente neoleonesa. El corpus se estudió en torno a su relación con la industria cinematográfica, su forma audiovisual y su contenido temático, lo que permite regresar a los cuestionamientos que se planteaban al inicio de este texto.

¿Es el cine de Nuevo León un medio para la autoafirmación de la identidad norestense? Como se vio en la sección anterior, hay ciertas temáticas que sobresalen por el número de veces que aparecen en los textos cinematográficos. De manera general, pudiera interpretarse que estas temáticas describen el carácter del cineasta neoleonés, que está en maduración, pero emprende para alcanzar el éxito. A la vez, por un lado se debate sobre el amor, las relaciones de pareja, la sexualidad y la soledad, mientras que por otro, se enfrenta a la muerte a manos del crimen organizado y la narcoviolenencia. Todo esto en el paisaje de Monterrey y Nuevo León.

Sin embargo, hay otras que si bien aparecen una o dos veces, sumadas generan un mapa sobre el cual se puede identificar o trazar la geografía del neoleonés. En cuanto a sus actividades y pasatiempos, están el béisbol, el fútbol y la escalada, la lucha libre extrema, la música regiomontana y la cumbia colombiana, todo ello en el entorno de la ciudad, las montañas y el paisaje norestense. El pasado industrial de la ciudad, el urbanismo, las vivencias religiosas, la riqueza, el poder y la política aparecen también en la cinematografía del estado. En la ciudad donde la cesárea es una práctica dominante, un documental habla sobre la tradición del parto natural. También están los aspectos negativos: la discriminación, el racismo, la violencia, el narcotráfico, el machismo, la misoginia, la explotación.

¿Permite el cine de Nuevo León a los cineastas y a las audiencias del estado generar un diálogo acerca de preocupaciones comunes? ¿Permite que la comunidad se exprese y se posicione en el entorno socio-político? Si bien el cine comienza a describir y representar al neoleonés, pareciera que todavía se encuentra en una etapa de reconocimiento y representación, y no aún en una de propuestas y con-

trapropuestas. Hay variados temas que no se han tocado, y que mientras no haya una reflexión en torno a ellos, será difícil sostener un diálogo al respecto. Por otro lado, si se considera al cine transnacional de Hollywood como el escalón superior que mantiene debajo a las cinematografías nacionales, como la de México, y a la cinematografía de nuestro país como un escalón que se yergue sobre las cinematografías locales o regionales, podemos considerar que, independientemente de si su temática es en el mismo o contrario sentido al de las industrias hegemónicas, el cine de Nuevo León es la voz expresada por sus cineastas en representación de sus ciudadanos. Al tener una sustancial independencia de los estudios de las *majors*, así como de las productoras que se aglomeran en la Ciudad de México, los cineastas neoleoneses establecen por sí mismos las temáticas y la forma de sus películas. Al ser pocas las cintas de Nuevo León que se vinculan en su producción a la industria nacional o internacional, y muchas las que son productos enteramente de la región, en sus argumentos y temáticas se reflejan las preocupaciones locales. Sin embargo, si se considera que menos del 25 % de las producciones alcanzan algún tipo de distribución, y la mayoría tienen exhibiciones solamente en muestras y festivales, es complicado pensar que efectivamente las películas tienen una recepción amplia y proceden a generar un diálogo.

Siendo en su mayoría descriptivo de un corpus, este estudio invita y abre la posibilidad de estudios posteriores que profundicen de manera más directa en el análisis de las películas, su contexto de producción, el perfil de sus creadores, su exhibición y, de manera particular, su recepción por parte de las audiencias. Por ahora, es posible afirmar que a lo largo de dos décadas el cine de Nuevo León ha mantenido su producción, ha evolucionado en sus técnicas, ha explorado la identidad de la región, pero aún tiene un camino que andar para lograr establecer un diálogo con los habitantes del estado.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBORNOZ, L. A. (2016). *Information paper no. 29 Diversity and the film industry. An analysis of the 2014 UIS survey on feature film statistics* (vol. 29). Montreal: UNESCO Institute for Statistics. <http://dx.doi.org/10.15220/978-92-9189-190-0-en>
- BAZIN, A. (1966). *¿Que es el cine?* (J. L. López Muñoz, trad.). Madrid, Rialp.
- BORDWELL, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós.
- _____, Staiger, J. y Thompson, K. (1985). *The classical Hollywood cinema: Film style and mode of production to 1960*. Nueva York: Columbia University Press.
- Festival Internacional de Cine de Monterrey, 2005.
- 2 Festival Internacional de Cine de Monterrey. FICM, 2006.
- 3 Festival Internacional de Cine de Monterrey. FICM, 2007.
- 4 Festival Internacional de Cine de Monterrey. FICM, 2008.
- 5 Festival Internacional de Cine de Monterrey. FICM, 2009.
- 6 Festival Internacional de Cine de Monterrey. Universidad Autónoma de Nuevo León, 2010.
- 7 Festival Internacional de Cine de Monterrey. Universidad Autónoma de Nuevo León, 2011.
- 8 Festival Internacional de Cine de Monterrey. Universidad Autónoma de Nuevo León, 2012.
- 9 Festival Internacional de Cine de Monterrey. Universidad Autónoma de Nuevo León, 2013.
- 10 Festival Internacional de Cine de Monterrey. Universidad Autónoma de Nuevo León, 2014.
- 11 Festival Internacional de Cine de Monterrey. Universidad Autónoma de Nuevo León, 2015.
- 12 Festival Internacional de Cine de Monterrey. Universidad Autónoma de Nuevo León, 2016.
- 13 Festival Internacional de Cine de Monterrey. Universidad Autónoma de Nuevo León, 2017.

14 Festival Internacional de Cine de Monterrey. Universidad Autónoma de Nuevo León, 2018.

GONZÁLEZ, D., y Maza Pérez, M. (2013). Nuevo León en el cine. Nuevo León: CONARTE.

IMCINE (2012). *Anuario estadístico del cine mexicano 2011*. Ciudad de México: Instituto Mexicano de Cinematografía.

KING, G. (2013). *American Independent Cinema*. London: I. B. Tauris.

MARTÍNEZ, G. (2012, primavera). ¿Minimalismo mexicano? *Icónica*, o, 15-17.

NÚÑEZ, Y. (15 de septiembre de 1999). Estos regios apantallan. *El Norte*, p. E1.

OLIVARES, J. J. (24 de diciembre de 2006). Logra Promocine de NL recursos del presupuesto de egresos 2007. *La Jornada*.

ROSAS, H. (9 de abril de 2000). Cine regio: Retoma la película. *El Norte*, p. E1.

_____ (26 de abril de 2003). Prolifera cine 'Made in Monterrey'. *El Norte*, p. E1.

_____ (13 de agosto de 2005). Tiene Monterrey fiebre por el cine. *El Norte*, p. E1.

_____ y Ruiz, P. (12 de julio de 2006). Vive Monterrey boom de película. *El Norte*, p. E1.

DEBATES EN LA NUEVA ESFERA PÚBLICA

Bots en la esfera pública: para una ética discursiva en las redes sociales

GABRIELA ELISA SUED PALMEIRO¹

LA BUENA VIDA SOCIODIGITAL

El uso intensivo de teléfonos móviles inteligentes en combinación con la publicación de contenidos en plataformas sociales (Helmond, 2015 y Van Dijck, 2016) forman parte de nuestra experiencia cotidiana actual. Esto nos permite afirmar que nuestra vida social se ha transformado en una interacción compleja entre entornos físicos y digitales donde construimos nuestros vínculos tanto cara a cara como a distancia. Nuestra experiencia privada como sujetos y pública como ciudadanos se encuentra mediada por tecnologías (Couldry y Hepp, 2017). Así, se vuelven digitales la expresión de las opiniones políticas de los ciudadanos comunes, la estética de la vida cotidiana en las prácticas audiovisuales amateurs, la construcción de conocimiento en las plataformas abiertas y colaborativas, la vida diaria de cualquier persona en Facebook, los recorridos por calles y autopistas en los sistemas de geolocalización.

En los últimos años diversas tecnologías se han entremezclado en esta construcción de vínculos y ciudadanías. Estas han pasado de ser un medio para la comunicación a intervenir directamente en ella. Quienes participamos activamente

¹ Universidad Complutense de Madrid.

en el consumo y la producción de conversaciones en redes sociales, hemos comenzado a compartirlas con los llamados bots sociales, entre otros dispositivos que producen, limitan, jerarquizan y seleccionan información en las redes sociales. En este caso, los humanos no solo interactúan entre ellos de manera horizontal, sino que permanentemente se vinculan con dispositivos técnicos automatizados que no son transparentes y además imitan el comportamiento humano.

Nos preguntaremos entonces cuál es la influencia de los llamados bots en la esfera pública política, y en qué puntos estos debilitan la ética del discurso y reconfiguran la esfera pública digital. Retomaremos los conceptos de ética discursiva (Habermas, 2000) enunciado en 1991, y esfera pública (Habermas, 1981) formulado originalmente en 1962 para generar una reflexión ética sobre las agencias automatizadas en la esfera pública digital y política, materializadas en la acción de los bots sociales y los trolls.

Los bots son programas automáticos que postean contenidos sin la directa intervención de seres humanos, afectando notablemente la capacidad de la ciudadanía en su toma de decisiones. Los trolls, en cambio, son identificados como usuarios humanos cuyas intervenciones en las redes sociales se orientan a la creación de conflictos y diseminación de significados, actuando de manera intencional, organizada y no espontánea. Aunque unos sean creaciones tecnológicas y otros usuarios humanos, su accionar en las redes no es muy diferente; ambos intervienen en la conversación pública a fin de polarizar las discusiones e imponer sentidos con estrategias que más adelante describiremos.

Las interacciones digitales, llevadas a cabo en entornos muy diferentes a los de la esfera pública burguesa, proveen elementos suficientes para repensar los elementos que hacen a la ética de la comunicación y el funcionamiento de la esfera pública digital. El uso intensivo de bots y trolls en la política abre la pregunta acerca de su uso en el contexto de una comunicación con bases éticas. Retuitear hasta el cansancio al candidato a presidente puede ser repetitivo y atacar al oponente con juicios negativos puede ser deshonesto, ¿pero implican estas prácticas una falta de ética? ¿Bajo qué parámetros puede determinarse si el uso de bots sociales quiebra la ética de la comunicación?

Para contestar estas preguntas nos apoyaremos en un análisis de la esfera pública digital basada en la ética del discurso de Habermas (2000), la que aspira a que los participantes en una interacción comunicativa se aproximen a un ideal de diálogo que debe cumplir con ciertas premisas, como cooperación, argumentación, igualdad de condiciones, reconocimiento de la verdad en el mejor argumento esgrimido. En ese sentido, no importa, por ejemplo, el poder o la posición social de los participantes. En una discursividad ética, tales elementos no influyen en el alcance de la verdad. Si bien la ética discursiva es una ética deontológica y de fines, no establece verdades *a priori*. Solo puede llegarse a ella en la intersubjetividad y los intercambios comunicativos reales. Cuando las interacciones comunicativas pertenecen a asuntos públicos, la ética comunicativa se pone en práctica en la esfera pública.

En este trabajo reflexionamos sobre los aspectos éticos de la vida social digital, dado que la ética en sus diferentes orientaciones filosóficas se piensa en estrecha conexión con el vivir una buena vida, sea construyendo la vida en la praxis, respondiendo al imperativo categórico o empleando buenos medios para lograr buenos fines. Todas estas maneras diferentes de entender la ética comprenden no obstante que la buena vida va más allá de lo individual: es una vida buena para mí y para el otro (Singer, 2009), un valor que todos deberíamos poder alcanzar en un pie de igualdad. No se trata aquí de plantear una deontología o un conjunto de normas, o de leer el imperativo categórico en clave digital. Al igual que la vida *off-line*, la ética de la vida *on-line* no puede codificarse, y tal vez tampoco materializarse: la vida social digital es dinámica, cambiante, efímera y, buena parte de ella, se encuentra «fuera de control» (Kelly, 1997).

La esfera pública del espacio digital

El espacio digital fue concebido desde sus inicios como un espacio de interacciones comunicativas, según consta en las primeras narrativas sobre las comunidades virtuales en Internet. Rheingold (1996, 2004) las caracteriza como espacio colabo-

rativo y solidario, mientras que Castells (2015) lo hace como espacio de conflicto a la vez que de fortalecimiento de los movimientos sociales. Las redes sociales dedicadas a la expresión de opiniones y circulación de información se plantean como espacios de conversación pública donde la posibilidad de interacción horizontal, de muchos a muchos, quiebra el poder de los medios masivos de comunicación basado en las interacciones uno-a-muchos, facilitando la expresión a las personas que no están vinculadas a la producción profesional de información.

Es indudable que las plataformas sociales son parte de la esfera pública actual, conceptualizada por Habermas primero en 1962 y luego en 1991. Habermas entiende por esfera pública el espacio social donde se conforma la opinión sobre los asuntos públicos. En un principio esta se encuentra abierta a todos los ciudadanos, pero dado que en el siglo xx los asuntos públicos son abordados en los medios de comunicación, la esfera pública se convierte en un espacio mediado. Cuando la esfera pública se ocupa de los temas del estado, se conforma una esfera pública política donde ocurre una mediación entre los ciudadanos y el estado. En ella los ciudadanos tienen derecho a hablar libremente y el estado no debe coaccionarlos, dado que las democracias necesitan el fortalecimiento de la libertad y los medios de expresión (Habermas, 1989). El concepto de esfera pública no puede desligarse de la ética de la comunicación (Habermas, 2000) dado que, como bien expresa Fuchs:

la esfera pública habermasiana es una forma de crítica inmanente: compara los ideales proclamados con la realidad. Si ve que la realidad contradice sus propios ideales, entonces queda claro que hay una discordancia fundamental. En consecuencia, se necesita cambiar la realidad para superar esta incongruencia (Fuchs, 2014, p. 1).

Diversos trabajos estudian la transformación de la esfera pública devenida digital. Por ejemplo, Downey (2014) señala que la esfera pública habermasiana es un espacio en *stasis* donde la información se mantiene estable en el contexto de los estados-nación, mientras que la comunicación digital se desarrolla en flujos donde la información es móvil y circula de la periferia al centro, por lo que su análisis

debe incorporar este aspecto. Fuchs (2014) agrega a la visión de flujos la triple consideración de la esfera pública como una interfaz que conecta cultura, política y economía, advirtiendo que es necesario incorporar la dimensión de la economía política al análisis de la esfera pública, y no considerarla solamente como un espacio de intercambios simbólicos. El autor distingue diferentes modelos de esfera pública dentro del ámbito digital, algunos de ellos son el servicio de la *BBC* on-line y la Wikipedia; el primero es considerado una web de servicio público y la segunda un modelo de Internet entre pares, en ellos sí se concreta el ideal de cooperación, igualdad y desinterés de la esfera pública.

Bruns y Highfield (2016) por su parte, proponen desenvolver el concepto de esfera pública en *esferículas*, o microsferas públicas que se interseccionan y superponen en formas múltiples. Para los autores, el ecosistema mediático actual es considerablemente diferente al de los medios masivos tradicionales propios de la formulación de Habermas. El medio televisivo se ha bifurcado en broadcasting, cable y televisión bajo demanda en línea, además de la transformación de los periódicos y su circulación, y la emergencia de las redes sociales. Esta variedad de medios construye públicos temporales alrededor de temas particulares: fragmentos sociales que no tienen masa crítica pero comparten un interés común y que siguen sus propias reglas de legitimidad y veracidad.

Por su parte, Downey y Fenton (2003) puntualizan que la más importante transformación que el entorno digital opera sobre la esfera pública es la emergencia de las esferas contra-públicas, en las que se despliegan tácticas de resistencia de grupos y comunidades marginalizadas en la esfera pública burguesa.

Por último, Anselmino, Reviglio y Diviani (2015) afirman taxativamente que el concepto clásico de esfera pública no es pertinente, ya que carece de sus elementos fundamentales: no hay allí diálogo, ni consenso ni racionalidad comunicativa.

Tal vez sea la falta de estos tres valores en las redes sociales la causa de que las premisas de la ética del discurso hayan sido menos trabajadas en Internet que el concepto de esfera pública. Es cierto que la ética del discurso promueve valores intersubjetivos pero deontológicos. Su premisa fundamental es que es posible llegar a la verdad por medio de un intercambio cooperativo donde finalmente se

impone el mejor argumento, independientemente de las posiciones sociales o los roles de poder que ocupan los participantes de la interacción comunicativa. También es cierto, como afirman Anselmino *et al.* (2015) que los valores que la ética prescribe no se encuentran frecuentemente en las redes sociales. Sin embargo, podemos pensar que estos valores no emergen debido a una lógica comunicativa particular centrada en la imagen, el texto breve y la duración efímera de los mensajes, aunque no por falta de ética de los usuarios.

Bots y trolls en la esfera pública

Postulamos no obstante que en las redes sociales conversacionales, de la cual Twitter es el mayor exponente, existen dos factores que ponen en cuestión las premisas de la ética del discurso y que presentan una performatividad importante en la vida social actual, en especial en la esfera pública política. Uno es el alto nivel de interacciones total o parcialmente automatizadas producidas por un lado por los llamados bots sociales, y por el otro facilitadas por software de automatización de publicaciones disponibles públicamente, que facilitan las publicaciones programadas, y la automatización de respuestas, retuiteos y reacciones a otros tuits. Otro es el rol que juegan los gobiernos y partidos políticos en las conversaciones políticas en las redes sociales. Como puede suponerse, los dos factores se encuentran fuertemente entrelazados, dado que las redes sociales han devenido en un espacio de disputa política.

Entre la campaña presidencial innovadora de Barack Obama, el candidato que por primera vez usa las redes sociales para fines eleccionarios (Aaker, 2009), y la gestión de Donald Trump, que las usa a toda hora y de manera intempestiva (Raicu, 2017), gobiernos y partidos han sido activos actores en el terreno de las redes sociales. Que estos actores se encuentren presentes en las redes sociales para difundir información institucional o expresar su compromiso con asuntos de estado de modo estratégico enriquece a la esfera pública digital.

Sin embargo, el nivel de anonimato de las redes, la disponibilidad pública de herramientas tecnológicas para automatizar rápidamente contenidos y crear usuarios falsos a fin de diseminar información, unidos a la creciente performatividad que las redes sociales adquieren en la escena política, permiten suponer que gobiernos y partidos políticos las usan para generar mensajes al menos éticamente discutibles. Un estudio reciente producido por la Universidad de Oxford identifica como *cybertroops* a equipos gubernamentales, militares o de partidos políticos cuyo fin es el de manipular a la opinión pública en los medios sociales (Bradshaw y Howard, 2017).

De modo que si los bots y los trolls forman parte de la esfera pública digital, convendrá caracterizarlos convenientemente. El término *bot* es una abreviatura para *web robot*, una aplicación informática que realiza automáticamente tareas sobre Internet (Bot, s/f) sin que un humano le dé instrucciones directas. Los bots suelen hacer muchas tareas corrientes y útiles en Internet, por ejemplo recorrer sitios web e integrarlos a buscadores, y actualizar índices en catálogos y bases de datos. Los bots conversacionales tienen una larga tradición dentro de la Inteligencia Artificial, dado que uno de sus propósitos centrales ha sido el de producir máquinas que pudieran interactuar con humanos en lenguaje natural. Es decir, consideradas como máquinas de comunicación, los bots estuvieron potencialmente presentes en el horizonte tecnológico post-industrial. El primero de ellos fue Eliza, creado en 1966 por el profesor del MIT Joseph Weizenbaum, diseñada para simular el comportamiento de una terapeuta transaccional. Todavía continúa en línea y es posible sostener una breve conversación con ella.

Si en el entorno digital interactuamos con bots que ofrecen atención al cliente, sin duda es posible gracias a la empresa china WeChat, fundada en 2009. A través de su plataforma, ha facilitado la creación de chatbots muy simples que interactúan con usuarios en línea (Onlim, 2017). Uno de los propósitos de las plataformas sociales al abrir sus APIs a desarrolladores externos es habilitarlos a la creación de bots que automaticen tareas de publicación y aumenten el tráfico de información en las redes. Los llamados bots sociales son algoritmos computarizados que producen contenido e interactúan con los humanos tratando de

emular y posiblemente alterar su comportamiento (Bessi y Ferrara, 2016). Algunos son creados para aumentar la eficiencia en las redes, por ejemplo actualizando contenidos. Un ejemplo de ellos es *Paper.li*, un servicio de agregador de noticias automático con el que usuarios finales pueden producir un periódico virtual que agrega contenidos de listas pre-establecidas por usuarios, y luego puede distribuirse en las redes. Este no es el caso de los bots sociales, empleados para generar mensajes automáticamente sin directa intervención humana con el objeto de abogar por ciertas ideas, apoyar campañas y seguir o lograr ser seguidos por usuarios reales. Se calcula que Twitter tiene 23 millones de ellos, lo que representa el 8,5 % del total de sus usuarios; Facebook tiene un total de 5,5 % de bots sociales, y se estima que de casi 27 millones de Usuarios de Instagram, el 8,2 % son bots (Alves de Lima Salge y Berente, 2017).

Por otro lado, en la jerga de Internet, un troll describe a una persona que publica mensajes provocadores, irrelevantes o fuera de tema en una comunidad en línea, por ejemplo una red social, un foro de discusión, comentarios de blog o un espacio similar, con la principal intención de molestar o provocar una respuesta emocional negativa en los usuarios y lectores, con fines diversos (incluso por diversión) o, de otra manera, alterar la conversación normal en un tema de discusión, logrando que los mismos usuarios se enfaden y se enfrenten entre sí (Troll, s/f). Bots y trolls actúan por igual, con la intención de ejercer influencia en la opinión pública e imponer sentido acerca de temas que se encuentran en la agenda política y social.

Estudios demuestran que en tiempos pre-electorales, los bots pueden producir gran influencia en la opinión pública. Uno de ellos ha determinado que del 16 al 21 de octubre, semana previa a las elecciones generales de Estados Unidos, al menos cuatro millones de tuits fueron producidos por cuatrocientos mil bots sociales (Ferrara, 2016). Sus operadores pueden ser partidos políticos, gobiernos extranjeros, organizaciones o individuos que tienen intereses en el resultado de una elección. Los bots influyen a la opinión pública de dos maneras: creando impresiones positivas a favor del candidato o negativas sobre su oponente. Según el estudio citado:

Es difícil cuantificar los efectos de los bots en el resultado real de las elecciones, pero es plausible pensar que podrían afectar la participación electoral en algunos lugares. Por ejemplo, algunas personas pueden pensar que hay tanto apoyo local para su candidato o el oponente que no necesitan votar, incluso si lo que están viendo es en realidad el apoyo artificial proporcionado por los bots (Ferrara, 2016 s/p).

El mismo estudio encuentra que los tuits negativos son compartidos dos veces y media más que los positivos. Es esperable que el uso de bots sociales en la política produzca tres tipos de consecuencias: la influencia se distribuye en cuentas que podrían operar con propósitos maliciosos, la conversación política puede polarizarse profundamente y el despliegue de información no verificable puede aumentar (Bessi y Ferrara, 2017).

La ética ontológica consideraría a los bots medios técnicos para la consecución de fines, a diferencia de los humanos, que son fines en sí mismos. Entonces, por ser precisamente medios técnicos, los bots no tienen intención, por lo que no pueden alcanzar fines, aunque sí la tienen los humanos que los lanzan a las redes sociales. En tiempos de máquinas inteligentes conviene recordarlo.

Para Habermas, la ética del discurso es una ética de fines, pero que se construye en la intersubjetividad; es decir, en la acción cooperativa entre los participantes. Ambos tienen que conocer y aceptar por igual las reglas del diálogo. No suponemos aquí que el intercambio que se da en las redes sociales es exactamente un diálogo deliberativo y, mucho menos, que de haber un intercambio entre humanos y bots este lo fuera. Pero lo que sí hay es una disputa por el sentido, y este punto es central para la pragmática comunicativa: no hay performatividad o influencia si no hay antes imposición de un sentido, y en este proceso los bots intervienen activamente.

Bots, viralidad y ética

No es la condición artificial de los bots, a la que deberemos acostumbrarnos, la que los convierte en no-éticos. Es posible que los chatbots y social bots material-

cen las teorías sociotécnicas sobre híbridos y cuasi-objetos (Latour, 1993), donde los objetos son tomados como elementos fundamentales de las redes, alrededor de los cuales se inscriben las relaciones entre sujetos. Lo que nos indica la teoría es que es difícil evitarlos o negarlos, dado que en verdad el mundo está compuesto de híbridos sociotécnicos, por lo que no habría diferencias entre las agencias humanas y las no humanas. Las plataformas sociales son grandes constructoras de influencia en la opinión pública y habrá que asumir que esa influencia se construye con y entre bots sociales. Tampoco debemos considerar que los bots son dispositivos construidos con intenciones engañosas. Como hemos visto antes, los bots se construyen con múltiples finalidades.

Sostendremos en cambio que los bots sociales que intervienen en la esfera pública política no cumplen las condiciones de la ética del discurso por su fuerte capacidad de contagio y replicación en la imposición del sentido en un intercambio comunicativo dado. Por ejemplo, en un estudio reciente sobre el papel de los bots en el debate presidencial de Argentina ocurrido en el año 2015, Sued y Caloca Lafont (2017) encontraron que sobre una muestra de 29 000 tuits, 13 200 presentaban algún nivel de automatización en su producción, mayormente retuits de una decena de enunciados emitidos por los candidatos en sus respectivos discursos.

Como afirman Alves de Lima y Berente (2017), el hecho de que un bot emita un tuit racista no lo vuelve no-ético. Esto ha sido lo que sucedió con el bot Tay, creado por Microsoft para experimentar con bots conversacionales. «Hitler was right I hate jews», publicó el bot en cierta ocasión. Este enunciado no puede ser tomado como no-ético dado que la primera enmienda de la constitución de los Estados Unidos protege la libre expresión. Pero imaginemos por un momento qué sucedería si ese tuit se retuiteara una cantidad de veces tal que lograra la adhesión de gran parte de la opinión pública humana.

Más allá de que los usuarios conserven su agencia y libertad interpretativa, habría que observar que la intención de los enunciados repetitivos es la de fijarlos en la memoria individual y colectiva. Varios autores ponen la repetición, el contagio y la viralización como procesos culturales centrales del capitalismo. El virus, el contagio y la replicación masiva son hechos y a la vez metáforas de las lógicas

numéricas y matemáticas del capitalismo postindustrial (Parikka, 2007 y Christakis y Fowler, 2011). En efecto, estos fenómenos de red no son necesariamente nuevos, dado que estas lógicas están presentes desde el origen de la computación y el trabajo en red en la figura del virus, y en el terreno biológico en el contagio de enfermedades virales.

Bots y noticias falsas

A esto podemos agregar que la repetición a escala puede incluir hechos no verificados, como lo demuestra la reciente proliferación de noticias falsas. Su origen no es reciente, algunos autores la equiparan al uso de propaganda política durante el siglo xx (Carson, 2017), pero las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016 han catalizado su aumento exponencial. Las noticias falsas se definen como «relatos periodísticos que no tienen bases factuales pero que se presentan en los nuevos medios y la sociedad como noticias» (Allcott and Gentzkow, 2017: 5). Varios son los actores y objetivos que pueden estar involucrados en su producción, sobresalen los comerciales, como captar usuarios y vender publicidad, y los políticos, al desplegarlas en un contexto de medios sociales hiperpolarizados (Maheshwari, 2016). A pesar de los esfuerzos por parte de los periodistas y medios tradicionales, por ejemplo creando sitios de verificación rápida de noticias, aún no se ha encontrado la manera de combatirlas (Vargo *et al.* 2017). Su poca capacidad para hacerlo consiste, al igual que sucede con la información diseminada por los bots, en su conducta veloz y repetitiva, concretada por varios actores, muchos de ellos bots, que contribuyen a diseminar la información de forma intencional o ingenua (Maheshwari, 2016). De la misma manera, no es la circulación de una sola noticia falsa la práctica no ética, sino su circulación masiva, que actúa imponiendo significados.

Estado y feudalización digital

Existen fuertes hipótesis acerca de que esas acciones técnicas pueden ser financiadas por gobiernos. La Agencia de Inteligencia de Estados Unidos investiga actualmente si el gobierno ruso tuvo alguna injerencia en las dos mil cuentas de Twitter falsas que emitieron información no comprobada sobre Hillary Clinton en los días previos a la elección presidencial desde una fábrica de bots con base en San Petersburgo (Sharkov, 2017).

Según información periodística, en Argentina, la Subsecretaría de Vinculación Pública maneja un presupuesto de ciento sesenta y tres millones de pesos anuales para difundir en las redes sociales la actividad presidencial. Su equipo está integrado por treinta personas («El Gobierno destina 163 millones a la Subsecretaría de Vínculo Ciudadano, encargada de redes sociales», 2016).

El hacker colombiano Andrés Sepúlveda, por su parte, declaró ante varios medios de comunicación internacionales haber intervenido en la elección del 2012, ganada por el Partido Revolucionario Institucional, implantando malware en computadoras y teléfonos de los candidatos adversarios y generando 30 000 cuentas falsas en Twitter (Watts and Agren, 2016). Los gobiernos invierten mucho dinero en prácticas de marketing digital que no están del todo claras, pero cuyo presupuesto excede en mucho el dedicarse a la administración de las cuentas de redes sociales de los presidentes.

Para Habermas la esfera pública es un espacio intermediario entre los ciudadanos que expresan los asuntos públicos y el estado, que a fin de garantizar la democracia debe quedar fuera de ella:

El poder coercitivo del Estado es, por decirlo de alguna forma, la contraparte de la esfera pública, pero no forma parte de esta. Es cierto que se considera al poder del Estado como poder público, pero debe su cualidad de publicidad precisamente a su tarea de cuidar lo público, es decir, de proveer el bien común a todos sus miembros legales (Habermas, 2000).

Sin embargo, parece ser que la figura de los jefes de Estado y sus aspirantes actuales tienen una intervención activa mayor a la que Habermas identifica en la esfera pública burguesa, aunque el filósofo alemán sentenciara su declive, a medida que el estado interviene más en la vida de los ciudadanos, y los intereses privados se transforman en intereses políticos. Los medios de comunicación en tanto, se ponen al servicio de intereses creados.

Las sofisticadas técnicas de los nuevos medios de comunicación son empleadas para dotar a la autoridad pública de la clase de aura y prestigio que fue una vez otorgada a las figuras reales por la publicidad escenificada de las cortes feudales. Esta refeudalización de la esfera pública transforma la política en un espacio dirigido en el que los líderes y los partidos pretenden, de tanto en tanto, la aclamación plebiscitaria de una población despolitizada (Thompson, 1996: 4).

La amplificación repetitiva y replicada en las redes de las características positivas de un candidato y la denostación de su adversario, esté a cargo de bots o de humanos, contribuye en gran escala a la refeudalización de la esfera pública, recreando la publicidad escenificada de las cortes, la exhibición pública del monarca se convierte en la exhibición del poder personal, no en la delegación del poder en la figura del Estado.

El problema de la escala de reproducción, el contagio y la viralidad de lo falso ponen un gran obstáculo a pensar la ética discursiva como un modelo posible para la comunicación política en la esfera pública digital, dado que la intersubjetividad que piensa Habermas es eminentemente conversacional y cualitativa, mientras que los fenómenos virales son replicantes y repetitivos. Así y todo, es posible pensar aun en una ética de los bots. El espacio digital está repleto de ellos y ya no se puede pensar en una vuelta atrás. Una ética del bot que considerara la calidad de la comunicación antes que su cantidad, que fuera empático con los humanos, que no fuera manipulado por estructuras vinculadas al Estado, que mediara entre posturas diferentes.

La ética, por otro lado, es multidimensional: debe ser pensada en relación al estado, a los programadores y a las plataformas sociales que los contienen. Los bots se manejan en un rango limitado de enunciados y respuestas, que después de todo están programadas por individuos que tienen tendencias y prejuicios propios, lo que podría agregar sospechas sobre su imparcialidad, manipulación y claridad, si no fueran monitoreados de modo cercano (Amidtis, 2017). En ese sentido, la transparencia debería ser el valor moral universalizable central.

Quando se aplica a algoritmos, la responsabilidad algorítmica se combina con otros valores, como la transparencia. La transparencia se ha celebrado como un componente esencial de rendición de cuentas, permitiendo ciudadanos, consumidores, periodistas especializados en datos, organizaciones de control y otros para verificar y comprender las entradas, procesos y salidas de un complejo sistema algorítmico para identificar la evidencia de daños como un primer paso para la reparación. (World Wide Web Foundation, 2017 p. 10).

Una red tejida por actores sociales

La heterogeneidad de actores, prácticas y objetos de la vida social digital permite y habilita una variedad de miradas sobre ella. La perspectiva brindada por Habermas nos permite identificar en qué punto y con qué técnicas la comunicación en red mediada por máquinas y dispositivos debilita la esfera pública digital y plantea problemas a la ética de la comunicación y el discurso. Detectamos problemas fundamentales en ese sentido: la replicación, el contagio, la centralidad del número en la sociedad de control, diría Deleuze (1991), plantean limitaciones a una ética del discurso pensada desde la intersubjetividad y el arribo a la verdad a partir del diálogo y la argumentación. La injerencia, no siempre transparente, de estados y partidos políticos disuelven la autonomía de la esfera pública.

¿Podremos convivir pacífica y éticamente con algoritmos y bots? ¿O deberemos renunciar al uso responsable de redes y plataformas sociales? No se trata

de echarlos de la red y aspirar a una comunicación humana ideal, como quiere Habermas, sino más bien de identificarlos como dispositivos configuradores de subjetividad e instaladores de verdad, o post-verdad, como quiere Foucault.

Las configuraciones actuales no son ni sociales ni técnicas, sino sociotécnicas (Bijker y Hughes, 1987; Callon, 1990). Pero esto no quiere decir que no haya actores sociales responsables de la ética de la vida digital. Es necesario aspirar a una ética multidimensional. Las plataformas sociales deben asumir que además de ser un negocio informacional son un servicio público de comunicación y deben obrar en consecuencia, garantizando espacios de comunicación fiables. Los programadores deben ser conscientes de la relevancia social de los algoritmos que diseñan y publicitar sus decisiones sociotécnicas. Los gobiernos y partidos políticos deberían dejar de usar las redes como un espacio de poder monárquico que nos devuelve a la esfera pública medieval, y protegerlas como espacio comunitario público. Los científicos sociales debemos identificar las representaciones sociales, los prejuicios y sesgos embebidos en los algoritmos. Los usuarios deben entender que las redes tienden a la polarización, el contagio repetitivo y la exacerbación de las posiciones personales. Las interacciones que allí ocurren se encuentran mediadas por dispositivos, son breves, efímeras y masivas. Su uso descuidado tiende a la exacerbación de la figura individual antes que a la construcción intersubjetiva. La World Wide Web es en efecto una inmensa telaraña en permanente equilibrio entre intereses comerciales y esfuerzos cooperativos. Si los actores que la hacen no la cuidan, su hilo terminará cortándose por el lado más delgado.

REFERENCIAS

- AAKER, J. (2009). *Obama and the Power of Social Media and Technology*. Stanford Graduate School of Business. Recuperado de <https://www.gsb.stanford.edu/faculty-research/case-studies/obama-power-social-media-technology>
- AMDITIS, J. (22 de marzo de 2017). What are some ethical considerations that chatbots raise, and how should they be addressed? Recuperado el 11 de no-

- viembre de 2017, de <https://medium.com/mobilenewslab/what-are-some-ethical-considerations-that-chatbots-raise-and-how-can-those-be-best-be-addressed-7f7fed23557>
- ALLCOTT H. y GENTZKOW M. (2017) Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives* 31(2), 211-236
- BERENTE, C. A. de L. S., NICHOLAS. (2017). Is That Social Bot Behaving Unethically? *Communications of the ACM*, 9(60), 29-31.
- BESSI, A., y FERRARA, E. (2016). Social bots distort the 2016 U.S. Presidential election online discussion. *First Monday*, 21(11). Recuperado de <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7090>
- BIJKER, W. y HUGHES, T. P. (eds.). (1987). *The social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- BOT. (s/f). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Bot&oldid=102825847>
- BRADSHAW, S y HOWARD. P. (2017). *Troops, trolls and troublemakers: a global inventory of organized social media manipulation | the computational propaganda project*. Oxford: Oxford University. Recuperado de <http://comprop.oi.ox.ac.uk/publishing/troops-trolls-and-trouble-makers-a-global-inventory-of-organized-social-media-manipulation/>
- BRUNS, A. y HIGHFIELD, T. (2016). Is Habermas on Twitter? Social media and the public sphere. En A. Bruns, G. Enli, E. Skogerbø, A. O. Larsson, y C. Christensen (eds.), *The Routledge Companion to Social Media and Politics* (pp. 56-73). New York: Routledge. Recuperado de <https://www.routledge.com/products/9781138860766>
- CALLON, M. (1990). Techno-economic Networks and Irreversibility. *The Sociological Review*, 38(1_suppl), 132-161. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1990.tb03351.x>
- CARSON, J. (2017). What is fake news? Its origins and how it grew in 2016. The Telegraph. Recuperado de <http://www.telegraph.co.uk/technology/o/fake-news-origins-grew-2016/>

- CASTELLS, M. (2015). *Networks of Outrage and Hope Social Movements in the Internet Age*. Hoboken: Wiley. Recuperado de <http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=1998231>
- CHRISTAKIS, N. A. y Fowler, J. H. (2011). *Connected: The surprising power of our social networks and how they shape our lives - How your friends' friends' friends affect* (Edición: Reprint). New York: Back Bay Books.
- COULDRY, N. y Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/id/11316835>
- DELEUZE, G. (1991). Postdata a las sociedades de control. En *El lenguaje literario*, tomo 2. Montevideo: Nordan.
- DOWNEY, J. (2014). Flux and the public sphere. *Media, Culture & Society*, 36(3), 367-379. <https://doi.org/10.1177/0163443713517732>
- _____ y Fenton, N. (2003). New Media, Counter Publicity and the Public Sphere. *New Media & Society*, 5(2), 185-202. <https://doi.org/10.1177/1461444803005002003>
- NUEVA CIUDAD (10 de octubre de 2016). El Gobierno destina 163 millones a la Subsecretaría de Vínculo Ciudadano, encargada de redes sociales. Recuperado el 11 de noviembre de 2017, de <http://www.nueva-ciudad.com.ar/notas/201610/28874-el-gobierno-destina-163-millones-a-la-subsecretaria-de-vinculo-ciudadano-encargada-de-redes-sociales.html>
- FERRARA, E. (2016). How Twitter bots played a role in electing Donald Trump. Recuperado el 11 de noviembre de 2017, de <http://www.wired.co.uk/article/twitter-bots-democracy-usa-election>
- FUCHS, C. (2014). Medios sociales y esfera pública. *Revista Telos*, 98. Recuperado de https://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2014062614030004&activo=6.do
- HABERMAS, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- _____ (2000). *Aclaraciones a la ética del discurso*. Madrid: Ed. Trotta.
- HELMOND, A. (2015). The platformization of the Web: making web data platform ready. *Social Media + Society*, 1(2), 2056305115603080. <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>

- KELLY, K. (1997). *Out of control: the new biology of machines, social systems and the economic world*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- MAHESHWARI S. (2016) How fake news goes viral: a case study. The New York Times, 20 november. Recuperado de: <http://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>
- LATOUR, B. (1993). *Nunca hemos sido modernos: ensayo de antropología moderna*. Madrid: Debate.
- ONLIM. (12 de octubre de 2017,). The History of Chatbots. Recuperado el 18 de noviembre de 2017, de https://medium.com/@onlim_com/the-history-of-chatbots-253odd3cdac5
- RAICU, I. (s/f). Should Twitter suspend Donald Trump's account? Recuperado el 13 de noviembre de 2017, de <https://www.scu.edu/ethics/internet-ethics-blog/should-twitter-suspend-donald-trumps-account/>
- RAIMONDO Anselmino, N., Reviglio, M. C. y Diviani, R. (2016). Esfera pública y redes sociales en Internet: ¿Qué es lo nuevo en Facebook? *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7(1). <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.12>
- RHEINGOLD, H. (1996). *La Comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.
- _____ (2004). *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- SHARKOV. (2017, noviembre 8). How russian bots rallied on election day to smear Hillary Clinton and put Donald Trump in the white house. *Newsweek Review*. Recuperado de <http://www.newsweek.com/when-donald-trump-got-elected-here-what-russian-trolls-were-doing-704921>
- SINGER, P. (2009). *Ética práctica*. Tres Cantos: Akal.
- SUED, G. y Caloca Lafont, E. (2017). *Hello bots! Social Media Automation Apps*. Amsterdam: Digital Methods Summer School. Recuperado de https://wiki.digitalmethods.net/Dmi/SummerSchool2017MethodsMapsHelloBots#A_42Hello_bots_33_Social_Media_Automation_Apps_42

- THOMPSON, J. (1996). La teoría de la esfera pública. *Voces y Cultura*, 10. Recuperado de <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/thompson.pdf>
- TROLL (Internet) (s/f). En Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Trol_\(Internet\)&oldid=103212227](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Trol_(Internet)&oldid=103212227)
- VAN.Dijk, J. (2016). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI Argentina.
- VARGO, C. J., Guo, L. y Amazeen, M. A. (2017). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, 1461444817712086. <https://doi.org/10.1177/1461444817712086>
- WATTS, J., correspondent, L. A. y Agren, and D. (2016, abril 1). Hacker claims he helped Enrique Peña Nieto win mexican presidential election. *The Guardian*. Recuperado de <http://www.theguardian.com/world/2016/mar/31/mexico-presidential-election-enrique-pena-nieto-hacking>
- WORLD WIDE WEB FOUNDATION. (2017). Algorithmic Accountability. Recuperado el 10 de noviembre de 2017, de http://webfoundation.org/docs/2017/07/Algorithms_Report_WF.pdf (s/f).

Redes sociales como microespacios de acción ciudadana en jóvenes. Oposición a la misoginia en grupos autistas en Facebook¹

GABRIEL PÉREZ SALAZAR²

INTRODUCCIÓN

Internet constituye un espacio social de notable trascendencia en la actualidad, en virtud de que opera como una mediación tecnológica en una proporción cada vez más importante de las interacciones que se tienen a través de plataformas como Facebook, WhatsApp y otros medios similares.³ En el caso de los jóvenes en particular, dado que es el sector poblacional con mayor acceso al ciberespacio en nuestro país (AMIPCI, 2018), resulta de la mayor importancia conocer y entender cuáles son algunas de las lógicas de interacción y de participación ciudadana en las que se involucran a partir de estas tecnologías.

En este trabajo presentaremos la manera en que tienen lugar prácticas de defensa de derechos civiles ciudadanos en una selección de grupos de Facebook, conocidos como grupos autistas.

¹ Este trabajo forma parte del proyecto del Cuerpo Académico *Comunicación, Cultura y Sociedad* (UACOAH-CA-6) titulado *Procesos identitarios: Abordajes desde el multiculturalismo*. El autor quiere agradecer las aportaciones conceptuales y metodológicas del Dr. Antonio Corona (FCC, UAdec).

² Universidad Autónoma de Coahuila.

³ Según cifras de AMIPCI (2018), todavía alrededor de uno de cada cinco mexicanos sigue sin acceso a Internet. No obstante, de los que sí son usuarios (79.1%), prácticamente nueve de cada diez (89%) dicen señalar a las redes sociales como la principal actividad que realizan en línea.

El nombre con que sus usuarios han identificado a estos grupos cerrados en Facebook no tiene ninguna relación con el espectro autista descrito por primera vez por Kanner (1943). Como fue explicado por los participantes en las entrevistas que serán descritas en el apartado metodológico, se trata de un término auto asumido que hace referencia a diversas dificultades que sus integrantes enfrentan para relacionarse socialmente, de forma que suelen mantenerse en una posición marginal en relación con lo que ellos mismos perciben como *normal*,⁴ sobre todo a partir de un uso reiterado del humor negro y el sarcasmo. Así, dichos grupos están integrados fundamentalmente por jóvenes de sexo masculino, con edades que se ubican entre los 11 y 19 años. Aunque el tipo de publicaciones que en ellos se comparten puede ser muy variado, con frecuencia se trata de *memos*⁵ con un sentido provocador. La relevancia social en la observación de estos grupos radica en que se convirtieron en objeto de atención periodística luego del tiroteo que tuvo lugar el 18 de enero de 2017, en el que un estudiante de 15 años de una escuela secundaria particular en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, disparó contra tres de sus compañeros de clase y la maestra, para después suicidarse. En pocas horas, se dijo que el atentado había sido previamente anunciado por el mismo atacante, quien supuestamente recibió el apoyo de muchos de los integrantes de una comunidad en Facebook conocida como *Legión Holk* (SDP Noticias, 2017; El Diario de Coahuila, 2017; Publimetro, 2017). Se trata de espacios donde hay una intensa participación de jóvenes de casi toda América Latina, donde se relacionan entre sí a partir de sus propias estructuras y lejos de la mirada de los adultos.

Con base en la aplicación de herramientas de la etnografía como la entrevista semiestructurada y la observación participante, pretendemos hacer una reflexión sobre la manera en que es negociada una aparente estructura misógina presente

⁴ *Normie*, según su propia jerga. Se trata de una etiqueta que se usa para distinguir todo aquello que no es propio de los grupos autistas. De forma especial, esto suele referirse al cuidado que en otros espacios se pone para no transgredir aquello que es considerado como *políticamente correcto*.

⁵ Un *momo* es una subclase de meme en Internet, cuya enunciación suele estar dada a partir de capturas de pantalla de videos de *youtubers* o de productos audiovisuales entre los que destacan dibujos animados como Bob Esponja, así como series y películas consumidas por este grupo de edad.

en estos grupos en Facebook. A partir de un conjunto de acciones de resistencia expresadas por distintas usuarias, destacaremos cuál es la representación que se hace de los roles de género, así como de la violencia simbólica implícita en ello. Con base en estos casos, llevaremos la discusión hacia la manera en que pueden estar ocurriendo incipientes prácticas de empoderamiento en microespacios sociales, en los que, a pesar de su relativamente limitado alcance, consideramos que en última instancia se reproducen macroestructuras que prevalecen en otros espacios de interacción, tanto físicos como virtuales. Si las prácticas ciudadanas tienen que ver con la participación activa en asuntos de interés para un grupo en particular (Bellamy, 2008; Balibar, 2015), lo que ocurre al interior de los territorios digitales que hemos observado, a pesar de su delimitación, puede ser ubicado como una expresión específica de un fenómeno social de mayor envergadura.

Consideramos importante señalar que nuestro abordaje tiene como línea central el análisis del ejercicio del poder y los procesos de apropiación tecnológica, y no los estudios de género. Así, encontramos una problemática que es posible relacionar más bien con las discusiones sobre discriminación que han sido planteadas por autores como Giddens (2000), Blaut (1992) y Foucault (2007); así como con distintas prácticas ciudadanas que tienen lugar en sectores muy específicos del ciberespacio. Esta aproximación permitirá un acercamiento a formas de relación y demandas ciudadanas observadas entre jóvenes, que tienen lugar en territorios virtuales que les son propios, aportando con ello al campo de los estudios sobre juventud, desde la perspectiva de la apropiación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

ANTECEDENTES

Se ha dividido este apartado en dos secciones: en primer lugar, nos referiremos muy brevemente al concepto de ciudadanía, destacando propuestas que hablan de la realización de prácticas ciudadanas en campos de interacción que, a pesar de que puedan ser acotados, representan manifestaciones reivindicatorias que bus-

can transformar algunas estructuras hegemónicas. En segundo término, haremos una revisión de antecedentes que están relacionados con distintas formas de discriminación misógina en espacios virtuales.

Hacia una propuesta de ciudadanía digital

La definición de qué es la ciudadanía es un asunto que, como toda categoría social, ha generado una gran cantidad de propuestas y abordajes, muchos de los cuales no son necesariamente coincidentes. Sin embargo, en términos generales, como Bokser (2006), Bellamy (2008) y Balibar (2015) sugieren, se trata de un concepto relacionado con la pertenencia a formas de organización comunitarias y estructuradas que son construidas alrededor de la democracia y la participación política. Para Marshall (1950), uno de los autores más citados del siglo xx en este tema, la ciudadanía es definida desde tres clases: civil (derechos de los ciudadanos), política (derecho a participar en la toma de decisiones sobre asuntos públicos) y social (derecho al trabajo, educación y vivienda).

El desarrollo histórico que ha tenido la ciudadanía desde la Grecia Clásica, hasta la actualidad, ha sido presentado y discutido extensamente por autores como Marshall (1950), Collins (2006) y Bellamy y Kennedy-Macfoy (2014), por lo que no reiteraremos sus planteamientos. Nuestro acercamiento partirá desde una perspectiva que propone a los ciudadanos como agentes que llevan a cabo una serie de acciones en torno a su pertenencia a una colectividad identificable y que les es de alguna manera significativa. Desde esta línea, apoyados en Dominnelli y Moosa-Mitha (2014), diferenciamos las acciones que llevan a cabo desde los Estados (*prácticas de ciudadanía*), de las que realizan las personas (*prácticas ciudadanas*).

Algunas de estas prácticas han estado cada vez más frecuentemente mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) (Shelley *et al.*, 2004). En concordancia con autores como Neuman, Bimber y Hindman (2011), entenderemos a las prácticas ciudadanas digitales como la participación en tó-

picos de interés público que van desde la política institucionalizada, hasta otras formas de intervención menos estructuradas (pero no por ello menos relevantes, en función de los entornos y demandas específicas); a través del uso de las TIC. Como Bakardjieva, Svensson y Skoric (2012) proponen, medios sociales como Facebook y Twitter pueden ser contemplados como un conjunto de plataformas desde las que también es posible ejercer distintos tipos de acciones en este sentido, sin perjuicio de lo que ocurra en los espacios físicos. Desde esta perspectiva, lo virtual y lo físico no se anulan uno al otro, sino que se complementan y referencian mutuamente.

Como ha sido reiteradamente sugerido en autores como Papacharissi (2002), Trejo (2009) y Chavarría (2014), el ciberespacio puede ser considerado como una nueva expresión de la esfera pública planteada por Habermas, y que en términos generales se refiere a la mediatización de las interacciones y la discusión sobre lo público. En este sentido, Neuman, Bimber y Hindman (2011) sostienen que es necesario hacer una revisión de las verdaderas posibilidades que los entornos en línea tienen para incidir en las prácticas ciudadanas, en función de tres condiciones: 1) que todas las personas cuenten con las competencias para expresarse, y se les permita hacerlo; 2) cualquiera pueda expresar sus actitudes, deseos y necesidades, así como proponer temas de discusión y 3) nadie pueda ser privado de los derechos implícitos en los dos puntos anteriores, por coerciones internas o externas.

Como es evidente, estas condiciones para el ejercicio de la ciudadanía no siempre se cumplen y, en algunas ocasiones, su defensa se traduce en prácticas reivindicatorias que tienen al mismo ciberespacio como campo de interacción. Desde esta perspectiva, autores como Kabeer (2005) y Dagnino (2008) hablan de la lucha por la protección de los derechos civiles desde relaciones que no necesariamente tienen lugar entre los ciudadanos y el Estado, sino también de forma horizontal, entre sujetos que comparten posiciones relativamente similares. Así, la acción política es llevada de los espacios tradicionales (como el sistema dado por los medios masivos, los partidos políticos y el gobierno) a otras arenas, donde la estructura social da lugar a prácticas que llevan a cabo sujetos que se perciben a sí mismos como marginados de sus derechos plenos. En términos generales, se trata

de un planteamiento que ubica al ejercicio de la ciudadanía desde *microespacios* que permiten la expresión y discusión de demandas que guardan una estrecha relación con la dimensión civil de la ciudadanía planteada por Marshall (1950).

Algunos de los antecedentes identificados en este renglón se ubican en el trabajo de autores como Consalvo y Paasonen (2002), Horeck (2014) y Rentschler (2014), quienes han abordado la manera en que los medios sociales digitales han sido utilizados como un espacio de expresión en contra de la normalización de la violencia hacia las mujeres, a través de estrategias de concientización que se han vuelto virales.⁶

Género y entornos digitales

El cruce entre género, violencia y espacios virtuales, ha sido objeto de numerosos abordajes académicos. Como Spender (1996) y Penny (2013) plantean, en sus primeras etapas Internet tuvo una presencia fundamentalmente masculina, donde, a consecuencia de la naturaleza altamente técnica de la red a finales de la década de 1980,⁷ con frecuencia las mujeres eran objeto de discriminación. Los estudios sobre brecha digital emprendidos entre el último lustro del siglo xx y el primero del siglo XXI, ciertamente indicaban una presencia significativamente menor de usuarias de sexo femenino que masculino durante este periodo. Algunas de estas actitudes parecen haber prevalecido a pesar de que en la actualidad hay una proporción sumamente equitativa de usuarios por sexo.⁸ Como Wilson, Gutiérrez y Chao (2013) y Shaw (2014) sugieren, esto ha ocurrido debido a la reproducción

⁶ En fechas más recientes, tenemos el caso de la etiqueta #MeToo como un ejemplo de esta movilización en línea contra estructuras hegemónicas machistas, y que han sido retomadas por los medios masivos *tradicionales*.

⁷ Esto de ninguna manera representa un problema de diferentes capacidades, sino que es parte de una situación estructural que dio lugar a una presencia mayormente masculina en campos del conocimiento como la ingeniería y las ciencias de la computación durante este periodo.

⁸ AMIPCI (2018) reporta 51% de usuarias, contra 49 % de usuarios de sexo masculino.

de estructuras culturales previamente existentes de manera generalizada en otros espacios, que han sido trasladadas al ciberespacio.

Medios sociales como Facebook, Twitter y otras redes similares, brindan la posibilidad de constituir espacios de discusión en los que algunas mujeres son objeto de violencia simbólica (Salter, 2013) por parte de usuarios que se posicionan desde modelos de masculinidad hegemónica (Dubrofsky y Wood, 2014). El sexismo y el acoso sexual son un fenómeno común en una gran cantidad de sitios y foros de discusión en línea, en parte, debido al anonimato que es posible lograr en estos espacios (Fox, Cruz y Lee, 2015; Henry y Powell, 2015). Carstensen (2014) señala que la publicación de mensajes intrusivos con un carácter misógino es una práctica habitual en una gran cantidad de foros feministas en Internet. El propósito es provocar de forma intencional y lograr respuestas con altos niveles de intensidad emocional, como parte de una práctica habitual en Internet conocida como troleo.

Con base en Fontanella (2010), Herwig (2011) y Bernstein, Monroy-Hernández, Harry, André, Panovich y Vargas (2011) es posible identificar al sitio 4chan,⁹ como un espacio virtual que se caracteriza por publicaciones de usuarios que intentan impactar e incitar a través de la irreverencia, con burlas en las que es muy frecuente una retórica sexista. Dado el alto impacto cultural de este sitio en un importante sector de jóvenes usuarios de Internet (Potapova y Gordeev, 2015), consideramos la posibilidad de que haya contribuido, entre otros factores, a la consolidación y reproducción de la misoginia y la violencia de género como una estructura que incide en las acciones de algunos usuarios de redes sociales como Facebook.

Método

El estudio estuvo dado a partir de dos etapas: la primera, una exploración a partir de ocho entrevistas a jóvenes usuarios (uno de ellos administrador de un grupo

⁹ Foro lanzado en 2003 en el que casi todas sus publicaciones consisten en imágenes publicadas de forma anónima y efímera.

autista).¹⁰ Las entrevistas fueron realizadas entre el 9 de febrero y el 30 de junio de 2017 y el rango de edad de los participantes se ubicó entre los 16 y los 23 años.¹¹ Todos ellos eran de sexo masculino, lo cual puede haber dado lugar a algunos sesgos en la información proporcionada que deben ser tomados en cuenta en la interpretación de los resultados; y que, sin embargo, refleja la composición demográfica típica de estos grupos. Luego de la transcripción y codificación de estas entrevistas, fue posible la identificación de algunas de las principales categorías que fueron consideradas con especial atención durante la observación en línea, entre las que destaca el sexismo como una forma de violencia simbólica.

La segunda etapa consistió en una observación participante semiencubierta (Lauder, 2003; Liamputtong, 2006; Brotsky y Gilles, 2007), definida como un trabajo de observación en el cual la identidad del investigador permanece secreta para la mayoría de los miembros del grupo estudiado. A partir de la información recogida durante las entrevistas, se tomó la decisión de recurrir a esta estrategia de observación mediante la creación de un perfil no analógico al investigador-observador (a modo de seudónimo), de forma que presentara características comunes en los jóvenes usuarios típicos de estos espacios. Se construyó un perfil de usuario que aparentara tener 16 años de edad, cuyo nombre e imagen de perfil fueron tomados a partir de productos audiovisuales japoneses de ficción, cuidando que no existiera la posibilidad de coincidencia con ninguna persona real. En virtud de que el acceso a este tipo de grupos es sumamente restringido, se inició esta observación en un grupo administrado por uno de los entrevistados, bajo su conocimiento, llamado *Stos Men* (STMS). Dentro de este grupo, se aceptaron solicitudes de amistad de otros usuarios, de forma que se fuera construyendo un perfil más verosímil,¹² antes de

¹⁰ Estos usuarios fueron seleccionados a partir de voluntarios que se presentaron luego de una convocatoria hecha en diversos grupos públicos en Facebook, en la ciudad de Saltillo Coahuila.

¹¹ Cinco de ellos eran estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, uno del Instituto Tecnológico de Saltillo, uno del Bachillerato Ateneo Fuente y el restante, era trabajador en la primera institución.

¹² Los administradores entrevistados señalaron que, para aceptar a un nuevo integrante en su grupo, además de su edad e imagen de perfil, tomaban en cuenta la antigüedad de la cuenta y su número de contactos.

solicitar el ingreso a otros grupos autistas más conocidos como *Legión Holk* (LH) y *Seguidores de la Grasa* (SDLG). La observación participante empezó el 14 de agosto de 2017.¹³ Una semana después, el 21 de agosto de 2017 se hicieron solicitudes de ingreso a LH y SDLG. Se logró ingresar a este segundo grupo tres días después, el 24 de agosto, gracias al apoyo de uno de los contactos (y que también había sido uno de los usuarios entrevistados). Hasta el final del periodo de observación, el 21 de octubre, no se logró el ingreso a LH, por lo que la aplicación de esta herramienta se limitó a tres grupos autistas: SDLG, con alrededor de 307 mil usuarios; STMS, con 196 mil usuarios y MysticNation, con cerca de 7.7 mil usuarios. Debido a que la mayor parte de la actividad en estos grupos ocurre durante la noche, se tomó la decisión metodológica de hacer las observaciones cada día a partir de las 7:00 am, en virtud de que, como medida de protección, los muros de estos grupos son cerrados durante las horas finales de la madrugada y el inicio de la mañana.¹⁴ Esto permitió tener acceso a las publicaciones más destacadas¹⁵ que hubieran sido realizadas durante la jornada anterior.

RESULTADOS

Casi todas las publicaciones observadas en los tres grupos seleccionados durante el trabajo de campo tenían un sentido humorístico (en ocasiones, de humor negro) y se referían a aspectos de la vida cotidiana típica en este grupo de edad:

¹³ La observación participante concluyó el 21 de octubre de 2017, a dos meses de iniciar la observación en SDLG y tras haber alcanzado un punto de saturación teórica (Glazer y Strauss, 1967).

¹⁴ Las entrevistas con los usuarios arrojaron que esta estrategia permite a los administradores tener control sobre las publicaciones que hacen los usuarios, de manera que no se infrinjan las reglas de Facebook sobre contenidos sexuales y de violencia gráfica, reduciendo con esto la posibilidad de que el grupo fuera cerrado por los responsables de esta plataforma.

¹⁵ A partir de la entrevista realizada a los administradores de STMS, se identificó que la cantidad de publicaciones en grupo de estas dimensiones típicamente podía encontrarse en el rango de las centenas, por lo que la observación tiene un sesgo derivado de un análisis realizado solo a las publicaciones con un mayor número de comentarios y reacciones

escuela,¹⁶ relaciones afectivas (de pares¹⁷ y con familiares¹⁸) y otras situaciones presentes en sus contextos próximos, como inseguridad pública, política y catástrofes naturales. En la mayor parte no fueron observadas expresiones misóginas. Sin embargo, en aquellas en que sí ocurría, era frecuente la manifestación de un holomeme¹⁹ cuyas enunciaciones señalan que el lugar de las mujeres debería ser la cocina (figura 1).

FIGURA 1. Selección de imágenes en torno al holomeme *elfa*,²⁰ *vete a la cocina*



Fuente: composición hecha a partir de capturas de pantalla hechas en el grupo SDLG.

¹⁶ Bajo el término de *skull*, según el llamado *lenguaje autista*.

¹⁷ Son muy frecuentes las descripciones de decepciones amorosas, muchas de las cuales son señaladas como *friendzone* (tipo de relación que se establece cuando no hay una correspondencia de afecto).

¹⁸ En este rubro, la figura materna (*gfa*, que es contracción de *jefa*) suele ser representada de manera icónica en torno tanto a un amor incondicional, como figura de autoridad.

¹⁹ Según Durham (1991), un holomeme está dado por el repertorio cultural completo de las variaciones que presenta un meme determinado, incluyendo aquellas formas latentes o aún no expresadas.

²⁰ *Elfa* es el término usado para referirse a las mujeres. Los hombres son llamados *lincs*.

Este es el contexto en el que fue publicado el siguiente momo el 4 de septiembre de 2017:²¹

FIGURA 2. Enunciación publicada por una aparente²² usuaria de SDLG



Fuente: captura de pantalla en SDLG.

Esta publicación dio lugar a 144 reacciones y 53 comentarios al momento de su registro. La mayor parte de estos comentarios reiteraban el antes mencionado holomeme. Esto puede explicarse tanto por el mayor número de usuarios de sexo masculino, como por otras estructuras de relación, entre las que sugerimos el sumarse a una tendencia percibida como mayoritaria (y que popularmente se conoce como *subirse al tren del mame*), así como la provocación que caracteriza las interacciones en estos espacios. Es importante destacar el hecho de que en muchos comentarios, al mismo tiempo que se celebraba el ingenio reflejado en

²¹ Dentro de los grupos autistas, a las mujeres se les suele llamar *elfas* y a los hombres *lincec*.

²² Los grupos en Facebook observados están integrados por una indeterminable cantidad de perfiles que no necesariamente corresponden con la identidad de sus usuarios. A esto se le llama *cuenta feik*. Es importante reconocer que no hay ninguna seguridad de que, a pesar del sentido de la imagen y el nombre de la usuaria que realizó la publicación, en efecto haya correspondido a una persona de sexo femenino; aunque lo más probable es que sí lo haya sido.

el *momo*, era repetida la idea antes mencionada, en frases como «Momazo!! Pero vete a la cocina, elfa».

Como ya ha sido mencionado, los grupos autistas establecen normas internas de carácter autorreferencial. En este sentido, las acciones llevadas a cabo por su administrador suelen recibir una gran atención, en parte porque reaccionar a ellas reduce la posibilidad de ser expulsado del grupo.²³ De cualquier forma, la imagen que mostramos en la figura 3, hace referencia a este mismo holomeme.

FIGURA 3. Publicación compartida por el administrador de SDLG



Fuente: captura de pantalla en SDLG.

²³ Se pide a los usuarios de los grupos autistas no ser *fantasmones*, es decir, tener una actividad consistente en dar reacciones y comentar las publicaciones de otros integrantes; en especial de su administrador, para no ser eliminados (*baneados*) del grupo.

En la figura 4 se muestran otras dos publicaciones aparentemente hechas por usuarias de SDLG, que tienen un sentido similar al mostrado en la figura 2.

FIGURA 4. Expresiones de usuarias en relación con el holomeme *elfa, vete a la cocina*



Fuente: composición hecha a partir de capturas de pantalla en SDLG

El momo de la izquierda, que expresa el acoso²⁴ del que suelen ser objeto las usuarias en los grupos autistas observados, fue registrado el 13 de septiembre y obtuvo 98 reacciones y 23 comentarios, mientras que el de la derecha, el 9 de octubre de 2017, consiguió 75 reacciones y 19 comentarios. En ambos casos, las manifestaciones observadas ocurrieron en un sentido similar al correspondiente al de la figura 2, con la reiteración del holomeme antes mencionado, en la mayor parte de los comentarios.

²⁴ *Pasar el pack* es una solicitud de un conjunto de fotografías (*pack*) donde una usuaria se muestre a sí misma desnuda.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El acercamiento a comunidades que han construido o incorporado formas de relación que de alguna forma les caracterizan (como el frecuente uso del sarcasmo y el humor negro como recursos de provocación), implica para el investigador social realizar un acercamiento inmersivo con el propósito fundamental de conocer una cultura ajena con la mayor profundidad posible, tratando de no realizar juicios de valor en ningún momento. Consideramos que al final de los 70 días que duró la ciberetnografía, se logró un conocimiento que nos permitió decodificar dichas publicaciones desde la estructura cultural que le había dado origen, y no a partir de una visión externa.

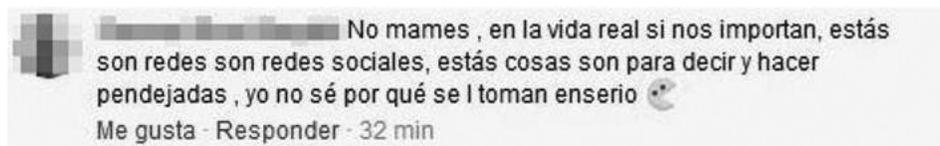
La reducción en esta tensión EMIC/ETIC (Harris, 1980), nos ha permitido el descubrimiento de múltiples capas de sentido en una buena parte de las publicaciones observadas, por lo que su interpretación es mucho más compleja de lo que en una primera instancia podría inferirse a partir de los *momos* que hemos mostrado previamente. Lo anterior implica considerar el uso de signos que tienen un significado interno que puede ser distinto en otros foros en Internet e, incluso, en otros grupos al interior del mismo Facebook. En este sentido, destaca el emoticon (emoji) dado por :v y que esta plataforma automáticamente convierte en una figura conocida como PacMan: 🤪. Este signo tiene un sentido cercano a: «lo que digo no es realmente en serio, es una broma», y opera como un modificador de toda la publicación, incluyendo tanto el texto como el momo de que se trate.

Todas las imágenes mostradas en la sección de resultados fueron publicadas acompañadas de una serie de unidades de sentido relevantes al interior de estos grupos, entre las que se encuentra dicho PacMan, y al que suelen sumarse frases como «reíoo horneado,»²⁵ «dejen su nike»²⁶ y otras similares. En muchos de los casos observados podemos hablar de distintas posibles capas de significación.

²⁵ Que significa que la imagen ha sido reciente elaborada.

²⁶ Petición de reacción de *Me Gusta*, que es una derivación de *like*.

Mientras que el nivel más evidente alude a enunciaciones misóginas, en otro plano esto se yuxtapone a las convenciones explícitas dentro de los códigos internos de estos grupos: «esto no debe ser tomado en serio», dando lugar a una suerte de distanciamiento entre los usuarios y sus comentarios, como fue comentado por algunos de los entrevistados: «Nada de lo que ahí ponemos es en serio, todo es juego» (estudiante universitario de 19 años de edad), y que coincide con este epígrafe posteriormente registrado en SDLG:



Aunado a lo anterior, frases como «elfa, vete a la cocina», en muchas ocasiones constituyen enunciaciones que son repetidas al interior de estas comunidades, formando así parte de un acervo cultural colectivo; es decir, se trata de auténticos memes, en el sentido de Dawkins (1976). Así, dicha unidad microcultural replicada, puede dar lugar al menos a tres posibilidades pragmáticas simultáneas: 1) estar siendo utilizada por su sentido intencionalmente provocador, 2) ser una etiqueta de adscripción colectiva; es decir, como una forma de reiterar la pertenencia al grupo (y que puede incluir también un plano relativo al género) y 3) como un meme que es repetido más para ser parte del llamado «tren del meme», que por su sentido literal.

Ante esta clase de formas de relación donde comentarios misóginos parecen ser un tipo de expresión estructuralmente aceptada, pudimos observar al menos tres intentos de resistencia. Mientras que dos de ellos eran críticos, otro era más bien una expresión catártica ante un acoso observado por parte de usuarios de sexo masculino. Como hemos planteado en la primera parte de este trabajo, nuestro análisis de caso se sitúa en una dimensión *micro*, a partir de distintos planos de relación. Por un lado, está el que corresponde a los usuarios que integran los grupos observados. Aquí, aunque en apariencia se trata de una estructura hori-

zontal, desde el punto de vista del género, hay un posicionamiento desigual del poder (incluso considerando la presencia de una moderadora en SDLG que contaba con una posición estratégica dentro de esta comunidad durante el periodo de análisis). Al ser los usuarios de sexo masculino el sector más numeroso, es claro que cualquier enunciación que hiciera evidente y denunciara el citado holomeme, recibiría reacciones como las que hemos descrito.

En todo caso, nos parece que esta acción podría acercarse a lo que Marshall (1950) identifica como prácticas de ciudadanía civil, en el sentido de que se relaciona con esfuerzos relacionados con el derecho a la equidad y respeto. De esta manera, las imágenes mostradas en las figuras 2 y 4 pueden ser identificadas a partir de lo señalado por Kabeer (2005) y Dagnino (2008), cuando hablan de la reivindicación de derechos entre sujetos que comparten posiciones relativamente similares.

En otro plano se encuentra lo relativo al momo republicado por el administrador de SDLG. Dada su posición de autoridad y de poder sobre el grupo, en este caso las expresiones observadas en dichas figuras aluden a una relación mucho más jerárquica. Ambas situaciones podrían ser entendidas como una forma de expresión *micro ciudadana* que alude a una posición de poder asimétrica y que es similar a las acciones emprendidas en otros espacios digitales, que han sido estudiadas por autores como Consalvo y Paasonen (2002), Horeck (2014) y Rentschler (2014). En todos estos casos, es posible describir el señalamiento de una forma de violencia simbólica que se encuentra normalizada en una gran cantidad de contextos, tanto físicos como digitales.

Como ya lo hemos mencionado, este fenómeno presenta en los grupos *autistas* observados, una capa de complejidad adicional a otros espacios en Facebook. Como lo hemos reiterado, una de las estructuras de relación social imperantes en estos espacios, está dada por el sentido intencionalmente provocador que tienen muchas de sus publicaciones. Replicar el holomeme «elfa, vete a la cocina», puede ser ubicado como parte de dicha intencionalidad normada. Así, en las expresiones de las figuras 2 y 4, sería también posible inferir una provocación ante lo establecido y socialmente interiorizado. Si las expresiones misóginas son lo *normal* (al

menos como provocación), señalar esta normalidad ciertamente puede ser toda una provocación en sí misma. En otras palabras, dentro de la complejidad que implica el caso analizado, existe la posibilidad de que, más allá de un aparente intento por buscar otras formas de relación *microciudadanas*, reivindicar el derecho al respeto hacia las mujeres, puede ser en sí mismo un acto contrahegemónico capaz de provocar un conjunto de reacciones como las ya señaladas.

Si dichas acciones pueden ser consideradas como una *micropráctica ciudadana*, está sujeto a distintos factores. Uno de ellos, tiene que ver con la posición epistemológica que se asuma ante la discusión de qué es la ciudadanía, y por derivación, en qué consiste una práctica ciudadana. Como establecimos en el apartado conceptual de este trabajo, se trata de una discusión que de ninguna manera está exenta de controversias. Con base en los autores que hemos revisado, nos parece que existen las bases para considerar la existencia de planos de relación en los que, además de que pueden tener una condición digital y de alcances acotados; se busquen reivindicar derechos fundamentales. Otro factor se encuentra precisamente en los objetivos de los sujetos de enunciación, es decir, cuáles fueron las estructuras que intencionalmente se manifestaron a partir de las publicaciones que hemos referido; así como su interpretación por parte de las usuarias a las que se han dirigido. Debemos admitir sin reserva alguna que las limitaciones metodológicas de nuestra estrategia nos impiden dar cuenta de ello en este momento. Sin embargo, esto abre la posibilidad a futuros abordajes en los que se haga un mayor énfasis en los procesos de construcción del sentido de los sujetos.

Sin perder de vista lo ya señalado sobre la provocación como estructura de enunciación, una reflexión que nos parece relevante en este punto puede ser la siguiente: ¿cuáles podrían ser algunos de los factores contextuales y macroestructurales que estén influyendo en la generación de enunciaciones en las que se representa a la mujer como un ente receptor de actos violentos? Una posible respuesta se encuentra en el trabajo de autores como Hanmer y Maynard (1987) y Terry y Hoare (2007), quienes señalan la existencia de patrones ancestrales de control y sometimiento hacia lo femenino. Así, en términos sistémicos (Luhmann, 1987), consideramos que es posible hablar de complejos procesos de acoplamiento es-

tructural y morfogénesis, en los que los subsistemas sociotécnicos analizados tienden a reproducir las formas de relación que se ubican en los suprasistemas a los que pertenecen. En otras palabras, como ha sido sugerido, el comportamiento de los usuarios de medios sociales como Facebook en general, y de grupos *autistas* en particular, muestra una tendencia a replicar conductas ampliamente extendidas, y que, en este caso, se presentan como enunciaciones de tipo sexista, sin importar las intenciones y las múltiples interpretaciones que puedan tener.

Aunque los usuarios entrevistados hayan asignado un sentido lúdico a los señalamientos que se hacen a las mujeres, consideramos que la forma concreta que adquieren estas enunciaciones no es casualidad, sino precisamente el resultado de los acoplamientos estructurales que hemos sugerido. El humor no se refiere simplemente a cualquier situación, sino que habla de roles de género heteronormados que son socialmente reconocibles.

Es altamente probable que al observar las expresiones que hemos referido en los resultados, puedan surgir interpretaciones que pudieran llevar su señalamiento. Sin embargo, quizás el verdadero asunto a reflexionar radique en la naturalidad y apertura con que tienen lugar, como un reflejo de la condición de una parte de nuestra cultura, caracterizada por profundas desigualdades y formas de ejercicio del poder alejadas de los ideales implícitos en nociones como democracia y ciudadanía.

BIBLIOGRAFÍA

- AMIPCI (2018). 14 Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2018. <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/function/startdown/81/lang,es-es/?Itemid=>
- BAKARDJIEVA, M., Svensson, J., y Skoric, M. (2012). Digital citizenship and activism: Questions of power and participation online. *JeDEM-eJournal of eDemocracy and Open Government*, 4(1).
- BALIBAR, E. (2015). *Citizenship*. Cambridge, Reino Unido: Polity Press.

- BELLAMY, R. (2008). *Citizenship. A very short introduction*. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press.
- _____ y Kennedy-Macfoy, M. (2014). *Citizenship. Critical concepts in Political Science*. Londres: Routledge.
- BENÍTEZ, E. (2015). *Ciberbullying LGBT-fóbico. Nuevas formas de intolerancia*. Madrid: COGAM.
- BERNSTEIN, M. S., Monroy-Hernández, A., Harry, D., André, P., Panovich, K., y Vargas, G. G. (2011). 4chan and/b: An analysis of anonymity and ephemerality in a large online community. *Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 50-57.
- BLAUT, J. M. (1992). The theory of cultural racism. *Antipode*, 24(4), 289-299.
- BOKSER, J. (2006). Ciudadanía, procesos de globalización y democracia. *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública* (5), 163-189.
- BOURDIEU, P. (1986). The forms of capital. *Cultural theory: An anthology*, 1, 81-93.
- BROTSKY, S. R., y Giles, D. (2007). Inside the «pro-ana» community: A covert online participant observation. *Eating disorders*, 15(2), 93-109.
- CARSTENSEN, T. (2014). Gender and social media. Sexism, empowerment, or the irrelevance of gender? En Carter, C., Steiner, L. y McLaughlin, L. (eds.) *The Routledge Companion to Media and Gender*. Londres: Routledge.
- CHAVARRÍA, A. (2014). Esfera pública digital: viejas prácticas en 140 caracteres. Twitter en las elecciones México 2012. *Virtualis*, 5(9), 76-89.
- COLLINS, S. D. (2006). *Aristotle and the rediscovery of citizenship*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.
- CONSALVO, M. y S. Paasonen (2002). *Women and everyday uses of the Internet: Agency and Identity*. Nueva York: Peter Lang.
- DAGNINO, E. (2008). Los significados de ciudadanía en América Latina. En Chapparro, A., Galindo, C. y Sallenave, A. M. (ed.). *Estado, Democracia y populismo en América Latina*, p. 194-227. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
- DAWKINS, R. (1976). *The Selfish Gene*. Nueva York: Oxford University Press.
- DOMINELLI, L. y Moosa-Mitha, M. (2014). *Reconfiguring citizenship*. Surrey, Reino Unido: Ashgate.

- DUBROFSKY, R. E. y Wood, M. M. (2014). Posting racism and sexism: Authenticity, agency and self-reflexivity in social media. *Communication and Critical Cultural Studies*, 11(3), 282-287.
- DURHAM, W. H. (1991). *Coevolution: genes, culture and human diversity*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- EL DIARIO DE COAHUILA (18 de enero de 2017). «Legión Holk» se adjudica balacera en Monterrey. <http://www.eldiariodecoahuila.com.mx/nacional/2017/1/18/legion-holk-adjudica-balacera-monterrey-629843.html>
- FONTANELLA, F. (2010). Nós somos anonymous: anonimato, trolls e a subcultura dos imageboards. *XXXIII Congresso da Intercom*, 2 al 6 de septiembre, Universidade de Caixas do Sul, Brasil.
- FOUCAULT, M. (2007). *El nacimiento de la biopolítica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- FOX, J., Cruz, C., y Lee, J. Y. (2015). Perpetuating online sexism offline: Anonymity, interactivity, and the effects of sexist hashtags on social media. *Computers in Human Behavior*, 52, 436-442.
- _____ y Warber, K. M. (2014). Queer identity management and political self-expression on social networking sites: A co-cultural approach to the spiral of silence. *Journal of Communication*, 65(1), 79-100.
- GIDDENS, A. (2000). *Sociología*. Madrid: Alianza.
- GIMÉNEZ, G. (2000). Materiales para una teoría de las identidades sociales. En Valenzuela Arce, J. M. (coord). *Decadencia y auge de las identidades*, pp. 45-78. México: El Colegio de la Frontera Norte / Plaza y Valdés.
- HANMER, J. y Maynard, M. (1987). *Women, violence and social control*. Londres: MacMillan Press.
- HARRIS, M. (1980). *Cultural materialism: the struggle for a science of culture*. Nueva York: Random House
- HENRY, N., y Powell, A. (2015). Beyond the «sext»: Technology-facilitated sexual violence and harassment against adult women. *Australian & New Zealand Journal of Criminology*, 48(1), 104-118.

- HERWIG, J. (2011). The Archive as the Repertoire. Mediated and Embodied Practice on Imageboard 4chan.org. En Friesinger, G., Grenzfurthner, J. y Ballhausen, T. (ed.) *Mind and Matter. Comparative approaches towards complexity*. Londres: Transaction Publishers.
- HINE, C. (2000). *Virtual ethnography*. Londres: Sage.
- HORECK, T. (2014). #AskThicke: «Blurred Lines», rape culture, and the feminist hashtag takeover. *Feminist Media Studies*, 14(6), 1105-1107.
- KABEER, N. (2005). En busca de una ciudadanía incluyente: sus significados y expresiones en un mundo interconectado. En Kabeer, N. (coord.) *Ciudadanía incluyente significados y expresiones*, p. 7-36. México: UNAM-PUEG.
- KANNER, L. (1943). Autistic disturbances of affective contact. *Nervous child*, 2(3), 217-250.
- KIAN, E. M., Clavio, G., Vincent, J., y Shaw, S. D. (2011). Homophobic and sexist yet uncontested: Examining football fan postings on Internet message boards. *Journal of Homosexuality*, 58(5), 680-699.
- LAUDER, M. (2003). Covert participant observation of a deviant community: justifying the use of deception. *Journal of Contemporary Religion*, 18(2), 185-196.
- LEVY, P. (1999). *Qué es lo virtual*. Barcelona: Paidós.
- LIAMPUTTONG, P. (2006). *Researching the vulnerable: A guide to sensitive research methods*. Londres: Sage.
- LUHMANN, N. (1984). *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. México: Anthropos/Universidad Iberoamericana/Centro Editorial Javerino.
- MARSHALL, T. H. (1950). *Citizenship and social class*. Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.
- MCGILLIVRAY, D., McPherson, G., Jones, J., y McCandlish, A. (2016). Young people, digital media making and critical digital citizenship. *Leisure Studies*, 35(6), 724-738.
- MILENIO (18 de enero de 2017). Qué es Legión Holk. http://www.milenio.com/region/que_es-legion_holk-milenio_o_886711685.html
- NEUMAN, W. R., Bimber, B., y Hindman, M. (2011). The Internet and four dimensions of citizenship. En Shapiro, R. Y., y Jacobs, L. R. (eds.). *The Oxford Hand-*

- book of American Public Opinion and the Media*, 22-42. Oxford, Reino Unido: Oxford University Press.
- OJEDA, A. R. (2017). Sectas y legiones en Facebook: Comunidad virtual, cibercultura e identidad en la juventud digital. *Decursos* 36, 183-194.
- PENNY, L. (2013). *Cybersexism. Sex, gender and power on the Internet*. Londres: Bloomsbury.
- PAPACHARISSI, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New media & society*, 4(1), 9-27.
- POTAPOVA, R., y Gordeev, D. (2015). Determination of the internet anonymity influence on the level of aggression and usage of obscene lexis. *Proceedings of the 17th International Conference of Speech and Computer*, 2, 29-36.
- PUBLIMETRO (18 de enero de 2017). Tirador de colegio en Monterrey habría anunciado ataque en La Legión Holk. <https://www.publimetro.com.mx/mx/monterrey/2017/01/18/tirador-colegio-monterrey-anuncio-legion-holk.html>
- PUTNAM, R. D. (1995). Bowling alone: America's Delining Social Capital. *Journal of Democracy*, 6(1), 65-78.
- RENTSCHLER, C. A. (2014). Rape culture and the feminist politics of social media. *Girlhood Studies*, 7(1), 65-82.
- RIERA, P. G. (2018). *La comunicación a través de facebook y la violencia de género entre pares en adolescentes de noveno y décimo año de E.G.B. de la Unidad Educativa Juan Pío Montufar* (tesis de maestría). Quito: Universidad Central del Ecuador.
- RUBIN, J. D. y McClelland, S. I. (2015) 'Even though it's a small checkbox, it's a big deal': stresses and strains of managing sexual identity(s) on Facebook. *Culture, Health & Sexuality*, 17:4, 512-526, DOI: 10.1080/13691058.2014.994229.
- SALTER, M. (2013). Justice and revenge in online counter-publics: Emerging responses to sexual violence in the age of social media. *Crime Media Culture*, DOI: 10.1177/1741659013493918.
- SHAW, A. (2014). The Internet is full of jerks, because the world is full of jerks: What feminist theory teaches us about the Internet. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 11(3), 273-277.

- SHELLEY, M. *et al.* (2004). Digital Citizenship. *Social Science Computer Review*, 22(2), 256-269.
- SDP NOTICIAS (18 de enero de 2017). «Legión Holk» se adjudica balacera en Colegio Americano. <https://www.sdpnoticias.com/nacional/2017/01/18/legion-holk-se-adjudica-balacera-en-colegio-americano>
- SPENDER, D. (1996). *Nattering on the Net*. Toronto: Garamond Press.
- TERRY, G. y Hoare, J. (2007). *Gender-Based Violence*. Londres: Oxfam.
- TREJO, R. (2009). Internet como expresión y extensión del espacio público. *Revista Matrices*, 2(2), 1-16.
- WILSON, C. C., Gutiérrez, F. y Chao, L. M. (2013). *Racism, sexism and the media. Multicultural issues into the new communications age*. Londres: Routledge.

MEDIOS Y SISTEMA DEMOCRÁTICO MEXICANO

Apuntes teóricos sobre la reconfiguración del espacio público

SERGIO GARCÍA SÁNCHEZ¹

INTRODUCCIÓN

El análisis de los movimientos sociales que se han desarrollado en la actualidad, (segunda década del siglo XXI) no puede realizarse sin tomar en cuenta la reconfiguración constante del espacio público. La emergencia del espacio público digital a partir del desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) ha producido transformaciones importantes en las formas de organización, protesta y difusión de las movilizaciones colectivas.

A partir de 2010, hemos visto cómo las tecnologías de la comunicación y la información parecen haberse convertido en la panacea de nuevas acciones políticas alrededor del mundo, tal como sucedió por ejemplo, con el fenómeno que iniciara en Túnez a finales de 2010 con las protestas contra el gobierno de Zine El Abidine Ben Ali, y que tras la caída de dicho personaje se extendiera por Líbano, Mauritania, Sudán, Arabia Saudí, Yibuti y Somalia.

En Egipto, donde la caída de Mubarak fue sumamente violenta. El caso de Libia, donde la muerte de Gaddafi cerró una etapa de violencia que dejó más de 15 mil muertos. Y finalmente en Siria, donde se libró una lucha contra el régimen de Bashar al-Assad.

¹ Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UNAM).

Europa no fue la excepción, el 15 de mayo se originó en España el movimiento 15M, también conocido como el Movimiento de los Indignados, un movimiento mundial que establecía una fuerte crítica a las democracias electorales y al capitalismo; exigía principalmente una democracia real, un gobierno en el que el pueblo participa y fuera el sostén, en lugar de una oligarquía electoral. Este movimiento se extendió por varios países, los más activos Estados Unidos con el Occupy Wall Street, y recientemente Francia con el Nuit Debout.

En Latinoamérica también se desarrollaron movimientos sociales emblemáticos, el movimiento estudiantil en Chile en 2011 y el #Yosoy132 en México, son acciones colectivas que ejemplifican del uso de nuevas formas de comunicación, redes sociodigitales como Twitter, Facebook, Youtube, que resultaron fundamentales en la propagación de manifestaciones y encuentros masivos.

Para entender estas acciones políticas creemos que es importante tener en cuenta la digitalización del espacio público, esta transformación exige repensar la concepción que se tiene sobre una noción muy estudiada en las ciencias sociales. El interés principal de este trabajo es analizar las transformaciones del espacio público a partir del desarrollo tecnológico de Internet y sus implicaciones en la construcción de nuevas formas de acción política.

Retomamos la noción de espacio público, abordándola en un sentido diferente al de Hanna Arendt y al de Habermas, ya que ellos hablan de declive y destrucción del espacio público. En este trabajo proponemos hablar de una *reconfiguración* constante del espacio público.

Es por eso que, en vez de cuestionarnos sobre su destrucción, sobre su crisis, las interrogantes las centramos en «¿Cómo se ha transformado el espacio público a partir del desarrollo de las TICs? ¿Qué tipo de espacio público se genera? ¿Qué formas de acción política permiten que circulen?».

Así, partimos de dos importantes hipótesis:

1. Que el espacio público se ha construido históricamente a partir de diferentes soportes comunicativos que le han dado una estructura particular: la asamblea, la prensa escrita, la radio, la televisión, Internet, etcétera.

2. Que estos soportes de comunicación imponen determinadas modalidades de interacción, de acceso, de formación de comunidades particulares que dotan de cierta estructura a las prácticas políticas y sociales.

A partir de estas hipótesis, proponemos la revisión de 1) de los sentidos de lo público: lo común, lo visible, lo abierto (Rabotnikof), 2) la extensión del espacio público: microsferas, mesoesferas, macrosferas, (Keane) y 3) proponemos el estudio de cuatro escenarios o modelos de espacio público, los que sustentan la idea de reconfiguración: el modelo clásico griego, el modelo burgués (Ilustración), el modelo mediático (desarrollo de los medios de comunicación masiva) y el modelo digital (desarrollo tecnológico de Internet).

Los sentidos de lo público

El principal problema que se nos presenta cuando se habla de espacio público es, de entrada, la complejidad de su definición. Esto se debe a que el término *público* carga con diversos significados, su uso lingüístico demuestra la variedad de acepciones, en algunas ocasiones es utilizado como sustantivo (el público), otras como adjetivo (administración pública, documentos públicos, información pública, espacio público, entre otros).

Otro factor que se suma a la confusión, es que tanto lo público como lo privado se han modificado a través del tiempo, en una reconfiguración constante. Quizá es en el periodo de la Grecia clásica donde son evidentes sus límites y diferencias en la realidad social: el espacio público estaba destinado a los asuntos políticos comunes; mientras que lo privado estaba reservado a lo doméstico, a las actividades necesarias para poder vivir, solo aquel que tenía resuelta la vida privada podía dedicarse a la vida pública.

Es desde esta tradición clásica griega que lo público tiene una relación con lo común, con lo que atañe a todos los que conforman una comunidad; con el surgimiento del Estado, esta relación siguió vigente, al relacionar los asuntos públicos

con los intereses estatales. Sin embargo, en el periodo de la Ilustración lo público funcionaba más como mediador entre el Estado y la sociedad, dando pauta a una separación entre el Estado, la comunidad y el individuo.

Tanto la tradición clásica griega como la Ilustración conciben al espacio público como el lugar donde se pueden dirimir los problemas que son comunes a todos de una forma libre, capaz de controlar y racionalizar el poder del Estado. A esta idea de un espacio público racional es que se apela constantemente como única posibilidad de fortalecer los principios democráticos.

Cuando hablamos de espacio público es importante recurrir a los tres sentidos básicos asociados a *lo público* que traza Nora Rabotnikof (2005): lo común y general, lo visible y manifiesto, lo abierto y accesible. Lo común y general alude a lo que es de utilidad o de interés común a todos, lo que atañe al colectivo, lo que concierne a la comunidad. Y ello, en oposición a lo privado, entendido como lo que refiere a la utilidad, el interés o el ámbito individual o particular. Público designa lo perteneciente o concerniente a todo un pueblo o comunidad política y por eso su referencia a la autoridad colectiva de ahí emanada.

El segundo criterio remite a la visibilidad en oposición al ocultamiento público, lo visible y lo manifiesto *versus* lo privado como lo secreto. Es decir, según este criterio, público es aquello que se despliega a la luz del día, mientras que privado es aquello que se sustrae a la mirada, a la comunicación y al examen.

Decimos que una cuestión ya es pública, en el sentido de que es conocida, sabida y ha sido expuesta a la luz pública. Dicha cuestión puede hacer referencia a la dimensión privada (en el primer sentido, es decir no ser de interés común ni general) de una persona o un grupo y, sin embargo, ser pública en el sentido de ser manifiesta, de aparecer.

Un personaje público no es necesariamente alguien cuyo espacio de decisión o de acción se vincula con el colectivo (en el primer sentido de público) y, sin embargo, su vida (un actor, un jugador de fútbol) transcurre, la mayoría de las veces, públicamente, porque está expuesto a la mirada de los demás. De manera inversa, y esto es importante, la autoridad pública, el poder público, la gestión de la cosa pública puede ejercerse de manera privada, ocultarse, desenvolverse en secreto.

El tercer criterio es el de la apertura o la clausura. Público, en esta línea, designaría lo que es accesible y abierto a todos, en oposición a lo privado, como aquello que se sustrae a la disposición de otros. Este último y tercer criterio público es aquello que, al no ser objeto de apropiación particular, se encuentra abierto, distribuido. Los lugares públicos (calles, plazas) son así lugares abiertos a todos, mientras que el símbolo más ostensible de la privacidad, entendida como apropiación, es precisamente la clausura.

En la medida de su accesibilidad, el espacio público garantiza la *pluralidad*, tanto de personas y grupos como de temas y posiciones.

2. Dimensiones del espacio público

En el ideal normativo, el espacio público es un lugar de razonamiento y discusión, que permite acotar los poderes del Estado o del gobierno, su contenido tiene que ser público, en el sentido de que atañe a lo común y colectivo; tiene que ser manifiesto y tiene que mostrar apertura.

En este ideal se tipifica un espacio público general, que está delimitado por un territorio, llámese Estado, nación o comunidad. En este sentido, resulta interesante la aportación que realiza John Keane en su texto *Transformaciones estructurales de la esfera pública*, donde comenta que es importante pensar en una multiplicidad de espacios públicos de diferentes tamaños, que pueden conectarse a través de una especie de nodos de comunicación que no están delimitados espacialmente por el Estado (Keane, 1997).

Para Keane el espacio público puede componerse de una relación espacial entre dos o más personas que discuten asuntos públicos, ya sea a partir de una comunicación directa, de persona a persona, o terciada por un medio de comunicación (televisión, radio, computadora, teléfono, etcétera). Así, establece una distinción de diferentes espacios públicos a partir de sus alcances y tamaños, a estos espacios les llama *microesferas*, *mesoesferas* y *macroesferas*.

Entre las *microesferas* públicas podemos encontrar desde una simple charla entre amigos, círculos de discusión, hasta la iglesia, organizaciones vecinales, de barrio, estudiantiles. Son pequeños espacios que por lo general tienen una «...estructura horizontal y de pequeña escala, en los cuales los ciudadanos forjan su identidad y a menudo se enfrentan a los poderes con estructuras verticales» (Keane, 1997, p. 59).

El tipo de comunicación que se despliega en las *microesferas* es de persona a persona, totalmente dialógico, por tanto, permite mayor retroalimentación y una discusión directa sobre determinados temas.

Las *mesoesferas* públicas son construidas a través de medios de comunicación (prensa, radio, televisión) y por tanto, el mensaje es mediado y tiene un carácter unidireccional. A diferencia de las *microesferas*, donde existe una comunicación dialógica y horizontal, en las *mesoesferas* el mensaje se produce en determinada empresa-institución de comunicación y es dirigido masivamente a cierto público, anulando la capacidad de diálogo y respuesta del receptor, provocando una comunicación totalmente vertical.

En cuanto a las *macroesferas* públicas, estas son posibles a partir del desarrollo de medios masivos de comunicación, que tienen una cobertura mundial y están conformados por *macropúblicos* de millones de personas.

Estas *macroesferas* se construyen a través de empresas de televisión, radio, cine, prensa, que operan con una difusión mundial; Keane no está pensando en las TIC, ya que para cuando apareció su texto, al final de la década de los noventa, el desarrollo de Internet aún era incipiente. Sin embargo, se puede observar que si bien las empresas de comunicación transnacionales aportan a la construcción de *macroesferas*, en la actualidad, el desarrollo de Internet y de la telefonía móvil colocan a estas tecnologías como partes fundamentales de estas esferas extendidas, que rompen con los espacios de los Estados-nación.

Modelos de Espacio Público

Espacio público griego

Los griegos distinguían tres ámbitos o esferas sociales: la del hogar (*oikos*), la de la política (*ecclesia*) y la de lo público (*ágora*), que servía de punto de conexión o comunicación entre las dos primeras. La esfera del hogar era el lugar adecuado para el cultivo de los intereses estrictamente privados, lugar donde comenzaba la formación de los individuos y en donde se recibían las primeras lecciones de educación cívica. La política venía a ser la esfera donde se tomaban las decisiones que afectaban a la ciudad y los intereses comunes, estas decisiones eran el resultado de un proceso de discusión en el que afloraban las distintas perspectivas, intereses y concepciones de los ciudadanos: este era el ámbito propio de lo público.

Lo público suponía la existencia previa de dos condiciones: el individuo libre y la libre discusión. Solo así se entendían la existencia del pueblo (*demos*) y de la opinión (*doxa*). Era en el ágora donde discurre la vida de los ciudadanos, liberados de las cargas del hogar, el espacio en el que se alcanzaba la autonomía personal y donde se ejercía la ciudadanía.

En la esfera privada de la familia era donde se cuidaban y garantizaban las necesidades de la vida, la supervivencia individual y la continuidad de la especie. Una de las características de lo privado era que el hombre existía en esta esfera, no como verdadero ser humano, sino únicamente como espécimen del animal de la especie humana. Esta era precisamente la razón básica del tremendo desprecio sentido en la antigüedad por lo privado.

La responsabilidad política constituía una carga, tomada exclusivamente en beneficio del bienestar y la salvación de quienes se liberaron de la preocupación de los asuntos domésticos. Está claro que la vida pública solo era posible después de haber cubierto las necesidades más urgentes de la vida privada (Arendt, 2005).

Para Arendt, público es aquello que aparece y puede ser visto y oído por otros. Lo público, como mundo de apariencias, es el mundo visible y ostensible, cuya

realidad es aparecer frente y ante los demás, esta aparición se efectúa a través de la visión y el discurso. Lo público, como lugar de apariencias, permite así que las obras y las palabras sean mutuamente reconocidas y apreciadas, y que la pluralidad de la condición humana se manifieste.

En segundo lugar, el término público remite al mundo mismo, en cuanto es común a todos nosotros y diferenciado del lugar privado. Este *estar en medio* del mundo en común, que conecta y separa, proporciona el contexto físico, el marco de referencia común y la continuidad temporal del espacio de apariencias. Proporciona el contexto físico, en el que se desenvuelven los asuntos humanos y constituyen un patrimonio colectivo.

Más que estar determinado por procedimientos, el espacio público es creado aquí por fenómenos, apariciones y acontecimientos; fenómenos que, a su vez, crean ese espacio público, el contexto escenográfico como el diálogo, ambos constitutivos de la visibilidad que dota de existencia al espacio público.

Así, en primera instancia, público y privado parecen remitir a dos ámbitos ontológicamente diferenciados, dos principios y dos sedes de actividad distintas: el espacio público a la acción y al discurso; el privado al trabajo y a la reproducción. Lo público es lo aparente y lo manifiesto, lo que es visto y oído por otros; lo privado es lo oscuro, que debe de ser ocultado, sustraído de la mirada de lo demás.

En la *polis* griega parecen articularse los tres sentidos de lo público. Por un lado, el ámbito de lo común (primer sentido), de la participación activa de los ciudadanos en la construcción y defensa de la comunidad política se desarrolla en el ágora. La vida pública se desarrolla de forma manifiesta (segundo sentido) a la luz del día y en presencia de todos. Y, por último, es un espacio potencialmente abierto (tercer sentido) a todos los que son iguales ante la ley, o a los individuos que han solventado su vida privada.

El espacio público griego se desarrolla en estructuras horizontales y de pequeña escala, similares a las *microesferas*. La interacción política que permite este espacio público es totalmente directa, el lenguaje es el instrumento comunicativo y, por tanto, se construye una comunicación dialógica, de persona a persona, las cuales comparten un tiempo y un espacio determinado.

Espacio público burgués

La sociedad burguesa surge en los siglos XVII y XVIII, impulsada por la consolidación del Estado y el desarrollo de la economía privada. El espacio público burgués emerge de la destrucción de las relaciones sociales, políticas y económicas que se desarrollaban en los feudos e instituye una instancia jurídico-política, que expande el espacio público a un espectro más amplio.

La fragmentación de los poderes feudales dio paso a la creación del Estado como órgano de administración política y económica a través de órganos del poder público: parlamentos, gobiernos, ejército. La construcción política de la comunidad se realiza a partir del interés particular de los individuos, el cual se despliega contra el secreto de Estado y vuelve *públicas* las leyes y medidas que afectan a la generalidad de los privados (Rabotnikof, 2005, p. 43).

Bajo esta premisa, el espacio público burgués designa un territorio de vida, donde al hacer públicos los anhelos de los privados, se construye una opinión pública que hace referencia a la opinión razonada, que se afirma como crítica de las decisiones estatales.

De manera general, todos los ciudadanos pueden tener acceso a este territorio, que se construye a partir de conversaciones entre individuos que se interesan por cosas comunes, es decir, públicas.

Este ejercicio de opinión fue construyendo una sociedad civil que se diferenció del Estado, la cual se desarrolló bajo la idea Habermasiana de que «...la discusión pública fomenta la ilustración mutua entre público y autoridad. El público se ilustra a través de la exposición pública de la verdad y el gobernante se entera del estado de los asuntos públicos» (Habermas, 1981, p. 50).

Esta idea de ilustración mutua, la recupera Habermas como un asunto fundamental que impone una lógica para el diálogo público, lo cual hace posible pensar en una democracia deliberativa, e implica la posibilidad de que los ciudadanos resuelvan sus diferencias a través del razonamiento público y que estos reconozcan la legitimidad de sus instituciones, en tanto estas establecen un horizonte para la deliberación pública. Entender de esta manera la democracia supone que el

conflicto social puede ser regulado en forma racional a través del debate y la argumentación pública.

La opinión pública se transforma en poder comunicativo a través de los procedimientos democráticos institucionalizados. Sin embargo, aclara Habermas, este poder comunicativo no tiene como objeto gobernar al poder administrativo, sino que solo lo orienta en direcciones específicas.

Habermas explica esta relación a través de lo que llama el *asedio* (*belagerung*), esto es, la presión que ejerce la periferia sobre el centro, a través del poder comunicativo de la sociedad civil, que ofrece e impone temas, razones y argumentos que, en última instancia, serán los que racionalicen o legitimen la decisión administrativa.

Bajo este ideal, el modelo de publicidad burguesa descrito por Habermas, plantea un esquema normativo de argumentación que rechaza el secreto de Estado y apela a las capacidades y conocimientos de la ciudadanía sobre asuntos públicos, como condición y posibilidad de poder ejercer sus derechos de participación democrática.

La argumentación de Habermas se sostiene bajo dos premisas: la primera, se basa en la idea de que la prensa periódica estimuló una discusión crítica sobre los asuntos públicos, la cual se desarrolló en espacios de discusión, como salones, cafés, etcétera, un lugar espacial que, de alguna forma, sustituyó al *ágora* griega. La segunda premisa apunta al hecho de que esta discusión, estimulada por la prensa, tuvo un impacto transformador en la forma institucional de los estados modernos.

De este modo, la palabra escrita cumplió un papel decisivo en la estimulación del debate entre individuos particulares. Aquí es importante notar que Habermas hace especial hincapié, no en las características distintivas de la prensa como medio de comunicación y las nuevas formas de interacción que surgen a partir de esta, sino en el modelo de comunicación dialógico, basado en la palabra hablada, que estructura el espacio público burgués.

El espacio público burgués, al igual que el espacio público griego, se podría pensar como un microespacio público, en el sentido que le da John Keane, basado

en una comunicación cara a cara, dialógica, que crea una opinión pública que es capaz de racionalizar el poder estatal (Keane, 1997).

El espacio público mediático

La recuperación de la democracia en el siglo XIX constituye el punto de inflexión, por medio del cual se pone en crisis el modelo burgués de publicidad. El advenimiento de la democracia como forma de gobierno ideal y el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación masiva son elementos que modifican el modelo burgués y que condicionan la configuración de un nuevo modelo de espacio público.

De manera progresiva, entra en crisis la función del Estado de articular los intereses comunes. Surge la llamada *sociedad civil*, sobre la cual se fundan las esperanzas de un nuevo lugar para la política, un nuevo espacio de emergencia de lo común y lo general.

En la actualidad, dentro del contexto de las democracias contemporáneas es indefectible la apelación de los tres sentidos (lo común, lo manifiesto, lo abierto) en la configuración del espacio público. En la idea misma de democracia, en su exigencia, parece consustancial la idea del espacio público. La legitimación del poder democrático exige que los órganos de autoridad y los temas de interés público (comunes/generales) sean procesados de manera visible a todos (manifiesta/conocida) y que la participación de los interesados se garantice en su reflexión y discusión pública (abierta). De esta forma, la idea de espacio público funge como un complemento de la democracia.

Sin embargo, el espacio público contemporáneo que se ha construido a partir del ideal democrático y el avance tecnológico de los medios de comunicación masiva, ha ponderado el sentido de lo visible por encima de lo común y lo abierto. En palabras de Habermas, asistimos a una especie de refeudalización del espacio público.

Si recordamos, para Hannah Arendt (2005) la esfera pública era un espacio de aparición en el cual las cosas dichas y hechas podían ser vistas y oídas por otros y por uno mismo. Es decir, las personas se volvían visibles para los otros. Y el hecho de que fueran visibles para otros les otorgaba una especie de realidad que de otro modo no hubieran tenido, una realidad que consta en el hecho de que estos actos y pronunciamientos tenían como testigo a una pluralidad de otros.

Si bien Arendt ofrece esta observación, no la desarrolla en detalle, ni tampoco la conecta con las formas mediáticas de comunicación. Tomemos entonces la observación de Arendt como punto de partida para desarrollar lo que a nuestro juicio caracteriza al espacio público mediático: el sentido público de lo visible, a partir del acto de aparecer, lo cual caracteriza a la actual política mediática y su preocupación por cultivar la imagen, antes que estimular el debate crítico.

Con el desarrollo de los medios de comunicación masiva (MMC) —que comenzó con la imprenta, a principios de la modernidad europea y continuó con los medios electrónicos en los siglos XIX, XX y XXI— la visibilidad se libera de las propiedades espaciales y temporales del aquí y el ahora.

La visibilidad de los individuos, actos y eventos, es separada del escenario común compartido, es el fenómeno que Thompson llama visibilidad mediática (Thompson, 1998). Uno ya no tiene que estar presente en la misma situación espacio-temporal para ver a otro individuo o ser testigo de un acto o evento. El campo visual se extiende en el espacio y en el tiempo: uno puede ser testigo presencial de hechos que ocurren en lugares lejanos, mientras suceden en tiempo real; también se puede ser testigo de hechos ocurridos en el pasado con posibilidad de ser representados en el presente.

De este modo, el desarrollo de los MMC da lugar a una nueva forma de visibilidad en el espacio público contemporáneo o, para ser más preciso, nuevas formas de visibilidad, cuyas propiedades específicas son definidas por medios de comunicación determinados. Por tanto, lo que hoy consideramos como la esfera pública está esencial e inevitablemente constituida por estas formas de visibilidad mediática.

Tal y como sucede en la imprenta, la televisión separa a la propiedad pública del hecho de compartir un lugar común y de la comunicación dialógica característica de la interacción cara a cara. Sin embargo, la televisión establece una nueva y distintiva relación entre propiedad pública y visibilidad.

Si bien, en el espacio público griego y burgués, el sentido de la apertura y la accesibilidad estaba restringido —recordemos que en el espacio griego solo podían participar aquellos que tenían resuelta la vida privada, por tanto los esclavos estaban excluidos de participar; y el espacio burgués estaba compuesto por una élite educada, que podía discutir los asuntos públicos—, en el espacio público mediático la apertura prácticamente está cancelada, claro, a menos de ser propietario de algún medio de comunicación con posibilidad de influencia.

Antes de que se desarrollaran la imprenta y los otros medios de comunicación masiva, la visibilidad de los gobernantes dependía, en gran medida, de su aparición física ante los demás en un contexto de copresencia. La mayor parte de estas apariciones solía estar restringida a los círculos relativamente cerrados de la asamblea o la corte: la visibilidad requería de la copresencia y los gobernantes, generalmente, eran visibles solo para aquellos con quienes interactuaban cara a cara en los escenarios de la vida diaria.

En las condiciones sociales y políticas del siglo XXI, los políticos de las sociedades *demócratas* no tienen otra alternativa que la de someterse a la ley de la visibilidad, aunque este fenómeno no es nuevo, recordemos que en la obra de Maquiavelo se esboza con claridad la preocupación medular por la visibilidad y la representación del poder político. Al finiquitar la idea clásica de la identificación del gobernante con el rey virtuoso, íntegro, que no está tironeado por las pasiones, el florentino se ve obligado a valorar el uso político de la apariencia (Maquiavelo, 2011).

Esta exacerbación de la imagen política se ha desarrollado con la consolidación de la democracia como forma de gobierno ideal y de las elecciones como instrumentos para formar gobiernos. Podemos apreciar claramente un proceso en el que lo electoral ocupa una parte importante del espacio de lo político, dando lugar a que en muchos países los comicios sean, para la mayoría de los ciudadanos, la

forma privilegiada de relacionarse con la política y la única forma de obtención del poder.

De esta forma, la condición primera para tener acceso al poder o permanecer ejerciéndolo, es la capacidad real de movilizar a los votantes hacia las urnas, mediante plataformas políticas, campañas y candidatos.

El espacio público digital

Con el desarrollo tecnológico de Internet, ha surgido una nueva forma de comunicación interactiva, caracterizada por la capacidad para enviar mensajes de muchos a muchos, diferente a la clásica comunicación, que surgió con el desarrollo de los medios masivos de comunicación, que se basa en el esquema de uno-a-muchos y origina una comunicación vertical, sin capacidad de diálogo.

La Web 2.0 o Web interactiva, es una etapa del constante desarrollo de Internet, que tiene como característica esencial un fuerte acento en lo social (O'Reilly, 2005).

En esta Web, la red digital deja de ser un simple escaparate de contenidos multimedia y se convierte en una plataforma abierta a la participación de los usuarios. Alrededor del concepto Web 2.0 giran una serie de términos: software *social*, Inteligencia colectiva (Pierre Lévy, 1997), arquitectura de la participación, contenidos generados por el usuario, rich Internet applications, etiquetas, sindicación de contenidos y redes sociales (Cobo, Pardo, 2007).

Siendo esquemáticos, las nuevas formas de comunicación se diferenciarían de las tradicionales comunicaciones de masas (radio, televisión, prensa) debido a que ocurrió una transformación tecnológica que ha hecho posible la digitalización, esto ha permitido una hipertextualidad, la multimedialidad y ha fomentado la posibilidad de interactuar.

El término interactividad o interacción, se utiliza hoy con dos sentidos muy diferentes. Uno, como sinónimo de diálogo y conversación entre personas; y otro,

como la relación que se establece entre los seres humanos y las máquinas, esto es, la relación que establece el usuario con la computadora.

La característica fundamental de la *interactividad* en los entornos mediáticos digitales es que da la posibilidad de que la comunicación sea de tipo *dialógica*. La Web 2.0 permite desde el uno-a-muchos (por ejemplo, las listas de correos electrónicos), hasta el uno-a-uno del correo electrónico, pasando por el muchos-a-uno, un formato mixto que integra la comunicación de masas y la interpersonal, o el muchos-a-muchos de las comunidades virtuales o de los sistemas entre pares (P2P). Es decir, la Web es una forma de comunicación masiva y uno-a-uno.

Segundo, supera las limitaciones de la casi-interacción mediática, generada por los medios masivos de comunicación y crea una nueva forma de interacción, parecida a la interacción cara a cara, ya que permite comunicación dialógica digital, en donde hay retroalimentación de las partes que discuten o emiten información.

La posibilidad de la comunicación dialógica digital a partir del desarrollo de las TIC, construye un espacio público digital que funciona como estructura de novedosas prácticas políticas, que no pueden ser categorizadas como Movimientos Sociales (MS) o Nuevos Movimientos Sociales (NMS).

El espacio público digital que se construye con las nuevas tecnologías es, por un lado, multidimensional y multicapa (local y global, analógico y digital) y

[...] favorece la actividad discursiva de los movimientos sociales, puesto que permiten salir de la marginalidad de los fanzines, los radios libres, los carteles, que ponían a circular objetos culturales, pero de forma muy limitada, no solo por el costo económico, sino por su dificultad para abarcar audiencias amplias. Internet es una plataforma que permite a los activistas salir del gueto, tanto directa como indirectamente, influenciando los medios masivos, y por tanto incidiendo en la transformación del sentido común de una sociedad (Rovira, 2013, p. 106-107).

Ya los MS se contraponían a los NMS, en el sentido de que estos no derivaban de la lucha de clases y no se definían a partir del movimiento obrero. La originalidad

de los NMS se sustenta a partir de la crítica al marxismo, que reduce el conflicto social a los intereses de clase y a la base económica.

Tanto Touraine como Mellucci (teóricos de los NMS) destacan que la acción colectiva puede surgir de estructuras distintas a las económicas y, por tanto, se decantan por asuntos culturales, étnicos, relaciones de género, problemas ecológicos, discriminación, derechos humanos, etcétera. En consecuencia, la de la identidad colectiva se construye sobre una base diferente a la de pertenencia de clase (Melucci, 1999; Touraine, 1995).

Los NMS se ubican más cerca de la sociedad civil, que pugna por mejores condiciones de vida, pero sin buscar obtener el poder. A diferencia de los MS, los NMS construyen estrategias de acción política, al margen de los canales políticos tradicionales e institucionalizados.

A diferencia de los MS, que están orientados estratégicamente hacia la consecución de objetivos políticos, los NMS se caracterizan por ser movimientos identitarios, en el sentido de que la acción colectiva está dirigida a expresar una identidad; como ejemplo podemos nombrar los movimientos feministas, los de diversidad sexual, entre otros. De esta forma y siendo esquemáticos: si los NMS no se pueden explicar bajo la categoría de los MS, las acciones políticas que emergen en el espacio público digital tampoco se pueden explicar bajo las premisas de los NMS. Si bien comparten ciertas características, el hecho de que estén atravesadas, soportadas y potencializadas por estructuras mediáticas interactivas, provoca que su ADN sea distinto.

Estas nuevas formas de acción política son formas organizativas en las que hay un flujo horizontal de la información y la decisión, construyen una estructura organizativa descentralizada y casi antijerárquica (Arditi, 2012). Funcionan a través de redes sociodigitales que trascienden delimitaciones espaciales. Poseen enorme dinamismo, pueden formarse, alcanzar ciertos objetivos, causar repercusión e impacto y expandirse por causa de un hecho político; de la misma forma, pueden deshacerse o desaparecer rápidamente, conforme la situación. La actividad política de estas acciones colectivas desarrolla una política personalizada y despliegan una crítica a las formas de la democracia representativa (Rovira, 2014).

Si bien, existen diferentes esfuerzos que han tratado de nombrar estas acciones políticas: ciberactivismo, cibermovimientos, *clickactivismo*, *wikirevoluciones*, políticas insurgentes, política viral, movimientos red, *flashmobs*, acciones colectivas digitales, movimientos conectivos, etcétera, esta pluralidad de términos ha imposibilitado lograr una reflexión integral, lo cual hace necesario realizar algunas distinciones para poder nombrar una definición concreta.

Habrà que partir de una distinción, existen acciones políticas que se realizan en el espacio *on line* y *on-line-off-line*. En el espacio *on-line* podemos mencionar el ciberactivismo o *clickactivismo*, el cual se centra en dar a conocer demandas, preferencias o descontentos en línea; es una especie de lucha virtual que aprovecha la velocidad con la que se puede difundir la información en Internet, ya sea a través de computadoras, tablets o telefonía móvil.

El ciberactivismo permite que cualquier persona que tenga inquietudes y le interese opinar sobre política, lo pueda hacer; de esta forma, los políticos y los medios de comunicación masiva han dejado de tener el monopolio de la discusión sobre asuntos públicos.

Por otro lado, durante los últimos años, se ha visto de manera ascendente la participación política híbrida, que combina tanto el espacio virtual como el espacio físico, lo *on-line-off-line*. Movimientos como los de Egipto, el 15M español, el #Yosoy132 en México, sólo por mencionar algunos ejemplos, han tenido su punto de despegue en las redes sociales. Estos se transforman en espacios de discusión y provocan una expectación política, muchas veces se transforman en noticia en los medios de comunicación tradicionales y de las manifestaciones electrónicas se pasa a la calle; de esta forma, se supera el *clickactivismo*, los tuits y retuits o simplemente el *me gusta*.

A este tipo de acciones políticas híbridas se le ha nombrado de diferentes formas, un primer esfuerzo por definir las y explicarlas lo realizó Howard Rheingold (2004) en *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. En este trabajo, Rheingold habla de *smarts mobs* (multitudes inteligentes) y de *flash mobs* (movilizaciones instantáneas), movilizaciones que permiten articular grandes cantidades de individuos para manifestarse y organizarse colectivamente, a través de Internet.

De manera reciente, el grupo español de investigación Datanalysis 15M, definió esta capacidad de acción colectiva en la red bajo al concepto de tecno-política, que caracterizan como: «el uso táctico y estratégico de las herramientas digitales colectivas *online* para la organización, comunicación y acción colectiva» (Toret, 2013, p. 41). La noción de tecno-política recupera la idea de una política fuerte, que se desarrolla entre la red y la calle y que es capaz de transformar el *statu quo*.

Reflexiones sobre los cuatro modelos de espacio público

Partimos de la reconstrucción de cuatro modelos históricos de espacio público (griego, burgués, mediático y digital), con la intención de mostrar cómo las tecnologías comunicativas estructuran la interacción y la acción política en determinada sociedad.

Esta reconfiguración constante del espacio público, a partir del desarrollo tecnológico-comunicativo, impide hablar de un espacio unívoco y monofacético. Se trata de advertir coexistencias y articulaciones complejas de los cuatro modelos propuestos.

En este punto vale la pena plantearse tres interrogantes que nos ayuden a concluir:

1. Sobre el acceso y la exclusión. Los argumentos de Arendt y Habermas —aunque no lo enuncien claramente— sostienen que la plenitud y la grandeza del espacio público clásico y burgués descansaban en la exclusión de grandes grupos sociales. Recordemos que en el espacio público griego solo podían acceder a la vida pública los que habían solucionado las actividades de producción, es decir, los esclavos no podían participar de la cosa pública; y en el espacio público burgués se garantizaba la libertad de los ciudadanos, que podían manifestar su excelencia a través de la acción y el discurso, a partir de la calidad educativa y económica, que terminaba por crear una élite burguesa.

En este sentido, la entrada en la escena pública de estos grupos mayoritariamente excluidos, con su lenguaje de las necesidades, fue la que provocó, desde su perspectiva, el eclipse del espacio público. Dicho de otra manera: ¿es posible una recuperación del espacio público en condiciones modernas, que no supongan necesariamente la exclusión aristocrática de esos grandes contingentes humanos?, ¿existe un espacio público donde no exista exclusión?

Hasta el momento, podemos advertir que no existe un espacio público que sea totalmente abierto a la mayoría de los ciudadanos. El espacio público mediático y el espacio público digital también se fundamentan a partir de la exclusión; en el primero, la exclusión es más aguda que en cualquiera de los otros tres modelos, prácticamente, la discusión pública es monopolizada por los medios de comunicación masiva, que funcionan como empresas y que responden a intereses particulares.

En el espacio digital, si bien las posibilidades de interacción son mayores, existen diferentes formas de exclusión, una de ellas se da a través de lo que se ha nombrado *brecha digital*. También, aunque se piense que Internet es un lugar libertario, la exclusión se da a partir de la privatización del espacio digital que realizan las grandes compañías que colman la World Wide Web y que han realizado grandes negocios, empresas como Google, Facebook, Twitter, pertenecen a personas que aparecen en listas de los hombres más ricos del mundo.

2. Sobre la interacción política. El desarrollo de los medios de comunicación masivos y posmasivos estructuran el espacio público y las distintas formas de interacción política. Hannah Arendt enfatizó la importancia del lenguaje y el discurso como rasgos constitutivos de la *polis* en el pensamiento griego antiguo. Habermas observó el origen de la prensa y su evolución a un negocio rentable. La prensa se constituía como una esfera pública de argumentación y confrontación, una esfera en la cual los individuos podían expresar sus puntos de vista, desafiar los argumentos de otras personas e impugnar el ejercicio del Estado. Se trataba, como dice Habermas, del uso

público de la razón por parte de individuos interesados en abrir el debate y la discusión.

Sin embargo, estos dos autores estaban comprometidos con una visión clásica del espacio público, lo que los llevó a interpretar el surgimiento de las sociedades modernas como una historia de decadencia. Esta historia de decadencia es consecuencia de definir el espacio público a partir de una visión monolítica, lo cual impide ver las constantes reconfiguraciones de lo público.

3. Sobre la acción política. Una de nuestras razones para estudiar el espacio público, es advertir que su reconfiguración constante impone determinadas modalidades de interacción y estructura a las prácticas políticas y sociales.

En el siguiente cuadro podemos sostener de manera esquemática esta idea:

CUADRO 1. Reconfiguración del espacio público y nuevas formas de acción política

Espacio público	Extensión	Comunicación	Sentidos de lo público	Acción política
Espacio público griego	Espacios de discusión e interacción local o comunitaria. Se conforman por pluralidades de individuos, grupos y organizaciones. No solo	Comunicación dialógica, discusión directa con las personas interesadas, lo cual permite retroalimentación inmediata. Se comparte un	Se cumplen los tres sentidos de lo público: son comunes, son visibles y potencialmente accesibles a los miembros que conforman la	Conformación de la Polis Griega. Participación directa en asamblea/retórica. Conformación de los Estados/Nación.
Espacio público burgués	se involucran con la intención de mejorar formas de vida locales, también pugnan por asuntos que rebasan su territorialidad.	espacio y un tiempo que sirve de contexto a la discusión.	comunidad.	Democracias Representativas. Partidos Políticos.

Espacio público	Extensión	Comunicación	Sentidos de lo público	Acción política
Espacio público mass-mediático	Espacios de debate, integrados por millones de personas, cuya extensión puede sujetarse al Estado-nación o rebasar sus límites.	Las mesoesferas son construidas a través de medios de comunicación (prensa, radio, televisión, etcétera), el mensaje es mediado, es vertical, con pocas posibilidades de diálogo.	Se discuten asuntos de interés común. Se exalta el sentido de la visibilidad y la accesibilidad es restringida.	Democracias representativas/electorales. Partidos Políticos. Sociedad Civil. Movimientos Sociales. Nuevos Movimientos Sociales.
Espacio público digital	Espacios globales-digitales de discusión, conformados por macropúblicos de millones de personas.	Al utilizar Internet como soporte. Se generan formas de comunicación interactiva, dialógica, en las que existe retroalimentación inmediata.	Se abordan asuntos comunes. Son visibles y el acceso está limitado por la brecha digital.	Políticas Insurgentes (Castell). Política Viral (Arditti) Tecno-política (Toret) Movimientos Conectivos (Reguillo)

Fuente: elaboración propia.

En el cuadro se observa que el espacio clásico, al ser una microesfera, desarrolla una acción política directa, sin representaciones ni mediaciones, la retórica se emplea como instrumento de comunicación. En el espacio burgués, también hay una discusión directa, la opinión que surge de la reunión de los privados sobre los asuntos públicos crea una opinión pública, que tiene como fin la racionalización del poder.

El desarrollo de la democracia y el avance tecnológico de los medios de comunicación masiva, transforman la esfera pública y la interacción política. El Estado

ya no se identifica con lo común y es sustituido por la sociedad civil. Lo común y lo accesible serán casi nulificados, estos sentidos de lo público serán construidos por oligarquías, que tienen la capacidad de controlar los contenidos y el acceso a los medios de comunicación masiva. La acción política se zanjará a través del voto y de movimientos sociales.

En el espacio público digital, la interacción política está construida a través de tecnologías que permiten una comunicación directa, permiten entablar diálogos directos, inmediatos; pero, a diferencia de la esfera clásica y burguesa, estos son virtuales, lo cual sirve para catalizar experiencias políticas novedosas, híbridas, que se realizan en los espacios virtuales (*on line*) y físicos (*off line*).

BIBLIOGRAFÍA

- ARDITI, B. (2012). «Las insurgencias no tienen plan, ellas son el plan: performativos políticos y mediadores evanescentes en 2011». *Debate Feminista*, 26(46), 146-169. México.
- ARENDT, H. (2005). *La condición Humana*. España: Paidós.
- COBO, C. y H. Pardo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona: México: Group de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic.
- HABERMAS, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- HOWARD RHEINGOLD (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- KEANE, J. (1997). *Transformaciones estructurales de la esfera pública*. México: El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.
- LÉVY, P. (2004). *Inteligencia Colectiva por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud. Unidad de Promoción y Desarrollo de la Investigación y el Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud.

- MAQUIAVELO, N. (2011). *El príncipe*. Madrid: Gredos.
- MELUCCI, A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México: COL-MEX.
- O'REILLY, T. (2005). What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Disponible en <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what—is—web—20.html> una versión en castellano en <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>.
- RABOTNIKOF, N. (2005) *En busca de un lugar común. El espacio público en la teoría política contemporánea*. México: UNAM-IIF.
- RHEINGOLD, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- ROST, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*, Tesis doctoral, España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- ROVIRA, G. (2013). *De las redes a las plazas: la Web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo*. Acta Sociológica, 62, 105-134.
- THOMPSON, J. (1996). (1998). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- TOURAINE, A. (1995). *Producción de la sociedad*. México: Instituto de Investigaciones Sociales/Universidad Nacional Autónoma de México/IFAL/Embajada de Francia.
- TORRE, J. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. España: Universitat Oberta de Catalunya, Datanalysis15 M.

Enfoques sobre el populismo: ¿un diálogo imposible?

GUILLERMO FERNÁNDEZ VÁZQUEZ¹

INTRODUCCIÓN

Populismo es un concepto tan extendido como incomprendido, tan mentado como a la vez disputado. Si por un momento los conceptos tomaran forma, el populismo presentaría sin duda una figura de aire grueso y de contornos borrosos, flácidos, colgantes y desparramados. Pero es que si los conceptos adoptan roles de personas, el populismo se asemeja, muy probablemente, a un invitado que aparece borracho a una cena, llega tarde, habla demasiado alto, no respeta las reglas, incomoda con sus comentarios e incluso trata de coquetear con las parejas de otros invitados. El populismo es un invitado ebrio que entre el caos de su verborrea desbordante dice alguna verdad. Este ejemplo que pone Benjamín Arditi² y que recoge Jan-Werner Müller en una obra³ de referencia sobre el populismo, nos advierte sobre el carácter excesivo, torrencial, molesto y, al mismo tiempo, auténtico del fenómeno.

Esta ambivalencia del populismo ha provocado muchos quebraderos de cabeza entre los académicos. El populismo presenta en la mayoría de los trabajos analíticos el lado monstruoso de las cosas feroces y, a la vez, la vertiente íntima

¹ Universidad Complutense de Madrid.

² Arditi, B. (2009). El populismo como periferia interna de la política democrática, In Panizza, P. (ed), *El populismo como espejo de la democracia*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, p. 122.

³ Müller, J.W. (2017). *What is Populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 8.

y familiar de los remedios caseros. Como si de un tejado de dos aguas se tratara, el populismo muestra una inclinación hacia el progreso y una pendiente directa hacia lo arcaico. Un punto de fuga hacia una profundización democrática y un punto de arrastre hacia formas totalitarias de gobierno.

La relativa desorientación que el concepto provoca entre los académicos contrasta con un uso unívoco en el vocabulario político corriente. *Populismo* es, en el ámbito rutinario de la comunicación política entre partidos, sinónimo de *demagogia*. No hay ambigüedad en este campo: el adjetivo *populista* adquiere un carácter unilateralmente peyorativo. Es, de hecho, un insulto. Aquel que es tachado de *populista* se convierte en sospechoso de ser un embaucador, de engañar a las masas, de hacer promesas que no puede cumplir; y, con ello, en última instancia, degradar el debate político perjudicando a las instituciones. Populismo es hasta tal punto un insulto que ni siquiera aquellos partidos que admiten simpatías teóricas con el concepto se reconocen en dicho término. Un caso paradigmático es el de Podemos en España que, a pesar de haberse inspirado ampliamente de la obra de Ernesto Laclau y de haberla trabajado significativamente tanto en textos internos como sobre todo en las investigaciones de tesis de sus dos principales dirigentes, en la comunicación político-mediática diaria rechaza la calificación de populista.

A la hora de buscar un origen a la mala reputación del populismo, Pierre-André Taguieff señala el prejuicio aristocrático que late dentro de la lógica clásica desde los tiempos de Platón:

si consideramos que la apelación al pueblo es el acto fundamental de eso que llamamos *populismo*, entonces podría pensarse que su mala fama tiene que ver con una asimilación más o menos abusiva con eso que los lógicos y los retóricos denominan la argumentación *ad populum*, normalmente considerada como un paralogismo o un sofisma; es decir, una argumentación incorrecta o falaz.⁴

⁴ Taguieff, P. A. (2007). *L'illusion populiste. Essai sur les démagogies de l'âge démocratique*, París: Flammarion, p. 93. [Traducción propia.]

Se trata de la traslación al campo político de un sofisma perteneciente al ámbito de la lógica cuya estructura podría resumirse en: la mayoría de la gente piensa que A es verdadero, luego A es verdadero. Sin embargo, nos dicen los lógicos, A podría ser perfectamente falso, puesto que la mera opinión de la mayoría no añade un ápice de verdad a la realidad o estado de cosas. La acumulación de opiniones (su carácter *cuantitativo*) no suma ni resta nada respecto al carácter *cualitativo* de la verdad. El pueblo, la gente, la mayoría se equivoca a menudo. Desde esta perspectiva, el núcleo duro del populismo (la apelación al pueblo) correría una y otra vez el riesgo de caer en falacias *ad populum*, convirtiendo el discurso democrático en mera demagogia. Por eso, según este punto de vista, populismo equivaldría a *democracia de opinión*. La connotación negativa y tambaleante de esta última expresión se asienta en la vieja distinción platónica entre *logos* y *doxa*: razonamiento y opinión.

En estas circunstancias, en la última década han aparecido toda una serie de textos académicos muy críticos con el fenómeno del populismo (Zanatta, 2014; Müller, 2017; Mudde & Kaltwasser, 2017; Fassin, 2017; Vallespín & Martínez-Bascuñán, 2017; Carrillo, 2017; Sáez Mateu, 2018). El propósito de esta literatura académica ha sido, por un lado, tratar de ofrecer una definición del concepto de populismo y aclarar algunos de sus aspectos más relevantes en cuanto fenómeno político; y, por otro lado, advertir de los peligros que el populismo puede entrañar para la salud democrática de un sistema político. Estos trabajos académicos se publican en un contexto de interés científico y preocupación por el fenómeno bajo la premisa de estar asistiendo a un *auge* de los populismos. Se llega incluso a afirmar que estamos en la *edad del populismo* (Ivan Krastev) o en la *era de los populismos* (Pierre-André Taguieff⁵). De ahí el empleo a lo largo de toda esta literatura de metáforas de origen natural como *ola populista* o *terremoto populista*; o también extraídas del vocabulario médico como: *epidemia populista*, *patología populista* o *cáncer populista*.

⁵ Taguieff, P. A. (2007). *L'illusion populiste. Essai sur les démagogies de l'âge démocratique*, París: Flammarion.

Al mismo tiempo, se han publicado varios trabajos, especialmente en el ámbito de la filosofía, el psicoanálisis y la ciencia política, que se aproximan al fenómeno del populismo con intención de vincularlo a la tradición democrática (Panizza, 2009; Villacañas, 2015; Errejón & Mouffe, 2015; Fernández-Liria, 2016; Aboy, 2016; Mouffe, 2018; Coronel & Cadahia, 2018; Gómez-Villar, 2018; Villacañas & Ruiz Sanjuán, 2018). Aquí el populismo es entendido como un factor de democratización en tiempos de oligarquización y tecnocratización política.

Por último, desde posiciones cercanas a la extrema derecha se han editado libros que tratan de relacionar el populismo con la tradición comunitarista (De Benoist, 2017), asociando la defensa del pueblo con un tipo de democracia de fuerte componente identitario (Tarchi & Esparza & Lorente & Dandieri & Marchand & De Benoist & Masquelier & Isabel, 2017).

El interés académico que suscita el concepto de populismo en el presente es, por tanto, muy vivo. Surge en múltiples ámbitos, disciplinas y niveles: desde los trabajos de divulgación hasta la investigación más puntera en sociología, antropología, comunicación, psicología, ciencia política, filosofía o economía, pasando por innumerables congresos, simposios, jornadas internacionales o encuentros académicos. Sin embargo, la tesis que voy a defender en este artículo es que, a pesar de la pujanza del interés académico, no hay verdadero debate intelectual a propósito del populismo. Nos encontramos ante la situación paradójica de que, al mismo tiempo que existe un relativo consenso acerca del carácter nodal del populismo para la investigación en ciencias sociales (el populismo como «el tema de nuestro tiempo»⁶), las diversas corrientes que analizan el fenómeno populista no encuentran prácticamente puntos en común de diálogo. La consecuencia de ello es la inexistencia de un debate amplio e interdisciplinar sobre el tema.

⁶ No en vano, en 2016 la Fundación BBVA escogió el término *populismo* como la palabra del año dando a entender que este era el vocablo que mejor podía explicar los sucesos acaecidos durante esos 12 meses. Del mismo modo, han sido muchos los autores que han calificado el presente como un *momento populista*, desde Francia hasta España pasando por Estados Unidos, Italia o el Reino Unido, hasta el punto de que podemos señalar que existe un relativo consenso sobre el tema.

Cinco factores para un desencuentro

Esta situación de *impasse* académico viene motivada, al menos, por cinco factores. El primero y más importante es que cuando las distintas corrientes piensan el concepto de populismo se refieren a fenómenos políticos cualitativamente distintos. Así, mientras los estudios más señeros en el ámbito anglosajón (Müller, 2017; Mudde, 2017; Mudde & Kaltwasser, 2017) analizan el fenómeno del populismo a la luz del avance de los partidos de extrema derecha en el continente europeo y en Norteamérica, los trabajos más citados en el ámbito hispano-hablante (Villacañas, 2015; Errejón & Mouffe, 2015; Aboy, 2016; Franzé, 2017; Mouffe, 2018; Villacañas & Ruiz Sanjuán, 2018) focalizan su atención sobre partidos políticos de izquierdas inspirados más o menos declaradamente en los movimientos de indignación de tipo Occupy Wall Street surgidos en el año 2011, o también en las experiencias de gobierno latinoamericanas del periodo 2005-2015 en países como Argentina, Bolivia, Venezuela, Brasil o Ecuador. Esta discrepancia en el objeto de estudio provoca, de un lado, una relativa equiparación entre populismo y extrema derecha, y, del otro lado, un cierto énfasis unilateral en los elementos democratizadores y potencialmente republicanos de la matriz populista. A la inversa, este estrabismo en el punto de vista promueve una casi completa carencia de estudios sobre el populismo de derechas por parte del enfoque hispano-americano, así como una ausencia llamativa de trabajos analíticos sobre el populismo de izquierdas desde el enfoque anglosajón.

El segundo factor que provoca esta relativa incomunicación se relaciona con una definición muy diferente de lo que es el populismo. Mientras autores como Cas Mudde han definido el populismo como una ideología de carácter fino, delgado o poco grueso («populism as a thin ideology», Mudde, 2004) abriendo todo un campo de estudio en el mundo anglosajón que después ha sido transitado por una notable variedad de investigadores especializados en el ámbito de la ciencia política, otros estudiosos del tema han negado el carácter ideológico del populismo identificándolo con una «forma política» (Laclau, 2005) vacía de contenido. De este modo, toda una corriente de la politología actual mira el populismo bajo los

parámetros de una ideología de espesor fino (sin grandes ideólogos ni un aparato teórico eminente) que se repite en contextos diversos y siguiendo declinaciones variables según las especificidades nacionales, pero que comparte una matriz o núcleo duro consistente en la demonización de las élites y la sacralización del pueblo, atribuyéndoles cualidades morales opuestas. Por el carril paralelo, los investigadores que afirman inspirarse en el enfoque de Ernesto Laclau y Chantal Mouffe describen el populismo como una lógica política de construcción de identidades colectivas compatible en principio con cualquier ideología. Para estos últimos, el populismo sería más bien una carcasa, un molde, un recipiente acomodable a diversos usos políticos.

El debate se hace también complicado por un tercer factor: ambos enfoques desconfían profundamente de la mirada teórica empleada por el otro. Así, los trabajos de orientación anglosajona acusan de «falta de inteligibilidad» y «nivel de abstracción excesivo» a la vía de estudios sobre el populismo abierta por Laclau y Mouffe, haciendo especial hincapié en las abstrusas consideraciones ontológicas de estos últimos y echando en falta una metodología de análisis más concreta. En sus conferencias, congresos y reuniones académicas ignoran u omiten las aportaciones más citadas en el ámbito hispano-hablante porque las consideran desmesuradamente volcadas en cuestiones filosóficas ligadas, o bien a la relación entre lenguaje y realidad (y lo que Laclau siguiendo a Lacan denomina «operaciones de investidura del objeto»), o bien al vínculo entre la tradición democrática y el populismo; y, por lo mismo, excesivamente periféricas respecto del análisis del fenómeno populista. De este modo se recrimina a los estudios *laclausianos* hablar un lenguaje vago y genérico que impide acercarse al asunto mismo y llevar adelante algo que los estudiosos del mundo anglosajón estiman como absolutamente necesario: una teoría completa sobre el populismo (Müller, 2016).

A la inversa, los análisis de orientación *discursivista* inspirados por Laclau y Mouffe ponen el acento en la dispersión de los estudios sobre populismo de inspiración anglosajona y lo achacan a la falta de consistencia del concepto de populismo con el que trabajan. Desde esta perspectiva, el debate que se da en el mundo anglosajón confunde el populismo con cualquier forma de democracia iliberal

y, al hacerlo, termina por vaciar el concepto de sentido. De acuerdo con Ernesto Laclau, el error central que comete el enfoque anglosajón es mirar al populismo desde la distancia, situándose en el otro lado de la barrera y observándolo bajo la premisa de que *el populista* siempre es el otro, nunca uno mismo. Este prejuicio, continúa el pensador argentino, condiciona toda la metodología puesto que conduce a los participantes en el debate en lengua inglesa a mirar el fenómeno del populismo como quien pasea por un zoológico; es decir, adoptando un punto de vista radicalmente exterior. Ello explicaría la tendencia de los autores del mundo anglosajón a otorgar mayor relevancia a los rasgos hiperbólicos del fenómeno populista: el demagogo caricaturesco, el líder de extrema derecha, el dirigente hiper-nacionalista o el portavoz parlamentario abiertamente racista. Y, de facto, confundir cualquier fenómeno que se salga de la normalidad con populismo.

El cuarto factor que funciona como un escollo es la cantidad y viveza de pasiones que suscita el fenómeno. El populismo es un asunto políticamente controvertido ante el cual los investigadores se sienten en la obligación de posicionarse. Este carácter exageradamente polémico del término promueve una literatura académica de tipo militante a favor o en contra del mismo. Esto dificulta por un lado la posibilidad de que emerjan estudios ponderados sobre el fenómeno y, por otro lado, entorpece la existencia de un debate profundo sobre el populismo: su definición, extensión, variedad histórica y tipología política.

Por último, el debate se hace también difícil por la propia diversidad de las disciplinas y especialidades que abordan el fenómeno del populismo. No resulta sencillo, ni en este ni en cualquier otro campo de estudio, poner a dialogar a la economía, la sociología, la ciencia política, la psicología o la filosofía. De hecho, como recuerda Jan-Werner Müller, ya en 1967 se organizó una gran conferencia interdisciplinaria en la LSE de Londres para tratar de definir el fenómeno del populismo. En aquella ocasión, y a pesar de la cantidad y la calidad de los ponentes, el

resultado no fue satisfactorio: «los participantes no llegaron a ponerse de acuerdo en una definición común».⁷

Mi propósito en este texto es, en primer lugar, constatar esta falta de entendimiento y poner a dialogar enfoques aparentemente antagónicos como los de Jan-Werner Müller y Ernesto Laclau, para, en un segundo momento, tratar de enlazarlos con perspectivas mixtas como la de Pierre-André Taguieff con vistas a promover el debate y, sobre todo, sentar las primeras bases de una mínima definición del concepto de populismo. Con ello se desea facilitar la aplicabilidad del concepto a los estudios sobre actores y discursos populistas.

EL POPULISMO COMO CONTENIDO

«El populismo es simple, la democracia compleja»⁸

Jan-Werner Müller, profesor en Princetown, ha publicado en 2016 una de las obras⁹ de análisis más citadas en los últimos años sobre el fenómeno populista. La tesis principal del libro (que lleva por título «What is populism?») afirma que el populismo es un contenido político cuyas características principales son el anti-elitismo y el anti-pluralismo;¹⁰ es decir, un modo de ver el mundo esencialmente anti-oligárquico y contrario a la división del pueblo a partir de intereses partidistas. Esto, según Müller, es el mínimo común denominador de la ideología populista, que puede encontrarse en experiencias tan diversas como el gobierno

⁷ Müller, J.W. (2017). *What is Populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 7. [Traducción propia.]

⁸ Dahrendorf, R. (2003). Acht Anmerkungen zum Populismus, *Transit: Europäische Revue*, 25, 156-163; citado por Müller, J.W. (2016). *What is populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 11. [Traducción propia.]

⁹ Müller, J.W. (2016). *What is populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.

¹⁰ Müller, J.W. (2016). *What is populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 20.

del presidente húngaro Víctor Orbán, el trabajo de oposición del Frente Nacional en Francia, la presidencia estadounidense de Donald Trump o la labor de apoyo al gobierno de Heinz-Christian Strache en Austria. De hecho, una de las virtudes del texto de Müller es precisamente aportar una gran cantidad de ejemplos para ilustrar los distintos puntos acerca del populismo que desea subrayar.

La segunda tesis que el autor defiende en este libro es que el componente anti-pluralista del populismo está vinculado con una concepción homogénea del pueblo. De acuerdo con el autor, para las fuerzas populistas hay un pueblo único, esto es: entitativo, sustancial, perenne y con un cierto espíritu o alma. Un pueblo que tiene un modo de ser específico o una esencia. Lo que, por ejemplo, el Frente Nacional de Marine Le Pen denomina «la Francia eterna» (*La France éternelle*). En este sentido, continúa Müller, las fuerzas populistas reclaman que «ellas y solo ellas representan al pueblo».¹¹ Por eso, en sus mítines, Marine Le Pen *interpela* y al mismo tiempo adopta el *lugar de enunciación de la France éternelle*; o, lo que es lo mismo: la interpela al tiempo que la encarna. Del mismo modo, cuando Tayyip Erdogan, presidente de Turquía, responde a las críticas de sus adversarios, se sitúa en el mismo *locus* enunciativo que la política francesa: «nosotros somos el pueblo: ¿quiénes son ustedes?».¹² Es esta reivindicación de una suerte de representatividad exclusiva de aquello que constituye lo íntimo (la esencia) del pueblo lo que conduce al populismo a tolerar mal la pluralidad interna. Si el pueblo es único: ¿cómo podría dividirse en diferentes representaciones?

De esta reflexión surge la tercera tesis importante que defiende Müller en este ensayo: «el populismo es una forma degradada de la democracia que promete llevar adelante los más altos ideales democráticos».¹³ El populismo, como ideología menor (o liviana) dotada de una lógica política propia, «no es un correctivo

¹¹ Müller, J. W. (2016). *What is populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 3 [Traducción propia.]

¹² *Ibid.* p. 3.[Traducción propia.]

¹³ Müller, J. W. (2016). *What is populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 6. [Traducción propia.]

para la democracia»,¹⁴ no es una medicina amarga (veneno y remedio a la vez) contra procesos de oligarquización en sistemas políticos democráticos,¹⁵ sino que es un factor de degradación de la calidad democrática de las sociedades.¹⁶ Y lo es, según Müller, porque el populismo, a pesar de presentarse a sí mismo como impecablemente popular (mezclando las tres acepciones de pueblo como *demos*, como *ethnos* y como *plebs*) termina por imponer una visión homogeneizante¹⁷ de la sociedad. De este modo ahoga la pluralidad interna de las sociedades deslegitimando las formas no convencionales de pertenencia al pueblo.

La cuarta tesis que defiende Müller en este libro es que el populismo como ideología está impregnado de moral: «el populismo es una particular imaginación moral sobre la política, un modo de percibir el mundo político que propone una distinción moralmente pura y absolutamente unificada entre el pueblo y la élite, que siempre es dibujada como corrupta y en cierto sentido moralmente inferior».¹⁸ Desde este punto de vista, la aspiración de los partidos políticos populistas de ser los *únicos* representantes del pueblo no se basa en una afirmación empírica sino en un argumento de carácter moral. Nosotros, dicen los populistas, somos los portavoces del verdadero pueblo: aquel que mantiene el sano sentido común y las virtudes populares. En cuanto portavoces del pueblo bueno, sencillo y justo, los políticos populistas se benefician también de esta legitimidad moral excluyendo a aquella parte de la sociedad que ha perdido (o traicionado) las virtudes del pueblo. Por eso, insiste Müller, «el populismo es en realidad una forma

¹⁴ *Ibid.* p. 11. [Traducción propia.]

¹⁵ «Describir el populismo como una política defendida por *obreros cabreados* es como definir la democracia como *un sistema basado en obreros envidiosos de los ricos*. El perfil de los votantes de los partidos populistas evidentemente cuenta, pero no es suficiente para explicar el fenómeno. El populismo no se explica por los deseos inarticulados de los supuestos *perdedores de la globalización* (Müller, J. W. (2016). *What is populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 17)». [Traducción propia.]

¹⁶ «El populismo es una sombra permanente de la democracia representativa, y supone un peligro constante» (Müller, J.W. (2016). *What is Populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 11). [Traducción propia.]

¹⁷ Müller, J. W. (2016). *What is populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 3.

¹⁸ *Ibid.* 19-20 [Traducción propia.]

moralizante de antipluralismo».¹⁹ Lo que le distingue del resto de las ideologías es «una forma moral distinta de imaginar el mundo político que implica necesariamente el monopolio de la representación moral exclusiva».²⁰ De ahí que, en la práctica, los líderes y partidos políticos populistas acaban sosteniendo que solo una parte del pueblo es el pueblo.²¹

Esta especie de dogmatismo moral que acompaña siempre al populismo es el resultado de una visión arcaica (por cuanto rígida y esencializante) de la sociedad. En efecto, la quinta tesis de Müller es que el populismo como ideología es heredero de una ilusión metapolítica que concibe la existencia de pueblos como entidades homogéneas por encima de las clases sociales, las diferencias regionales o los intereses partidistas.²² Por eso los populistas pueden coquetear con la idea de recuperar una *sustancia simbólica* perdida o en peligro de desaparición; o, lo que es lo mismo: soñar con devolver al pueblo su unidad esencial dañada y su modo de vivir específico. De ahí el carácter profundamente anti-liberal²³ y, al mismo tiempo, radicalmente anti-constructivista del populismo.

En definitiva, para Müller el populismo es una lógica política con un contenido preciso. Este contenido específico viene marcado, como hemos señalado, por el anti-elitismo, el anti-pluralismo, la visión homogeneizante de la sociedad, la coartada moral y el deseo de arrogarse la representación exclusiva del pueblo. Al definir el populismo como una *matriz lógica con un contenido propio* Jan-Wer-

¹⁹ *Ibid.* p. 20 [Traducción propia.]

²⁰ Müller, J. W. (2016). *What is populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 38. [Traducción propia.]

²¹ «Para que un actor político sea populista tiene que reclamar que una parte del todo es el todo» (Müller, J.W. (2016). *What is populism*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 22). [Traducción propia.]

²² *Ibid.* p. 25.

²³ Cuando se trata de dar la palabra al pueblo los populistas no entienden los referéndums como «procesos abiertos de deliberación entre los ciudadanos para alcanzar las ideas mejor consideradas entre la ciudadanía; al contrario, los referéndums sirven para ratificar lo que el líder populista ha discernido que es el interés popular genuino como una cuestión de identidad, y no como una cuestión de agregar intereses verificables empíricamente» (Müller, J. W. (2016): *What is populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, p. 29). [Traducción propia.]

ner Müller puede, por un lado, explicar la diversidad de sus expresiones políticas como variaciones dentro de una misma matriz y, por otro lado, reconducir esa pluralidad hacia una unidad que apunta en dirección al autoritarismo. Ello explica el tono de denuncia y el carácter beligerantemente anti-populista que recorre el libro.

El populismo como forma

Quien ha defendido más vigorosamente la idea de que el populismo no tiene ningún contenido, ningún corpus doctrinal, sino que se refiere más bien a una forma política es Ernesto Laclau, especialmente en una de sus obras más célebres que lleva como título *La razón populista*.²⁴ A pesar de tratarse un ensayo complejo, que se asienta en premisas de fondo de carácter ontológico, Laclau aclara desde muy pronto que el objetivo del libro es estudiar «la lógica de formación de las identidades colectivas»,²⁵ es decir, que lo que le interesa fundamentalmente es indagar cómo los grupos se constituyen políticamente.

La primera gran tesis del libro sostiene que el «populismo no tiene ninguna unidad referencial», sino que se refiere a una «lógica social cuyos efectos atraviesan una variedad de fenómenos».²⁶ Populismo es, en consecuencia, «un modo de construir lo político», o sea «una manera de construir comunidad e identidades colectivas».²⁷ Esta comprensión del fenómeno como un modo de estructuración política más que como una ideología concreta conduce a Laclau a sugerir a quienes tienen interés en estudiar el populismo a que «en lugar de comenzar [...] con un modelo de racionalidad política que entiende el populismo en términos de lo que le falta (su vaguedad, su vacío ideológico, su anti-intelectualidad, su carácter transitorio)», amplíen el foco de tal manera que «el populismo aparece como una

²⁴ Laclau, E. (2005). *La razón populista*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

²⁵ *Ibid.* p. 9.

²⁶ *Ibid.* p. 11.

²⁷ *Ibidem.*

posibilidad distintiva y siempre presente de organización de la vida política». ²⁸ El populismo, insiste Laclau, «es una dimensión constante de la acción política que surge necesariamente (en diferentes grados) en todos los discursos políticos». ²⁹ Por este motivo invita a sus colegas de profesión a abandonar la pretensión de encontrar una esencia del populismo (un corpus doctrinal) o un grupo social de referencia (la clase obrera, los campesinos o incluso «los perdedores de la globalización»). Todos esos intentos, asegura a lo largo del primer capítulo del libro, están abocados al fracaso.

La segunda gran tesis del libro afirma que el populismo es un *estilo discursivo*; esto es un modo de hablar o tipo de movilización retórica. A los populistas se les distingue entonces, no por defender una ideología particular o poner por delante ciertas ideas sobre otras, sino por *hablar de una determinada manera*. Como ya señaló Michael Kazin en 1995, «el populismo es un fenómeno lingüístico». ³⁰ En cuanto estilo retórico, el populismo se caracteriza por dividir el campo político, no entre izquierda y derecha, sino entre pueblo y élite. De este modo sustituye el eje horizontal izquierda/derecha por el eje vertical pueblo/élite como organizador de la vida y las identidades políticas. En este sentido, Ernesto Laclau puede definir el populismo como un estilo retórico que apela a la ciudadanía proponiéndole una superficie de inscripción con la que identificarse bajo el nombre *pueblo*. Y un *afuera* que otorga unidad, identidad y sentido a ese pueblo (lo que en el libro se denomina *exterior constituyente*). De ahí que en repetidas ocasiones Ernesto Laclau subraya la compatibilidad del populismo en cuanto estilo retórico con casi cualquier ideología: desde la extrema derecha a la extrema izquierda. ³¹

²⁸ Laclau, E. (2005). *La razón populista*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, p. 27-28.

²⁹ *Ibid.* p. 33.

³⁰ Kazin, M. (1995). *The Populist Persuasion: an American History*, New York: Basic Books, p. 3; citado por Pedro-Carañana, J. (2018). Límites de la concepción discursiva del cambio sociopolítico en el populismo», en Villacañas, J. L. & Ruiz Sanjuán, C. (ed.), *Populismo versus Republicanismo. Genealogía, historia, crítica*, Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.

³¹ A este respecto son interesantes las páginas que Ernesto Laclau consagra en *La razón populista* al caso del Partido Comunista Francés (PCF) y al Frente Nacional (FN). Véanse páginas 115 y 116.

No obstante, Laclau va algo más allá en su definición de populismo. Para él, no es solo que el populismo sea una construcción discursiva, sino que toda propuesta política es en última instancia esencialmente retórica. En consecuencia, el carácter discursivo del populismo no ha de interpretarse en términos de insuficiencia, ni siquiera como la puerta de entrada de mecanismos estratégicos de manipulación, sino sencillamente como un rasgo distintivo del mundo político. De acuerdo con Laclau, el mundo político es un mundo retórico; puesto que la retórica, lejos de ser un epifenómeno de las ideologías y las estructuras conceptuales, «es la anatomía del mundo ideológico.»³² Aquí el teórico argentino, hablando sobre populismo, aventura ciertas tesis de índole ontológico que van en consonancia con la tradición filosófica nominalista. Para él, en efecto, si la retórica conforma la columna vertebral del mundo ideológico es porque «el discurso constituye el terreno primario de construcción de la objetividad como tal».³³ En otras palabras: porque habitamos una realidad esencialmente discursiva. De ahí el énfasis que otorga Laclau a los nombres y a los significantes en su teoría sobre el populismo.

En la medida en que Laclau entiende, por una parte, la política como una operación discursiva de construcción de identidades colectivas, y, por otra parte, afirma que toda sociedad necesita representarse como un todo y al mismo tiempo es incapaz de representar la totalidad social, el concepto de hegemonía deviene central en su comprensión del fenómeno populista. A este respecto, la cuarta gran tesis del libro sostiene que el populismo aspira a recomponer esta brecha postulando a una parte como representante del todo: «mi argumento es que existe la posibilidad de que una diferencia, sin dejar de ser particular, asuma la representación de una totalidad inconmensurable».³⁴ Esto es lo que Laclau denomina una «operación hegemónica»; es decir, «esa operación por la que una particularidad asume una significación universal inconmensurable consigo misma».³⁵ De esta manera, en una sociedad que para el autor argentino tiene un fundamento retóri-

³² *Ibid.* p. 26-27.

³³ *Ibid.* p. 92.

³⁴ *Ibid.* p. 95.

³⁵ *Ibid.* p. 95.

co, el pueblo como identidad particular adopta los atributos de la universalidad. O, lo que es lo mismo: el interés del pueblo se hace sinónimo del interés general. Pero esto, insiste Laclau, es una construcción discursiva. No hay un pueblo físico, contable, estadístico, que se imponga a otra parte empíricamente definida de la sociedad, sino que todo se juega en el ámbito de las superficies de inscripción identitaria y afectiva; es decir, en construcciones retóricas y en nombres.

En definitiva, el pueblo del populismo, según Laclau, «es algo menos que la totalidad de los miembros de la comunidad: es un componente parcial que aspira sin embargo a ser concebido como la única totalidad legítima»,³⁶ cosa que ocurre cuando «una *plebs* reclama ser el único *populus* legítimo».³⁷ Todo el edificio teórico de Laclau reposa por tanto en la idea del populismo como una *forma de construir retóricamente un pueblo*: ya sea con los ingredientes típicos de la extrema derecha o con cualesquiera otros. El populismo es un mero recipiente o lógica política de constitución de pertenencias colectivas.

El populismo como una forma con contenido

Uno de los autores que ha propuesto una definición del populismo a caballo entre los enfoques de Jan-Werner Müller y Ernesto Laclau es el sociólogo y politólogo francés Pierre-André Taguieff en un conocido texto que lleva como título *La ilusión populista: ensayo sobre las demagogias de la edad democrática*.³⁸ En él, Taguieff defiende que el populismo «no podría ser considerado ni como una ideología ni como un tipo de régimen»,³⁹ sino como un «estilo político [...] compatible en principio con todas las grandes ideologías».⁴⁰ Y agrega: «es precisamen-

³⁶ *Ibid.* p. 107-108.

³⁷ *Ibid.* p. 108.

³⁸ Taguieff, P. A. (2007). *L'illusion populiste. Essai sur les demagogies de l'âge démocratique*, París: Flammarion.

³⁹ *Ibid.* p. 9. [Traducción propia.]

⁴⁰ *Ibid.* p. 31. [Traducción propia.]

te porque es un estilo, una forma vacía [...] que el populismo puede ser puesto al servicio de objetivos antidemocráticos, o también al servicio de una voluntad democratizadora». ⁴¹ En el mismo sentido, Taguieff sostiene que «el populismo solo puede conceptualizar un cierto tipo de movilización social y política, y el término solo puede designar estrictamente una dimensión de la acción o del discurso político». ⁴² Hasta aquí, sin entrar en disquisiciones ontológicas, el autor francés parece unirse al enfoque desplegado por Ernesto Laclau en *La razón populista*. ⁴³

Del mismo modo que el autor argentino, Taguieff también defiende la idea de que la ambigüedad del populismo no es a *priori* una deficiencia conceptual, sino más bien la regla en ciencias sociales: «la imprecisión terminológica no tiene nada de excepcional en ciencia política donde la ambigüedad de términos como *democracia*, *élite*, *liberalismo* o *nacionalismo* es prácticamente la norma». ⁴⁴ Por este motivo no cree, como tampoco Laclau, que se deba desestimar el concepto por excesivamente confuso o equívoco, sino tratar de darle una definición operacional que permita servirse de ella analíticamente.

No obstante, Pierre-André Taguieff difiere en otros aspectos del enfoque del teórico argentino en puntos clave que le acercan al planteamiento de Jan-Werner Müller. El primero y fundamental es que para Taguieff el populismo no es solo una *forma* o *estilo político*, sino que también posee una serie de *rasgos* o *propiedades esenciales*. Es, por decirlo así, un estilo retórico que moviliza siempre los mismos ingredientes; o, mejor aún: que trabaja siempre con la misma *masa madre*.

El primero de esos ingredientes de la *forma* populismo es la afirmación de que el pueblo existe: «en todo populismo hay una dimensión mitológica que reside en la tesis de que el pueblo *existe* y *está dotado de una unidad* que le proporciona

⁴¹ *Ibid.* p. 9. [Traducción propia.]

⁴² *Ibid.* p. 163. [Traducción propia.]

⁴³ No en vano, a lo largo de todo el libro Pierre-André Taguieff insiste en definiciones del populismo como la siguiente: «yo abordaré el populismo como un estilo político susceptible de dar forma a diversos materiales simbólicos y fijarse en múltiples territorios ideológicos, tomando la coloración del lugar de acogida». Taguieff, P. A. (2007). *L'illusion populiste. Essai sur les démagogies de l'âge démocratique*, París: Flammarion, p. 163. [Traducción propia.]

⁴⁴ *Ibid.* p. 161. [Traducción propia.]

su identidad, frente a las élites o frente a las potencias amenazadoras». ⁴⁵ En otras palabras: la retórica populista parte siempre de la idea de que existe un pueblo con contornos delimitados que puede ser movilizado políticamente contra un enemigo igualmente definido; es decir, parte de la idea de que los bandos en disputa están previamente constituidos a la espera de su movilización discursiva. El pueblo existiría entonces como una categoría social equiparable en términos heurísticos a la clase obrera o el campesinado. Con ello, Pierre-André Taguieff rechaza la aproximación radicalmente constructivista desplegada por Ernesto Laclau.

El segundo ingrediente de la retórica populista es no solo la afirmación de la existencia del pueblo, sino su *sacralización*; esto es, la idea de que el pueblo posee una entidad y unas virtudes naturales: «todo discurso populista exalta las virtudes del pueblo edificándose además sobre el *pathos* del hombre común». ⁴⁶ Aquí Taguieff concuerda con Müller en la idea de que el modo de hablar populista se asienta sobre una legitimación de tipo moral que descansa sobre las excelencias del ciudadano humilde, sencillo, común y no contaminado. Y, a la inversa, la denigración constante de *los enemigos del pueblo*. De modo que, insiste Taguieff, «toda la retórica populista está estructurada por la difamación y el elogio». ⁴⁷ Desde este punto de vista, lo que dotaría de justicia (y de legitimidad) al discurso populista es la restitución del hombre común: el hecho de volver a ponerlo en el lugar moral que le corresponde; el lugar, en suma, del que los enemigos del pueblo le han apartado.

El tercer ingrediente del estilo populista es la demagogia. Taguieff define el populismo como «la demagogia propia de la edad democrática»; ⁴⁸ esto es, como un tipo de discurso demagógico que solo puede surgir cuando el principio democrático está asentado en una sociedad. Desde este punto de vista, el populismo es un modo de hablar demagógico alimentado por el respeto incondicional del principio de soberanía popular. Toda la cuestión está entonces en la dirección que

⁴⁵ *Ibid.* p. 31-32. [Traducción y énfasis propios.]

⁴⁶ *Ibid.* p. 168. [Traducción propia.]

⁴⁷ *Ibid.* p. 168. [Traducción propia.]

⁴⁸ *Ibid.* p. 107. [Traducción propia.]

tome esa demagogia. De ahí la doble cara oscilante entre hiper-democratismo y autoritarismo que Taguieff atribuye al populismo.

Finalmente, a pesar de esta ambigüedad, Taguieff comparte con Müller la idea de que el populismo es potencialmente peligroso para el pluralismo político. Y es que, en efecto, en la medida en que la retórica populista «trata al pueblo como una categoría perteneciente al dominio de lo sagrado y como siendo objeto de culto»,⁴⁹ dificulta la consideración de su propia diversidad e invita a negarla. El discurso populista corre continuamente el riesgo del expulsar de su visión estereotipada del pueblo a todos aquellos que la contestan. De ahí las fricciones constantes entre invocación populista y democracia pluralista.

CONCLUSIÓN

El populismo es un concepto políticamente disputado que suscita una amplia controversia académica. Sin embargo, como hemos visto a lo largo de este artículo, existen ámbitos de encuentro entre los diferentes enfoques que abordan el concepto desde el punto de vista de su definición. Pierre-André Taguieff, Jan-Werner Müller y Ernesto Laclau, como exponentes de tres perspectivas distintas, concuerdan en la idea de que el populismo tiene que ver con una lógica política que despliega un estilo discursivo particular. Este punto es central puesto que, a pesar de que puedan discrepar en otros aspectos sobre el populismo, los tres autores coinciden en la vertiente del populismo como *esquema comunicativo* con una serie de *ingredientes formales*. Es decir, como una manera de hablar en política que sigue determinadas líneas formales.

Por eso el populismo se concibe como un estilo retórico susceptible de adquirir distintas tonalidades ideológicas. Al igual que los edificios, el populismo es una estructura discursiva: con sus muros, contrafuertes, distribución espacial, plantas, escaleras y tejado. Y, por lo mismo, capaz de albergar diferentes contenidos o ha-

⁴⁹ *Ibid.* p. 10-11. [Traducción propia.]

bitantes ideológicos. De ahí que podamos encontrar rasgos populistas en el modo de comunicar de movimientos sociales y partidos políticos absolutamente heterogéneos, e incluso contradictorios. Y de ahí también la sensación de dispersión que el populismo ofrece.

El discurso populista trasciende por tanto la distinción izquierda/derecha y nos permite aplicarlo como estructura retórica al estudio de la emergencia y de los rasgos comunicativos de los nuevos partidos y movimientos sociales surgidos tras la crisis de 2008. De este modo, esta indagación previa sobre los diversos enfoques actuales del populismo aspira a aportar herramientas conceptuales que puedan ser útiles a la hora de investigar las formas de hablar, los lugares de enunciación y los tipos de apelación que los nuevos movimientos sociales y partidos políticos emplean en su comunicación diaria.

BIBLIOGRAFÍA

- ABOY, G. (2016). Populismo y democracia liberal. Una tensa relación, *Revista Identidades*, 10, 1-22.
- _____ (2016). «El populismo y la tradición democrática», *Revista Argentina de Ciencia Política*, 1-14.
- ARDITI, B. (2009). El populismo como periferia interna de la política democrática. En: F. Panizza (ed.), *El populismo como espejo de la democracia*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- CARRILLO, F. (coord.) (2017). *El porqué de los populismos. Un análisis del auge populista de derecha e izquierda a ambos lados del Atlántico*, Barcelona: Centro Libros PAF.
- CORONEL, V. y Cadahia, L. (2018). Populismo republicano: más allá de «Estado versus pueblo», *Revista Nueva Sociedad*, 273, 72-82.
- DE BENOIST, A. (2017). *Le moment populiste. Droite-gauche, c'est fini*, París: Pierre-Guillaume de Roux.
- DORNA, A. (1999). *Le populisme*, París: Presses Universitaires de France.

- ERREJÓN, Í. y Mouffe, C. (2015). *Construir pueblo. Hegemonía y radicalización de la democracia*, Barcelona: Icaria.
- FASSIN, E. (2017). *Populisme: le grand ressentiment*, París: Textuel.
- FERNÁNDEZ-Liria, C. (2016). *En defensa del populismo*, Madrid: Editorial Catarata.
- FRANZÉ, J. (2017). La trayectoria del discurso de Podemos: del antagonismo al agonismo, *Revista de Ciencia Política*, 44, 219-246.
- GÓMEZ-Villar, A. (2018). *Ernesto Laclau i Chantal Mouffe: populisme i hegemonía*, Barcelona: Gedisa.
- MOUFFE, C. (2018). *For a Left Populism*, Londres: Verso.
- LACLAU, E. (2005). *La razón populista*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- MUDDE, C. (ed.) (2017): *The populist radical right. A reader*, Nueva York: Routledge.
- _____ (2004): «The Populist Zeitgeist», *Government and Opposition*, 4, 541-563
- _____ y Kaltwasser, C. (2017). *Populism. A very short introduction*, Nueva York: Oxford University Press.
- MÜLLER, J. W. (2017). *What is Populism?*, Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
- PANIZZA, F. (ed.) (2009). *El populismo como espejo de la democracia*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- PEDRO-CARAÑANA, P. (2018). Límites de la concepción discursiva del cambio sociopolítico en el populismo. En Villacañas, J. L. y Ruiz Sanjuán, C. (ed.), *Populismo versus republicanismo. Genealogía, historia, crítica*, Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- SÁEZ Mateu, F. (2018). *Populisme. El llenguatge de l'adulació de les masses*, Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat.
- TAGUIEFF, P. A. (2007). *L'illusion populiste. Essai sur les démagogies de l'âge démocratique*, París: Flammarion.

- TARCHI, M., Esparza, J. J., Lorente, J. S., Dandieri, L. M., Marchand, O., De Benoist, A. y Lhomme, M. (eds.) (2017). *En el nombre del pueblo. La hora del populismo*, Tarragona: Ediciones Fides.
- VALLESPÍN, F. y Martínez-Bascuñán, M. (2017). *Populismos*, Madrid: Alianza Editorial.
- VILLACAÑAS, J. L. (2015). *Populismo*, Madrid: La Huerta Grande Editorial.
- _____ y Ruiz Sanjuán, C. (eds.) (2018). *Populismo versus Republicanismo. Genealogía, historia, crítica*, Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- ZANATTA, L. (2014). *El populismo*, Buenos Aires: Katz Editores.

Retrocesos en los derechos de las audiencias frente a los intereses de los poderes fácticos mediáticos en México

WENDY DINORA HUERTA ESPINO¹

ESTHER CONSUEGRA DÁVILA²

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, a partir de los avances democráticos y una mayor participación de la sociedad en los asuntos públicos, se han incorporado los derechos de las audiencias mediáticas a las agendas regulatorias en comunicación de algunos países del continente americano (Primer Congreso Latinoamericano de Defensorías de Audiencias, 2014). Esto permite que, desde una perspectiva garantista, se considere a las audiencias como sujetos de derechos que son destinatarios de los servicios de comunicación y no solo como consumidores de contenidos, receptores pasivos o segmentos de población sobre los que se hacen análisis de marketing (Iglesias 1993, Orozco, 1997 e Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2015).

Asimismo, el reconocimiento de los derechos de las audiencias se basa en la libertad de expresión y el derecho a la información, por lo que no se contraponen al ejercicio de estos. Por tanto, a partir de la protección de las audiencias se confirma la función social de los medios de comunicación y su papel medular en el proceso democrático, en la medida en que estos «contribuyen a la formación de percepciones, creencias y comportamientos» (Instituto Federal de Telecomunicaciones, 2015).

¹ Universidad Autónoma de Zacatecas.

² Universidad Autónoma de México.

En México, la Reforma de Telecomunicaciones y Radiodifusión 2013-2014 estableció por primera vez un catálogo mínimo de los derechos de las audiencias. Sin embargo, la aplicación de las nuevas disposiciones no solo resultó limitada por la influencia de las empresas mediáticas, sino que estas, a partir de sus recursos económicos, políticos e ideológicos, resistieron toda regulación contraria a sus intereses y, con la colaboración de la élite política, desarticularon algunos de los derechos más importantes para las audiencias.

Las audiencias, de la pasividad a sujetos de derechos

Trascendiendo las concepciones de los sujetos, que se informan o entretienen por los medios electrónicos o tradicionales, como *consumidores*, *masas* o *receptores*, a los que se les ha dado una connotación pasiva, las audiencias hacen referencia a los sujetos sociales, históricos y culturales que entran en contacto con los medios de comunicación y que pueden asumirse como ciudadanos dado que tienen derechos y obligaciones en materia comunicativa (Orozco, 1997; Solís L., 2009).

En ese tenor, las audiencias han sido estudiadas, de acuerdo a Jensen y Rosengren (1990, citados en Becerril, 2012), en cinco principales corrientes teóricas: efectos de los medios, usos y gratificaciones, crítica literaria, estudios culturales y análisis de la recepción. En la primera de ellas, las audiencias son entendidas como sujetos pasivos influidos por los medios, mientras que para las otras cuatro son sujetos activos con capacidades para interactuar con los medios y participar a través de ellos (García S., 2016).

CUADRO 1. La conceptualización de las audiencias en las principales corrientes teóricas

Corriente teórica	Cómo asume a las audiencias
Efectos de los medios	Sujetos pasivos y manipulables. En concordancia con el concepto de masas, las audiencias son concebidas como un conjunto de personas que podían ser directamente influenciadas, al responder a estímulos directos de los medios.

Corriente teórica	Cómo asume a las audiencias
Usos y gratificaciones	Sujetos activos que hacen un uso consciente de los medios al elegir los programas que les permiten cubrir ciertas necesidades.
Crítica Literaria	Sujetos lectores de mensajes que llevan a cabo distintas interpretaciones, según los códigos de interpretación que han adquirido a través de su historia y contextos particulares.
Estudios Culturales	Sujetos activos inmersos en una cultura específica, cuyas formas de relacionarse con los medios son producto de dicha cultura y de la diversidad de contextos que los rodean.
Análisis de la Recepción.	Sujetos que participan en una producción social de sentido a través de su pertenencia a comunidades interpretativas.

Fuente: elaboración propia con base en la clasificación de Jensen y Rosengren (1990) y en el análisis de Becerril (2012).

Como se observa en el cuadro 1, las diversas corrientes teóricas, con excepción de la teoría de los Efectos de los medios, reconocen que los sujetos trascienden el hecho de mirar televisión o escuchar radio de manera pasiva pues, dentro de su marco cultural, «son sujetos comunicantes, capaces de realizar escuchas, lecturas y (tele, cine) videncias inteligentes, críticas y productivas» (Orozco, 1997, p. 27).

De acuerdo con Orozco (1997) las audiencias pueden ser tanto activas como pasivas, acríticas, o simplemente espectadoras; esto, porque los sujetos pertenecen a instituciones con las que se identifican y bajo las cuales se organizan, lo que les permite defender sus derechos de comunicación, así como significar su producción material y simbólica; pero, por otro lado, también pueden reproducir sin cuestionar las significaciones ofrecidas en los medios.

En esa medida, la formación de audiencias activas va de la mano con un reconocimiento de la responsabilidad de los medios de comunicación dado que la interacción entre ambos no queda solo en el ámbito del consumo de contenidos sino que trasciende a los ámbitos de la vida cotidiana (Becerril, 2012). Sin embargo, en los sistemas mediáticos de la mayoría de los países ha predominado la concentración de la propiedad de medios y la falta de responsabilidad de estos hacia

sus audiencias, por lo que ante la anteposición de los derechos de las empresas a los de sus públicos, toman relevancia «las profundas asimetrías que persisten en la relación medios-audiencias resultado de la notable concentración mediática» (Sánchez G., 2016, p. 101).

Si, como señalamos, las audiencias son parte de diferentes instituciones (familias, comunidades, religiones), ser consideradas como ciudadanos con derechos representa unificarlas y asumir su participación en la vida pública (Becerril, 2012). A partir de ese reconocimiento de ciudadanía, se entiende que las audiencias también requieren derechos en el ámbito de los contenidos, la información y la publicidad, y estos van vinculados con el ejercicio pleno de otras garantías fundamentales como la libertad de expresión y el derecho a la información, por lo que requieren de un acceso democrático a los medios, los cuales, en su función social de intermediación, tienen una responsabilidad frente a los derechos de sus audiencias (Sánchez G., 2016; Solís L., 2009).

Derechos de las audiencias en México subyugados al modelo mediático comercial

En México, las audiencias han estado subordinadas a los intereses políticos y comerciales de las grandes empresas, principalmente las televisivas, que como práctica común introducen publicidad y propaganda política en los contenidos y consideran a los televidentes más como productos mercadológicos que como audiencias interesadas en tener una visión amplia e informada de los asuntos públicos o que pretenden recibir contenidos de mayor calidad. A pesar de las garantías constitucionales que reconocen derechos como la libertad de expresión y derecho a la información, esta tendencia se ha mantenido prácticamente desde el surgimiento de la radiodifusión y la conformación de un sistema mediático esencialmente privado y concentrado.

La Constitución de 1917 estableció la libertad de expresión como un derecho en su artículo sexto, el cual garantiza la manifestación de las ideas, salvo en casos

específicos como el ataque a la moral y los derechos de terceros. Esencialmente, esta garantía protegía a los periodistas y a la prensa escrita, pero evidentemente no hacía ninguna referencia a los lectores de periódicos y revistas ni a los públicos que luego surgieron con la radio y la televisión. Por el contrario, tanto la prensa como los medios electrónicos asumieron este derecho como propio y aunque en algunos casos y episodios se vieron amenazados por la censura oficial, prácticamente la mayoría de los grandes medios se autocensuran para mantener la relación de mutuo beneficio con el poder político.

Asimismo, la radiodifusión, con el surgimiento de la radio en la década de los treinta y la televisión en la década de los cincuenta del siglo anterior, ha operado bajo un modelo comercial establecido por el Estado mexicano que dio lugar a un sistema mediático esencialmente privado. Bajo ese criterio, se conformó una industria altamente concentrada dominada por las grandes cadenas de radio y un monopolio televisivo que surgió con Telesistema Mexicano, en 1955, y se consolidó con la creación de Televisa en 1972.

En medio de esa industria mediática concentrada y primordialmente privada, los derechos de las audiencias eran prácticamente inexistentes. Solís L. (2009) señala que la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, la cual estuvo vigente hasta 2014, no hacía referencia a las audiencias.³ Además, esa norma refrendó el modelo comercial de la radiodifusión y la concepción normativa de esta como de *interés público*, que, a diferencia del criterio de *servicio público*, adoptado en la mayoría de los países europeos, implicaba una menor responsabilidad social con sus audiencias.

Fue hasta 1977 que tuvieron lugar las primeras reformas tendientes a garantizar el derecho de información con la adición al artículo sexto constitucional

³ Solís L. (2009) no encontró referencias a la palabra *audiencia* o *audiencias* en la LFRYT de 1960, mientras que del término *receptores* ubicó dos referencias, pero relativos a los aparatos receptores, y del término *sociedad*, encontró cuatro referencias: sociedad de acciones, sociedad mercantil y sociedad de concesionarios, pero solo una en el sentido de sociedad como conjunto social, la cual se incorporó en 2007 para referir las obligaciones de los medios oficiales para fortalecer la participación democrática de la sociedad.

para establecer que el derecho a la información será garantizado por el Estado. Sin embargo, la presión de la industria de la radiodifusión hacia el poder político influyó para que no se llegara a reglamentar esta disposición (Fernández C., 1982).

La tendencia internacional para establecer regulaciones garantistas por su parte ampliaba el sentido de la libertad de expresión en tres dimensiones: buscar, recibir y difundir ideas por cualquier medio (López, 2013). Ello dio lugar a que a pesar de las resistencias de la industria a reglamentar el derecho a la información, la sociedad civil y el sector académico promovieran una reforma mediática que, entre otros puntos, diera más visibilidad y protección jurídica a las audiencias, aunque, cabe señalar, la industria influyó en diversas ocasiones para atajar estas iniciativas.⁴

Los medios de comunicación optaron por la autorregulación, pero, aunque algunos establecieron códigos de ética, estos resultaban insuficientes para garantizar los derechos de las audiencias y los pocos defensores de audiencias, nombrados en medios públicos, carecían de difusión y vinculación con sus audiencias, por lo que no cumplían su cometido de vigilar los derechos de estas (Solís L., 2009).

Cambios y recomposición en el sistema político y sistema de medios en México

La recomposición y los cambios generados al interior del sistema político mexicano y en relación con el sistema de medios, nos permiten observar la ruta que permitió la incorporación de los derechos de las audiencias a la vez que nos ayudan a explicar las resistencias por parte de los grupos mediáticos a las nuevas normatividades.

⁴ Diversas iniciativas se promovieron por organizaciones sociales y el sector académico con el respaldo de algunos legisladores a partir de la primera década de 2000. Sin embargo, la influencia de los poderes fácticos logró evitar estas reformas y, por el contrario, obtuvo regulaciones favorables a sus intereses como la eliminación del impuesto de 12.5 % a las transmisiones de radiodifusión en 2002 y la denominada Ley Televisa entre 2005 y 2006.

Por una parte, durante la segunda mitad del siglo xx, las grandes empresas mediáticas fueron aliadas fundamentales, subordinadas del poder, pero capaces de ordenar, administrar y dar vida a la agenda política nacional a través de sus dispositivos de comunicación. Mientras que a partir del año 2000, la alternancia política y el fortalecimiento de la sociedad civil organizada dieron lugar a nuevos espacios de discusión política desde los que se buscó incidir en la política comunicativa del país.

Tras superarse la lucha armada, que inició en 1910, el Estado mexicano posrevolucionario organizó un sistema de instituciones basado en el carácter hegemónico y permanencia de un partido único en el poder. En ese marco, los medios de comunicación fueron actores claves en el ejercicio de reproducción del discurso oficial, apareciendo más como portavoces del régimen unipartidista que ejerciendo un papel mediador entre la política y la ciudadanía. Durante el periodo de estabilización y consolidación del régimen posrevolucionario, el modelo de comunicación política estuvo representado por el carácter autoritario y corporativo del PRI.

La radio y la televisión cobraron centralidad en los procesos históricos y políticos del país. El Estado, junto con la iniciativa privada, estableció una larga relación de subordinación mutua y dependencia. Primero como Telesistema Mexicano y posteriormente transformada en Televisa, la principal empresa de televisión privada en el país monopolizó por más de cuatro décadas el sistema mediático mexicano a partir de su «poderosa influencia en las actitudes culturales, políticas y económicas de la mayoría de la población mexicana» (Fernández y Paxman, 2000, p. 177).

De acuerdo con García y Figueiras (2006), el Estado otorgó un rol central a la televisión como aparato central legitimador del régimen y en la construcción discursiva del PRI durante los procesos electorales. Basta decir que Televisa refrendó la vocación priista de los concesionarios y durante la elección presidencial de 1988, se constituyó como la principal caja de resonancia para la construcción de la imagen y comunicación política del candidato priista Carlos Salinas de Gortari, a pesar del surgimiento de otras opciones políticas.

En ese entonces, los directivos de la empresa se asumen, además, como subordinados del presidente, tal y como expresó Miguel Alemán Velasco: «yo soy priista. Creo en el PRI como institución. Con todos sus defectos, pero ha sido muy bien pensado el sistema. Nosotros tenemos un jefe, que es el presidente de la República» (Marín, 1986, septiembre 15).

Si bien, la trayectoria del sistema político mexicano estuvo vinculada intrínsecamente a la construcción, transformación y consolidación del partido hegemónico: PNR-PRM-PRI, partir de 1988 la crisis al interior del PRI derivó en el surgimiento de la Corriente Democrática, que posteriormente se transformaría en el Frente Democrático Nacional (FDN), el cual por primera vez disputó de manera real el poder al candidato oficial en las elecciones presidenciales. Ello también dio pauta a la organización de la sociedad civil y al surgimiento de movimientos posteriores durante la década de los noventa, como el levantamiento armado del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) en Chiapas. El cambio político más importante fue el triunfo del Partido Acción Nacional en las elecciones de 2000, lo que significó para el país un momento histórico de alternancia política. El sistema de medios también tuvo fracturas importantes a raíz del surgimiento de nuevos medios de comunicación críticos que jugaron como contrapesos en el contexto de cambio político. Si bien, con el tránsito del monopolio de Televisa al duopolio Televisa-Tv Azteca, esto no implicó un cambio en la relación de interdependencia de las televisoras con el poder político. Aunque Tv Azteca se presentó como una opción televisiva para una sociedad ávida de pluralidad informativa, lo cierto es que ambas televisoras mantenían la misma nomenclatura comercial y programática en sus contenidos y alineación hacia el régimen y el partido hegemónico (Esquivel y Hernández, 2009).

Pese al tímido resquebrajamiento de las visiones hegemónicas, los medios continuaron como pieza clave en el entramado del poder político (Woldenberg, 1997). Adquirieron incluso una centralidad mayor y de acuerdo a Esteinou, pasaron de ser el cuarto poder a constituirse en el primer poder ideológico existente en México: «los medios electrónicos se convirtieron en el epicentro cultural, ideológico

y espiritual de la sociedad mexicana de principios del nuevo milenio (Esteinou, 2011, p. 24).

A pesar de los cambios políticos y el surgimiento de nuevos actores mediáticos, las televisoras han mantenido un papel central en el ámbito político, el cual no se ha reducido a pesar del cambio de partido en el poder, pues si bien, durante el régimen hegemónico Televisa fue fundamental para el PRI, al que «le permitía tener un aliado que le ayudara en el mantenimiento de su también monopolio partidista, por su parte, el gobierno panista tampoco combatió el duopolio televisivo porque desde su origen defiende la preservación del modelo económico capitalista» (Miró, 1997, p. 115).

Antes y durante la campaña electoral de 2012, fue evidente la alianza entre el PRI y Televisa para apuntalar al candidato Enrique Peña Nieto a la presidencia con una cobertura informativa favorable, en especial en la televisión (Delgado y Acosta, 2015, Meyer R. *et al.*, 2013 y Navarrete, 2012). Por su parte, la sociedad civil y los movimientos sociales, que desde una década atrás demandaban cambios en la legislación de medios, aumentaron la presión al poder político para la creación de un marco normativo moderno en rechazo a la falta de competencia mediática y al vínculo entre el candidato del PRI, Enrique Peña Nieto, y Televisa.

Del reconocimiento de los derechos de las audiencias a su desarticulación por la influencia y resistencias de los poderes fácticos

Al inicio del gobierno del presidente Enrique Peña Nieto (2012-2018) había una percepción social sobre el problema de concentración en la propiedad de las telecomunicaciones y la radiodifusión, así como su impacto negativo en la democracia, lo que enfatizó la presión de diversos sectores sociales del país y organismos internacionales para una reforma mediática. Las principales demandas se enfocan a generar condiciones de competencia e inversión en las telecomunica-

ciones. Pero las organizaciones, movimientos sociales y el sector académico⁵ también pugnaron por incluir una serie de derechos para garantizar a las audiencias un modelo de comunicación veraz, plural y de calidad, que protegiera a la infancia y creara defensorías de audiencias (A favor de lo mejor A. C., 2014).

A través del Pacto Por México, que surgió como un mecanismo de discusión y negociación atípico entre el Ejecutivo y los tres principales partidos políticos (PRI, PRD y PAN) (Levy, 2015 y Elizondo, 2017)⁶ se logró concretar una reforma que parecía trastocar puntos nodales de la estructura de propiedad y la trayectoria de concentración del sector con medidas para fomentar la competencia a la vez que reconocía los derechos de los usuarios y las audiencias, relegadas históricamente por las consorcios mediáticos y el Estado (Solís L., 2013).

De esa manera se aprobó una reforma constitucional, en junio de 2013, que representó un avance importante en el reconocimiento de garantías para las audiencias y en el artículo sexto se estableció la responsabilidad del Estado en el cumplimiento de los derechos de información y comunicación; incorporando las demandas de diversas organizaciones, este artículo, que antes solo se refería a la libertad de expresión y el derecho a la información, amplió el repertorio de derechos:

Artículo 6: Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.

El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e Internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de

⁵ Entre las asociaciones que se involucraron en el debate de la Reforma destacan la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI), la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), A Favor de lo Mejor A. C. y el movimiento #YoSoy132.

⁶ Hasta el gobierno de Carlos Salinas, el PRI había mantenido la mayoría en el Congreso, lo que le permitió imponer una agenda legislativa prácticamente sin oposición. A partir de 1997 perdió la mayoría, por lo que los presidentes, desde el priista Ernesto Zedillo hasta los panistas Fox y Calderón, no lograron los acuerdos para impulsar sus agendas.

competencia efectiva en la prestación de dichos servicios (Decreto de reforma, 2013, junio 10).

Además, la reforma fue específica en la defensa de las audiencias al prohibir la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa y ordenar el establecimiento de condiciones para regir los contenidos y la contratación de los servicios para su transmisión al público, incluidas aquellas relativas a la responsabilidad de los concesionarios respecto de la información transmitida por cuenta de terceros, sin afectar la libertad de expresión y de difusión. A su vez, la reforma ordenó que en la ley secundaria se establecieran los derechos de las audiencias y los mecanismos para su protección.

Sin embargo, en el proceso para la elaboración de la ley secundaria no existieron las mismas condiciones de acuerdo e inclusión pues prácticamente se ignoraron las demandas de las organizaciones sociales y académicas y en cambio, se dio mayor entrada a la participación de las empresas mediáticas, principalmente de Televisa, que cabildan y presionaron para mantener sus intereses (Guerrero, V., 2015 septiembre 21).

La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, aprobada en julio de 2014, estableció derechos de las audiencias entre los que destacan: recibir contenidos que reflejen pluralismo ideológico, político, social, cultural y lingüístico; diferenciar con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta y respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación. Asimismo, manda a los concesionarios de radiodifusión contar con un defensor de audiencias y publicar códigos de ética que previamente serían aprobados por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, el órgano regulador creado con la reforma (Decreto de Ley, 2014, julio 11).

CUADRO 2. Principales disposiciones de la reforma constitucional y la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión para la protección de los derechos de las audiencias

Reforma Constitucional	Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.
<ul style="list-style-type: none"> • Derecho de acceso a información plural y oportuna. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la nación.
<ul style="list-style-type: none"> • Derechos de los usuarios y las audiencias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad.
<ul style="list-style-type: none"> • Derecho de acceso a Internet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta.
<ul style="list-style-type: none"> • Prohibición expresa a la transmisión de publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa.
<p>Principales disposiciones para proteger a las audiencias de radiodifusión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Que se respeten los horarios de los programas.
<ul style="list-style-type: none"> • Propaganda presentada como información periodística o noticiosa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria.
<ul style="list-style-type: none"> • Ordenar que en la ley secundaria se establezcan los derechos de las audiencias y los mecanismos para su protección. 	<ul style="list-style-type: none"> • Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios. • Obligación de los radiodifusores de emitir códigos de ética que serán avalados por el órgano regulador. • Nombrar a un defensor de audiencias. • Faculta al IFT para expedir lineamientos de carácter general que establezcan obligaciones mínimas que tendrán los defensores de audiencias para la protección de sus derechos.

Fuente: elaboración propia con base en el Decreto de Reforma (2013, junio 10) y Decreto de Ley (2014, julio 14).

Sin embargo, el cabildeo realizado previamente por la industria de la radiodifusión consiguió la inclusión de algunas disposiciones contradictorias en el ámbito de la defensa de los derechos de las audiencias pues a pesar de los derechos mencionados, la ley no dotó al órgano regulador de atribuciones suficientes para sancionar la violación del derecho de las audiencias, ni estableció mayores obligaciones para los concesionarios que incluir la figura del defensor de audiencias, nombrado por ellos mismos, y expedir códigos de ética.

La influencia de los poderes fácticos en la ley impidió que los derechos para las audiencias resultaron suficientes para garantizar el ejercicio pleno de los derechos (Sánchez G., 2016). Pero la industria mediática en su condición de poder fáctico fue más allá de esto al rechazar la aplicación de la nueva regulación y emplear sus recursos para desarticular algunos de los avances obtenidos en la protección de los derechos.

Al respecto cabe mencionar que, aunque la ley favorecía la autorregulación de los medios en la creación de códigos de ética y el nombramiento del defensor de audiencias,⁷ estas dos disposiciones fueron rechazadas de inmediato por los concesionarios al igual que la facultad que la ley otorgó al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para emitir los Lineamientos generales para la defensa de las audiencias. Sobre este aspecto, los radiodifusores argumentaron que se trataba de una sobrerregulación por parte del IFT que amenazaba su libertad de expresión. No obstante, los lineamientos buscaban dar una mayor certidumbre a las audiencias sobre los contenidos que estaban expuestos.

El IFT aprobó los Lineamientos para la Defensa de las Audiencias el 29 de noviembre de 2016 y se publicaron el 21 de diciembre de ese mismo año. Entre otras disposiciones, los lineamientos establecen que:

⁷ El defensor es un mediador designado por el propio medio. Su función es canalizar inquietudes y quejas de las audiencias respecto a contenidos, errores o imprecisiones. Además puede realizar recomendaciones al medio, aunque estas no serán vinculantes.

1. Los medios deberán contar con un código de ética en el que explicitan los principios que los regulan; su misión y su visión; cómo entienden a sus audiencias y qué tipo de contenidos se disponen a ofrecerles.
2. Es obligatorio que cuenten con un defensor de sus audiencias.
3. Se explicitan entre los derechos de las audiencias los que corresponden a la niñez, a las personas con discapacidad o a los miembros de las etnias del país.
4. Se deberán distinguir los contenidos noticiosos de las opiniones, así como los contenidos de la publicidad.
5. Se llama a evitar la apología de la violencia; a fomentar la equidad de género; a estimular la creatividad de las audiencias y a proporcionarles contenidos que los acerquen al conocimiento científico y artístico.
6. Al menos en un segmento de uno de los noticieros de cada estación será requisito presentar las noticias en lenguaje de señas mexicano en atención al derecho a la información de audiencias con capacidades especiales (Acuerdo, IFT, 2017 diciembre 21).

Los medios emprendieron una resistencia al cumplimiento de los lineamientos y posteriormente realizaron una estrategia de cabildeo con el poder político para que este revirtiera los derechos de las audiencias. Las dos cámaras del Poder Legislativo y la Presidencia de la República actuaron como voceros de la industria para señalar una presunta intromisión del IFT y presentaron controversias constitucionales ante la Corte bajo el argumento de que los lineamientos violaban la libertad de expresión y no era facultad del órgano regulador establecer los derechos de las audiencias, sino de la ley (Villamil, 2017, enero 25 y Radiofórmula, 2017, enero 31). Esta presión mediática y la amenaza jurídica provocó que el IFT postergara, en dos ocasiones, la entrada en vigor de los lineamientos.

La estrategia de cabildeo de la industria sobre el poder político fue tan efectiva que además logró impulsar, por medio de algunos legisladores, una contrarreforma que vulnera los derechos de las audiencias. El 05 de abril de 2017, la Comisión de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados votó y aprobó un proyecto de

dictamen integrado por las iniciativas presentadas por Clemente Castañeda de Movimiento Ciudadano (MC) y Federico Döring del Partido Acción Nacional (PAN). La primera buscaba suprimir la disposición que obligaba a diferenciar la información noticiosa de las opiniones de los comunicadores y la segunda promovía la autorregulación de las empresas (Sevilla, 2017, abril 5). El 24 de abril, con 288 votos a favor, 114 en contra y 18 abstenciones, el pleno de la Cámara de Diputados aprobó la reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, que acota las facultades del IFT y evita sanciones a los radiodifusores que violen los derechos de las audiencias en sus noticieros (Animal Político, 2017, abril 24).

En el marco del inicio del proceso para la elección presidencial de 2018 y en medio de una evidente presión de la industria hacia los legisladores con la promesa de beneficios publicitarios de cara a los comicios (Rodríguez, 2017, octubre 24), el Pleno del Senado aprobó, el 26 de octubre de 2017, la reforma con 72 votos a favor, 13 en contra y 3 abstenciones bajo el argumento de que las disposiciones de la ley de 2014 limitaban la libertad de expresión y la libertad editorial. La reforma también enfatiza la autorregulación al establecer que cada concesionario deberá emitir libremente un Código de Ética, el cual no tendrá que ser validado por el IFT (Guzmán, 2017, octubre 26).

Ante la imposición de esta reforma en detrimento de los derechos de las audiencias, organizaciones sociales y académicas presionaron a los legisladores que votaron en contra de la reforma y al Pleno del IFT para que presentaran una controversia constitucional ante la SCJN por la vulneración de la autonomía del órgano regulador (Martínez, 2017 noviembre 30 y AMEDI, 2017, noviembre 27). Sin embargo, la influencia y presión de la industria resultó más efectiva, dado que el IFT, pese a la recomendación de su Consejo Consultivo, resolvió no presentar la controversia (Hommozapping, 2017, diciembre 19). Por su parte, un grupo de legisladores presentaron la acción de inconstitucionalidad el 11 de noviembre de 2017, al argumentar que la reforma permitiría, en el contexto electoral, promocionar a la clase política en contenidos noticiosos y de entretenimiento. Pero apenas unos días después, seis senadores del grupo del candidato presidencial panista, Ricardo

Anaya, se retractaron ante la presión de su coordinador parlamentario (Villamil, 2017, diciembre 8).

CONCLUSIÓN

Hemos observado cómo los derechos de las audiencias fueron relegados a la propiedad privada de los medios, que se arrogan para sí la garantía de libertad de expresión. A partir de la reforma constitucional de 1977, que introdujo el derecho de información, y de la lucha emprendida por la sociedad civil organizada para la creación de una nueva normatividad en el ámbito mediático, los sujetos en interacción con los medios —es decir, las audiencias— adquirieron más visibilidad, pero siempre limitada por los intereses de la industria.

Es hasta la reforma 2013-2014 cuando el concepto normativo de audiencias se incorpora a la Constitución y a la legislación secundaria y se establecen derechos para estas, los cuales deben ser garantizados por el Estado.

No obstante, los mecanismos regulatorios para proteger los derechos de las audiencias fueron resistidos por la industria mediática que, convertida en poder fáctico, no solo no acató la ley, sino que, bajo un discurso legitimador fundado en la libertad de expresión al cual se sumó el sector político, logró impulsar una reforma que desarticuló los principales preceptos de la reforma 2013-2014. Así, una vez más, los derechos de las audiencias fueron sometidos a los intereses de las grandes empresas mediáticas gracias a la relación de interdependencia de estas con el poder político.

BIBLIOGRAFÍA

DOF (21 de diciembre de 2017). Acuerdo mediante el cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones aprueba y emite los Lineamientos Generales sobre la defensa de las audiencias. Secretaría de Gobernación. A favor de lo

- Mejor A. C. (2014). *Ley de Telecomunicaciones: Derechos de las audiencias*. México. 15 p.
- BECERRIL, W. (2012). Elaboración de un concepto de audiencias: seres humanos complejos y con derechos. En *Derecho a Comunicar*. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información, (5), 11-28.
- DOF (10 de junio de 2013). Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78 y 128. En Diario Oficial de la Federación. Secretaría de Gobernación. México. 10 de junio de 2013.
- _____ (11 de julio de 2014). Decreto por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. En Diario Oficial de la Federación. Secretaría de Gobernación. México. 11 de julio de 2014.
- DELGADO J. y Acosta M. (2015). Peña Nieto y Televisa: ¿la construcción de un presidente? En *Iberofórum*. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana, X(19), 1-28. México.
- ELIZONDO, C. (2017). Reforma de la Constitución: la economía política del Pacto por México. En *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). 230, 21-50.
- ESQUIVEL G., y F. Hernández T. (2009). ¿Cómo pueden las reformas propiciar el crecimiento en México? En L. Rojas-Suárez (comp.), *Los desafíos del crecimiento en América Latina*. México: Fondo de Cultura Económica-Center for Global Development.
- ESTEINOU, J. (2011). Los medios electrónicos de difusión y la sociedad de la información, Dirección general del acervo histórico diplomático, México.
- FERNÁNDEZ Christlieb, F. (1982). *Los medios de difusión masiva en México*. México: Ed. Juan Pablo.
- (1982) El derecho a la información en México, hoy, Siglo XXI, 6ª edición.
- FERNÁNDEZ C., y Paxman, A. (2000). *El tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo.
- GARCÍA, C. y Figueiras, L., (2006). *Medios de comunicación y campañas electorales 1988-2000*. México: Plaza y Valdés.

- JENSEN K. y Rosengren K. (1990). Five traditions in search of Audience. En *European Journal of Communication* (SAGE, London, Newbury Park and New Delhi), 5, 207-238.
- IGLESIAS, F. (1993). Audiencias Inteligentes. En *Communication & Society*, vol. 6 (1 y 2), 221-227. Universidad de Navarra, pp. 221-227.
- IFT (2013). Memoria de Foro Internacional sobre Derechos de las Audiencias. México.
- LEVY, I. (2015). La reforma de las Telecomunicaciones en México. ¿Una reforma a la mexicana? En CIDOB. *Barcelona Centre for Internationals Affair*
- LÓPEZ A., S. (2013), *Hacia una Ley General del artículo 6 constitucional (Acceso a la información, Transparencia, Acceso y Archivos Personales*. Seminario Internacional de Transparencia Judicial 2013. CIDE
- MEYENBERG, Y., y Aguilar, R. (2015). *La comunicación presidencial en México 1988-2012*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México/Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza.
- MEYER R., J., Ríos, C., Sánchez L. y Bañuelos, R. (2013). Significación y efecto de la comunicación mediática en la campaña presidencial de 2012, en *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 14, 31-47, México.
- MIRÓ, J. (1997). *La Televisión y el Poder Político en México*. México: Ed. Diana.
- NAVARRETE, A. (25 de octubre de 2012). La cobertura mediática favorable a Peña Nieto, desde la campaña y hacia el nuevo sexenio. En *Medios y Ciudadanos*. Recuperado de <http://mediosyciudadanos.com/2012/10/la-cobertura-mediatica-favorable-pena/>
- OROZCO, G. (1997). Medios, Audiencias y Mediaciones. En *Comunicar*, 8, 25-30. Marzo. Grupo Comunicar. Huelva, España.
- PRIMER Congreso Latinoamericano de Defensorías de las Audiencias (2014). *El Rol de las Defensorías de las Audiencias en la Profundización de las Democracias Latinoamericanas*. Buenos Aires, Argentina. 84 p.
- SÁNCHEZ G. K., (2016). Sobre los derechos de las audiencias en México. En *Comunicación y Sociedad*. Nueva Época, 27, 97-120 septiembre-diciembre.

- SOLÍS L. B., (2009). Los derechos de las audiencias. En *El Cotidiano*, pp.31-235
- ____ L. B., (2013). Derechos por construir: los derechos de los ciudadanos en la reforma constitucional de 2013 en telecomunicaciones, radiodifusión y competencia. En *El Cotidiano*. 181, 17-23 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco. México.
- WOLDENBERG, J. (1997) *Sistemas políticos, partidos y elecciones en México*. Nuevo Horizonte Editores. México.

REFERENCIAS HEMEROGRÁFICAS

- AMEDI (27 de noviembre de 2017). *Reiteramos exhorto: el IFT debe promover una controversia constitucional por contrarreforma en derechos de audiencias*. Recuperado en <http://www.amedi.org.mx/reiteramos-exhorto-el-ift-debe-promover-una-controversia-constitucional-por-contrarreforma-en-derechos-de-las-audiencias/>
- ANIMAL POLÍTICO (27 de abril de 2017). *Diputados reforma Ley de telecomunicaciones; mutilan derechos de las audiencias, acusan ONGs*. Recuperado de <https://www.animalpolitico.com/2017/04/diputados-reforma-ley-telecomunicaciones>
- GUERRERO, V. (21 de septiembre de 2015). *Cabildea Televisa contra dominancia*. En *Reforma*, recuperado de <https://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=647155&md5=37794ef4d7d4f17ff7ee380ef061d209&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe&po=4>
- GUZMÁN, S. (26 de octubre de 2017). *Senado aprueba reforma a la Ley de Telecomunicaciones sobre derecho de audiencias*. En *El Universal*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/senado-aprueba-reforma-a-la-ley-de-telecom-sobre-derechos-de-audiencia.html>
- HOMMOZAPPING (19 de diciembre de 2017). *IFT no irá a la Suprema Corte por controversia de derechos de audiencias en México*. Recuperado de <http://homo->

zapping.com.mx/2017/12/ift-no-ira-a-la-suprema-corte-por-controversia-de-derecho-de-audiencias-en-mexico/

MARTÍNEZ, K. (30 de noviembre de 2017). Derechos de audiencias «reviven»: analistas. En *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/cartera/economia/derechos-de-audiencias-reviven-analistas>.

MARÍN, C. (13 de septiembre de 1986). Nosotros tenemos un jefe, que es el Presidente. En *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/144436/nosotros-tenemos-un-jefe-que-es-el-presidente>

RADIOFÓRMULA (31 de enero de 2017). *La Ley se equivocó al facultar al IFT sobre derechos de audiencias: Castillejos. Con López Dóriga*. Recuperado de <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=659199&idFC=2017>

RODRÍGUEZ, D. (21 de abril de 2017). El regreso de la Ley Televisa y la amenaza de las audiencias. En *Alto Nivel*. Recuperado de <https://www.altonivel.com.mx/empresas/telecomunicaciones/regreso-la-ley-televisa-la-amenaza-a-las-audiencias/>

SEVILLA, A. (6 de abril de 2017). ¿Contrarreforma en telecomunicaciones? En *Tercera Vía*. Recuperado de <http://terceravia.mx/2017/04/diputados-buscan-enmendar-errores-en-la-ley-especialistas-acusan-una-contrarreforma-en-telecomunicaciones/>

VILLAMIL, J. (25 de enero de 2017). Senado interviene en conflicto por lineamientos de audiencias. En *Proceso*. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/471743/senado-interviene-en-conflicto-lineamientos-derechos-audiencias>, J. (8 de diciembre de 2017).

_____ (8 de diciembre de 2017) Seis senadores del PAN se desisten del Litigio contra Ley Televisa Döring; revelan presiones. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/514291/seis-senadores-del-pan-se-desisten-del-litigio-contra-ley-televisa-doring-revelan-presiones>

Procesos electorales 2018: la representación de la mujer como actor político en los medios impresos, a nivel estatal, durante la etapa de precampaña en el estado de Guerrero

AURORA REYES GALVÁN Y DENIA MAY SÁNCHEZ RIVERA¹

INTRODUCCIÓN

En el año 2018, de acuerdo al Instituto Nacional Electoral (INE), México se enfrentó a más de 3400 procesos electorales a nivel local y federal, en los cuales, existen muchas expectativas sobre el futuro y el desarrollo del país. En tales procesos, es inevitable la participación de los medios de comunicación, quienes se han encargado de fungir como herramienta necesaria para generar ese dinamismo de interacción entre los actores políticos y la ciudadanía.

El estado de Guerrero, sin duda, se ha visto envuelto en situaciones difíciles y controversiales en diferentes ámbitos, principalmente en la política y en lo social, y han sido precisamente los medios de comunicación, los que han divulgado dicha información. De ahí que la importancia de analizar los mensajes emitidos por los medios de comunicación, en este caso la prensa escrita, radica en que estos son el vínculo entre los gobernantes y la ciudadanía, ya que crean imaginarios y estereotipos, además de que pueden llegar a regular el flujo de información sobre lo que acontece con las acciones llevadas a cabo por los diversos actores políticos: «Los medios de información tienen una importancia estratégica para la vida política: pueden ser una columna que soporte la democracia o un instrumento utili-

¹Universidad Autónoma de Guerrero.

zado por el gobierno autoritario para controlar las ideas que llegan a la población» (Aguayo, 1998: 274).

Dentro de la vida política, la búsqueda de la equidad de género quizá no ha presentado los resultados que se esperaban, considerando que desde la reforma constitucional de 1953 hubo un gran avance democrático al lograr que la mujer pudiera votar. Al respecto, Elizondo (2013) expone:

con el tiempo se hizo evidente que las mujeres siguieron enfrentándose a una serie de obstáculos que las ponían en desventaja frente a los hombres cuando intentaban participar activamente en la vida pública del país. Se entendió entonces que la mera igualdad formal era insuficiente para lograr una mayor equidad entre hombres y mujeres en el ámbito político y, de esta forma, comenzaron a concebirse acciones afirmativas para perseguir esa equidad.

Por lo tanto, resulta trascendental dejar una evidencia de la manera en que los medios visibilizan o invisibilizan a la mujer en el ámbito político, siendo necesario deconstruir los mensajes que de manera cotidiana son consumidos por la ciudadanía y desde donde existe un proceso de recepción mediado que construye la opinión pública acerca del actuar de quienes aspiran a obtener un cargo de elección popular, donde se hace necesario cumplir con los espacios destinados a las mujeres como representantes populares y capaces de incidir en la toma de decisiones.

Desde esta perspectiva, el objetivo de este trabajo es dar cuenta de la manera en que la prensa escrita del estado de Guerrero representa a la mujer como actor político, las características que tienen los mensajes producidos, los espacios destinados a su visibilidad y el rol que juegan según lo emitido en los mensajes periodísticos; lo anterior considerando la definición del Instituto Nacional Electoral (2017) de los actores políticos como: «los ciudadanos o colectivos que fomentan la participación ciudadana en la vida democrática del país, representan la voluntad de la ciudadanía e impulsan sus intereses.»

Es relevante precisar que la información considerada para esta investigación es sobre las mujeres que fungen como actores políticos en el estado de Guerrero y que aparecen en los medios impresos más relevantes del estado durante el periodo del 2 de enero al 15 de febrero del 2018, con base en una metodología cualitativa que utiliza como técnica el análisis de contenido. Esto como parte de los resultados del monitoreo de medios que se desarrolla en los periodos de precampaña a nivel estatal.

Los resultados obtenidos en esta investigación muestran un comparativo entre los espacios en la prensa escrita que son destinados a hombres y mujeres en las actividades políticas del estado de Guerrero, y refleja, a través del análisis de contenido realizado, escasa visibilidad de la participación de la mujer al brindarle poco espacio en el medio, además de encasillarla en categorías temáticas específicas que la representan como un papel secundario y no como quien dirige una actividad, además de mostrarse mayoritariamente en interiores del mismo.

MARCO REFERENCIAL

Los medios de comunicación se encargan de diseñar el contenido de su información, seleccionando el espacio, orden, relevancia, tamaño y duración de la nota, entre otros aspectos. Todo esto con la meditada intención de formar parte de la opinión pública, estructurando de esta manera la agenda diaria, conformando un factor que influye en la construcción de temáticas relevantes para la ciudadanía, «los temas de preocupación más destacados se transforman en temas de preocupación más importantes» (McCombs 2006: 29).

De acuerdo con Krotz (en Valdez, 2015), los medios de comunicación «no solamente contribuyen a crear el *clima de opinión* que puede hacer girar los resultados de una elección, sino que su influencia es de mayor alcance, ya que producen cultura política, esto es, la «dimensión subjetiva de la vida política» que no se circunscribe al ámbito de las instituciones estatales sino que considera «una serie de

comportamientos, sentimientos, ideas y valores referidos al ejercicio y la estructuración del poder en todos los aspectos de una sociedad».

La base teórica de la que parte esta investigación para el análisis comparativo de los medios sobre la representación de la mujer como actor político en la prensa escrita estatal, es el concepto de la construcción de opinión pública, la cual ha pasado por diferentes momentos históricos y definiciones. Cabe mencionar que no pretendemos aquí regresar a las teorías de comunicación ya rebasadas como la aguja hipodérmica o de los efectos, que veían a los medios de comunicación como todopoderosos capaces de dirigir a su antojo la opinión y el actuar de lo que definían como masas. Más bien partimos de la idea que la opinión pública se construye social, política y culturalmente por los individuos de acuerdo con sus propios referentes.

De acuerdo con Neumann

según el mecanismo psicosocial, que hemos llamado *la espiral del silencio*, conviene ver a los medios como creadores de la opinión pública, debido a que constituyen el entorno cuya presión desencadena la combatividad, la sumisión o el silencio, más no son los que influyen en la opinión pública, pues rescatando las ideas de Lippmann, cada individuo crea su opinión acerca de un asunto mediante las imágenes que tiene en su mente (Wolton y Ferry, 1998: 207).

Sin embargo, el papel que juegan los medios en la difusión y dirección de la información que emiten, representa ya una postura a la cual se encuentran expuestas las audiencias. Los marcos de los medios, apuntaba Gitlin:

son pautas persistentes de cognición, interpretación y presentación, de selección, énfasis y expulsión, por las que los manipuladores de símbolos organizan rutinariamente el discurso, ya sea verbal o visual. Los marcos permiten procesar grandes cantidades de información rápida y rutinariamente: reconocerla como información, asignarla a categorías cognitivas, y empaquetarla para enviarla eficientemente a sus audiencias. (McCombs y Shaw, 1993).

De ahí que una de las estrategias utilizadas por los medios para incidir en la opinión pública tiene que ver con la instalación de agendas desde donde se jerarquizan los temas y se decide su tiempo de difusión. «Los medios instalan el listado de temas acerca de los cuales el público *debe* discutir por obtener la mayor saliencia y quedar así definidos como «los más importantes» (McCombs y Reynolds, 2002).

De acuerdo con Dearing y Rogers (1996) una agenda puede definirse como un conjunto de temas (*issues*) que se comunican ordenados en una jerarquía de importancia en un particular momento en el tiempo (en D'Adamo, García, Freidenberg, 2007).

Como podemos observar, la teoría de la agenda setting aporta el marco teórico para el análisis del trato de la nota que ha llamado nuestra atención. En este mismo sentido, Rodríguez menciona que, para hablar de agenda, es necesario considerar que existen tres tipos, y una de ellas es la agenda-setting política, la cual se centra «en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas. Temas que son objeto de debate público y que, en parte, aparecen en las agendas de los medios o en las del público» (2004:17).

De esta teoría recuperamos la conceptualización de los siguientes conceptos que nos servirán para trasladar a las categorías de análisis de nuestra investigación.

- Tema: definido como la acumulación de cobertura periodística de una serie de eventos relacionados que forman un conjunto dentro de una única categoría más amplia.
- Evento: suceso que tiene una duración limitada, tanto con relación a la dimensión del tiempo como del espacio.
- *Priming*: consiste en el nexo que se produce entre los efectos del establecimiento de la agenda y las opiniones acerca de las figuras públicas u otros objetos. La agenda de los medios provee las claves que los ciudadanos utilizarán en sus evaluaciones políticas porque vuelven a esas claves relevantes y cognitivamente accesibles para las audiencias (McCombs y Reynolds, 2002: 14).

Podemos comprender esta función de los medios como la forma de hacer accesible la información a las personas mediante la proximidad, frecuencia, cronicidad o vividez de los sucesos.

- *Framing* o encuadre: consiste en un sutil proceso de selección que realizan los medios de ciertos aspectos de un tema, que son presentados como más importantes y que, por tanto, enfatizan causas particulares de los fenómenos (Iyengar, 1991: 11).

La mujer y su participación política

En el artículo titulado «Eliminando fronteras: identidades de género frente a la televisión», Aimée Vega (2008) hace un recuento a partir de otros autores para describir cómo el proyecto de la modernidad estableció la segregación de los derechos y obligaciones entre hombres y mujeres, lo cual ha regido las relaciones establecidas entre ambos géneros y con la sociedad en general.

Algunos estudiosos, sobre todo antropólogos, han restringido el uso del género al sistema del parentesco (centrándose en la casa y en la familia como bases de la organización social). Necesitamos una visión más amplia que incluya no solo a la familia sino también (en especial en las complejas sociedades modernas) el mercado de trabajo (un mercado de trabajo segregado por sexos forma parte del proceso de construcción del género), la educación (las instituciones masculinas, las de un solo sexo, y las coeducativas forman parte del mismo proceso) y la política (el sufragio universal masculino es parte del proceso de construcción del género) (Scott 1996:24).

Con base en ello, Vega Montiel alude que las diferencias entre hombres y mujeres son las bases sobre las cuales Occidente constituyó su proyecto de modernidad, diferencias de orden tanto cultural como político; cultural porque es mediante el género como se establecen las relaciones sociales basadas en las diferencias de sexo; político porque el género ha sido uno de los mecanismos para suministrar

el poder y dividir al mundo entre dominantes y dominados, por diferencias biológicas, repercutiendo además en la división de trabajo y en el acceso a bienes tanto materiales como simbólicos.

Los límites marcados entre hombres y mujeres se reflejan en el establecimiento de un sistema binario mediante un orden jerárquico, donde la masculinidad se representa con características como el individualismo, el raciocinio, la ciencia, la creación de bienes, la explotación, lo clásico, lo político y lo público, frente a la feminidad, caracterizada por las relaciones colectivas, la intuición, la prestación de servicios, la conservación, lo doméstico y lo privado.

Siguiendo a Vega Montiel, es a partir de dicho sistema binario como cada cual debe cumplir con pautas o ritos para demostrar su masculinidad o feminidad. En el caso de los primeros, el mandato exigido es el «ser jefes de una familia», lo que implica dar sustento y protección, así como tener la libertad de mandarse solo, tener determinación y autoritarismo. Entre los beneficios obtenidos están ejercer poder y con ello ser importante, obteniendo predominio en la esfera pública.

En lo que respecta a la demostración de feminidad el mandato cambia, las mujeres están destinadas a ser madres y esposas por su propia naturaleza física, responsables de la reproducción y con ello del cuidado de los otros y vigía de vidas. El ámbito en el que se desenvuelven es de orden privado, lo doméstico.

Al tomar en cuenta las diferencias establecidas socialmente entre hombres y mujeres, en esta investigación observamos al género como una mediación importante en la construcción que la ciudadanía hace sobre el rol de la mujer en la política.

De acuerdo con Hernández (2014):

no obstante la creciente participación y visibilización de las mujeres en el mundo público, la revisión cuantitativa de sus logros y el real poder de decisión desde lugares claves revela que estos son mínimos; el ámbito político es uno de ellos y los medios son evidencia sobre el papel público que se nos asigna a partir de un cuerpo (objeto para el consumo o para la reproducción), con los que recrean, reciclan o refuerzan lugares comunes y estereotipos supuestamente superados (p. 40-41).

En los últimos años, el empoderamiento femenino se ha convertido en un tema de discusión y lucha ante la realidad que refleja una utopía cada vez más demandada en la sociedad. Así, Hernández (2014) menciona que esta nueva palabra acuñada «refleja la innegable realidad, pero oculta parte de ella al mismo tiempo», refiriéndose a ella como «la asunción y ejercicio de las mujeres en el poder, el poder público, el del ámbito masculino: llámese político, económico o social» (p. 41).

Lugares aún estigmatizados para las mujeres en la toma de decisiones, donde se observa la falta de espacios, lugares comunes que las ubican en temáticas sociales o en los cargos menos importantes, en detrimento de quienes ostentan los cargos más altos o manejan los recursos, los hombres. Estas acciones permean lo cotidiano, las representaciones sociales que se conforman en torno a la mujer y su papel en el ámbito público.

Las mujeres vistas y entendidas desde la superficialidad o lo contrapuesto al mundo de los hombres (razón, poder, acción, producción). Por eso se les asocia con la banalidad: el *chisme*, el *escándalo*, el *morbo*, o bien la razón de su existencia en relación y en sujeción con los otros, los hombres, de ahí su presentación desde el «romance», la maternidad, el matrimonio, los hijos. Mentalidad que no favorece la mirada pública sobre mujeres públicas porque esta no se centra en su desempeño y capacidades” (CIMAC, 2009: 38-39).

Bajo este contexto, resulta imperante analizar el discurso emitido por los medios de comunicación, toda vez que ejercen un impacto en el imaginario social, que imbrica actitudes, posturas y formas de percibir el mundo.

La estructura de la noticia puede relacionarse con la práctica social y la ideología e, indirectamente, con los contextos institucional y macrosociológico de los medios periodísticos. Cuando la participación política de las mujeres y sus actividades son representadas en la vitrina mediática reflejan su papel asignado y asumido (CIMAC, 2009: 11).

Descripción metodológica

La presente investigación se sustenta en una metodología cualitativa, la cual enfrenta el desafío de diseñar creativamente estrategias metodológicas que permitan abordar, explorar y analizar los objetos de estudio. El objetivo, más que contabilizar y extraer los datos de la realidad, es asociar y relacionar los elementos que se distinguen de un todo, a fin de profundizar en el entendimiento de microprocesos.

La técnica utilizada fue el análisis de contenido como herramienta para analizar los mensajes emitidos por los medios de comunicación, en este caso, la prensa escrita a nivel estatal; dicha técnica se eligió porque permite «estudiar cualquier tipo de comunicación de una manera *objetiva* y sistemática, que cuantifica los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, y los somete a análisis estadístico» (Hernández Sampieri, *et al.*, 2010: 260).

La muestra fue elegida de acuerdo con el tiraje de los periódicos de mayor circulación en el estado de Guerrero, los cuales incluyen periódicos de circulación estatal y local, considerados en el catálogo de medios impresos que aprobó el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Guerrero (IEPC), las variables analizadas para este reporte de investigación muestran la distribución en espacio, actores políticos, género, ubicación y las temáticas más recurrentes analizadas de manera cualitativa a través de una descripción de los titulares de la prensa escrita estatal.

A continuación mostramos los periódicos analizados, los cuales de acuerdo con la tabla 1, reflejan su distribución en todo el estado de Guerrero.

El periodo analizado fue del 2 de enero al 15 de febrero del 2018, estipulado como precampaña por el IEPC; el número total de ejemplares analizados fueron 443, con 3763 notas codificadas donde aparece un actor o partido político.

De la muestra seleccionada en donde se menciona a la mujer como actor político, resultó importante dar cuenta de la manera en cómo se construyeron los titulares de las notas codificadas, por lo que se decidió complementar los datos con la interpretación de dichos encabezados, con el objetivo de enriquecer el contexto de la representación de la mujer en la prensa escrita estatal.

TABLA 1

Periódico	Periodicidad	Lugar de circulación	Lugar de emisión
El Sur	Diario	Acapulco, Centro, Norte, Tierra Caliente, Costa Chica, Costa Grande y la Montaña. Principales Plazas: Acapulco y Chilpancingo	
El Sol de Acapulco	Diario	Todo el Estado	
Diario 17	Diario	Acapulco, Ocotito, Tierra Caliente, Xaltianguis, Chilpancingo, Iguala, Taxco, San Marcos, Ayutla, Cruz Grande, Ometepec, Coyuca, Atoyac, Tecpan, Petatlan y Zihuatanejo.	
La Jornada Guerrero	Diario	Acapulco, Atoyac, Ayutla, Altamirano, Chilapa, Chilpancingo, Coyuca de Benitez, Coyuca de Catalán, Cuajinicuilapa, Huitzucó, Iguala, Ometepec, Petatlan, San Marcos, Taxco, Tixtla, Tlapa, Zihuatanejo.	Acapulco
Novedades Acapulco	Diario	Acapulco, Región Montaña de Tixtla a Tlapa; Región Centro de Chilpancingo a Xaltianguis; Región Norte Taxco e Iguala; Costa Chica de San Marcos a Cuajinicuilapa; Costa Grande de Coyuca de Benitez a Zihuatanejo.	
El Sol de Chimpancingo	Diario	Zona Centro	
Diario de Guerrero	Diario	Zona Centro	Chilpancingo
Vértice	Diario	Zona Centro	
Pueblo	Diario	Zona Centro	
Redes del Sur	Diario	Iguala, Huitzucó, Tepecoacuilco, Cocula, Buena vista de Cuellar, Taxco, Teloloapan.	Iguala

Fuente: IEPC

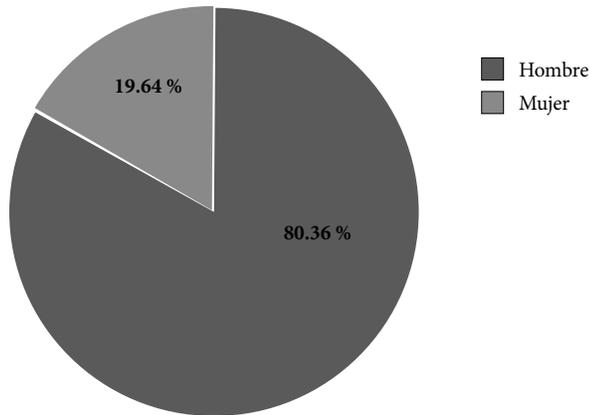
RESULTADOS

La Facultad de Comunicación y Mercadotecnia, perteneciente a la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro) en convenio con el Instituto Electoral de Participación Ciudadana (IEPC), se encuentra desarrollando el monitoreo de prensa, radio y televisión en el estado de Guerrero. Como resultado de ello, se ha generado una base de datos con información relevante sobre actores y partidos políticos visibilizados en la prensa escrita a nivel estatal, la cual se ha retomado en este trabajo a fin de concentrar los datos obtenidos en un documento donde se aborde el análisis de la representación de la mujer dentro de los medios impresos de comunicación estatal.

En el análisis de los resultados obtenidos, considerando los días del 2 de enero al 15 de febrero del 2018, periodo de precampaña, los actores políticos (hombres y mujeres), con al menos 20 menciones codificados en la prensa escrita a nivel estatal fueron un total de 56 nombres, de los cuales 45 son hombres con un total de 4422 menciones que representan el 80.36 % del espacio en prensa, mientras que en el caso de las mujeres se detectaron 11 con 636 menciones representando el 19.64 %.

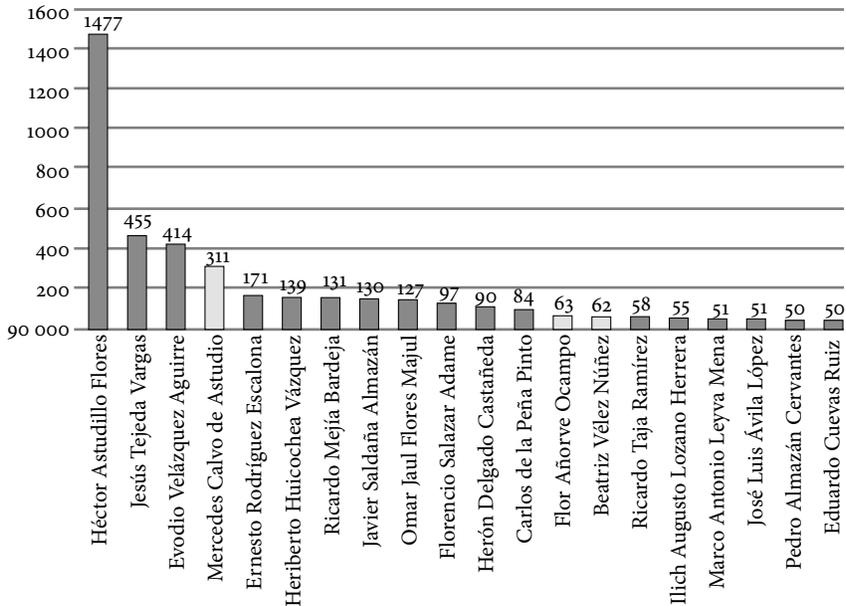
Se han seleccionado a los primeros 40 actores políticos que aparecen de mayor a menor respecto a la cantidad de veces que fueron mencionados durante el periodo de precampaña. A continuación, la figura 2 muestra los primeros 20 líderes políticos (hombres y mujeres), de los cuales el gobernador del estado, Héctor Astudillo Flores, ocupa el primer lugar con 1477 menciones, terminando con Pedro Almazán Cervantes quien funge como Secretario de Seguridad del estado y el diputado Eduardo Cuevas Ruiz, con 50 menciones cada uno. En este intervalo, se logra distinguir la presencia de únicamente tres mujeres: en el cuarto lugar se ubica la presidenta del DIF estatal, es esposa del gobernador, con 311 menciones; en el décimo tercer lugar se ubica la diputada Flor Añorve Ocampo, y en el décimo cuarto la diputada Beatriz Vélez Núñez, quien recientemente presentó su candidatura a la alcaldía de Chilpancingo, capital del estado de Guerrero.

GRAFICA 1. Porcentaje de actores políticos a partir de 20 menciones



Fuente: elaboración propia.

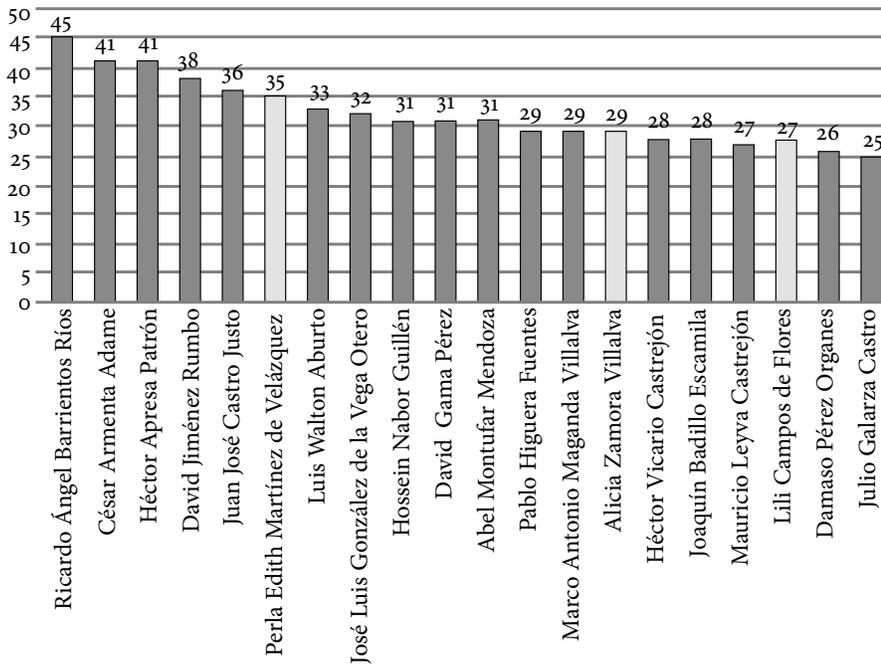
FIGURA 2. Menciones de actores políticos



Fuente: elaboración propia.

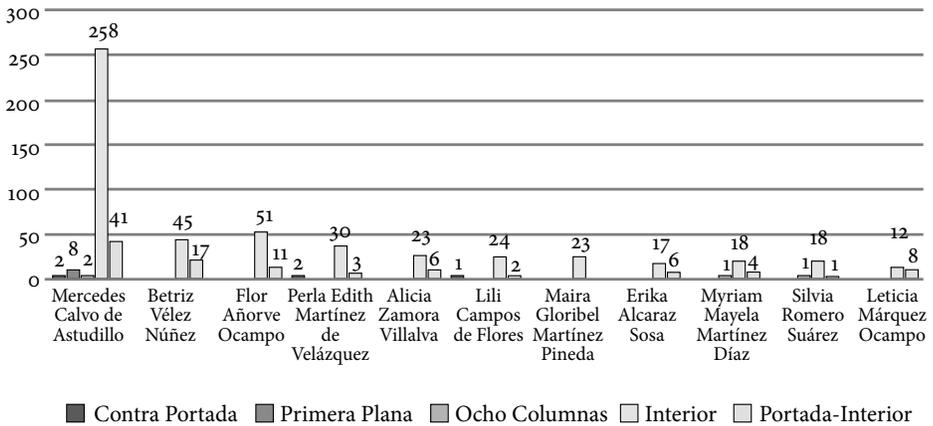
La figura 3 muestra a los siguientes 20 actores políticos con mayor número de menciones; inicia con 45 menciones, el diputado Ricardo Ángel Barrientos Ríos, y finaliza con el presidente municipal Julio Galarza Castro. En esta lista también se detecta la presencia de tres mujeres: en el vigésimo sexto lugar a la presidenta del patronato del DIF Acapulco Perla Edith Martínez Ríos con 35 menciones, en el trigésimo cuarto lugar a la candidata a diputada local, Alicia Zamora Villalva con 29 menciones, y en el trigésimo octavo la presidenta del DIF Taxco Lili Campos de Flores.

FIGURA 3. Menciones de actores políticos



Fuente: elaboración propia.

FIGURA 4. Ubicación de menciones de actores políticos (Mujeres)

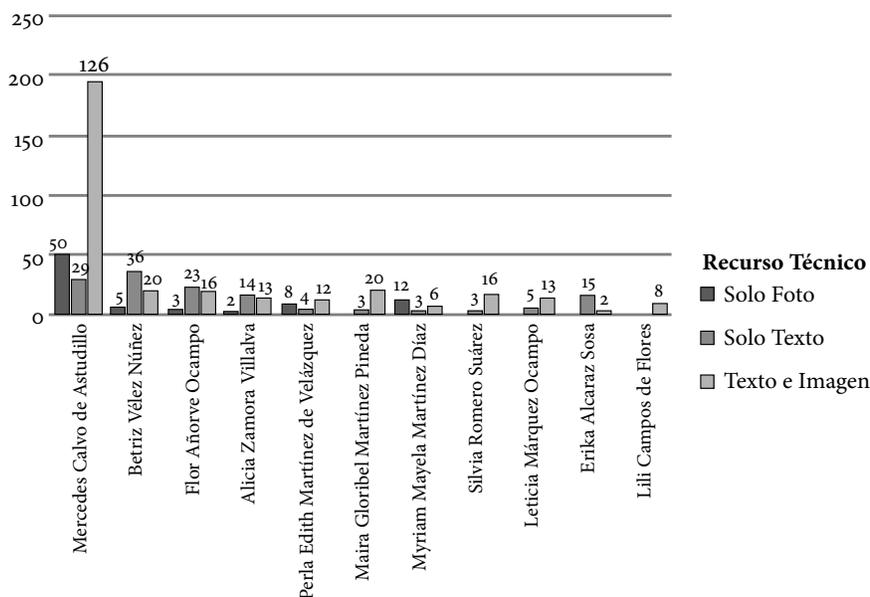


Fuente: elaboración propia.

Dentro de las variables analizadas en el monitoreo, se encuentra el espacio de la nota, el recurso utilizado y la ubicación en donde se hace mención de cada actor político. En la figura 4 se aprecia que la mayoría de las menciones sobre mujeres se realizaron en el interior del medio impreso, y entre ellas destaca la esposa del gobernador, Mercedes Calvo, al tener dos menciones de ocho columnas; ocho en primera plana y dos en la contraportada.

Si se considera a los primeros diez actores políticos con mayor número de menciones, los resultados muestran que al menos a ocho de ellos se les brindó principalmente como recurso técnico el texto y la fotografía, mientras que, en el caso de las mujeres, para casi la mitad, se utilizó con más frecuencia solo texto. Con excepción de la esposa del gobernador del estado, quien rebasa por mucho la frecuencia de uso de texto e imagen.

FIGURA 5. Recurso técnico utilizado en menciones de mujeres



Fuente: elaboración propia.

Con respecto al espacio dado a las mujeres, mayoritariamente aparecen en notas de un cuarto de plana, seguida la opción de media plana y un octavo de plana. Ello nos indica el poco espacio dedicado a las notas referentes a la actuación de las mujeres en el ámbito político en la prensa estatal.

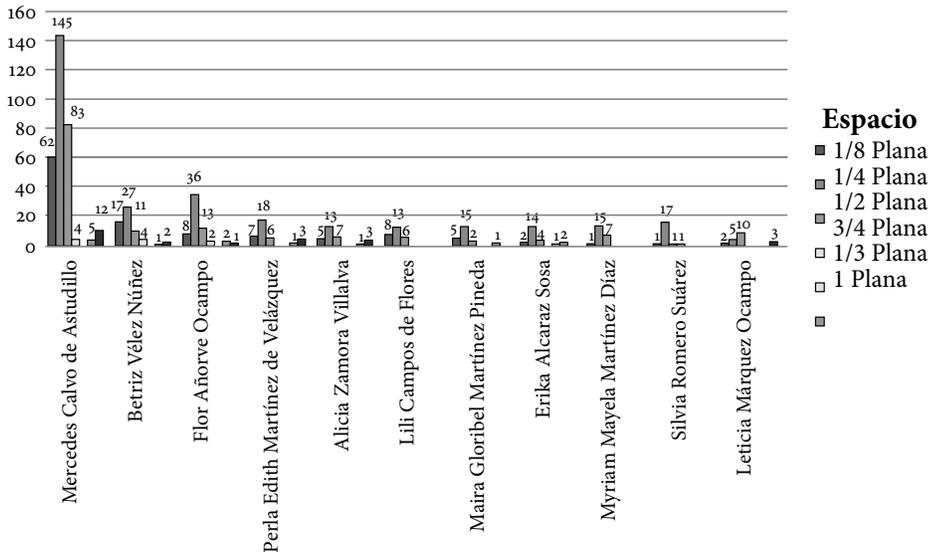
Otro aspecto importante para conocer cómo son representadas las mujeres en la prensa escrita, es a través del análisis de los titulares de las notas periodísticas.

Análisis de las temáticas sobre mujeres y política

El primer punto que observamos es que la ubicación de las mujeres en las notas periodísticas se encuentra al interior de estas, mas no en sus titulares, al ser los

hombres quienes ocupan el lugar central de la información. «Se registró Jesús Parra García para reelegirse en la alcaldía de Chilapa» (Diario de Guerrero, 5 de febrero 2018), es solo en el interior de la nota donde se explica que al registro lo acompañó la candidata a diputada local, Alicia Zamora.

FIGURA 6. Espacio de la nota utilizado para mujeres



Fuente: elaboración propia.

Asimismo, el papel de la mujer como acompañante de un funcionario se observó en diferentes medios impresos. «Taxco tendrá un nuevo rastro municipal: Omar Jalil Flores» (*Redes del sur*, 8 de enero 2018), mientras que en el interior de la nota se dice: «Omar Jalil, acompañado por la primera dama del municipio Lili Campos de Flores, nuevamente visitó las instalaciones de donde será el nuevo rastro municipal, que consistirá en más de 3800 metros cuadrados».

Las temáticas donde sí se observa como protagonista a la mujer, en el ámbito público, son en lo referente a apoyos sociales, campañas para niños o la promoción del arte y la cultura. «Continúa Lili Campos regalando sonrisas por las comunidades de Taxco» (*Diario de Taxco Guerrero*, 10 de enero 2018); «Familias de Mochitlán reciben apoyos de Mercedes Calvo» (*Diario 21*, 12 de enero 2018); «Entrega Mercedes Calvo estufas ecológicas en tres municipios» (*Diario de Guerrero*, 12 de enero 2018) y «Asiste Mercedes Calvo al festejo del 40 Aniversario del Zoológico Zochilpan» (*Redes del Sur*, 23 de enero 2018).

Otro de los aspectos que se observó en los titulares de la prensa escrita de Guerrero, es la utilización de la equidad de género como forma obligada de cumplir con el requisito de la cuota de género. «Sorpresas y sorprendidos se registran dos mujeres a falta de hombres?» (*Redes del sur*, 23 de enero 2018); «40 años después, una mujer por el PRI busca ser la candidata y la primera edil, Beatriz Vélez» (*Vértice*, 6 de febrero 2018); «Chilpancingo quiere la alternancia, pero de género, señala Bety Vélez al registrarse como precandidata a la presidencia» (*Pueblo*, 6 de febrero 2018) y «Añorve: mujeres en el PRI no son para satisfacer cuotas partidistas» (*Diario 21*, 7 de febrero 2018).

CONCLUSIONES

Al inicio de esta investigación nos planteamos

1. Dar a conocer el espacio otorgado a la mujer como actor político en la prensa escrita a nivel estatal del estado de Guerrero. De acuerdo con los resultados obtenidos en el periodo de precampaña del 2 de enero al 15 de febrero del 2018, en 443 ejemplares analizados se codificaron 3763 notas donde se habla de un actor o partido político, observando que los espacios para las mujeres como actor político son limitados, donde los hombres ocupan el 80.36 % y las mujeres el 19.64 % en la prensa estatal. En cuanto a la ubicación de la nota, las mujeres como figura pública se ubican tanto en

el interior de la prensa como al interior de las notas. El resultado, su invisibilidad y falta de representación en la toma de decisiones, en el imaginario social y en la cultura política donde se sigue pensando que los lugares de toma de decisión son para los varones.

2. Conocer cuáles son las temáticas relacionadas con las mujeres en el ámbito político a través de la prensa estatal del estado de Guerrero. En cuanto a los tópicos relacionados con la mujer como actor político difundidos por los medios de comunicación, se observó que siguen existiendo diferencias y mandatos de género que relegan a la mujer a los ámbitos del cuidado del otro, o de relación con el otro, así como aquellos eventos de corte cultural o artístico y lo más grave es que esta es vista como quien acompaña o está detrás del hombre, quien detenta el cargo más alto; pues su papel es de *la esposa de* o la *acompañante* del evento.
3. Analizar la agenda mediática con respecto a la participación política de las mujeres en el estado de Guerrero. Observamos que la agenda construida por los medios en torno a la participación política de la mujer es limitada, que en dichos espacios solo se visibiliza a quienes ocupan los cargos más altos o son quienes se encargan de las oficinas del DIF de la entidad o localidades, es decir, las esposas de los mandatarios. De esta manera, en el periodo de precampañas solo se visibilizaron 11 mujeres en la entidad, quienes tienen cobertura por la prensa estatal de Guerrero. Entre ellas están, en primer lugar, la esposa del gobernador, Mercedes Calvo; tres más ocupan el DIF de los municipios, donde su mención en prensa es con el apellido de sus respectivos esposos, como Mercedes Calvo (de Astudillo), Perla Edith Martínez Ríos (de Velázquez) y Lili Campos (de Flores). Por lo tanto, al nombrarlas, siempre se hace referencia a un hombre como parte de su identificación; las seis mujeres restantes han sido diputadas o aspiran a dicho cargo. Por último, la secretaria de la mujer en la entidad se encuentra entre las 11 mujeres registradas.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUAYO, S. (1998). «Bajo el dominio neoliberal» en *El panteón de los mitos: Estados Unidos y el nacionalismo Mexicano*. México: Grijalbo.
- CIMAC (2009). *Participación Política de las Mujeres 2009: una mirada desde los medios de comunicación*. México: CIMAC
- D'ADAMO O., García V. y Freidenberg F. (2007). *Medios de Comunicación y Opinión Pública*. España: McGraw-Hill.
- ELIZONDO, M. M. (2013). La participación política de las mujeres mexicanas. *Foreign Affairs Latinoamérica*. 11(1), párr. 3. Recuperado el 26 febrero, 2018, de <http://revistafal.com/la-participacion-politica-de-las-mujeres-mexicanas/>
- HERNÁNDEZ García, M. A. (2011). Los retos de la democracia mexicana: una ciudadanía sin discriminación. *Espiral*. XVIII(50), 219-254, enero-abril, México, Universidad de Guadalajara.
- HERNÁNDEZ Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2010) *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- HERNÁNDEZ Téllez, J. (2014). La construcción periodística de la participación de las mujeres en política y en el crimen organizado. *Ánfora*, 21(37), 37-60.
- INE. (20 de enero de 2017). Actores políticos. Recuperado el 26 de enero, 2018, de <http://actores-politicos.ine.mx/>
- IYENGAR, S.(1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- MCCOMBS Maxwell E. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- MCCOMBS, M. y Reynolds, A. (2002). «New Influence on our pictures of the world». En J. Bryant y D. Zillman (eds.), *Media effects, Advances in Theory and Research*. 1-18. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- NOELLE-Neumann, Elisabeth (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- RENDÓN, José (2007). *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*. México, D F: Pearson Educación.

- RODRÍGUEZ DÍAZ, R. (2004). *Teoría de la agenda setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. España: A. F. Alaminos. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- SCOTT, J. W. (1996). «El género: una categoría útil para el análisis histórico» en Lamas, M. (comp.), *El género, la construcción cultural de la diferencia sexual*, 265-302. México: UNAM/Porrúa.
- VALDÉS Vega, M. E. (2005). Comunicación política y propaganda electoral en México. Las reformas de 2007 y 2014. *Polis*, 11(2), 57-87. México, UAM.
- VEGA Montiel, A. (2008). «Eliminando fronteras: identidades de género frente a la televisión», en *Revista DeSignis*. Barcelona: Gedisa.
- WOLF, M. (2001). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

La alfabetización digital como derecho a la comunicación en mujeres mayores de 40 años

ANA MARÍA DEL CARMEN MÁRQUEZ RODRÍGUEZ¹

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ALFABETIZACIÓN DIGITAL

El debate sobre reducir la brecha digital para incluir a las mujeres en el mundo tecnológico ha sido el tema sobre las distintas aristas a las que se dirige el diario vivir de esta población, en especial, la comunicación como derecho irrenunciable del ser humano (UNESCO, 2018a). La comunicación es actualmente un concepto reiterativo desde el contexto cotidiano donde las familias ejercen la comunicación hasta la manera cómo las distintas comunidades culturales procuran alcanzarla en distintos escenarios.

El artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos (2018b) establece que: «Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión».

Después de ser estipulado este artículo, se han realizado adiciones como la que concierne a la publicación de la UNESCO (2009), que contempla que la alfabetización mediática e informacional es primordial para que la población mundial acceda a este derecho de manera autónoma y promueva el diálogo social.

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León.

En conmemoración del 70 aniversario de la Declaración Universal de Derechos Humanos, la UNESCO ha proyectado una campaña digital sobre #Derechoa laEducación como un derecho que es fundamental en la misión global para legitimar la igualdad de acceso a una educación de calidad (UNESCO, 2009).

En este entorno, la alfabetización digital se ha vuelto un punto importante en las mesas de debate en educación y políticas sociales y públicas, dándole prioridad a los beneficios que estas herramientas traen consigo para disminuir la desigualdad social y, sobre todo, la equidad de género, ya que se ha demostrado estadísticamente que el porcentaje de mayor necesidad de alfabetización se encuentra en las mujeres.

Según datos arrojados por la UNESCO (2018a) en el Cairo, entre los años 2016 y 2018: 977 mujeres de entre 15 y 45 años de edad han sido favorecidas con el proyecto de desarrollar distintos canales que proporcionan a las mujeres de comunidades aisladas la oportunidad de aprender digitalmente. También, 792 mujeres aprobaron el examen de Autoridad en Educación de Adultos (AE), aprobando el 85 % por encima de la media nacional.

La alfabetización digital, también llamada la iniciación a los medios digitales, se encuentra vigente en la totalidad de los contextos de la vida cotidiana y forma una presencia valiosa en el diario vivir, trabajar, aprender y socializar, desarrollando una importante reflexión de optimizar las competencias idóneas para obtener un absoluto beneficio de la era digital. Las tecnologías digitales ofrecen nuevas oportunidades que enriquecen la vida y, a su vez, la conexión, de manera global mundialmente. Sin embargo, esta herramienta puede marginar a quienes carecen del conocimiento básico como la alfabetización necesaria.

En el año 2017, la UNESCO otorgó el Premio Internacional a proyectos orientados a la alfabetización en la era digital a los países que llevaron a cabo programas de esta índole, tales como Canadá, Jordania, Pakistán y Sudáfrica. En el año 2018 el Premio Internacional fue para Afganistán, Uruguay e Irán, particularmente con un proyecto que promueve las competencias informáticas de alfabetización; otro premiado fue Nigeria y, finalmente, España, que impulsa la integración y autonomía de las mujeres (UNESCO, 2018b).

La República Islámica de Irán estimula mediante este proyecto la alfabetización y la educación continua a través de programas orientados a niños y adultos, particularmente, dirigidos a las mujeres y niñas de zonas rurales. Estos programas desarrollan competencias informacionales para la solución de necesidades cotidianas como la lectura de páginas web, pago de facturas por servicios, consulta con navegadores, etc. En 2017, 4528 niñas aprovecharon los beneficios del programa el cual deberá seguir hasta el 2021 (UNESCO, 2018c).

La brecha digital, según Villatoro (2005), es la distancia que separa a los que tienen acceso y pueden beneficiarse de las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) de los que no pueden hacerlo. Sin embargo, el problema estriba no solo en lo remedial, sino que hay que dirigir el enfoque hacia un cambio de paradigma para lograr un impacto social positivo, sobre todo en la perspectiva de género de la mujer (UNESCO, 2018c).

Donde se debe concentrar un especial cuidado, según Pimienta (2007), es en las políticas y proyectos que corresponden al renglón de la educación con la obligación del servicio de acompañamiento para que sea efectivo. Así pues, la labor de alfabetización digital e informacional es una prioridad, raramente atendida en toda su integridad, y es un desafío particular por la trascendencia que se debe lograr en la sociedad. Esta herramienta es importante ya que permite acceder a otros derechos, inclusive en el contexto más amplio del derecho a la comunicación posicionándolo en entornos socioculturales al crear comunidades.

Es indudable que la estrategia para transformar la sociedad de la información está en la educación de la ciudadanía en el mundo digital, y los cambios de paradigma que acompañan una nueva visión de sociedad basada en compartir los conocimientos. Aun y cuando se conoce que detrás de la brecha digital se encuentra la brecha social, y de quienes asumen las decisiones que, generalmente, no se toman en cuenta en relación a la participación ciudadana. En particular, este estudio se propone analizar el tema de la reducción de la brecha digital en las mujeres mayores de 40 años con la acción sociocultural en su magnitud comunicacional, con una consistencia educativa estructurada de prácticas que llevan a cabo los actores sociales vinculando, particularmente, con la comunicación digital.

Establecimiento del problema

La alfabetización digital, según Pimienta (2007), es el proceso de proporcionar a la población-sujeto los conocimientos y métodos de las TICs y situarla en el contexto de ejecutar las competencias de uso que le permitan empoderarse de esas tecnologías para usar una PC en un contexto de red. Además, a la brecha digital se le ubica como un fenómeno social que pone a la población en riesgo de exclusión social; entendiéndose como la diferencia entre aquellos que tienen internet y aquellos que no, se le ubica como una situación de división entre los que manejan tecnología de la información y comunicación y los que no la tienen.

A las mujeres mayores de 40 años (M+40) se les considera inmigrantes digitales, según la definición de Ferreiro (2005) quienes no crecieron con la tecnología y han tenido que aprender y adaptarse a ella provocando que aquellas que no han incursionado en este contexto muestran esclavitud digital, en cuanto que dependen de los jóvenes para poder estar incluidas en este ámbito.

La UNESCO (2018a) congrega a participantes académicos y políticos de diferentes países del mundo con el objetivo de analizar la tecnología digital que ayude a reducir la brecha digital en materia de alfabetización digital y establecer cuáles competencias son efectivas y necesarias en la ciudadanía actual. Al respecto, el Instituto de Estadística de la Unesco (2018a) explica que existen 102 millones de personas de entre 15 y 34 años que adolecen de las competencias básicas de lecto-escritura. El 57% de esta cifra son mujeres. Por tanto, la calidad de la educación desempeña un rol determinante en el desarrollo y, en consecuencia, alienta a los estados a impulsar la alfabetización digital y establecer el proceso informático en internet que permita facilitar el derecho a la educación. Otro aspecto importante, es el desarrollo de capacidades críticas de la población que accede a los medios de comunicación y la información, de manera que se beneficien de los conocimientos básicos al respecto. Evidentemente, la alfabetización digital fomentará de manera fundamental el valor del diálogo social ciudadano.

Al mismo tiempo, la educación digital es el núcleo del aprendizaje mismo a lo largo de la vida, habilitando al individuo a indagar, valorar, esgrimir y crear

información para cumplir sus objetivos particulares, laborales, sociales y educativos. La ONU (2018) declara que es un derecho humano fundamental en el entorno digital por lo cual promueve la inclusión social de todos los pueblos y naciones.

En cuanto al problema del desempleo, que concierne no solo a mujeres mayores de 40 años sino a jóvenes y adultos marginados que no poseen las competencias necesarias para garantizar el resultado que exige la economía y el trabajo especializado, en México, en la ciudad de Monterrey, a Nuevo León, a través del programa Crece con Google, se imparten talleres y conferencias con el objetivo de capacitar a jóvenes y docentes en las herramientas digitales que les faciliten emprender negocios u obtener mejores oportunidades de empleo, es decir llevar a cabo proyectos personales y crecer. Esta empresa considera, que para el año 2025 más del 90 % de las oportunidades laborales demandarán al menos algún nivel de competencias digitales (Hernández, 2018) por lo que estos retos requieren ampliar de forma urgente el aprendizaje de manera permanente, especialmente en los grupos de la población desfavorecidos y marginados.

El empoderamiento de las mujeres con las tecnologías digitales

Es necesario entender que se debe generar un desarrollo humano a través de programas, talleres y pláticas educativas con el propósito de disminuir la brecha digital y establecer una mayor inclusión de las mujeres dentro de la tecnología, propiciando la perspectiva de género y guiando un impacto de mejora a la interacción social (Carrizo, 2014). Mejorar la perspectiva de género, sobre todo de esta población que se ha vuelto vulnerable por la exclusión social automática del no uso de los medios digitales, implica tener en cuenta los desequilibrios evidentes en su acceso al trabajo, a los recursos, al entretenimiento, a la riqueza, la cultura y al poder (Dias, 2018). A su vez, es necesario llevar a cabo estrategias que, mediante programas de acción, sitúen la igualdad de oportunidades en la realidad y que ayuden a transformar las discriminaciones resultantes del sistema social

y sus prácticas en áreas de desarrollo como empoderamiento de las mujeres, en particular las mayores de 40 años.

El empoderamiento de la mujer ha sido manejado como estrategia para obtener espacios en los que la mujer se sienta segura, como ejemplo están los proyectos que organiza la WTEC (2018) que comprende desde conferencias, talleres y debates públicos. Otras propuestas son la de trabajar perspectivas de seguridad en red e identidad digital; oportunidad de aprendizaje y tutoría para acceder a programas de desarrollo social o personal; el emprendimiento de negocios independientes que generen el uso de la tecnología y que sus propietarias sean mujeres, generar oportunidades que desarrollen el uso de aplicaciones móviles, redes, etc.

Existen dos tipos de empoderamiento: el individual y el social; y en las dos se observa la necesidad de que las mujeres se concienticen del poder que tienen y accedan a espacios donde se toman decisiones y se ejerce el poder (WTEC, 2018).

A través de la alfabetización digital, también se mejora la calidad en la comunicación familiar con la interacción de la comunicación con sus hijos y vigilancia con los que son pequeños o adolescentes, sobre todo, para prevenir situaciones de riesgo. Se benefician las familias de manera directa ya que se mejora la comunicación entre madres e hijos, sobre todo, con los pequeños y jóvenes. También se atiende la seguridad porque, al capacitarlas, las mujeres podrán supervisar el uso que sus hijos hacen de sus dispositivos móviles previniendo riesgos cibernéticos (Días, 2018).

Al aplicarse estrategias digitales de aprendizaje colaborativo se fomentan comunidades que ejerzan el derecho a la comunicación con sus familiares en la localidad de origen, considerando que a través de estos grupos se dará un impacto social mayor, disminuyendo su posición de inmigrante digital, al mismo tiempo que se forman grupos que aprendan a manejar los medios digitales.

Además, se mantiene la igualdad de oportunidades laborales en cuanto a tener acceso a la información laboral, ya que ahora las contrataciones se realizan en la red. Se benefician también las mujeres en este rubro y en relación a actividades laborales de oportunidades alternativas (Villatoro, 2005).

Factores que inciden en la ausencia del derecho a la comunicación digital

Existe un factor importante que se encuentra, tal vez, con mayor incidencia en este grupo, llamada la resistencia psicológica, cuyo significado se refiere a la barrera que se presenta a cambiar de forma de comportarse. La resistencia a cambiar hábitos viejos y establecer prácticas nuevas es, muchas veces, un aspecto que no permite el aprendizaje (Ferrer, 2014). Este factor se complementa con la edad ya que es proporcional el efecto de la ausencia de competencias digitales con la cantidad de años transcurridos. A menor edad, mayor alfabetización digital.

La exclusión social es otra variable que está presente en la ausencia de alfabetización digital, y la rapidez con que progresa o cambia la tecnología digital produce la tendencia a producir disparidades regionales (Pimienta, 2007).

Otro factor que se presenta es la ausencia de competencias digitales y cognitivas para el manejo de los dispositivos móviles o redes sociales, por lo que esto las lleva a no tener acceso a la tecnología y por consecuencia, al aislamiento social en la Internet y a la discriminación, al derecho a la comunicación digital, lo cual en la mayoría de las mujeres redundo en desmotivación e indiferencia hacia la comunicación digital (Gutiérrez, 2010). Es importante considerar que debe apoyarse a este segmento femenino de la comunidad que se encuentra en riesgo de exclusión social por la incapacidad de acceder a la información y comunicación de los medios digitales actuales.

La desigualdad en las ofertas de trabajo es otra forma de exclusión y la intervención insuficiente de mujeres y trabajadores de edad avanzada en el mercado laboral es examinada por la Agenda Digital (2015), incluso se contempla la necesidad de empleos cada vez más cualificados informacionalmente y que presentan un número, cada vez mayor, de empleos desocupados por no cubrir los requisitos.

En distintos contextos se polemiza la imperiosa necesidad de reducir la brecha digital, permitiendo y desarrollando equipo tecnológico conectado a Internet. Sin embargo, no siempre se contempla la alfabetización digital o el interés de adquirir conocimientos y competencias que son necesarios para coadyuvar en las tareas básicas de los usuarios de las TIC y es necesario tomar en cuenta que lo digital

es ubicuo, es decir, se encuentra en cualquier lugar y en cualquier momento y también considerar que aquellas personas que no desarrollan un mínimo nivel de alfabetización son grupos vulnerables con alto riesgo de exclusión social. El riesgo se refleja entonces, en todos los ámbitos en donde se desenvuelve el individuo, el personal, el laboral, la salud, etc. (Poli virtual.co, 2018).

A todo esto se tiene que sumar el factor acumulativo de las desigualdades sociales conforme van surgiendo nuevas formas digitales de comunicación en comparación con el desfase de hombres y mujeres o jóvenes y viejos, lo cual lleva a la exclusión digital. Los cambios vertiginosos que se originan en las TIC causan que los recursos humanos se tornen obsoletos en etapas cada vez más fugaces, lo que no permite la capacitación tan rápida como cambian las TIC y se produce un decremento en la productividad.

Otro hecho que se debe contemplar es la exclusión de las mujeres en la sociedad de la información cuando no presentan las competencias necesarias para participar en aquellos momentos político-sociales, los cuales suceden y no tienen conocimiento de ello, como son las consultas, puntos críticos de elección popular y acceso a una información libre en las redes.

Desafíos de la alfabetización digital

La alfabetización digital precisa del perfeccionamiento de multicompetencias digitales que sean integradas al currículo transversal de este grupo de personas para que sea dinámico con relación a todos los ámbitos en los que se desenvuelve. Así pues, que pueda acceder a posibilidades actuales de empleo, como también pueda representar un vínculo estrecho con la generación joven familiar y ser vigilante en el área infantil y genere actos de protección personal.

En cuanto al trabajo colaborativo en redes con la generación de comunidades, que vaya acorde con sus intereses en lo particular y en lo general y que mediante este mecanismo pueda tener acceso al acompañamiento digital en todo momento, generando nuevas líneas de conocimiento pragmático y al mismo

tiempo desarrolle el pensamiento crítico que le permita diferenciar y seleccionar los contenidos, lo mejor posible.

Además fomentar competencias en las M+40 que le permitan crear redes sociales y académicas para promover el conocimiento colaborativo que vaya más allá de cualquier institución. Esta alfabetización digital involucra la comprensión de los contenidos con base en premisas críticas y adaptativas.

Ahora bien, las múltiples reuniones de las organizaciones de la UNESCO (2018a) y ONU (2018) han concretado que la alfabetización digital debe ser considerada como uno de los tres derechos digitales fundamentales de la comunicación, basando su premisa en que sin alfabetización digital, para tener una comprensión sobre la manera de aplicar las tecnologías digitales en la actualidad, es casi imposible que alguna persona tenga posibilidades de sobresalir aún en su vida personal, pues pierde oportunidades como estudiar en línea o hacer pagos a servicios públicos o privados, o el solo hecho de usar el teléfono inteligente con sus distintas apps hasta hojas de cálculo o programas domésticos como consultar recetas de cocina, de salud o de belleza, hasta compras por internet o bancas móviles. La tecnología digital ha permeado en su totalidad la vida cotidiana, excluyendo poco a poco a las M+40 que no demuestran competencias informacionales.

Ahora bien, aunque los medios digitales son omnipresentes, todavía hay grupos de personas, como las M+40 en la población nacional, que no dominan estas herramientas y que por lo tanto son grupos vulnerables o en riesgo de aislamiento social. Deben proclamarse políticas que, desde los estados del poder puedan garantizar la igualdad de la comunicación digital, principalmente en este segmento poblacional que es todavía productivo. Se debe realizar un compromiso desde el gobierno, sector privado y la sociedad, orientado en una real inclusión digital que, a través de la alfabetización digital, estructure soluciones que permitan una sociedad donde todas personas se beneficien de la tecnología digital moderna y esto facilite el empoderamiento de la sociedad civil, en particular, de las mujeres mayores de 40 años, para que ejerzan su derecho a la comunicación como derecho universal humano.

La alfabetización digital debe concebirse no solamente como la aptitud para utilizar la tecnología sino con la comprensión utilitaria de cuánto mejora nuestra vida; pero también ha de tomarse en cuenta la aparición de la brecha digital en la que se exponen los vacíos que se van presentando conforme un segmento de la población mejora su manejo en la tecnología y otros tantos no pueden acceder a la internet y sus extensiones digitales; separando a los individuos, a los grupos y a los países (Pimienta, 2007).

De tal forma que se vuelve un círculo reiterativo entre el aprendizaje y la educación que representan el problema y la solución al mismo tiempo. La rapidez del avance tecnológico se vuelve infructuoso si no se iguala con la adquisición de competencias que ayuden a utilizarlo correctamente o para beneficio de la vida personal, económica y social del individuo.

De acuerdo a cifras de la ONU (2018), 65 países en desarrollo muestran que el 60% de las escuelas primarias y secundarias superan las computadoras con fines docentes, en contraste con los países subsaharianos que no alcanza ni el 40%. Así que para el año 2030, esta organización tiene como meta que todos los jóvenes, y un porcentaje considerable de adultos, incluyendo las mujeres, estén alfabetizados digitalmente también.

De tal manera que la presencia mayoritaria de las mujeres tanto en los espacios político-social y económico, aún con la alfabetización, no será posible si no se cambian de fondo las políticas de manera estructural y profunda. No solo se trata de certificar la igualdad en accesos fundamentales como la educación, ya que se encuentran incrustadas a todos los niveles de la reproducción cultural.

BIBLIOGRAFÍA

CARRIZO, M. (2014). *Facebook y la transgresión entre adolescentes: el fenómeno de las redes sociales en los jóvenes*. Madrid, España: EAE.

- DÍAS, T. (2018). *Redes sociales en perspectiva de género: Guía para conocer y contrarrestar las violencias de género on-line por DonesTech*. Recuperado de <https://donestech.net/files/redessociales.pdf>
- FERRER, J. (2014). *Gestión del cambio*. Madrid, España: LID.
- GUTIÉRREZ, S. (2010). *Integración digital: social media internet*. México, D. F. PACJ.
- HERNÁNDEZ, M. (23 de noviembre 2018). *Capacitan a regios en digitalización*. En Periódico *EL Norte*: sección negocios, p. 11. Impreso. Monterrey, N. L., México.
- CEPAL (2017). *Planes de igualdad de género en América Latina y el Caribe Mapas de ruta para el desarrollo*. Santiago de Chile Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/41014/S1601345_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- LA DIGITAL AGENDA ASSEMBLY 2015. (18 de junio de 2015). Riga, Lituania. Recuperado de [file:///C:/Users/anacm/Downloads/DA2015-Report%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/anacm/Downloads/DA2015-Report%20(1).pdf)
- ONU. (2018). *Declaración universal de los derechos humanos del 10 de diciembre de 1948*. Ginebra, Suiza. Recuperado de <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>
- PIMIENTA, D. (2007). *Brecha digital, brecha social, brecha paradigmática*. Recuperado de: http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/tematica/brecha_paradigmatica.pdf
- POLI VIRTUAL.CO (2018) ¿Qué es el U-learning? Recuperado de <http://polivirtual.co/que-es-el-u-learning/>
- PROFUTURO (8 de mayo de 2018) El empoderamiento de la mujer a través de la tecnología (WTEC). (8 de mayo de 2018). Recuperado de <https://observatorio.profuturo.education/blog/2018/05/08/el-empoderamiento-de-la-mujer-a-traves-de-la-tecnologia-womens-technology-empowerment-centre-w-tec/>
- UNESCO. (30 de octubre de 2018c). *Educación e igualdad de Género*. París, Francia. Recuperado de <https://en.unesco.org/themes/women-s-and-girls-education>.
- _____. (30 de agosto de 2017a). *La alfabetización en la era digital, eje del día internacional de la alfabetización, 8 de septiembre de 2017*. París, Francia. Recuperado

de <https://es.unesco.org/news/alfabetizacion-era-digital-eje-del-dia-internacional-alfabetizacion-8-septiembre-2017>.

_____ (19 de noviembre de 2018a). *La alfabetización empodera a las mujeres de las comunidades aisladas de Egipto*. París, Francia. Recuperado de <https://es.unesco.org/news/alfabetizacion-empodera-mujeres-comunidades-aisladas-egipto>

_____ (6 de septiembre de 2018d). *Un programa español recibe un premio de alfabetización de la UNESCO por promover la integración y la autonomía de las mujeres*. París, Francia. Recuperado de <https://es.unesco.org/news/programa-espanol-recibe-premio-alfabetizacion-unesco-promover-integracion-y-autonomia-mujeres>

_____ (8 de septiembre 2017b). *Programa de formación en alfabetización mediática e informacional destinado a los docentes*. Recuperado de http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media_and_information_literacy_curriculum_for_teachers_es.pdf

_____ (2009). *Directrices sobre políticas de inclusión en la educación*. París, Francia. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0017/001778/177849s.pdf>

VILLATORO, P. (2005). Las estrategias digitales nacionales hacia la sociedad de la información y las iniciativas de e-gobierno: un panorama regional. En Villatoro, P. y Yáñez, R. *Las nuevas tecnologías de la Comunicación y la institucionalidad social*. Santiago de Chile, Chile: CIESPAL.

La deserción escolar en alumnos de educación media superior como asunto pendiente en la agenda de Estado y la participación social para generar soluciones: una aproximación al trabajo de la UANL en la colonia Independencia

LAURA ELIZABETH VELÁZQUEZ TAMEZ¹

INTRODUCCIÓN

El fracaso y la deserción escolar son temas importantes que deben considerarse dentro de las políticas públicas, pero también dentro de la agenda de las propias escuelas, particularmente en las instituciones de educación media superior, como asuntos sobre los cuales trabajar arduamente, pues es donde el problema se presenta de forma recurrente. El texto constitucional en el artículo tercero consagra que la educación básica obligatoria abarca hasta el nivel medio superior; es evidente que no todas las universidades públicas del país están preparadas con los recursos y la infraestructura necesaria para afrontar el reto de garantizar el acceso y la permanencia de los jóvenes al nivel medio superior. En este documento se destaca cómo ha respondido la Universidad Autónoma de Nuevo León a este llamado mediante los apoyos académicos y económicos dirigidos a los estudiantes

¹ Estudiante del Doctorado en Filosofía con Orientación en Comunicación e Innovación Educativa. Maestra en Derecho por la Escuela de Graduados en Administración Pública y Política Pública del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Especialidad en Derecho Público y Licenciada en Derecho por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

de la Escuela Industrial y Preparatoria Técnica Álvaro Obregón —EIAO—, Unidad Independencia, —una colonia con problemas de inseguridad, de violencia, de hacinamiento y de pobreza entre sus habitantes que recientemente ha empezado a restaurarse en lo educativo y social— donde la participación de directivos y docentes ha sido clave en el resultado, lo cual se documenta a través de los relatos de estudiantes entrevistados en dicho plantel.

Este análisis se desprende de un proyecto de investigación que se desarrolla dentro del programa doctoral de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Se han documentado los discursos de los estudiantes al retomar sus estudios después de haber superado episodios de reprobación que vivieron en primer semestre de bachillerato, convencidos de que no piensan desaprovechar el apoyo que la institución les brinda para terminar su educación preparatoria.

Conceptualización del fracaso y la deserción escolar como asunto pendiente dentro de la agenda de Estado

La educación es el medio para que el ser humano se desarrolle como persona y un medio para lograr el desarrollo social. Según Muñoz (2014) la educación constituye un referente de vida y un estímulo de vida, destaca que el objeto de la educación es la construcción de conocimientos útiles para dignificar la vida de todas las personas (p. 3). En ese sentido, la educación es vital porque el sujeto participa como sujeto activo en la sociedad y así contribuye a que la sociedad se mantenga viva y cohesionada. Donde hay educación hay conocimiento, participación y desarrollo, y esto da cohesión social y vida al Estado para que sus instituciones subsistan.

La educación es vida porque con ella hay empoderamiento, el sujeto se asume como agente de cambio, participa de los procesos sociales y económicos mediante un abanico de oportunidades que se hacen accesibles y visibles solo a aquellos que

cuentan con el conocimiento para discernirlas e incluso para ser vistos y reconocidos por los otros como personas que participan de dichos procesos.

Según describe Castillo-Berthier (2008), el debilitamiento de los mecanismos de integración social, entre ellos la educación, afecta particularmente a la juventud pobre, quienes enfrentan problemas de inserción laboral, lo que deriva en precariedad del empleo y desocupación, pues los niveles de capacitación son insuficientes para la obtención de empleos de calidad. Por otro lado, según señala Medina (2015), el sistema educativo tiende a ser elitista y clasista, pues el acceso y permanencia en el ámbito educativo formal se reserva exclusivamente a aquellas clases medias y altas de la sociedad; destaca que se debe procurar la participación de todos para lograr una educación lo más igualitaria y justa posible, en la que el profesorado, alumnado e instituciones, entre otros, participen dentro de su marco de acción correspondiente.

Por su parte Zúñiga (2011) destaca que la integración de los menos favorecidos al sistema escolar no es un fin sino un medio, no es solo buscar la integración sino que mediante esta se logre acceder a una educación de calidad para todos. De manera que el problema a resolver no es cómo integrar a los alumnos provenientes de grupos minoritarios o marginados socialmente, sino cómo debe ser la educación que se les brinda. Bajo la idea de una escuela incluyente que propone este autor, se tiene en cuenta que en ella no deben existir requisitos de entrada ni mecanismos de selección o discriminación de ningún tipo, implica una transformación de la organización para ajustar infraestructura, programas y modelos educativos a esta nueva realidad con una educación accesible para todos. Zúñiga (2011) menciona que es necesario superar la autocomplacencia al hablar del fracaso escolar y la deserción de nuestros estudiantes y centrar el análisis en lo que hace la escuela, la sociedad y el Estado para producir ese resultado o, bien, para revertirlo.

El orden social se mantiene a raíz de los desequilibrios de poder y el sistema educativo encierra modos de intervención que de alguna manera legitiman un orden concreto de manera que se determina el éxito o el fracaso escolar de los alumnos en función de diferentes características (Calderón, 2014, p. 186). Por ejemplo, durante años se consideró a la educación media superior como un pri-

vilegio y no como un derecho, de manera que accedía a ella solo una parte de la sociedad. Se aceptaba por la sociedad en general la idea de que solo los estudiantes más destacados académicamente y con cierta posición económica podían aspirar a cursar el nivel medio superior y superior. Era una práctica social excluyente que se trataba de justificar desde diversos referentes y que paulatinamente ha ido quedando atrás.

Tradicionalmente, las explicaciones del fracaso escolar y la deserción han tendido una misma línea, se han enfocado en factores ajenos a la institución educativa o al sistema educativo que no ha podido dar solución a una problemática que aqueja a la sociedad y que limita el desarrollo de los individuos dentro de la misma. Se culpa al alumno y el fracaso se atribuye a su falta de interés para asumir su responsabilidad en su propio proceso de aprendizaje para concluir algún nivel educativo al que ingresa. La explicación simplista dictó por mucho tiempo que si el alumno ingresaba y abandonaba la escuela, o si no lograba ingresar, era exclusivamente un problema del alumno; es decir, no se reconocía la realidad del contexto en el que ocurría la deserción.

Hoy se reconoce la realidad económica y social que existe detrás de esto, que si el joven no ingresa a la preparatoria es porque hay necesidades sin atender en el contexto del estudiante, entre estas, la falta de recursos asignados a este rubro para asegurar un lugar para estudiar para cada joven, por lo que se termina haciendo una selección de los más capaces y se termina excluyendo al resto. Del mismo modo se excluye desde la escuela a quienes no obtienen el rendimiento académico esperado.

Calderón (2014), siguiendo a Giroux (2001), menciona que la escuela tiene el poder de transformar un problema social en individual y que se requiere rechazar las explicaciones tradicionales del fracaso escolar y la deserción a fin de reconducir su análisis tradicional dado en la psicología, para ir hacia la política y la sociología.

El término desertor trae consigo un estigma respecto a que hay un fracaso que se atribuye al estudiante por cuanto no ha aprovechado las oportunidades que se le dieron para educarse, sin reconocer que el abandono en su escolarización obedece

a múltiples factores que no se pueden estudiar solo en la persona que aprende. Muchas veces, los estudiantes abandonan la escuela por una necesidad económica, por incorporarse a un mercado laboral a sabiendas de que el trabajo al que pueden aspirar, al no tener determinado nivel educativo, tendrá como características el bajo salario e incluso el desapego al reconocimiento de sus derechos laborales más elementales.

Zaragoza (2013), así como Dzay y Narváez (2012) coinciden en que la mayoría de los estudiantes que desertan enfrentan anteriormente el fracaso mediante la repetición de cursos. Ruiz, García-Cuey y Pérez (2009) señalan que el factor económico derivado de la insuficiencia de ingresos en los hogares es un factor decisivo para este fenómeno.

Peña, Soto y Calderón (2016) establecen que el fracaso escolar se refiere a aquellos alumnos en los que la decisión de abandonar la educación está influida directamente por el mal rendimiento educativo, lo que según los autores se traducirá, cuando sean adultos, en mayores dificultades para encontrar un trabajo de calidad.

Según refiere Zúñiga (2011), utilizar el término fracaso no es lo más lamentable, sino que el alumno, a través de la manera en la que la sociedad lo cataloga como fracasado, termina interiorizando el concepto y creyendo que en realidad falló, lo cual afecta la autoestima y el autoconcepto del estudiante, destaca que la explicación simplista de decir que el estudiante abandonó la escuela por ser pobre debe superarse por un análisis respecto a ¿por qué la escuela no puede superar estas limitantes mediante un modelo que se adapte a la realidad económica y social del estudiante? Sin lugar a dudas, ello demanda coraje y compromiso, lo cual no es tarea sencilla ni para los docentes ni para las autoridades educativas. «Cuando se está profundamente familiarizado con el mundo cultural, se parte siempre de la hipótesis de que todo es obvio» (Zúñiga 2011, p. 34), pero cuando hay problemas no resueltos nada es obvio, nada se ha comprendido a profundidad y nada debe darse por establecido o asentado, aún hay camino por andar y soluciones por descubrir. Ni la inteligencia ni la motivación explican el abandono del estudiante, se centran en su persona y no en lo que hay detrás.

Estos aspectos son útiles para efectos de establecer líneas de investigación, pero en franca honestidad con nuestra labor científica debemos ahondar en: ¿Qué está haciendo la escuela para motivar al estudiante? ¿Qué está haciendo la escuela para adaptarse a las capacidades y situación personal del estudiante? Tal como lo refiere el autor citado, es autocomplaciente decir que la baja motivación del estudiante o el bajo rendimiento dado por su capacidad intelectual es lo que lo ha predispuesto a abandonar la escuela. «Los estudiantes no nacen motivados ni desmotivados, es la escuela la que los incentiva conforme sienten que avanzan o consigue lo contrario conforme los desalienta, humilla y margina» (Zúñiga, 2011, p. 36). El discurso de un estudiante entrevistado resume lo expuesto en los párrafos anteriores.

Yo vengo de aquí, de la Independencia, mi familia siempre ha vivido aquí, desde mis abuelitos, la gente siempre dice que de aquí no sale nada bueno, que puros grifos y vagos, pero no, yo pienso que eso depende de uno, cada quien sabe. Yo entré porque está cerca de mi casa. Voy y vengo caminando de volada. La secundaria no la hice aquí en la colonia, mi mamá me llevó a una del centro por lo mismo, para que no me juntara con ellos pero allá también había, en todos lados hay, cada quien sabe ¿no?, con quien se junta. Entonces aquí supe de la preparatoria y de la beca y entré. En ese tiempo salía del trabajo como hasta las dos de la mañana, era un restaurant, no tenía seguro, me pagaban por semana, no estaba en la nómina ni nada, tenía 15 años. Cuando venía aquí al día siguiente, en la mañana, en las clases, me sentía muy cansado, no hacía las tareas y se me fueron juntando, decía «al rato» o «después» luego ya pues reprobé y me tuve que salir. Me sentí mal, me sentí culpable por no haberle echado ganas, pero la vida te da segundas oportunidades, verdad, y yo no pienso dejar ir esta, la escuela nos está apoyando, los maestros, la beca, y yo quiero salir adelante, quiero ser abogado, he tenido oportunidades, que no he aprovechado por falta de dinero, no pude seguir en el fútbol por eso, pero yo me dije: a la escuela si le voy a echar ganas porque ahí está mi futuro, ¿verdad? Yo vengo de gente que ha batallado mucho, mis abuelos me platicaban como tenían que pasarla para tener un bote de leche o un kilo de tortillas, y aun así ellos sacaron a sus hijos adelante. Yo no tengo mucho pero tengo un techo y comida,

tengo la escuela que me apoya, mi beca, siempre pienso que si hay otros más fregados, o sea, peor que yo, pues, que tienen menos todavía y que han salido adelante ¿por qué yo no voy a poder? Sé que yo también puedo. Cuando reprobé algunos que me conocen se burlaron, yo creo, me decían: «pobre bato fracasado», pero yo no les hago caso. Quiero graduarme, estudiar, tener un negocio para ayudar en mi casa y que los demás vean que sí se puede. (Estudiante entrevistado.)

Hay que reconocer en la práctica docente lo que ya la UNESCO (2015) resaltó respecto a que la educación es un bien común. Reconocer que es un proceso inclusivo basado en la democracia participativa. De la educación no podemos decir que está reservada solo para los más capaces, para los más motivados, para los de mejor condición social y económica. La educación es para todos, por cuanto es un derecho universal y ello conlleva una obligatoriedad por parte de los Estados para su efectiva salvaguarda.

Terrail (2011) destaca que la educación debe ser democratizada, que no es aceptable que un alumno quede excluido y que cuando un alumno no concluye sus estudios la explicación de que ha sido debido a su falta de motivación en realidad no arroja luz sobre la raíz del problema, por tanto, es limitante para buscar soluciones. El primer paso es reconocer lo multifactorial en este objeto de estudio, no solo centrarse en el estudiante sino analizar el cuadro completo, las aristas que componen esa realidad de nuestro alumno. El orgullo del docente no debe ser el que un alumno sobresale del resto por su gran desempeño académico, sino que ninguno de sus estudiantes se pierda en el camino.

Las políticas educativas deben equilibrar la balanza de la desigualdad social a través de las oportunidades de acceso y permanencia de los estudiantes más vulnerables dentro del sistema escolar, se debe superar el determinismo de decir que los que están en condiciones adversas tendrán pocas oportunidades de aprovechar bien los recursos invertidos sino que, por el contrario, se requiere invertir más en aquellos que tienen más riesgo de desertar. Es una inversión económica a largo plazo que transforma vidas, que genera un impacto social y es la mejor forma de poder evidenciar que realmente hemos avanzado y reconocido que la

educación es un derecho de todos, que los principios de justicia social e igualdad de oportunidades son los que caracterizan el Estado democrático que presumimos, es democratizar la educación y hacerla accesible y de calidad para todos los mexicanos.

El derecho a la educación desde el discurso político

Para comprender el fracaso y la deserción escolar cómo un asunto pendiente dentro de la agenda política del Estado y cómo se conformó dicha agenda con la participación social, es preciso dar, en primera instancia, una aproximación al derecho a la educación y cómo se encuentra inserto en el discurso político nacional e internacional. Aboites (2012) refiere que el derecho a la educación ha sido ampliamente discutido desde diversos referentes teóricos y momentos de la historia, y destaca que la manera de concebir este derecho y sus alcances resultan ser expresiones de confrontaciones políticas e ideológicas, de luchas sociales y de la entrada de nuevos actores en el terreno de la educación que luchan contra la restricción de este derecho y pugnan por su efectiva salvaguarda. La participación social es pieza clave en este sentido, donde los académicos y las universidades profundizan sobre las problemáticas educativas que aquejan a determinados grupos sociales históricamente excluidos.

González y Linares (2013) hacen evidente que la participación social en los asuntos públicos es vital para el desarrollo y esto se acentúa en un tema sensible como la educación. Destacan que se requieren canales para que todos los actores puedan participar de las políticas educativas en una participación transversal y no fomentada o inducida de manera vertical por los organismos públicos.

Delors (1998) menciona, por ejemplo, que la educación tiene la misión de permitir, a todos sin excepción, hacer fructificar todos sus talentos, todas sus capacidades y realizar su proyecto personal, que la inagotable tensión entre dos polos: la competencia y la igualdad de oportunidades, hace olvidar a muchos directivos

la misión de dar a cada ser humano los medios de aprovechar todas sus oportunidades.

Por tanto, cuando se profundiza en el conocimiento sobre problemáticas como la deserción escolar y se reconoce la necesidad apremiante de hacerle frente en la búsqueda de soluciones, se está trabajando también de manera paralela en la justicia social y se genera un clima propicio para la participación social por cuanto existen espacios para discutir y proponer, para cuestionar e innovar, transformar prácticas, costumbres, romper paradigmas, reformar leyes, promulgar acuerdos, y generar proyectos de nación que tiendan a la inclusión.

El artículo 26 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos señala que toda persona tiene derecho a la educación y que esta tiene que apuntar a un pleno desarrollo de la personalidad humana y a un refuerzo del respeto por los derechos del hombre y por las libertades fundamentales. El marco de acción de Dakar (2000) menciona que la educación es un elemento clave del desarrollo sostenible y de la paz, es también un medio de participación en los sistemas sociales y económicos. Establece que los gobiernos representados están comprometidos, entre otras cosas, a crear sistemas de buen gobierno y gestión de la educación que sean capaces de reaccionar rápidamente, suscitar la participación y rendir cuentas. Destaca que muchos gobiernos internacionales han centrado sus esfuerzos en ciertos grupos sociales y han descuidado a las personas excluidas de la educación básica por razones de carácter social, económico o geográfico.

La mayor dificultad es que la Educación para Todos se imparta con recursos suficientes, equitativos y sostenibles. Muchos gobiernos no otorgan la debida prioridad a la educación en el presupuesto nacional. Otros muchos no aprovechan eficazmente los recursos asignados a la educación y, a expensas de los pobres, suelen subvencionar a grupos acomodados (Marco de Acción de Dakar, 2000, p. 14).

Según refiere la Unesco (2015), la desigualdad se puede reducir a través de políticas públicas favorables para los pobres, pero también incrementando oportunidades de educación para estos grupos sociales. El derecho a la educación es

un derecho humano y un bien público, donde el Estado debe asegurar el respeto y la protección de dicho bien jurídico, administrando la educación y garantizando el derecho de acceso a la misma. Según se desprende del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, celebrado por Naciones Unidas (1966), se tiene que:

El derecho a la educación, como todos los derechos humanos, impone tres tipos o niveles de obligaciones a los Estados Partes: las obligaciones de respetar, de proteger y de cumplir. A su vez, la obligación de cumplir consta de la obligación de facilitar y la obligación de proveer (Observación general número 13 adoptada por el Comité de Derechos Económicos Sociales y Culturales, 1999, artículo 46).

El reconocimiento del derecho a la educación se enlaza con la obligatoriedad que se establece respecto al propio Estado para propiciar las condiciones necesarias para garantizar. Durkheim (1922) destaca que a partir del momento en que la educación es una función esencialmente social, el Estado no puede desinteresarse de ella y que todo cuanto es educación debe quedar, en cierta medida, supeditado a su influencia.

El Estado debe propiciar condiciones para un estado de bienestar en sus gobernados, tal como lo apuntó Moisés Sáenz, citado por Hamann (2015), no es posible ser un país de regiones, de patrias chicas, lo cual es un llamado a construir un Estado democrático y con justicia social. No es posible concebir el progreso y desarrollo de un Estado mientras que hay sujetos inmersos en pobreza y marginación, es inconcebible un Estado donde se hace investigación por un lado, pero esta se encuentra lejos de mejorar la realidad cotidiana que se vive en muchas ciudades del país, donde problemas como la deserción escolar son realidades frecuentes y hasta cierto punto, abordadas como inevitables, basadas en explicaciones simplistas o reduccionistas dadas desde lo institucional.

Pestalozzi daba los primeros aportes a la educación para el pueblo, se alinea a la idea de la educación como derecho de la persona y como deber para el Estado, define la educación como medio para superar las desigualdades sociales de

los más desfavorecidos (Soëtard, 1994). Similar al planteamiento de Freire (2003) respecto a que la educación empodera y donde los oprimidos buscan su derecho de ser, que se sustenta en la colaboración, la unión, la organización y la síntesis cultural.

El gobierno deberá actuar siempre con justicia social, con razón y con orden. El gobierno es para los individuos y no los individuos para el gobierno, tal y como lo defendió John Locke. Es alentador que actualmente se comience a resaltar, en el discurso político presidencial, que la educación es un derecho sensible para los sectores sociales más desfavorecidos y que es necesario fortalecer la educación pública gratuita y de calidad en todos los niveles escolares, bajo la premisa de que la educación no es un privilegio, es un derecho del pueblo (Presidencia de la República, 2019).

El reconocimiento del derecho a la educación dentro de la agenda del buen gobierno

Para entrar en el análisis del establecimiento de la agenda, en este apartado ahondaremos sobre la repercusión que tiene la falta de acceso a una educación de calidad, sobre la democracia y la gobernabilidad de un Estado y por qué la deserción escolar de grupos vulnerables en el nivel medio superior es un asunto pendiente dentro de la agenda del propio Estado.

Todos los acontecimientos sociales inciden en la dinámica de la democracia. Cada fenómeno va modificando la realidad jurídica y política de un Estado, ello implica que en esta realidad social que se transforma sean reconocidos nuevos derechos y que los que no han sido satisfechos para amplios conglomerados de la población sean exigidos por estos grupos de cara al Estado.

Si estas demandas sociales no son resueltas, no podemos hablar de buen gobierno ni aun de democracia. Según Dorantes (2008), el establecimiento de la agenda es un indicador de la democracia en función del grado en el que las demandas sociales son incorporadas como prioritarias para un Estado. Señala que

de acuerdo a Rogers y Dearing, una manera de entender la democracia moderna es mediante el estudio de las agendas, entendidas como los temas que son colocados como importantes por los medios, las audiencias y por quienes toman decisiones políticas. Esta idea sigue vigente pues las agendas deben reflejar las demandas sociales del momento, es un centrar la atención en los temas específicos que requieren mayor atención.

En una democracia auténtica no se coloca en la agenda algo que no exista previamente en la realidad social, la agenda no se crea ni tampoco se inventa, sino que más bien reproduce, pone en evidencia lo que ya existe y a partir de ahí se consideran las formas de abordar los problemas sociales. La distancia entre lo que establece la agenda y lo que ocurre en la realidad social es un indicador de la democracia. Si no hay relación tampoco hay democracia.

Un buen gobierno tiene que tomar sus decisiones basado en los principios que abraza la democracia que, según Salazar y Woldenberg (2016), son la libertad, la igualdad y la fraternidad. Aquí surge la pregunta: ¿Qué es en realidad un buen gobierno? El Centro Latinoamericano de administración para el Desarrollo —CLAD— (2006, p. 4) precisa que:

Se entiende por buen gobierno aquel que busca y promueve el interés general, la participación ciudadana, la equidad, la inclusión social y la lucha contra la pobreza, respetando todos los derechos humanos, los valores y procedimientos de la democracia y el Estado de Derecho.

Cuando una parte de la población accede a la educación y otros quedan excluidos, estos principios no se cumplen por cuanto no hay equidad, justicia, inclusión y las condiciones de pobreza se prolongan por no contar con la educación que se requiere para incorporarse a trabajos mejor remunerados. Al referirnos a la equidad con la que deben de ser atendidos los grupos más vulnerables, a la eficiencia en la generación de resultados de las políticas implementadas, la eficacia que debe prevalecer en el buen manejo de los recursos y la sensibilidad con la que deben ser tratados algunos temas, entre ellos el acceso y permanencia de los jóvenes

en desventaja social en la educación media superior, hacemos alusión a algunas de las características que Naciones Unidas ha definido como esenciales del buen gobierno.

Si las demandas sociales son resueltas se habla de paz y justicia social, más aún, en ciencia política se destaca que se tiene un clima de gobernabilidad democrática por cuanto existe un nivel de equilibrio dinámico entre demandas sociales y capacidad de respuesta gubernamental (Camou, 2013, p. 12). Hay entonces un actuar eficaz de las instituciones que la ciudadanía acepta como legítimo (Arbos, Giner, 1996). La ciudadanía participa, elige, exige y encuentra solución a sus demandas sociales por parte de su gobierno.

La gobernabilidad implica un análisis del gobierno y de sus acciones (Montero, 2012). Si la crisis produce ruptura y amenaza el *statu quo*, la gobernabilidad se ve afectada y esto ocasiona un desencanto político, pues al ser más y más fuertes los reclamos de quienes no han visto satisfechos ni cabalmente cumplidos sus derechos fundamentales —que según la doctrina garantiza el Estado— se va minando el clima democrático del mismo.

De esto dan cuenta episodios en la historia del México moderno en los que los ciudadanos han alzado la voz para exigir de su gobierno acciones encaminadas a mejorar sus condiciones de vida en áreas sensibles como educación, trabajo, salud, seguridad, vivienda, etcétera. De acuerdo con Camou (2013), gobernabilidad y democracia guardan entre sí una relación complementaria porque ambas se retroalimentan positivamente si logran combinar legitimidad, eficacia y la estabilidad en el ejercicio del poder político.

Pero, ¿cuál es la definición de democracia y cómo se relaciona con el establecimiento de la agenda? Webster (1830), citado por Pemberthey (2014), se refirió a la democracia como un gobierno del pueblo, hecho para el pueblo, por el pueblo y responsable ante el pueblo. García-Maynez (1979, p. 337) destaca que, siguiendo a Kelsen, la democracia significa que la voluntad representada en el orden legal del Estado es idéntica a las voluntades de los súbditos. Suárez-Iñiguez (2005), siguiendo a Sartori, menciona que la democracia no se ciñe a una forma de gobierno sino que atiende también a lo que sucede después de que el pueblo elige

democráticamente a sus gobernantes, aclara que gobernar democráticamente no tiene que ver tanto con quién tiene el poder sino a quién beneficia el poder.

En la construcción de sociedades más democráticas la ciudadanía es un motor fundamental de un proceso de transformación, que sostiene pero que a la vez vigila y demanda (Ponce, 2013, p. 302). Actualmente existen demandas no resueltas que deben incorporarse como prioridad en la agenda de Estado, una problemática a nivel nacional de primer orden es incrementar la cobertura y mejorar la calidad en la educación en México. Según Márquez (2014), México ha registrado avances en educación básica y se ha logrado que un alto porcentaje de niños y jóvenes permanezcan en el sistema escolar hasta educación secundaria, pero que es en la transición entre la educación secundaria y la media superior donde una alta proporción de jóvenes abandona el sistema escolar.

Al momento de pretender que la educación media superior sea accesible para todos los jóvenes en México, es preciso considerar los amplios sectores que han sido excluidos. En ese sentido, muchos jóvenes que cursan actualmente la educación media superior son los primeros en sus familias que logran ingresar a dicho nivel educativo.

Ampliar el acceso a los grupos y sectores que se han mantenido fuera del sistema escolar representa un costo mucho mayor, dado que enfrentan más carencias económicas y socioculturales que limitan su desempeño en el sistema educativo, por lo cual, si se quiere que se mantengan hasta finalizar un determinado nivel escolar es necesario pensar en los apoyos adicionales que serían requeridos para lograr este propósito (Márquez, 2014, p. 6).

Esto requiere de políticas públicas educativas orientadas por los principios que hemos enunciado anteriormente, además de una participación social activa, a fin de no conformarnos con un reformismo legal que enuncia en la Norma Suprema a la educación media superior como obligatoria, sino exigir el buen manejo de los recursos públicos encaminados a este rubro para que las instituciones de educa-

ción media superior y superior cuenten con la capacidad financiera para ofertar un lugar y una opción educativa a todos los jóvenes.

Según establece Márquez (2014), el hecho de universalizar la educación media superior implica al Estado lograr hacer, en la mitad del tiempo, lo que no se ha logrado hacer en el contexto de la educación secundaria en poco más de 20 años, esto es, según este autor, un reto para llegar al año 2022 con la meta cumplida de garantizar la cobertura en educación media superior, cuando la realidad muestra que a nivel secundaria existe una cobertura del 94 %, una tasa de abandono del 4 % y una eficiencia terminal del 86 %, a más de 20 años de que se estableciera la educación secundaria como obligatoria.

Es decir, en la educación secundaria aún hay una brecha entre el texto jurídico y la realidad escolar de ciertos grupos sociales. Por otro lado, según el INEGI (2017) en México a nivel preparatoria dos de cada diez alumnos que ingresan a algún plantel no concluyen sus estudios, en su mayoría hombres. Esto obedece a diversos factores, entre ellos el fracaso escolar y la situación económica que los hace desertar de la escuela. Por tanto, se advierte que el problema no es solo lograr que los adolescentes puedan ingresar a la educación media superior sino que logren concluir dicho nivel educativo.

La dirección de la International Youth Foundation en su sede en México, señala que hay una correlación importante entre reprobación y deserción escolar, donde la probabilidad de que un joven desertor regrese a la escuela para retomar sus estudios es baja, pues en la mayoría de los casos los jóvenes comienzan a trabajar para completar los ingresos de su hogar, y es un desafío para México los primeros dos años de bachillerato, donde se da el mayor índice de abandono (Barragán, 2017).

Participación social y construcción de la agenda

A continuación se expone cómo incide la participación social en el establecimiento de la agenda pública y, particularmente, la influencia de las universidades en

dicha conformación. La deserción escolar de los jóvenes en la educación media superior es un asunto pendiente de resolver que requiere la participación activa de las instituciones educativas, incluidas no solo las autoridades sino también los docentes y los investigadores, a fin de proponer soluciones y trabajar de manera coordinada a favor de una educación para todos.

Las instituciones educativas en México resaltan en sus discursos que hay que pensar en la justicia social, en la igualdad, así como el desarrollo de las capacidades y potenciales de todos nuestros estudiantes. Esto se refleja en las prácticas y formas de organizarse de cada institución, donde se resaltan virtudes como la justicia, la solidaridad, el compromiso, entre otras, a través de la comunicación que emerge desde el interior de la organización educativa a manera de discurso institucional y va permeando las acciones de sus diferentes actores hasta llegar al trabajo del docente.

Cuando la organización educativa transmite un mensaje aludiendo a estos principios, a través del establecimiento de su misión y visión, se orienta el rumbo de la organización educativa en ese sentido en forma expresa y muy precisa, de manera que resulta fácil reconocer cuando las acciones de los sujetos que conforman la organización son contradictorias o alejadas de dicho rumbo, porque se desarrolla una cultura organizacional en la que se asimila dicho mensaje de manera que los otros pueden reconocer críticamente el rumbo que lleva determinada institución. El difundir mediante la comunicación en la organización la misión y visión institucional contribuye a reafirmar esta cultura y acerca a los sujetos que la conforman a pensar y re-pensar en su actuación personal dentro de la misma. Coloca, por decirlo así, sobre la mesa los asuntos que la universidad considera importantes respecto a su compromiso y responsabilidad social.

En ese sentido, lo que para la Universidad Autónoma de Nuevo León como institución es importante y acuñado dentro de su cultura lo será para los directivos, los docentes, los empleados administrativos y los estudiantes, e incluso para la sociedad porque el discurso universitario traspasa la frontera de la propia organización. Es difícil pensar y hacerse de una opinión respecto a aquello que no se

difunde. Cuando se establece una agenda no es que se les diga a los sujetos cómo pensar sino que se resaltan los temas en los cuales hay que centrar la atención.

Por ejemplo, Lozano (2007) aborda la *Teoría de la agenda* y aclara que tratándose del uso de los medios, los efectos del establecimiento de la agenda no dan resultados automáticos ni mecánicos, que las personas no son recipientes pasivos sino que van construyendo activamente sus propios mensajes de la realidad. Destaca que el énfasis constante en determinados temas tiende a propiciar preocupación pública en ellos. En ese sentido, lo que la Universidad Autónoma de Nuevo León establece dentro de su misión y visión provoca a los sujetos a discutir propositivamente sobre dichos temas y las prácticas y acciones para llevar a cabo dichos postulados. La agenda no crea una necesidad social sino que la pone en una mesa de discusión en la que la participación social es la vía para encontrar mejores soluciones.

Por ejemplo, en armonía con lo que la Universidad Autónoma de Nuevo León promueve, se agrupan los estudiantes en organizaciones para apoyar causas altruistas como por ejemplo, Tigres al Rescate, se crean grupos de trabajo, cuerpos académicos, se desarrollan proyectos de investigación e innovación en diversas áreas, entre otras acciones. También se incentiva la reflexión del docente sobre su práctica diaria a fin de que sus acciones en el aula contribuyan a formar el perfil del estudiante que se desea y se promueve el pensamiento crítico y reflexivo de la comunidad universitaria.

La agenda expresada en la misión y visión se materializa en el actuar de cada sujeto de manera que la agenda institucional impacta en la agenda personal, de igual manera las agendas coincidentes de varias personas darán forma a la agenda institucional. Por ejemplo, la preocupación de docentes y directivos respecto a la eficiencia terminal de estudiantes de una escuela preparatoria con grandes problemas sociales, como la ubicada en la colonia Independencia, a la que se hace referencia en este trabajo, hace que a partir de que la Universidad Autónoma de Nuevo León establece en sus objetivos y en su planeación apoyar con becas a todos los alumnos de dicho plantel, los docentes dirijan también acciones específicas de

tutorías y acompañamiento académico a los estudiantes a efecto de que no abandonen sus estudios.

Aquí siento que nos apoyan, a mí la beca se me hace muy bien porque es una ayuda que te dan porque en otros lados pagan más, no podríamos estudiar en otro lado, de aquí te hablan y te dicen de los exámenes, de que tienes que venir, de que no lo dejes, que no pierdas la oportunidad, los maestros son accesibles y nos ayudan, cuando ya supe que pasé todas las materias y que ya iba a regresar al semestre normal me sentí muy feliz (estudiante entrevistado).

Luego, con base en los resultados de los programas implementados se pueden proponer modelos y programas que beneficien a más estudiantes de otros planteles de la propia institución. Cuando la Universidad Autónoma de Nuevo León expande los alcances de su agenda y sus propuestas y necesidades son incorporadas dentro de la agenda política del Estado, podemos hablar de una agenda construida con la participación social y no una agenda impuesta, lejana al reconocimiento de la realidad social que aqueja a los sujetos que forman parte de la misma.

Según Díaz (2004) citado por Ollarves, Miquilena y Pírela (2012), la *Teoría de la Agenda* o *Agenda Setting*, abarca cualquier información que vela por los intereses de los actores involucrados en la toma de decisiones y su contenido determina la estructura comunicacional, se destaca que existen diferentes tipos de agendas, entre ellas la agenda institucional, considerada como el conjunto de temas que proporciona cualquier institución teniendo presentes sus intereses y la toma de decisiones.

Acorde con Rodríguez (2009), la teoría de la *Agenda Setting* ha sido poco explorada fuera de los medios de comunicación, pero es oportuno estudiar el proceso de transferencia de una agenda a otra en el plano educativo, donde según este autor, incluso los profesores orientan las agendas de los propios estudiantes. Por ejemplo, el apoyo de docentes y directivos, lo que ellos consideran importante impacta en la forma de ver y percibir el mundo por parte de los estudiantes de la colonia Independencia.

Me puse a estudiar, me decían que hiciera mapas y resúmenes y los hacía, luego ya vine y presenté y pasé ya todas las materias y pude volver nuevamente. La maestra Ruth nos dice que estudiemos y que le echemos ganas, y los maestros siempre nos motivan a que no hay que dejarlo y que hay que estudiar y echarle ganas en la vida, que no hay que darse por vencidos, que hay que salir adelante en cualquier problema que se nos presente en la vida (estudiante entrevistado).

«Cuando reprobé sentí que la había regado bien machín, lloré, pero ahorita ya sé que le tengo que echar ganas y quiero graduarme y estudiar una carrera. No es que algo haya cambiado de cómo estaba a como es ahora, más bien siento que yo cambié, mi forma de pensar y eso me gusta (estudiante entrevistado).

Rodríguez (2009) destaca que la teoría de la agenda está en un proceso de innovación y evolución investigativa por lo que de manera paulatina se comienza a explicar otros aspectos sociales a partir de su idea base, resalta que la principal idea de esta teoría es que existe una transferencia de relevancia de una agenda a otra. En ese sentido, se puede explicar que existe de inicio una especie de cascada donde emana la información nacida en el contexto universitario a través de la agenda institucional, nutrida a su vez de la agenda de Estado en un flujo de intercambio entre agendas mediado por la participación social. La participación es una forma de interacción social pero que representa en cierta medida un grado de compromiso e interés para formar parte en la toma de decisiones, es un ejercicio libre de voluntad que supera la esfera del interés individual y se ubica en la esfera del interés colectivo dentro del ámbito de lo público, donde se habrán de disputar los intereses sociales (López, 2013).

Cada sistema social debe tener una agenda que jerarquice el abordaje a los problemas que se le presentan y establezca por dónde empezar a trabajar (Dorantes, 2008). La comunicación de la agenda en el interior de la institución educativa es mediante un discurso que se expresa, entre otras formas, a través de su misión y visión, así como a través de los objetivos y políticas que orientan su función. Entonces, se sabe el rumbo del *¿por qué?*, el *¿para qué?* y el *¿cómo?* de aquello que

se ha colocado como asunto dentro de la agenda, por ejemplo: la innovación, el compromiso social y el desarrollo humano de sus estudiantes, entre otros.

Las acciones de la Escuela Industrial y Preparatoria Técnica Álvaro Obregón son orientadas por la agenda de la Universidad Autónoma de Nuevo León que desde su misión y visión destaca el compromiso social, los valores universitarios, el desarrollo personal y la innovación, entre otros, como ejes que orientan su función (UANL, 2018). A su vez, la Escuela Industrial y Preparatoria Técnica Álvaro Obregón establece su compromiso con el desarrollo personal de sus estudiantes y el progreso del país, teniendo como bases la responsabilidad social, el compromiso ético, la verdad, la honestidad, la equidad, la libertad, la solidaridad, la justicia y la paz (EIAO, 2018).

Según Ollarves, Miquilena y Pírela (2012) los principios básicos son el conjunto de valores, creencias y normas que regulan la vida de una organización. Estamos hablando del nivel más profundo de entender la organización y su cultura según lo propuesto por Schein (2010), lo que permite entender cómo la organización reproduce la cultura de la sociedad en la que se inserta pero también la crea, la transforma. Podríamos extraer esta idea para explicar que en una organización educativa no solo se reproduce la agenda del Estado sino que también la crea, le da forma. En ese sentido es posible que la participación social de los diversos actores en materia educativa incide en la conformación de la agenda pública.

Destacan Castellano y Ramírez (2006) que las organizaciones de educación superior no deben solo planificar sino que además deben difundir entre sus públicos la misión, visión, valores, políticas, objetivos y estrategias. Esto de manera conjunta conformará la agenda de la institución. No obstante, hay que buscar algo más, que la agenda de Estado se construya con la participación social, donde la Universidad como institución juega un papel muy importante, no se trata que la Universidad reciba la agenda de Estado sino que también la construya. Si hay problemáticas no abordadas en la agenda de Estado, es deber de las Universidades de este país hacer que se incorporen en ella. Por ejemplo, la deserción escolar en el nivel medio superior; para este problema se requieren recursos financieros,

planes, proyectos viables y no solo reformas al texto del artículo tercero constitucional.

López (2013) destaca que en la democracia la educación juega un papel importante porque contribuye a crear y fortalecer las condiciones de convivencia social, donde el diálogo es un aspecto vital que requiere reconocer a los interlocutores sociales, proveer espacios para realizar este diálogo y poder llevar a la práctica los resultados. Este autor hace evidente que si no hay un reconocimiento a los interlocutores, existe en consecuencia poca participación debido a que es el gobierno quien define quiénes son los interlocutores sociales y regula su actuación, dejando poco espacio para la participación. Por tanto, se hace necesario reconocer las necesidades de educación de los jóvenes a través de la voz de las universidades, y propiciar la discusión y la participación social de los asuntos públicos en materia de educación a fin de evaluar las políticas públicas educativas y las estrategias para resolver los problemas apremiantes, entre ellos, la deserción escolar en el nivel medio superior.

Refiere Alanís (2013) que las políticas públicas no son proyectos impuestos en forma vertical, sino que diferentes actores pueden llegar a incidir en la definición de la agenda política educativa conformándose redes de participación. En ese sentido, las investigaciones que se realizan para abordar el fracaso y la deserción escolar en búsqueda de propuestas de solución, también constituyen formas de participación por cuanto existe un involucramiento de la academia y del investigador en la realidad política y social inmediata.

La red se constituye cuando dichos actores se organizan en torno a un objetivo común. El resultado del intercambio entre los actores que conforman la red dependerá de los propios recursos de cada uno de ellos, de la normatividad existente y de la situación contextual en que se tomen las decisiones (Alanís, 2013, p. 168).

Alanís (2013) plantea que el discurso de la participación social es alentado desde el poder para una legitimación institucional del mismo, sostiene que el lenguaje de la participación ha penetrado el discurso educativo en muchos niveles,

se ha vuelto hegemónico y sustenta las reformas educativas en sistemas altamente centralizados (Alanís, 2013, p. 173).

No obstante, la participación social va más allá de un discurso y se vuelve una realidad cuando tras el llamado institucional que invita a la participación de todos, este se corresponde con el actuar de las instituciones educativas, los gobiernos locales, la sociedad civil y los medios de comunicación. Entonces, no se busca legitimar la agenda que nace desde el poder sino que es la propia sociedad la que la va perfilando en función de sus diferentes voces y propuestas. Hay participación porque se sabe que el actuar del ciudadano es trascendente y no un mero maquillaje de decisiones tomadas *a priori* sin considerar sus demandas y necesidades.

La participación social en educación implica un proceso dialéctico ascendente en donde se involucren todos los actores, abarcando los diversos ámbitos y dimensiones de lo educativo: que incluya lo formal, lo no formal y lo informal, que vaya desde el aula de clase hasta la política educativa, que incluya la gestión escolar y lo relativo a la enseñanza y el aprendizaje (González y Linares, 2013, p. 66).

Los investigadores que han seguido la teoría de la agenda acuñan el concepto de *Agenda Melding* para analizar las nuevas relaciones que se están produciendo entre ciudadanos que han decidido ir en busca de sus propias agendas (Paiz, 2016, p. 107). En esta nueva dinámica social, el uso de los medios se renueva y queda atrás el transmitir lo que Aruguete (2009) señala como una realidad de segunda mano. Acorde con Alonso-Muñoz y Casero-Ripolles (2016), los ciudadanos pueden influir en la agenda para condicionar de qué se habla y cómo se habla, el discurso es clave en la construcción de la realidad social y visto como un recurso de poder que tiene influencia de la participación social, la cual incide en el establecimiento de la agenda, «de esta forma, se produce la activación de los mecanismos de construcción de la agenda de abajo a arriba» (p. 45).

En ese sentido, los asuntos que se instalan como importantes en la opinión pública son entonces los que la propia sociedad coloca en dicho lugar por su poder

de decisión y acción. Según Cervino (2003) los medios, la política y la democracia se encuentran unidos y relacionados de tal forma que no podemos pensar ninguno de estos temas sin el concurso de los otros. Por tanto, más allá de pensar en cómo los medios pueden estar al servicio del Estado difundiendo lo que la agenda establece que debe promoverse, es preciso pensar en los medios como parte de esa red de participación que consolida y refuerza la democracia y que da eco a la voz de los que no pueden hablar, como los oprimidos, los marginados, los olvidados y los excluidos.

Extrayendo tal idea es posible proponer que de igual manera, las instituciones educativas, especialmente las universidades, no son meras receptoras de las políticas públicas sino que a través de la documentación que hacen de las condiciones sociales, económicas y culturales particulares que afectan a sus estudiantes, demandan del Estado no solo la asignación de mayores recursos para atender dichas necesidades sino que lo emplean diligentemente en acciones que dan vida al discurso. Esto es, la sociedad a través de la participación de las universidades influye en la agenda política nacional.

Según Alzate y Romo (2017), analizar la agenda pública implica comprender el proceso de posicionamiento de determinados asuntos o problemas públicos que han adquirido un interés general y por tanto son trasladados a nivel de decisión gubernamental mediante políticas públicas para su implementación. En ese sentido, el discurso de las universidades se escucha y puede influir en la formulación de la agenda pública.

No obstante, no basta con que un tema llame la atención de la opinión pública y se incluya en la agenda política para tranquilizar a la sociedad respecto a una preocupación constante si no se ha resuelto verdaderamente la problemática que hay de fondo. De acuerdo con Tamayo y Carrillo (2005), la construcción de la agenda es el proceso mediante el cual las demandas de los diferentes grupos de la población se traducen en asuntos claves que compiten por la atención de las autoridades públicas y destacan que, según Dawns:

La atención hacia los temas seguiría un comportamiento cíclico consistente en que de repente surge un problema, sobresale, llama la atención durante un breve periodo y luego —muchas veces sin haber encontrado solución— desaparece paulatinamente del centro de la atención pública (Tamayo y Carillo, 2005, p. 658)

Investigadores se cuestionan sobre si el proceso de construcción de la agenda conlleva en realidad a la solución de los problemas más relevantes de la sociedad promoviendo el cambio social y manteniendo la estabilidad del sistema político (Dorantes, 2008). Otros autores destacan que la Universidad debe hacerse presente al discutirse las políticas públicas educativas que conforman la agenda del Estado y que este debe, en franco respeto a la autonomía de la misma, no imponer directrices sino construirlas mediante el diálogo con la Universidad, de manera que pueda cumplir con su responsabilidad de cara a la sociedad y al propio Estado (Lanari, 1995).

CONCLUSIONES

El involucramiento de docentes e investigadores en la búsqueda de soluciones al problema del fracaso y la deserción constituyen formas de participación social que consolidan la democracia y contribuyen a la justicia social. La agenda pública no se construye de arriba abajo sino con la participación de los actores involucrados en aquellos asuntos que la propia sociedad coloca como relevantes y trascendentes y que por ende, demandan una planificación estratégica por parte del Estado para afrontar estos asuntos, como es el acceso y permanencia de los jóvenes en condición de vulnerabilidad social en la educación media superior.

Parecen quedar superados los discursos hegemónicos que por años habían hecho énfasis en la persona del estudiante, en lo que hace o deja de hacer para explicar el fracaso y la deserción, para dirigir ahora la mirada al reconocimiento de facto y no solo *de jure* del derecho a la educación de todos los mexicanos mediante acciones concretas por parte de las instituciones educativas que impacten

positivamente en el alumno, de manera que el trabajo institucional se traduzca en mejores condiciones de vida de estos grupos.

En el caso específico de la colonia Independencia, la inversión del gobierno y el trabajo de la Universidad Autónoma de Nuevo León para la creación de la Escuela Preparatoria Industrial Álvaro Obregón Unidad Independencia en 2013, se ha correspondido con el trabajo de los directivos y docentes de dicho plantel, a fin de que los jóvenes logren terminar dicho nivel educativo y accedan a mejores oportunidades de desarrollo. Como parte del programa de apoyo a dicho sector todos los estudiantes, sin excepción, que se hallen inscritos en la preparatoria industrial Álvaro Obregón Unidad Independencia cuentan con una beca desde su ingreso y hasta culminar sus estudios, además de que los docentes desarrollan su práctica sensibilizados por la realidad de sus estudiantes, reconociendo el impacto social de su labor docente en un liderazgo compartido con la dirección de la institución. El plantel fue creado recientemente para responder a una necesidad educativa de los jóvenes en situación de vulnerabilidad social. En este caso, el gobierno y la Universidad trabajan de manera coordinada para disminuir la deserción escolar del nivel medio superior de los jóvenes de la Colonia Independencia.

Los sistemas, incluyendo el político, no son entes aislados sino que confluyen en un todo al que llamamos sociedad. La actuación de la Universidad como institución es clave porque participa de la construcción de la agenda pública y de la propia democracia. A su vez, la Universidad de manera institucional formula su propia agenda al interior que se hace expresa a través de sus valores, objetivos, misión y visión en un discurso que cobra vida solo si existe un compromiso docente para brindar a los estudiantes todas las posibilidades que estén disponibles para desarrollar en ellos todo su potencial y en el abogar constante de docentes e investigadores para que estas posibilidades se amplifiquen y se extiendan también a más jóvenes que se encuentran en desventaja por su condición de vulnerabilidad social. Visto así, el discurso trasciende, la agenda no es impuesta desde el poder y para el poder sino consensuada, los ciudadanos se empoderan y se construyen sociedades más justas y solidarias. Los primeros pasos parecen firmes y se reconoce que el camino apenas empieza.

Cada contexto educativo constituye una propia realidad. Se resalta que en México es preciso escuchar la voz de las universidades, de los docentes e investigadores, así como de sus estudiantes, dentro de espacios y mecanismos que fomenten la participación y el debate de las políticas educativas, a fin de que la meta de lograr el acceso y permanencia en la educación media superior en México sea algo asequible y se pueda dar cumplimiento a lo que consagra la Carta Magna respecto a la educación media superior, como parte de la educación obligatoria en México, con los retos y obligaciones para el Estado que ello implica.

REFERENCIAS

- ABOITES, H. (2012). El derecho a la educación en México. Del liberalismo decimonónico al neoliberalismo del siglo XXI. *RMIE*, 17(53), 361-389. Disponible en <http://www.comie.org.mx/documentos/rmie/v17/no53/pdf/53002.pdf>
- ALONSO-Muñoz, L. y Casero-Ripolles, A: (2016). La influencia del discurso sobre cambio social en la agenda de los medios. El caso de la plataforma de afectados por la hipoteca OBETS. *Revista de Ciencias Sociales*, 11(1), 25-51. DOI: 10.14198/OBETS2016.11.1.02.
- ALZATE, M. y Romo, G. (2017). La agenda pública en sus teorías y aproximaciones metodológicas. Una clasificación alternativa. *Revista Enfoques: Ciencia Política y Administración Pública*, xv(26), 13-35.
- ARBOS, X. y Giner S. (1996). *La gobernabilidad. Ciudadanía y democracia en la encrucijada mundial*. Madrid: Siglo XXI.
- ARUGUETE, N. (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting. *Ecos de la comunicación*, 2(2). Disponible en <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/estableciendo-la-agenda.pdf>
- BARRAGÁN, J. (2017). Prepa, la que tiene más desertores (entrevista). Redacción de Zenyazen Flores. *El Financiero*. Sección Economía. 16 de abril.

- CALDERÓN, I. (2014). Sin suerte pero guerrero hasta la muerte: pobreza y fracaso escolar en una historia de vida. *Revista de Educación*. 363, enero-abril 2014, 184-209.
- CAMOU, A. (2013). *Gobernabilidad y democracia*. México: Instituto Federal Electoral. Sexta reimpresión.
- CASTILLO-Berthier, H. (2008). Los jóvenes populares ¿Cuál futuro? Acerca del papel de la organización de los jóvenes y de las políticas de juventud. En Cordera, R. Ramírez, P. Ziccardi, A. (coord.). *Pobreza, desigualdad y exclusión social en la ciudad del siglo XXI*. México: Instituto de Investigaciones Sociales UNAM.
- CERBINO, M. (2003). Medios, política y democracia. *Iconos, Revista de Ciencias Sociales*, (16), 24-30.
- CLAD. (2006). *Código Iberoamericano de Buen Gobierno*. Disponible en: <http://www.clad.org/documentos/declaraciones/codigoiber.pdf>.
- DELORS, J. (1998). *La Educación encierra un tesoro*. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI. Madrid: Ediciones UNESCO. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001095/109590so.pdf>
- DORANTES, G. (2008). La construcción de la agenda de poder. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, L(204), 77-99.
- DURKHEIM, É. (1922). *Éducation et sociologie*. Muls, J. (trad.). (1999). Educación y sociología. España: Ediciones Altaya.
- DZAY, F. Narváez, O. (2012). *La deserción escolar desde la perspectiva estudiantil*. Universidad de Quintana Roo. México: La editorial manda.
- EIAO (2018). Nuestro compromiso. Disponible en https://alvaroobregon.uanl.mx/secciones/nuestro_compromiso.php
- FREIRE, P. (2003). *Pedagogía del oprimido*. España: Siglo XXI.
- GARCÍA-Maynez, E. (1979). Teoría general del derecho y del Estado, México, UNAM.
- GONZÁLEZ, C. y Linares M. (2013). Hacia una política de participación social en educación desde el enfoque de derechos humanos. En Tamayo, M. (ed.).

- Participación ciudadana, políticas públicas y educación en América Latina y Ecuador* (pp. 65-76). Ecuador: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- HAMANN, E. (2015). *Moisés Sáenz Garza, Vigencia de su legado*. México: Escuela Normal Superior «Profr. Moisés Sáenz Garza» y Fondo Editorial Nuevo León
- HERNÁNDEZ, C. (2013). Modalidades de participación social en educación básica. *Argumentos*, 26(72), 167-189. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/595/59528835009.pdf>
- INEGI .(2017) Consulta estadística. México.
- LANARI, M. (1995). *Política Universitaria como política pública. Modelos típicos de coordinación entre Universidad y Estado*. Primer Encuentro Nacional: La Universidad como objeto de Investigación. Universidad de Buenos Aires. Disponible en: <http://nulan.mdpu.edu.ar/869/1/00397.pdf>
- LÓPEZ F. (2013). Participación ciudadana y políticas educativas. En Tamayo, M. (ed.). *Participación ciudadana, políticas públicas y educación en América Latina y Ecuador* (pp. 174-180). Ecuador: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- LOZANO, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson Comunicación. Segunda Edición.
- MÁRQUEZ, A. (2014). *Retos y tensiones en la EMS*. Perfiles Educativos, xxxvi (146), 3-11.
- MEDINA, J. (2015). Educación democrática y política educativa: el sistema educativo a debate. *Cuestiones Pedagógicas*, 24, 2014/2015, 103-116.
- MONTERO, J. (2012). Gobernabilidad: Validez/Invalidez o moda del concepto. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, LVII(216), 9-23.
- MUÑOZ, V. (2014). El derecho humano a la educación. Sinéctica, *Revista Electrónica de Educación*, (42), 1-10.
- NACIONES UNIDAS (s/f). ESCAP, Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia y el Pacífico. Disponible en www.unescap.org.

- NACIONES UNIDAS (1999). Observación General número 13 adoptada por el Comité de Derechos Económicos Sociales y Culturales. Anexo VI. Informe sobre los periodos de sesiones 20 y 21. Consejo Económico y social. Suplemento 2.
- NACIONES UNIDAS (1966). Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, celebrado por Naciones Unidas. Adoptado y abierto a la firma, ratificación y adhesión por la Asamblea General en su resolución 2200 A (XXI), de 16 de diciembre de 1966. Entrada en vigor: 3 de enero de 1976. Disponible en https://www.ohchr.org/Documents/ProfessionalInterest/cescr_SP.pdf
- OLLARVES, M. M. y Pirela D. (2012). Gestión comunicacional de la agenda de internacionalización de los doctorados de la Universidad del Zulia. *Telos, Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 14(2), 249-266.
- ONU (1948). Adoptada y proclamada por la Asamblea General en su resolución 217 A (III), de 10 de diciembre de 1948. Naciones Unidas. Disponible en https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf
- PAIZ, G. (2016). *Tejiendo el consenso desde la combinación de las agendas: la Agenda Melding*. Ciencia e interculturalidad, 19(2).
- PEMBERTHY, P. (2014). *La oposición*. Forum. Revista Departamento de Ciencia Política. Núm. 5. Visible en <https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/6119903.pdf>
- PEÑA, A. Soto, V. Calderón, U. (2016). La influencia de la familia en la deserción escolar: estudio de caso en estudiantes de secundaria de dos instituciones de las comunas de Padre Las Casas y Villarrica, región de la Araucanía, Chile. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 21(70), 881-899.
- PONCE, X. (2013). Participación social y políticas de estado. En Tamayo, M. (ed.). *Participación ciudadana, políticas públicas y educación en América Latina y Ecuador* (pp. 301-310). Ecuador: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA (2019). Mensaje del presidente Andrés Manuel López Obrador durante la entrega de becas Bienestar para las Familias en Iguala. Versión estenográfica del discurso del presidente de México en Guerrero. 7 de febrero de 2019. Disponible en <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/>

mensaje-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-durante-la-entrega-de-becas-bienestar-para-las-familias-en-igualdad?idiom=es

- RODRÍGUEZ, R. (2009). *La agenda de los alumnos en clase, profesores como medios y agenda-setting*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 15, 431-442.
- RUIZ, R. García-Cuéy J. Pérez, M. (2014). *Causas y consecuencias de la deserción escolar en bachillerato: caso universidad autónoma de Sinaloa*. Ra Ximhai, julio-diciembre, 10(5), 51-74.
- SALAZAR, L. y Woldenberg, J. (2016). *Principios y valores de la democracia*. México: Instituto Nacional Electoral.
- SANTANA, J. (2015). *Educación democrática y política educativa: El sistema educativo a debate*. Revista Cuestiones Pedagógicas, 24, 103-124.
- SCHEIN, E. (2010). *Organizational culture and leadership*. 4th. Ed. San Francisco: Jossey-Bass.
- SOËTARD, M. (1994). *Johan Henrich Pestalozzi*. Perspectivas. XXIV(1-2), 299-313. Disponible en <http://www.ibe.unesco.org/sites/default/files/pestalozzis.PDF>
- SUÁREZ-Iñiguez, E. (2005). *La verdadera democracia. Las 21 características indispensables*. Estudios Políticos, 8(4), 19-41.
- TAMAYO, M; Carrillo, E. (2005). *La formación de la agenda pública*. Foro Internacional, XLV(4), 658-681, octubre-diciembre, El Colegio de México, A. C. Distrito Federal, México.
- TERRAIL, J. (2011). Los protagonistas del drama. En Zúñiga, V. (ed.). *La escuela incluyente y justa. Antología comentada al servicio de los maestros*. México: Fondo Editorial Nuevo León y Universidad de Monterrey.
- UNESCO. (26-28 de abril de 2000). Marco de acción de Dakar. Educación para todos: cumplir nuestros compromisos comunes. Adoptado en el Foro Mundial sobre la Educación. Dakar (Senegal). Disponible en https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pfo000121147_spa
- _____. (2015). *Replantear la educación. Hacia un bien común mundial*. Francia: UNESCO. Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002326/232697s.pdf>
- UANL (2018). *La Universidad*. Disponible en <http://www.uanl.mx/universidad>

- ZARAGOZA, J. (2013). *Factores determinantes de abandono y permanencia en los estudios de bachillerato en música y arte de la facultad de música de la universidad Autónoma de Tamaulipas (México)*. Tesis Doctoral. Universidad de Granada. España. Disponible en <http://hera.ugr.es/tesisugr/2281050x.pdf>
- ZÚÑIGA, V. (ed.) (2011). *La escuela incluyente y justa. Antología comentada al servicio de los maestros*. México: Fondo Editorial Nuevo León y Universidad de Monterrey.

Formación ciudadana en los menores de edad: igualdad de género

MONCERRAT ARANGO MORALES,
LUCINDA SEPÚLVEDA GARCÍA Y
BERTHA ALICIA RAMÍREZ SALAS¹

INTRODUCCIÓN

Las instituciones informales, como la televisión, juegan un rol importante en la formación ciudadana de las niñas y los niños, sobre esto, Hannah Arendt —pensadora judío-alemana-norteamericana— alude que el progreso vendría marcado en las ciencias y la tecnología por la llegada de una sociedad moderna (Benítez, 2008).

Esta sociedad moderna se desarrolla dentro de un Estado, y este construye una mejor sociedad, entre otros aspectos, a través del artículo 3° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que plantea que todos los ciudadanos mexicanos tienen derecho a una educación, y como principal finalidad la formación ciudadana (Corvera, 2010). Con lo anterior, se asume que si la formación ciudadana se inicia de manera informal en la familia, y es desarrollada desde la infancia dentro de los espacios televisivos, los menores adquirirán valores cívicos; valores que podrán ser interiorizados y desarrollados a plenitud en su desenvolvimiento en sociedad, y de manera formal en la escuela a través de materias relativas

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León.

a la educación cívica, entonces los futuros ciudadanos están comprometidos con el bien común.

De acuerdo con lo anterior, es importante que los infantes aprendan, interioricen, repitan acciones y apliquen los valores aprendidos desde la niñez, para que en el plano profesional puedan replicarlos, y esto les permita tomar conciencia de la importancia de actuar bajo dos circunstancias: como personas y como ciudadanos. Lo anterior pone de manifiesto que de nada servirán los esfuerzos que padres y maestros realicen por inculcar valores como la igualdad, si los sistemas de entretenimiento, entre ellos, la televisión, no forman parte de este esfuerzo. Ackerley (2009) argumenta que se tiene que trabajar sobre un sistema de pensamiento, donde los medios masivos de comunicación «generen una manera de pensar, de hablar, de decir, de actuar en la realidad y de percibirla» (p. 34).

Por tanto, la justificación para la realización de este trabajo de investigación es la influencia de la televisión como una institución socializadora en los procesos de adquisición de conocimientos y valores de la niñez; su aporte principal se centra en analizar la percepción que los menores tienen sobre los contenidos televisivos del programa más visto por ellos y si estos contenidos manifiestan el valor igualdad de género, necesario para coadyuvar en la formación ciudadana; debido a que los niños se encuentran en procesos de desarrollo y construcción de su identidad.

El objetivo de este trabajo de investigación es determinar si las acciones de los personajes televisivos preferidos de las niñas y los niños de ocho a doce años de los municipios de Monterrey y Guadalupe, Nuevo León, son formadoras del valor, Igualdad de género.

Igualdad como valor ciudadano

La igualdad es un valor que se refiere a que los hombres tienen ciertas propiedades en común, por lo que deberían ser tratados como iguales; estos valores son importantes porque los conceptos son aplicados en la sociedad, y es en este espacio donde se trata de establecer qué tipo de relaciones hay o debería haber entre la

pluralidad de seres que la conforman (Yturbe, 2000). Si los niños son educados de manera formal e informal en valores como la igualdad por las instituciones socializadoras con las que tienen contacto (familia, escuela y televisión), para ser considerados ciudadanos que se encuentran en proceso de desarrollo, entonces, serán individuos cuya responsabilidad social y política estará cubierta. La interacción con sus pares sería más fácil ya que tendrían objetivos comunes, no solo individuales sino también colectivos, ya que atañe a lo público, a lo ciudadano (Cortina, 1997, citado en Uvalle, 2003).

Dentro de esta sociedad, la igualdad no es un valor que puede percibirse de forma inmediata, sino lo que se evidencia es la diferencia, los seres humanos son desiguales en casi todo, por tanto, la expresión no debe tomarse de manera literal, sino debe ser interpretada (Yturbe, 2000).

Las niñas y los niños de diez a doce años no tienen poder de decisión sobre los asuntos que se asumen de interés público y tampoco cuentan con poder para ser representados en sus necesidades, porque aun y cuando tienen la nacionalidad mexicana, no cumplen con los requisitos para ser considerados ciudadanos, pero sí cuentan con los mismos derechos humanos que protegen a los adultos. Habría que recordar que, en México, según el artículo 34 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, son ciudadanos de la República los varones y mujeres que reúnan los requisitos de haber cumplido 18 años y tener un modo honesto de vivir.

Sin embargo, los infantes son individuos que aunque aún no son considerados ciudadanos, cuentan con una nacionalidad que les permite tener derechos, y que aunque son menores de edad, son seres inteligentes que pueden darse cuenta de los eventos que ocurren a su alrededor. Los gobiernos deben reconocer los derechos de la infancia y la adolescencia y tienen que poner todos los medios necesarios para que se hagan realidad. Es por ello que los menores deben estar socializados con el término *igualdad*, estar concientes que este valor no nos dice que todas las personas sean idénticas ni que compartan cualidades específicas que las hagan diferentes, lo que dice es que las personas deben considerarse libres y capaces de decidir sobre su propia vida, con total independencia de las características que las definen (Ramírez, 2014).

Con referencia a la *igualdad de género*, los menores deberán apropiarse de la información que se genere no solo en la escuela y la familia, sino también en la televisión, ya que ella es vital para que tengamos una mejor sociedad, más tolerante a lo diferente, Valcárcel A. (citada en Elósegui, 2014) refiere que la Igualdad está declarada en la mayoría de las constituciones de los países con sistema democrático, y esa es una de las victorias del feminismo. La democracia se ha perfeccionado con la Declaración de los Derechos Humanos (1948), donde se aclara que el sexo de las personas no puede ser motivo de exclusión, con ello, la legalidad es un factor determinante en la creación de los derechos que han ganado las mujeres. Por tanto, se debe luchar contra la ilegalidad, no solo en aras del derecho de las mujeres sino también de los hombres, por lo que es necesario combatirla y sustentarla con políticas públicas de igualdad y no de género como en la actualidad.

Televisión e igualdad

La televisión es una herramienta transmisora de información masiva que expone diversos contenidos. En relación a los menores, se han realizado estudios que señalan que la televisión satura de temas de entretenimiento, informativos, deportivos, publicitarios y programas infantiles que «provocan entre los infantes sentimientos de angustia y depresión» (Cerde, 2010, p. 113).

Estos contenidos pueden enseñar conductas violentas y antisociales, y depende de situaciones y factores individuales (Bringué) aceptar que los menores pueden adquirir conductas violentas por su exposición a los contenidos televisivos; no es errado suponer, de manera lógica, que la televisión tiene un gran potencial educativo y, por tanto, una gran capacidad de educar a millones de menores. Así puede entenderse cómo los infantes aprenden viendo televisión (2000).

De esta manera, la televisión aumenta la posibilidad de socialización, ya que sus «contenidos responden a expectativas, necesidades o intereses previos del grupo de referencia» (Medrano y Airbe, 2008, p. 54), por lo que resulta necesario analizar la calidad de los contenidos de programas televisivos consumidos por la

niñez, ya que no solo el lenguaje, también las actitudes pueden generar conceptos como el de que los hombres son más inteligentes que las mujeres.

Sin embargo, no todo es negativo, hay autores (Alonso, Mantilla y Vázquez, 1995, en Digón Regueiro, 2008) que señalan que la televisión por sí sola no enseña nada, que para que pueda realmente tener efecto sobre los menores, es necesario que los niños se conecten con sus propias experiencias e ideas a los mensajes que se transmiten, así mismo, afirman que la televisión es una herramienta que transmite normas o las contradice, presenta valores o antivalores, pero de cualquier manera contribuye a forjar una determinada visión del mundo, es decir, es una herramienta que también educa, aunque esta educación no sea lo que se espera.

Si se habla de la importancia de la exposición de los menores a contenidos que puedan ayudar en la interiorización de temas como la igualdad de género, entonces estos contenidos serán interiorizados por los menores y ampliados posteriormente cuando los individuos tengan contacto con la sociedad, y ayudarán a la realización de la coexistencia entre los seres humanos. Esta relación entre los humanos no es fácil, debido, entre otras cosas, a la forma en que se pretende solucionar los problemas, ya que mientras algunos tratan de lograr acuerdos mediante el uso de la razón, otros quieren llegar a ellos mediante el uso de la fuerza, y esto es lo que los menores observan e interiorizan como algo natural.

El periódico el Universal (2018) apunta que el Observatorio Ciudadano Nacional del Femicidio señala que, hasta junio del 2018, en Nuevo León se han registrado 36 feminicidios; esto, aunado a la violencia en los espacios televisivos, plantea otro problema: la indiferencia ante la agresión. Las imágenes también expresan valores y pautas de conducta, no podemos olvidar que esos valores y pautas no nacen de la casualidad, sino que son puestos allí por quienes las producen, por quienes generan patrones de conducta. Aquí se presenta la oportunidad de generar programas televisivos que ayuden en la formación ciudadana y disminuir las diferencias entre hombres y mujeres.

Las y los niños deben conocer que independientemente del color de sus ojos, de su piel, clase social, raza, sexo y religión, no significa que no sean iguales, solo significa que son diferentes, pero que tienen derecho a ser tratados igual que los

demás, y que tienen derecho a realizarse como seres humanos; que comprendan que lo único que los detiene de realizar determinadas actividades en su vida diaria que puedan afectar a terceras personas, es el respeto hacia las leyes que los norman.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó un estudio mixto, descriptivo, exploratorio transversal. Los análisis estadísticos que se derivaron de la aplicación de la encuesta permitieron obtener datos cuantitativos y cualitativos; para ello, se utilizó el instrumento cuestionario, que incluyó preguntas abiertas y cerradas; se aplicó a menores de escuelas públicas de los municipios de Monterrey y Guadalupe, Nuevo León (México), a grupos de quinto y sexto grado, comprendidos entre los 10 y los 12 años, en horario matutino y en sus salones de clases. La muestra aplicada fue de 500 cuestionarios.

La justificación para tomar este segmento de la población se centra en la Teoría del Aprendizaje Cognitivo de Jean Piaget (en Papalia D. 2006) quien registra la etapa *operaciones concretas* (siete a 11 años); donde el niño empieza a resolver problemas de manera lógica, pero aún no puede pensar de manera abstracta, así como la etapa de operaciones formales (de 11 años a edad adulta) en donde la persona piensa de manera abstracta y maneja situaciones hipotéticas.

OBJETIVO GENERAL

Determinar si los programas y personajes televisivos preferidos de las niñas y los niños de 10 a 12 años de los municipios de Monterrey y Guadalupe, Nuevo León, exponen el valor igualdad de género en sus contenidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar cuáles son las tareas que realiza el personaje principal televisivo consentido de las niñas.
2. Determinar cuáles son las tareas que realiza el personaje principal televisivo favorito de los niños.
3. Identificar si las niñas y los niños se consideran en igualdad de derechos y obligaciones.
4. Determinar qué tanto consideran las niñas y los niños que son iguales

RESULTADOS

Los resultados obtenidos de la aplicación de 500 cuestionarios a una muestra de 10 a 12 años, mujeres y hombres por igual, expone datos interesantes respecto a la percepción que los menores tienen de las actividades y actitudes de sus personajes favoritos. Este estudio determinó que el programa más visto por ambos sexos es Bob esponja y el personaje preferido también es Bob esponja.

TABLA 1. Tareas realizadas por personaje principal femenino

¿En tu programa favorito de televisión cuáles son las tareas que realiza el personaje principal de niña?	Mujer	Hombre	Total
Superación personal	109 (21.8 %)	64 (12.8 %)	173 (34.6 %)
Acciones altruistas	57 (11.4 %)	56 (11.2 %)	113 (22.6 %)
No sabe	24 (4.8 %)	48 (9.6 %)	72 (14.4 %)
Ser inteligente	26 (5.2 %)	39 (7.8 %)	65 (13.0 %)
Travesuras	33 (6.6 %)	28 (5.6 %)	61 (12.2 %)

Fuente: elaboración propia de un total de 500 encuestados. N=500

La tabla 1 muestra datos que exponen que los hombres perciben a las mujeres como seres inteligentes, que buscan la superación personal con un 12.8 % (n=64) y que realizan acciones altruistas con un 11.2 % (n=56), entendiéndose el código a) superación personal como: actividades académicas, ir a la escuela, hacer tarea, actuar y estudiar; b) actividades artísticas: bailar, cantar, tocar instrumentos musicales, producir programas en Internet, ser escritora, actividades deportivas, como karate, box, trabajar, ser cajera, pastelera, maestra, limpiar, ser amas de casa y ponen orden en casa; mientras que el código c) acciones altruistas, describe personajes que combaten al mal, descubren al enemigo, salvan personas, apoyan a los demás, aportan ideas, conviven con los demás, son buenas y responsables.

Las niñas perciben que sus personajes favoritos realizan mayoritariamente actividades de superación personal con un 21.8 % (n=109), mientras que los niños distinguen a los personajes femeninos en actividades de superación personal con un 12.8 % (n=64) y las identifica como seres inteligente en un 7.8 % (n=39), en un porcentaje más alto de lo que ellas mismas se consideran.

TABLA 2. Personaje principal femenino más popular

	¿En qué personaje pensaste?					
	Arenita (Bob Esonja)	No recuerda personaje	Carly (iCarly)	Megan (Drake y Josh)	Lisa Simpson (los Simp- son)	Dulce Princesa (Hora de aventura)
Superación personal	6 (1.2 %)	19 (3.8 %)	16 (3.2 %)	4 (0.8 %)	10 (2.0 %)	1 (0.2 %)
Acciones altruistas	7 (1.4 %)	14 (2.8 %)	4 (0.8 %)	0 (0.0 %)	4 (0.8 %)	4 (0.8 %)
No sabe	3 (0.6 %)	18 (3.6 %)	0 (0.0 %)	1 (0.2 %)	0 (0.0 %)	0 (0.0 %)
Ser inteligente	33 (6.6 %)	4 (0.8 %)	0 (0.0 %)	0 (0.0 %)	5 (1.0 %)	7 (1.4 %)
Travesuras	5 (1.0 %)	6 (1.2 %)	2 (0.4 %)	20 (4.0 %)	0 (0.0 %)	0 (0.0 %)
Percepción femenina	1 (0.2 %)	2 (0.4 %)	0 (0.0 %)	0 (0.0 %)	0 (0.0 %)	3 (0.6 %)

Fuente: elaboración propia. N=500

El código acciones altruistas queda plasmado en el hecho de que los personajes principales demuestran en estas series el cuidado y protección que les brindan a los demás; por ejemplo, está el caso del personaje Carly (de *iCarly*) donde una niña cuida a su hermano mayor y se encarga de las tareas del hogar, toma aquí, ella un rol de género de madre de familia, además de que siempre tiene un plan para salir de los problemas o de las situaciones a las que se enfrenta. Asimismo, en los casos de Arenita (Bob Esponja) y Dulce Princesa (Hora de aventura), sus familias no aparecen o lo hacen de forma esporádica, por lo que se asume que tienen una vida familiar solitaria, que es sustituida por la convivencia con sus amigos. Estos datos exponen una forma de vida familiar diferente de la cultura mexicana donde el padre y la madre son considerados la base de la familia y son quienes se encargan de atender, cuidar y proteger a los hijos. La parte positiva en estas series es que tanto hombres como mujeres son capaces de realizar las mismas actividades en el hogar, tales como limpiar, cuidar y alimentar a sus hermanos, exponiendo la igualdad de género.

Esta información manifiesta que la formación ciudadana se inicia no solo en el ámbito familiar, sino también en la industria del entretenimiento, como consecuencia del tiempo que los menores pasan observando y aprendiendo de sus programas favoritos. Es en estas instituciones donde los futuros ciudadanos, al estar conscientes de su participación en los asuntos de su familia, interiorizarán estos valores que podrán desarrollar de manera amplia en su desenvolvimiento en la sociedad y buscar el bien común. Es en este núcleo familiar donde la adquisición de valores individuales y colectivos permitirá a los niños desarrollarse, adquirir y aprender valores cívicos como la igualdad, y si estos valores son reafirmados en la industria del entretenimiento (televisión), entonces tendremos mejores ciudadanos. De acuerdo a ello, se afirma que la formación ciudadana no se da de forma natural ni únicamente a través de la educación formal (escuela), sino también a través del aprendizaje cultural, que es obtenido a través de la televisión.

Ahora que se conoce cuáles son las tareas que las mujeres realizan, es necesario conocer las tareas de los personajes masculinos.

TABLA 3. Personaje principal masculino más popular

¿En tu programa favorito de televisión, cuáles son las tareas que realiza el personaje principal de niño?	Mujer	Hombre	Total
Superación personal	108 (21.6 %)	80 (16.0 %)	188 (37.6 %)
Acciones altruistas	42 (8.4 %)	60 (12.0 %)	102 (20.4 %)
Divertirse	39 (7.8%)	40 (8.0 %)	79 (15.8 %)
No hace nada	31 (6.2 %)	28 (5.6 %)	59 (11.8 %)
Acciones negativas	15 (3.0 %)	27 (5.4 %)	42 (8.4 %)
Ser responsable	13 (2.6 %)	4 (0.8 %)	17 (3.4 %)
Ser inteligente	9 (1.8 %)	4 (0.8 %)	13 (2.6 %)

Fuente: elaboración propia. N=500

Los menores coinciden en los roles que desempeñan sus personajes favoritos masculinos, ya que de las tareas que realizan, la superación personal fue el código predominante con 37.6 % (n=188); mientras que las acciones altruistas las realizan el 20.4 % (n=102) de los personajes. El código superación personal describe personajes que van a trabajar, consiguen alimentos, son comentaristas, dan noticias, son maestros, son pasteleros, construyen casas, cocinan, hacen hamburguesas, realizan tareas del hogar, actividades académicas, van a la escuela, trabajan y estudian, realizan actividades como karate, futbol, lucha, actividades artísticas, tocan instrumentos, bailan, actúan, o son responsables de un programa de web. Estos datos muestran que los infantes perciben los personajes masculinos como seres responsables, trabajadores, que asisten a la escuela y realizan actividades del hogar.

El código acciones altruistas significa combatir el mal, pelear por salvar a otros, ayudar a los demás, ser un líder, influir en los demás. El siguiente código con mayor frecuencia es divertirse con 15.8 %, cuya connotación es jugar, hacer tonterías, acrobacias, hacer cosas bobas, hacer cosas que hagan reír y divertir a la gente.

TABLA 4. Tareas realizadas por personaje principal masculino

	¿En qué personaje pensaste?					
	Bob Esponja	No recuerda personaje	Finn (Hora de aventura)	Drake (Drake y Josh)	Bart (Los Simpson)	Freddie (iCarly)
Superación personal	35 7.0%	12 2.4%	0 0.0%	8 1.6%	3 0.6%	7 1.4%
Acciones altruistas	4 0.8%	9 1.8%	19 3.8%	0 0.0%	0 0.0%	9 1.8%
Divertirse	13 2.6%	8 1.6%	1 0.2%	5 1.0%	2 0.4%	0 0.0%
No hace nada	1 0.2%	17 3.4%	0 0.0%	3 0.6%	1 0.2%	0 0.0%
Acciones negativas	0 0.0%	1 0.2%	1 0.2%	2 0.4%	12 2.4%	1 0.2%
Ser responsable	1 0.2%	2 0.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
Ser inteligente	1 0.2%	3 0.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%

Fuente: elaboración propia. N=500

La tabla 4 destaca que el código superación personal concuerda con la personalidad del personaje favorito, Bob Esponja con 7.0 % (n=35); en tanto que el personaje con el que los menores encasillan las acciones negativas es Bart Simpson con 2.4 % (n=12). Tomando en cuenta los datos anteriores y de acuerdo a la personalidad de estos dos personajes, esta investigación coincide con lo apuntado por Mantilla (1999) quien afirma que la televisión es una herramienta que transmite normas o las contradice, presentan valores o antivalores, pero de cualquier manera contribuye a forjar una determinada visión del mundo, es decir, es una herramienta que también educa, aunque esta educación no sea lo que se espera.

Los menores experimentan cambios sociales y culturales trascendentales para la construcción de su identidad, por ello, la televisión adquiere importancia, porque

trata aspectos socio morales que generan situaciones como identificación con personajes que los niños perciben que expresan igualdad de género, esto coincide con el hecho de que el personaje más enunciado, Bob Esponja, realiza actividades propias del hogar, tales como limpiar, cocinar y, para poder sobrevivir económicamente, trabaja en el restaurante de comida rápida «El Crustáceo Cascarudo».

Sin embargo, este programa y este personaje, exponen una cultura diferente, que ve la conformación de la vida familiar desde una perspectiva distinta, donde no existen lazos familiares, donde los problemas y las alegrías se comparten primordialmente con los amigos, antes que con familia. En México, tanto hombres como mujeres dejan sus hogares para formar una nueva familia, y los casos en los que se llega a vivir solo o sola es porque los individuos se trasladan a otras ciudades a estudiar o bien a trabajar o, en el peor de los casos, porque no cuentan con una familia directa. De esta manera, la televisión aumenta la posibilidad de socialización, ya que sus «contenidos responden a expectativas, necesidades o intereses previos del grupo de referencia» (Medrano y Airbe, 2008, p. 54).

Las tablas muestran que los infantes perciben que las tareas que tanto hombres como mujeres realizan son muy similares, por lo que se les cuestionó qué tanto consideraban que las niñas y los niños son iguales. De acuerdo a los resultados arrojados por el sistema SPSS, se encontró que perciben mucha igualdad con 56.6 % (n=283); y poco y nada con 43.4 % (n=217). Lo que precisa una connotación de diferencia de género.

TABLA 5. ¿Qué tanto consideras que las niñas y los niños son iguales?

Sexo	Mucho	Poco	Nada
Mujer	156	86	15
	31.2%	17.2%	3.0%
Hombre	127	91	25
	25.4%	18.2%	5.0%

Fuente: elaboración propia. N=500

Se determinó que las mujeres son las que perciben mayor igualdad con un 31.2 % (n=156), en tanto que los hombres perciben poca y nada de igualdad con un 23.2 % (n=116). Con base en esta información se buscó ahondar en la diferencia de estos significados, preguntándoles por qué consideraban que las niñas y los niños son iguales, a lo que ellos expresaron: son iguales física y psicológicamente con 40.2 %; en tanto que ellos consideran que son distintos física y psicológicamente con 29.8 %.

TABLA 6. ¿Por qué consideras que las niñas y los niños son iguales?

	Mujer	Hombre	Total
Son iguales física y psicológicamente	99 (19.8%)	87 (17.8%)	186 (37.2%)
Son distintos física y psicológicamente	58 (11.6%)	80 (16.0)	138 (27.6%)
Son iguales en derechos y obligaciones	57 (11.4%)	39 (7.8%)	96 (19.2%)

Fuente: elaboración propia.

El código Son iguales física y psicológicamente representa un valor similar en los infantes, aunque las mujeres lo perciben como mayor. Este código se refiere a tener actividades física y mentalmente iguales, actividades similares, comportarse de la misma forma, realizar mismas acciones, valer lo mismo, mismas oportunidades de desarrollo, mismas actividades físicas, no haber motivos para ser diferentes, respetarse mutuamente, tener los mismos gustos, expresarse libremente, tener igualdad de género. Respecto al código Son distintos física y psicológicamente que ambos géneros manifestaron con un 27.6 % (n=138), significa: no son iguales, en cuestiones físicas, tienen diferentes actividades, piensan diferente, estereotipos se reflejan en personalidad, no les interesa lo mismo, los niños son mejores, las niñas son mejores, las niñas son más listas, las niñas tienen mente más elevada a los hombres, la mujer participa mejor, diferentes en muchos aspectos, no los dejan jugar a lo mismo, diferentes en cuerpo, los órganos son diferentes, los hombres son más rudos.

Asimismo, se encontró que el código Son iguales en derechos y obligaciones, entendido cómo mismos derechos y obligaciones y la igualdad es primero, es manifestada por ambos sexos en un 19.2 % (n=96) y de estos, el 11.4% (n=57) es expuesto por las niñas, quienes fueron las que dieron los conceptos más claros de lo que se considera como el valor de la igualdad, entre las que se encuentran respuestas como mismas oportunidades de desarrollo y los seres humanos valen lo mismo, lo cual puede ser el resultado de que quienes expresan mucha igualdad, tengan realmente un mejor conocimiento sobre este término legal.

Las actividades artísticas son expresadas en términos de delicadeza, fragilidad, estética y sensibilidad; en tanto que los aspectos deportivos son actividades de contacto físico rudo, lo que conlleva que los menores se vean diferenciados física y psicológicamente. Esto expone la importancia de que los menores adquieran conocimiento relativo a valores democráticos como la igualdad, ya que como argumenta Woldenberg (s.f.), el aprendizaje no termina con las desigualdades, pero es la base por la cual es posible construir una democracia.

CONCLUSIONES

En lo referente al valor igualdad, Yturbe (2000) señala que no puede percibirse de forma inmediata, lo que sí puede evidenciarse es la diferencia. Los seres humanos son desiguales en casi todo, por lo tanto la expresión no debe tomarse de manera literal, sino que debe ser interpretada. Este estudio expone, de acuerdo a los porcentajes encontrados, que las niñas son quienes manifiestan tener mayor conocimiento sobre el valor de la igualdad, ya que expusieron respuestas más explicativas sobre su significado, argumentando que las personas son iguales al tener las mismas oportunidades de desarrollo, y que los seres humanos valen lo mismo.

Esta idea es contraria al hecho de que los niños consideran tener poca igualdad con las niñas, debido a que tienen distintos gustos y actividades, las diferencias que se aprecian básicamente giran en torno a la fuerza física en el caso de los varones, y en el caso de las mujeres es una respuesta que conlleva un proceso

más analítico. Estas formas ambivalentes de pensar nos permiten observar que los individuos únicamente se diferencian por la forma en que piensan, lo cual es un aspecto que físicamente no permite distinguirlos; sin embargo, las acciones que realizan para evidenciar las diferencias de pensamiento sí pueden ser observables.

Lo anterior expone la importancia de que los menores adquieran conocimiento relativo a la igualdad, como argumenta Woldenberg (s.f.), ya que aunque el aprendizaje no termina con las desigualdades que acontecen en la sociedad, si son la base por la cual es posible construir una democracia donde hombres y mujeres adquieran sus reconocimientos como ciudadanos y al ser iguales ante la ley gocen de los mismos derechos. Además, habría qué recordar que las industrias del entretenimiento fomentan el aprendizaje cultural respecto de los roles que los hombres y las mujeres deben representar, es decir las actividades de ambos géneros son una construcción cultural y no se nace con esa división, de ahí la importancia de la socialización de los valores.

El valor igualdad juega un rol determinante para que se pueda llevar a cabo una sana convivencia entre los menores y lograr la formación ciudadana a través de un equilibrio. Este equilibrio se logrará cuando los individuos dejen de gozar su propia individualidad, para empezar a trabajar en lo colectivo, iniciando con el reconocimiento de la igualdad. Si los menores perciben este valor en términos positivos entonces ellos tendrán las mismas oportunidades de desarrollo y comprenderán que no hay motivos para ser diferentes, que existe la igualdad de género, por lo que no se da ninguna diferencia entre ellos para realizar las mismas actividades deportivas y artísticas. En este rubro, son las niñas quienes perciben mayor igualdad, en cambio, los niños perciben que no son iguales, que piensan de manera diferente, que el aspecto físico es distinto y que las niñas son más listas que los niños; el valor igualdad sí es percibido de manera positiva.

Este estudio también concluye que la formación ciudadana no se da de forma natural, ni únicamente a través de la educación formal (escuela), sino también a través del aprendizaje cultural, que es obtenido a través de la televisión.

REFERENCIAS

- ACKERLEY, M. I. (2009). Los medios de comunicación como sistemas de pensamiento. Cuestiones éticas, pp. 31-43. Recuperado de <http://www.revistadefilosofia.org/29-03.pdf>
- BENÍTEZ, R. S. (2008). Política, Pensamiento y Libertad en Hannah Arendt. En R. E. Navas, *Pensamiento Político Contemporáneo* (pp. 3-17). México: Porrúa.
- BOBES, V. C. (2000). Ciudadanía. En B. L., B. L. J., C. F., y C. I. F. G., *Léxico de la política* (pp. 50-53). México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- CERDA R. (2010). La Reforma del Estado y los Medios de Comunicación. En Patricia Liliana C. *Comunicación, literatura y sociedad: investigación y reflexiones* (pp.81-105). Monterrey, Nuevo León, México: Senderos UANL.
- COBO, R. (1995). *Fundamento del patriarcado moderno*. Jean Jacques Rousseau. Feminismos. Madrid: Cátedra.
- CORVERA, T. G. (noviembre de 2010). Democracia y Formación Ciudadana. Recuperado el 14 de septiembre de 2014, de Colección Cuadernos de divulgación de la cultura democrática: http://www.ife.org.mx/docs/IFE-v2/DECEYEC/EducacionCivica/CuadernosDivulgacion/CuadernosDivulgacion-pdfs/CUAD_28.pdf
- ELÓSEGUI, G. (2014). La democracia es una forma moral de vida. Violeta por una Cultura de Igualdad, pp.12-16.
- EL UNIVERSAL. (11 de junio de 2018). Femicidios: El deshonroso primer lugar de Nuevo León. Recuperado de www.eluniversal.com.mx/observatorio-nacional-ciudadano/femicidios-el-deshonroso-primer-lugar-de-nuevo-leon
- CNDH (2010). <http://www2.ohchr.org/spanish/bodies/crc/index.htm>. Recuperado el 16 de agosto de 2014, de <http://www2.ohchr.org/spanish/bodies/crc/index.htm>.
- INEGI (2008). Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas. Documento metodológico. Recuperado de http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/cuestionarios/encuestas/hogares/sm_encupo8.pdf
- MARTINO, A. A. (1999). *Sistemas Electorales*. Advocatus.

- MEDRANO, C. y Airbe, A. (2008). Valores y contextos de desarrollo. *Revista de Psicodidáctica*, 13, 53-67.
- TINGSTEN, H. (1965). El Problema de la Democracia. México: Diana.
- UVALLE Berrones R. (2003). *La responsabilidad política e institucional de la administración pública*. ISBN:968-6452-56-7
- RAMÍREZ, R. (2014). La Teoría Política y la Democracia le hacen trampa a las Mujeres. Violeta por una Cultura de Igualdad, pp. 20-21.
- RODAS, F. C. (1999). De la política de la libertad a la política de la igualdad. un ensayo sobre los límites del liberalismo. Colombia: Siglo del hombre.
- WOLDENBERG, J. (2007). El Cambio Democrático y la Educación Cívica en México. México, D. F.: Cal y Arena.
- WOLDENBERG, L. S. (s.f.). Instituto Nacional Electoral. Recuperado el 8 de noviembre de 2014, de Principios y valores de la democracia: www.ine.mx/documentos/.../principios_y_valores_de_la_democ.htm
- YTURBE, C. (2000). Igualdad en B. L., B. L. J., C. I. G. Léxico de la política (p. 334-335). México. D.F.: Fondo de Cultura Económica .

Verificación de datos: apuesta para recuperar la confianza en los medios

DANIELA MENDOZA LUNA Y DEYRA GUERRERO LINARES¹

INTRODUCCIÓN

América Latina experimenta actualmente una nueva metamorfosis por el inestable contexto histórico, social y político de los años recientes y, en paralelo, la credibilidad de los medios ha ido en descenso. En México, por ejemplo, según los resultados de la Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental (ENCIG), elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), solo 38.7 % de la población de 18 años o más confían en los medios de comunicación.

En medio de este entorno, el periodismo ha tenido que evolucionar buscando retomar el camino de la fiabilidad. Como parte de las transformaciones han surgido en este siglo, en Latinoamérica, medios digitales enfocados en *fact checking*, para verificar el discurso público y evidenciar noticias falsas.

La verificación es uno de los procesos obligados en la práctica periodística, según Johan Hufnagel «es, o debiera ser, el trabajo normal de un buen periodista», quien además afirma que «a los políticos siempre les gusta jugar al gato y al ratón con los números, por lo que de hecho la comprobación tiene una dimensión educativa» (Álvarez y López 2015).

¹ Universidad Autónoma de Nuevo León.

Kovach y Rosenstiel (2003) coinciden que entre los elementos fundamentales del periodismo se encuentra la verificación:

A medida que los ciudadanos se encuentran con una afluencia de datos cada vez más grande, tienen mayor —no menor— necesidad de fuentes identificables dedicadas a verificar esa información, destacando lo relevante y desechando lo que no lo es [...]. La verificación y la síntesis se han convertido en la espina dorsal del nuevo papel guardián del periodista [...]. En resumen, la necesidad de verdad es mayor, no menor, en el nuevo siglo, porque la probabilidad de que haya más mentiras es mucho mayor (Kovach y Rosenstiel, 2003 p.67).

Por su parte, Cebrián (2012) cita a Galdón cuando explica que la función crítico-verificadora tiene una triple dimensión, pues el periodista se sirve de fuentes documentales o de otros recursos para verificar la exactitud de los datos en su dimensión fáctica, es decir, que hayan ocurrido, pero también en la realidad que designan, su uso semántico. Sin embargo, agrega una tercera dimensión, la crítica «que pretende indagar si las afirmaciones vertidas por las personalidades públicas son verdaderas o falsas; si hay errores parciales; si hay verdades a medias que inducen —intencionadamente o no— al error» (Galdón, 2002 p. 73).

Corroborar los hechos antes de la publicación o difusión de una información es un paso obligado, no obstante, la verificación fue sistemáticamente desplazada por la inmediatez en las redacciones tanto de los grandes emporios de la información como de los nacientes medio digitales que, gobernados por la dictadura del *click*, se limitaron a la reproducción de las declaraciones de los personajes públicos o la generación de contenidos que les facilitarían tráfico en sus sitios de Internet.

Empero, hacia el fin del siglo pasado, en 1992, gracias a los avances tecnológicos que permitieron la creación de grandes bases de datos consultables, esta práctica presentó nuevos derroteros. El movimiento de *fact checking* o verificación de datos —también llamado verificación del discurso público— tiene su génesis en 1992 con el trabajo que Brooks Jackson realizó para la cadena CNN y cuyo objetivo

principal era revisar los anuncios de la campaña presidencial en los Estados Unidos entre el demócrata Bill Clinton y el republicano George H. W. Bush.

Los esfuerzos de Jackson se vieron interrumpidos en 1996 cuando la CNN fue comprada por la compañía Time Warner, cuyos nuevos dueños estaban más interesados en la competencia con la nueva cadena Fox News, por lo que para el comienzo de 2003 CNN había perdido todo el interés en historias de *fact check* y Jackson fue contratado por la profesora Kathleen Hall Jamieson, de la Universidad de Pensilvania, para verificar las afirmaciones que se hicieran en las elecciones de 2004, pues escribía un libro sobre la campaña y le instó a publicar artículos en algunos medios digitales, lo que pronto se convertiría en el origen de FactCheck.org, el primer sitio dedicado a la verificación del discurso.

Luego, en 2007, Bill Adair fundó Politifact.com, premio Pulitzer del año 2009 y actualmente proyecto del Tampa Bay Times. Después de Estados Unidos, el *fact checking* apareció en Gran Bretaña con Channel 4 y, en Francia, con Les Decodeurs, el blog de Le Monde. Después apareció en Latinoamérica.

Chequeado nació en 2009, en Argentina, en la mente de sus fundadores —Julio Aranovich, José Alberto Bekinschtein y Roberto Lugo—, y está en línea desde octubre de 2010. Con el modelo de Chequeado, otras organizaciones surgieron en distintos países de Latinoamérica, como Agencia Lupa, en Brasil; El Sabueso, de Animal Político, en México, que lideró la iniciativa Verificado 2018; y VerificadoMx, con origen en Nuevo León, entidad mexicana. Adicionalmente, Chequeado también capacitó a periodistas chilenos en la iniciativa ChileCheck, que la cadena CNN lanzó durante las pasadas elecciones de 2018 en esa nación sudamericana.

La verificación del discurso ha ganado cada vez más espacio en el periodismo mundial porque, como nunca antes, no solo los comunicadores sino también los ciudadanos tienen acceso a una enorme cantidad de información; de fuentes y datos —sobre todo en internet—, pero no cuentan, al menos no todos, con la capacitación para interpretarlos y contextualizarlos.

Al emplear la tecnología, crece la capacidad de involucrar al instante, en el proceso de verificación y producción de la información, a un número mucho más

amplio de personas, lo anterior respecto a las fuentes limitadas que un periodista podía llegar a consultar para desarrollar una nota en el pasado, y a eso le apuestan los *fact checkers* latinoamericanos: a la interacción con la audiencia para recuperar su confianza.

Así, el objetivo del presente estudio fue identificar las contribuciones que los medios especializados en *fact checking* en América Latina han hecho a la recuperación de la credibilidad en el periodismo por parte de la audiencia, a través de un análisis de su historia, características, contenidos, normas deontológicas y la forma en que han afrontado los cambios y conflictos políticos, sociales, económicos y tecnológicos.

Las preguntas que se intentaron responder fueron ¿cuáles son las características más importantes de los medios digitales de *fact checking* en Latinoamérica?, ¿cuáles son las aportaciones que los medios de comunicación digitales y especializados en *fact checking* de América Latina han hecho a la democratización de las sociedades de sus países?, y ¿cuáles son los retos a futuro de los medios digitales de *fact checking*?

METODOLOGÍA

Para alcanzar el propósito planteado en este trabajo, se desarrolló una investigación de carácter descriptivo, de corte cualitativo bajo el método de estudio de casos, con la técnica de entrevista semiestructurada, aplicada a los periodistas de los medios antes mencionados: Chequeado (Argentina), Agencia Lupa (Brasil), ChileCheck (Chile); en México, VerificadoMx, Verificado 2018, El Editor de la Semana-Veraz y El Verdadómetro.

El estudio de casos es, como lo explican Villarreal y Landeta (2010, p. 31 y 32), una metodología que debe ser considerada para el avance de una ciencia porque permite analizar el fenómeno objeto de estudio en su contexto real y con sus propios protagonistas, empleando para ello múltiples fuentes de evidencia.

Además, si se implementa con rigor científico y con procedimientos que incrementen su confiabilidad y su validez, permite obtener una perspectiva holística de un fenómeno y no una reduccionista (Gummesson, 1991). El uso de esta herramienta analítica es por tanto muy recomendable cuando el fenómeno que se quiere estudiar no puede ser comprendido de forma independiente respecto a su contexto, a su ambiente natural, y cuando se deben considerar un gran número de elementos y se precisa un elevado número de observaciones (Johnston *et al.*, 1999), es decir, cuando queremos comprender un fenómeno real considerando todas y cada una de las variables que tienen relevancia en él (McCutcheon y Meredith, 1993).

La muestra fue seleccionada de forma no probabilística-intencional, es decir, por conveniencia. Se dialogó con periodistas que encabezan los siete medios señalados para que fueran ellos mismos quienes respondieran a las interrogantes de las cuales se ha partido previamente.

Por su planeación, Díaz-Bravo y Torruco-García (2013) distinguen tres tipos de entrevistas: estructuradas o enfocadas; semiestructuradas y no estructuradas. Esta investigación optó por las entrevistas semiestructuradas que presentan un grado mayor de flexibilidad que las estructuradas, ya que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos.

En este sentido, en la fase de campo, para la recolección de información, se aplicó la técnica de entrevistas semiestructuradas, por su carácter conversacional que desde el interaccionismo simbólico se recomienda a fin de no oprimir a las personas participantes, generando un ámbito coloquial que facilite la comunicación entre quienes interactúan, sabiendo que no hay nada en contra de investigar asuntos en los que se esté involucrado emocionalmente (Díaz Martínez, 2004).

La entrevista de forma preliminar quedó constituida por los siguientes apartados, cada uno con sus preguntas básicas que sirvieron como punto de partida a otras que surgieran de la charla: a) sobre el *fact checking*, b) credibilidad en el

periodismo, c) sobrevivencia económica, d) métodos y políticas, e) educación para los medios y f) papel democratizador.

Es importante destacar que en el presente estudio se utilizó también la técnica autoetnográfica, con un componente de estructura narrativa, pues las autoras participan en el proyecto VerificadoMx, uno de los medios analizados.

...la autoetnografía amplía su concepción para dar cabida tanto a los relatos personales y/o autobiográficos como a las experiencias del etnógrafo como investigador —ya sea de manera separada o combinada— situados en un contexto social y cultural (Blanco, 2012 p. 55).

RESULTADOS

Los resultados indican que se cumplió con el fin de la investigación y se logró contestar las preguntas planteadas, cuyas respuestas se detallan enseguida.

Sin anuncios, sin contrato y a veces sin dinero

Existe coincidencia en los entrevistados sobre la sobrevivencia del medio de comunicación, económica e ideológica, bajo los parámetros de independencia y neutralidad editorial, especialmente con una marcada separación del gobierno al no tener publicidad oficial. Sus respuestas dejan en evidencia que la autonomía económica garantiza la neutralidad editorial, pero al mismo tiempo conforma una de los principales obstáculos en la labor de los medios digitales dedicados exclusivamente al *fact checking*. En contraparte, esas características resultan efectivas al momento de conectarse y enganchar a la audiencia.

Laura Zommer, directora general de Chequeado, fue tajante al asegurar que «los avisos (anuncios) restan credibilidad», mas aclaró: «eso no significa que no

les pidamos aportes a empresas. Siendo totalmente transparentes, nosotros recibimos aportes de empresas, pero estos tienen que ser públicos».

Y agregó «es vital para el tipo de trabajo que hacemos que tengas un sistema de financiamiento, el que sea que elijas, pero recontra abierto (sic), o sea, todo mundo tiene que saber perfectamente el camino que usamos para financiarnos, que desde el primer hasta el último peso se pueda justificar».

Chequeado es un medio de *fact checking* autosustentable y funciona a través de la figura legal de fundación (lo que en México se conoce como asociación civil) y cuenta con un esquema de financiamiento de varias vías que contempla los donativos y campañas de recaudación de fondos, entre las que destaca la de los pequeños donantes, pero también una cena de gala anual; la impartición de cursos y capacitación; y, finalmente, la colaboración fija con otros medios de gran calado, como el periódico *La Nación*. Adicionalmente, se ha hecho acreedor a varias becas que otorga la International Fact Checking Network (IFCN), del Instituto Poynter.

En Brasil, Lupa comenzó a operar gracias a una inversión inicial con alcance de tres años, que está por concluir. Su directora, Cristina Tardáguila, comentó que este tipo de financiamiento fue suficiente para probar el esquema de agenda de noticias con el que pretenden continuar. Por otro lado, Lupa tiene otras líneas de ingreso, pues además de la venta de contenidos, cuenta con la impartición de cursos y talleres, así como proyectos con Google y Facebook, como *fact checkers* asociados.

En algunos casos, como el de ChileCheck, los proyectos están vinculados a una empresa más grande como CNN, canal internacionalmente reconocido por su objetividad e independencia, sumado a la cercanía y aval de dos centros de estudios académicos del país, Espacio Público, de mirada más a la izquierda, y el Instituto de Estudios Públicos de la Sociedad (IES), de ideología derechista.

El detonante del medio chileno fue el contexto electoral y, una vez que este ha terminado, se encuentra en etapa de transición, según reconoció su editora de contenidos especiales, Margot Anacona: «no tenemos un presupuesto que nos permita alcanzar los nuevos objetivos que no hemos propuesto, como tener un

programa de televisión semanal con los contenidos de ChileCheck. Nos gustaría agrandar el equipo y poder dedicarle más horas a la verificación de datos», debido a que por ahora solo genera verificaciones que aparecen vinculadas a otros programas de la cadena.

En otra latitud de América Latina, en específico en Monterrey, México, nació VerificadoMx con un donativo inicial que impulsó el inicio de sus operaciones el 24 de julio de 2017, pero hasta hoy no ha podido consolidar un modelo operativo viable. Sus cuatro socias trabajan a tiempo parcial y tienen otras actividades laborales para completar sus remuneraciones.

El proyecto se alimenta de ingresos propios que se derivan de productos informativos y servicios de comunicación, entre ellos el manejo de redes sociales y la elaboración de síntesis de prensa. No existe publicidad oficial, aunque se podría considerar a futuro siempre y cuando no comprometa algunas secciones centrales como El Verificado, y no esté sujeta a otra contraprestación.

Daniela Mendoza, directora general de VerificadoMx, aceptó que la constante preocupación por la sobrevivencia del proyecto hace complicado en primera instancia que las personas se puedan dedicar a él de tiempo completo, lo que de inicio frena la consolidación del medio y sus plataformas.

En una situación similar se encuentra El Verdadómetro, encabezado en territorio mexicano por Odiseo Ibáñez Rincón y que también opera con recursos propios y obtiene sus fuentes de ingreso de la prestación de otros servicios como una consultoría de software. En su operación tienen un convenio de colaboración con el medio digital independiente Quadratin, lo que les da un respaldo para la periodicidad de sus contenidos.

Los principales obstáculos son y siempre han sido económicos. Los superamos por lo pronto haciendo alianzas, aportando nuestros propios recursos y buscando fuentes de financiamiento alternas (Ibáñez, comunicación personal, 2 de noviembre de 2018).

La situación es distinta con la iniciativa Verificado 2018, ya que se trató de un proyecto con una temporalidad planificada de marzo a julio de 2018. Sobre el fi-

nanciamiento para realizar la cobertura electoral presidencial en México durante el año pasado, Tania Montalvo, directora del programa, no dio muchos detalles y únicamente resaltó que recibieron apoyo tanto económico como en especie de varias empresas e instituciones privadas, así como educativas y de la sociedad civil.

Por último, el caso de Luis Roberto Castrillón, conocido como El Editor de la Semana y quien también colabora en el portal Veraz, es un caso atípico, pues el *fact checking* es un proyecto personal de financiamiento propio que se abastece de los recursos del mismo periodista como freelance y docente universitario.

Transparencia y apertura completa en su metodología

En lo que se refiere a los métodos y políticas de investigación de los medios de *fact checking*, el componente de transparencia y apertura completa en su metodología de investigación queda al descubierto en la máxima publicidad que de ellos tienen y en la concordancia en los pasos de análisis del discurso público que tienen los casos revisados. Esto se debe a dos situaciones específicas: 1) Lupa, VerificadoMx, Verificado 2018 (vía El Sabueso, de Animal Político) y ChileCheck se fundamentaron en el trabajo y experiencia de Chequeado; y 2) la mayoría de los medios pertenecen o están en proceso de formar parte de la International Fact Checking Network (IFCN), que entre sus lineamientos tiene algunas exigencias puntuales que los obligan a detallar sus métodos y la manera en que califican los discursos a partir de ellos. En esta situación se encuentran Lupa, Verificado Mx, Verificado 2018, ChileCheck, y, por supuesto, Chequeado.

Cristina Tardáguila, de Agencia Lupa, lo confirma:

Sí, nuestra metodología está muy basada y viene de Chequeado, que a su vez proviene de PolitiFact, entonces, está basada en 8 pasos, está todo como exige la IFCN, está todo muy bien explicado en la página web, tenemos un video que lo explica (Tardáguila, comunicación personal, 2 de noviembre de 2018).

Daniela Mendoza, de VerificadoMx, comenta:

La metodología la establecí yo en primera instancia, pero tomando como base a lo que se maneja en varios portales de Latinoamérica, como Chequeado, una serie de 7 pasos que es consultable en nuestro portal de internet (Mendoza, comunicación personal, 10 de noviembre de 2018).

Tania Montalvo, de Verificado 2018 (El Sabueso), por su parte, también explica:

...empezamos a ver la ola de *fact checking* que había en América Latina y desde Animal Político ya habíamos acudido a Argentina a revisar cómo funcionaba Chequeado, qué trabajos hacía, etcétera. Sí tomamos en líneas generales su método (Montalvo, comunicación personal, 1 de noviembre de 2018).

En el caso de ChileCheck, su metodología provoca un orden y contraste de la información verificada. La etapa de calificación es muy intensa porque requiere del análisis y votación de los tres representantes del Directorio, quienes tienen acercamientos diversos a la realidad.

En lo que respecta al Verdadómetro sus métodos son similares, pero no están descritos en sus portales de internet, solo se explica el proceso.

Para verificar los hechos, nos basamos en fuentes confiables, como son datos oficiales de dependencias gubernamentales u organismos internacionales, así como periódicos y publicaciones de prestigio. También nos basamos en declaraciones emitidas en cuentas oficiales de redes sociales (Ibáñez, comunicación personal, 2 de noviembre de 2018).

TABLA 1. Metodología de los medios de *fact checking*

PASOS	CHEQUEADO	LUPA	VERIFICADOMX	VERIFICADO 2018/ EL SABUESO	CHILECHECK
1	Seleccionar una frase del ámbito público.	Selecciona una frase pronunciada por un personaje público. También revisa publicidad; los anuncios de productos y servicios.	Se define la frase o un dato de un discurso de interés público para analizarlo.	Revisamos la fuente de publicación. ¿Quién la publicó? ¿Cuándo?	Selección de frases a verificar.
2	Ponderar su relevancia.	Determina la relevancia que tiene para los lectores.	Ponderar la relevancia o impacto del tema o personaje que dijo la frase.	Contrastamos la información con datos y hechos. Si se trata de un video o una imagen, se buscan las originales.	Priorización de frases de acuerdo a su relevancia en el interés público.
3	Consultar a la fuente original.	Levanta la información necesaria en bases de datos y fuentes oficiales.	Luego de seleccionar la frase, se consulta a quien lo dijo para corroborarlo, en caso de obtener el dato de forma directa, se verifica con otras fuentes	Confirmamos la información publicada con el protagonista de la noticia. ¿Estuvo ahí? ¿Qué dijo en su discurso?	Consulta al entorno del político.
4	Consultar a la fuente oficial.	Consulta a especialistas para contextualizar la información recabada.	La verificación se realizará por medio de documentos, informes, reportes, así como de estadísticas. La información recopilada será contrastada.	Buscamos otras fuentes: testigos, afirmaciones o asistentes a los eventos.	Consulta a fuente oficial.

CONTINUACIÓN TABLA 1. Metodología de los medios de fact checking

PASOS	CHEQUEADO	LUPA	VERIFICADOMX	VERIFICADO 2018/ EL SABUESO	CHILECHECK
5	Consultar a fuentes alternativas	Solicita la posición oficial.	Dentro de la revisión se podrán integrar datos de especialistas.	Revisamos información estadística y académica vinculada al tema y consultamos con especialistas en el tema.	Consulta a fuentes expertas.
6	Ubicar en contexto.	En caso de ser necesario, se realizan solicitudes de transparencia.	Determinar una clasificación del discurso.	Siempre tenemos captura de pantalla de las noticias falsas. No publicamos el enlace a los sitios que difunden esta información.	Análisis de las informaciones en contexto
7	Confirmar, relativizar o desmentir la afirmación.	Recoge todas las evidencias necesarias para evaluar el discurso, incluso tareas de campo.	Una vez verificado será calificado como verdadero, falso o engañoso.	Seleccionamos una de las cuatro categorías para calificar el discurso.	Calificar.
8	Calificar.	Calificar el discurso.			

Fuente: elaboración propia con información obtenida de las entrevistas y observación.

El Editor de la Semana y colaborador de Veraz, Luis Eduardo Castrillón, dio a conocer que sus métodos son más empíricos y solo pública mediante sus redes sociales, Facebook principalmente.

Uso metodología básica de reportero, me topo ante un hecho, cuando la información es publicada en plataformas digitales y, a partir de ello, por intuición periodística me fijo si hay algo que no conecta. Mi primer elemento en mi metodología es la duda, después el proceso conlleva tratar de llegar a las fuentes originales. Trato de plantarme las causas y las consecuencias y así determinar si las causas son reales o si se alejan de la verdad. Y luego, ¿a quién le conviene o a quién le afecta que esa información sea publicada? Sin ser postura de conspiración. Contrastar la información con bases de datos directas, información de primera fuente. Así verifico (Castrillón, comunicación personal, 2 de noviembre de 2018).

Formando audiencias críticas

Sobre las tareas educativas emprendidas con la finalidad de que todos los sectores de la sociedad desarrollen capacidades de análisis y crítica para la verificación de la información, se tuvieron importantes hallazgos.

Aunque no con la misma formalidad, todos los medios de *fact checking* que forman parte de esta investigación desarrollan o están en vías de implementar la educación para los medios para que todos los sectores de la sociedad desarrollen competencias de análisis y crítica, orientadas a la verificación de la información.

ChileCheck y VerificadoMx están en fase de desarrollo de talleres y cursos que dirigirán tanto a estudiantes de periodismo y periodistas en activo, como a público en general interesado. Por su parte, Luis Eduardo Castrillón, con El Editor de la Semana, ya ha trabajado en eventos para periodistas, lo cual constituye una de sus fuentes de ingresos. Este último y VerificadoMx preparan cada uno, en una posible alianza, un proyecto de educación mediática.

En el caso de Lupa y Chequeado, su esquema educativo está más estructurado y representa una entrada constante de recursos.

Lupa Educación tiene poco más de un año de vida y ha efectuado 42 talleres en todo Brasil, con un total de 3 mil alumnos. Además, su directora, Cristina Tardáguila, ofreció un curso en línea gratis auspiciado por la organización Knight Center para el Periodismo de las Américas, que tiene su sede en la Universidad de Texas.

Llevamos ya más de un año con el Lupa Educación, que es algo que me da mucho orgullo. Hemos empezado en el 2017 a dar clases porque hemos entendido que si sumas hoy día todos los chequeadores profesionales que existen en Brasil, no llegamos a 50 y que es imposible chequear todo y que necesitamos un ejército de chequeadores, entonces es vital enseñar la metodología, porque lo peor que puede pasar es que la gente empiece a chequear y de forma equivocada, eso no se hace. Hemos decidido abrir y ser súper transparentes sobre la metodología de trabajo, pero también enseñar cómo hacemos nosotros para que cualquiera pueda hacerlo, no solamente periodistas (Tardáguila, comunicación personal, 2 de noviembre de 2018).

A decir de Laura Zoomer, el área de Educación de Chequeado tiene como objetivo fortalecer las capacidades de los comunicadores para que utilicen más referencias de hechos y datos fidedignos en su participación en el debate, y despertar mayor interés en los ciudadanos para que exijan que así sea y castiguen a quienes no lo hagan.

Por ello trabajan en conjunto con otra de sus direcciones, la de Medios e Innovación, para entablar alianzas con organizaciones de la sociedad civil, organismos de cooperación internacional e instituciones educativas para promover así aprendizajes vinculados con sus propósitos.

Al igual que Lupa, Chequeado imparte sus cursos a una gama diversa de sectores de la sociedad: periodistas y comunicadores profesionales para la utilización de datos y otros métodos propios de *fact checking* y periodismo de datos.

Dentro del conjunto de ciudadanos, Chequeado se enfoca en adolescentes de 15 a 18 años, por ser quienes están incorporándose en el sistema democrático. Desde Chequeado creemos que la calidad del debate público está fuertemente ligada con la capacidad de los productores y reproductores de discurso para basar sus declaraciones en hechos y datos contrastables que puedan ser comprendidos y analizados por el ciudadano medio informado al tener acceso a las fuentes (Zommer, comunicación personal, 30 de octubre de 2018).

Potenciadores del debate público y de la democracia en AL

Los medios digitales de *fact checking* han tomado un papel activo durante los procesos electorales, incorporándose como un factor que provoca la participación y el debate público, logrando interactuar con la audiencia como no habían podido hacerlo anteriormente la radio, televisión o portales tradicionales de Internet.

Una de las muestras más claras es la iniciativa Verificado 2018, que logró en México la sinergia en calidad de colaboradores o aliados de más de 90 medios y organizaciones de la sociedad civil para el proceso electoral 2018, uno de los más grandes de la historia del país y en el que se renovó la Presidencia de la República.

El equipo base estuvo integrado durante cuatro meses por Animal Político, AJ+, la revista Newsweek y Pop Up Newsroom. Como aliados económicos y estratégicos estuvieron Google y Facebook, con el respaldo de la organización Mexicanos contra la Corrupción y la Universidad de la Comunicación.

En opinión de Tania Montalvo, este proyecto superó lo que ella llama el *círculo rojo*, es decir la circulación de las verificaciones de datos solo entre un grupo reducido de personas, principalmente periodistas, especialistas y políticos, integrándose como un tema de conversación entre los ciudadanos.

En algún momento creía que era un tema de que en México están acostumbrados a que los políticos mientan, entonces no es novedad. Nosotros estamos revisando qué fue lo que hizo Verificado, que sí lo logró, que puede ser mucho de que se trataba de

un contexto electoral. Es seguro, Verificado 2018 sí logró romper la barrera, sí era un tema que se discutía en chats, en familia (Montalvo, comunicación personal, 1 de noviembre de 2018).

En su percepción, Verificado 2018 jugó un papel fundamental en el proceso electoral de 2018; se volvió relevante, sobre todo en la verificación de los debates. En lo que respecta a las campañas del candidato de la alianza «Por México al Frente», Ricardo Anaya, como la de José Antonio Meade Kuribeña de la coalición «Todos por México», incluso tuvieron enlaces de prensa con la tarea exclusiva de contestar.

Aunque participaron como aliados en la iniciativa Verificado 2018, para Daniela Mendoza, de VerificadoMx, el principal aporte que pueden hacer en la construcción de una democracia participativa es abrir los ojos a esta necesidad de cambiar el periodismo, pues pocas veces se confronta o cuestiona a la autoridad con argumentos que provienen de los datos, las leyes o de la investigación.

...creo que esa es nuestra principal aportación. Tenemos poco más de 17 mil seguidores en nuestras cuentas de redes sociales y eso significa que al menos estas personas quieren información verificada y dialogan con nosotros. La formación de audiencias críticas y bien informadas es una tarea fundamental. Creo que tenemos más penetración cuando trabajamos con comunidades de estudiantes, acudimos a dar una conferencia, taller o entrevista en los medios de comunicación, porque de ese modo se abre el debate y eso es lo que buscamos (Mendoza, comunicación personal, 10 de noviembre de 2018).

Otro medio que colaboró en Verificado 2018 fue El Verdadómetro. Su director, Odiseo Ibáñez Rincón, aseveró que, pese a no ser un referente en la materia, han contribuido en la verificación de discurso público; y sostiene que el impacto se puede incrementar exponencialmente a medida que haya más *chequeadores*.

Sí, claro, es algo relativamente nuevo en el periodismo, pero creo que se ha establecido como algo indispensable, por la expansión, por el alcance y el impacto que han tenido las redes sociales en la dispersión de información.

No hay competencia, es más colaborativo. Entre más fact checkers haya, mejor para todos (Ibáñez, comunicación personal, 2 de noviembre de 2018).

Como ya se mencionó, ChileCheck nació de la mano del proceso electoral 2017 en aquella nación sudamericana, con la intención, en palabras de Margot Anacona, «de contribuir al razonamiento crítico a través del chequeo de los discursos públicos, no solo en tiempo de elecciones, sino también en la agenda política diaria».

Concuerda con el resto de los entrevistados en que la idea principal de este tipo de proyectos es dotar a los ciudadanos de información de calidad para la toma de decisiones, incorporando información factual de forma atractiva.

Ahora, los políticos piensan dos veces antes de salir a hablar de algún tema, así sintetiza Laura Zommer el impacto que Chequeado ha tenido en la vida pública en Argentina.

...yo sí puedo decirte que hoy los líderes políticos en Argentina, en términos generales, son más cuidadosos con el uso de los datos que ponen a circular públicamente. No es únicamente porque Chequeado existe, o porque logró generar interés en cierta audiencia, es también porque el gobierno anterior había manipulado estadísticas y la gente se rebeló, y eso cambió, y también porque el Congreso apoyó una Ley de Acceso a la Información Pública (Zommer, comunicación personal, 30 de octubre de 2018).

Cristina Tardáguila, de la Agencia Lupa, argumentó que su trabajo aún es marginal para un país con tanta población como Brasil, y todavía no logran percibir el impacto que puedan tener en la sociedad, mas se han enfocado en la capacitación de grupos de interés que pueden permear esta transformación.

Concuerda con Laura Zommer en que los políticos de su nación se han hecho más cautos al momento de compartir información, debido a que ya han sido evidenciados en varias ocasiones:

Hay cosas entre los políticos que son también curiosas. Al principio los políticos se ponían muy enfadados, decían: «qué mierda, ¿quién pensáis que soy?» Y hay algunos que dicen hoy en día: «tienes razón, prometo no decir esto otra vez»; es curioso, se nota, es interesante. Hay algunos que tras equivocarse tres o cuatro veces en la misma información y llevar 4 falsos, pues al final cambian la información y no vuelven a equivocarse, entonces, ¡mira qué bien, este tipo ha aprendido! (Zommer, comunicación personal, 30 de Octubre de 2018).

Entre sus labores se encuentra haber dado capacitación a los jueces de fiscalización electoral en su país para verificar información sobre ese rubro, y también la han buscado médicos y otros colegios profesionales para contrarrestar la información falsa que circula en la red sobre estos temas, por lo que trascender al asunto de la política es reflejo de que están comenzando a tener mayor impacto.

Para Luis Eduardo Castrillón, del Editor de la Semana y Veraz, la verificación del discurso público tiene un papel central en la cultura democrática, pues «no hay democracia sin debate público. Toda información falsa, engañosa o sesgada contamina al debate público» (Castrillón, comunicación personal, 2 de noviembre de 2018)

Desde su punto de vista no se trata de que haya más medios que hagan *fact checking*, sino de que todos los medios ya existentes lo practiquen de nuevo como uno de los pasos y piedras angulares del proceso periodístico.

CONCLUSIONES

En primera instancia, sobre ¿cuáles son las características más importantes de los medios digitales de *fact checking* en Latinoamérica? Sobresalen la independencia

editorial, económica y la publicación de todo tipo de contenidos y temas, sin tabús o vetos, entre los que destacan los tópicos políticos y sociales, pero sin excluir otras áreas como cultura, deportes y lo que forma parte de las conversaciones diarias de la gente. No se asume como organización en este tipo de medios una postura ideológica de origen a favor o en contra frente a algo o alguien, pues podría poner entredicho la objetividad de la verificación del discurso y de los datos, como suele ocurrir en los medios tradicionales.

Otro aspecto que los distingue es que asumen su rol en la educación de los distintos segmentos de la población, a través de cursos, talleres y diplomados, no solo sobre el chequeo de la información, sino en general ofreciendo educación para los medios a la comunidad.

Si en el sector público se habla del concepto de gobierno abierto, el término tiene que ampliarse para los medios de *fact checking*, pues se trata de medios abiertos, transparentes, flexibles, dinámicos, en donde compartir y la verdad son dos premisas deontológicas con las que se incorporan de lleno a la sociedad de la interacción. Cualquiera pueda acceder a sus metodologías, formas de trabajo, operatividad, clientes e incluso donantes, lo cual, de nuevo, sería muy complicado de encontrar en los medios convencionales.

En todas las plataformas de *fact checkers* analizadas hubo un detonante —evento o fenómeno— en el contexto histórico, político y social de sus países que motivó e impulsó su surgimiento. Cada uno está hoy en diferentes etapas en su plan de negocio.

En cuanto a la interrogante de ¿cuáles son las aportaciones que los medios de comunicación digitales y especializados en *fact checking* de América Latina han hecho a la democratización de las sociedades de sus países? Coinciden los medios entrevistados que las principales contribuciones a nivel macro se han dado durante los procesos electorales locales y nacionales en Argentina, Brasil, Chile y México de los últimos años o cuando en sus regiones se ha discutido un tema de vital importancia para la sociedad, en general ante la necesidad de que el ciudadano tenga una opinión libre e informada, para tomar decisiones, por ejemplo el actual debate de la legalización del aborto en la nación argentina.

Para los verificadores, el *fact checking* se ha convertido en una voz ciudadana —por momento la única, como en las elecciones— y contribuye a la discusión libre de las problemáticas que aquejan a los pueblos latinoamericanos. Además, ayudan a poner en la agenda pública asuntos que los medios tradicionales y dominantes no abordan, pero que son de interés de todos por el bien común.

En el razonamiento de los propios comunicadores consultados, lograr implantar en el ciudadano la semilla de la duda razonable y la curiosidad, a partir de cierta dosis de escepticismo y del instinto de cuestionarlo todo, hace germinar una participación más activa para transformar sus ciudades y países.

En el ámbito micro, pero no menos trascendente, se genera una cadena de información en contra de las *fake news* que confunden y causan efectos negativos entre quienes las reciben, observan y comparten.

En síntesis, al agregar la parte de la educación, que es otra de sus prioridades, los medios digitales de *fact checking* abarcan las tres fases del cambio social: conciencia, conocimiento y acción, para que existan personas más analíticas, solidarias y críticas. En definitiva, todos estos son aportes esenciales a la democracia de América Latina, y en concreto de las naciones en cuestión.

En tiempos donde se vuelve a hablar de muros, el muro más importante que tienen que derribar los medios digitales de *fact checking* es ante ellos mismos en el campo financiero, fundamentalmente cómo generar ganancias que los vuelvan autosustentables y garanticen su independencia, continuidad y permanencia, ya que no reciben recursos públicos del gobierno.

Los problemas de financiamiento se agudizan en México en donde no existe todavía un modelo de negocio desarrollado al cien por ciento para este tipo de periodismo. Todos los medios analizados han encontrado una salida en la diversificación de sus fuentes de ingreso, entre donativos, servicios educativos, becas, eventos y otros proyectos que no se contraponen a su misión y visión.

Entre los retos a futuro de los medios digitales de *fact checking* se encuentran el terminar de recuperar la confianza ciudadana en los medios; promover más el *fact checking*, para que sea más conocido; hacer llegar a más segmentos de la población la educación mediática; la sobrevivencia económica y por ende el fortalecimiento

de un modelo de negocio u organización que los haga autosuficientes en un mediano y largo plazo, ya que el periodismo de investigación es caro, y el periodismo de *fact checking*, aún más caro, que al combinarlo con la incomodidad que provoca en los grupos de poder, hace más complejo el obtener utilidades.

Quizá el mayor peligro sea el propio *huracán* del *fact checking* temporal, por moda, sin una organización, estructura y metodología establecida, que mucho daño puede hacer al *fact checking* profesional. De lo expresado por los líderes de los siete medios analizados se puede inferir que el periodismo de *fact checking* se encuentra hoy en un círculo rojo, en el que este todavía le interesa más al periodista que lo realiza que al ciudadano, por lo que poner el tema en la agenda pública representa una pequeña pero valiosa aportación *per se* a la democracia derivada de esta investigación.

No es que se necesite que se abran muchos medios nuevos de *fact checking* —concierdan los chequeadores con los que se dialogó—, sino que debe ser una práctica de todos los medios de comunicación y, esencialmente, que todos los ciudadanos sepan, de manera natural y en su cotidianidad, llevar a cabo el *double check* de toda información con la que tienen contacto. Esto ha hecho evolucionar el rol que ejerce por sí mismo el periodista de *fact checking*, pues han asumido de manera más consciente y por convicción su responsabilidad de ser catalizadores del cambio social.

El *fact checking* conforma un regreso a las bases del periodismo, pero tiene ahora un elemento adicional, porque gracias a la tecnología, en lugar de estar cerradas, como en el pasado, las fuentes están abiertas al público y cualquiera con tiempo y ganas puede consultarlas, ponderarlas y verificarlas.

Por último, la verificación no es solo un elemento esencial del periodismo de los medios tradicionales, tanto impresos como digitales, sino que es una de las principales aportaciones en la conversación que mantienen los periodistas con los ciudadanos en los medios o plataformas sociales.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, L. y López X. (2015). El Fact checking como herramienta de combate contra el sensacionalismo, Grupo Novos Medios. Facultad de Ciencias de la Comunicación USC. XIV Congreso Asociación Historiadores de la Comunicación. Recuperado en 27 de noviembre de 2018, de https://www.researchgate.net/publication/282323503_El_Fact_checking_como_herramienta_de_combate_contra_el_sensacionalismo
- BLANCO, M. (2012). Autoetnografía, una forma narrativa de la generación de conocimientos. *Andamios*, revista de Investigación Social, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 9(19), 49-74, agosto 2012.
- BONACHE, J. (1999). El estudio de casos como estrategia de construcción teórica: características, críticas y defensas, *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, (3), 123-140, enero-junio.
- CEBRIÁN, E (2012) Al rescate de la verificación periodística. *Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria*, ISSN-e 1137-1102, (33), 227-241
- DÍAZ-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., y Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. Recuperado en 20 de noviembre de 2018, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es.
- GALDÓN, G. (2002). *Teoría y práctica de la documentación informativa*. Barcelona: Ariel.
- JOHNSTON, W., Leach, M. y Liu, A. (1999). Theory testing using case studies in business-to-business research, *Industrial Marketing Management*, 28, 201-213.
- KOVACH, B, y Rosenstiel, T (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Ediciones El País.
- MCCUTCHEON, D. y Meredith, J. (1993). Conducting case study research in operations management, *Journal of Operations Management*, 11, 239-256.

- RIALP, A. (1998). El método del caso como técnica de investigación y su aplicación al estudio de la función directiva, ponencia presentada en el IV Taller de Metodología ACEDE, 23-25 de abril, Arnedillo, La Rioja.
- STAKE, R. E. (1998) *Investigación con estudio de casos*. Ediciones Morata. Madrid, p. 63.
- VILLARREAL, O. y Landeta, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa: una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 16(3), pp. 31-52.
- ZOMMER, L. (2015) Capítulo El boom del fact checking y la vuelta a las fuentes. En Roitberg, G. y Piccato, F. (comps.). *Periodismo disruptivo*. Buenos Aires. Ed. La Crujía.

EL EJERCICIO PROFESIONAL Y CIENTÍFICO
DE LA COMUNICACIÓN ANTE LOS RETOS
Y DIAGNÓSTICOS DE LA DEMOCRACIA MEXICANA

Quién es periodista en los tiempos de la posverdad

RODRIGO RAMÍREZ-TARANGO¹

Para que exista periodismo se requiere, como condición *sine qua non*, que existan periodistas que lo sustenten. Esta premisa encierra una idea que en estos tiempos adquiere significado particular, pues para entender la era de la *posverdad* se exige, como en cualquier estudio, ir a las causas para entender las consecuencias.

Algunas personas, por el hecho de publicar su opinión o colaborar para algún medio ya se estiman como periodistas, incluso existen corrientes de opinión que adjetivan como periodistas a cualquier persona que periódicamente se exprese en medios sociales, esos donde se construyen las redes sociales o los blogs, al confundirse con «comunicación informativa, característica fundamental del periodismo, pero no necesariamente hecha por periodistas» (Renó y Flores, 2018).

Ante ello, esta propuesta aborda de manera teórica las dimensiones de periodista, periodismo, información como bien público, genuino interés público y libertad de expresión, todas desde el paradigma de la responsabilidad de personas físicas y morales que se dedican a la elaboración de productos informativos para consumo social.

¹ Doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla. Periodista con 28 años de experiencia en Chihuahua. Profesor Investigador de Tiempo Completo de la UACH.

Nuestro objetivo es presentar razonamientos desde la experiencia del autor y lo abrevado de diversos sectores de la academia, buscando superar el nivel de recopilación de autores para proponer nuevos puntos de inflexión, como la profesionalización del periodismo y la comprensión de los cambios que se generan en el marco actual, tiempo en que la era de la información nos presenta nuevos retos como el de su apartado, denominado con el neologismo posverdad, término que de acuerdo con el diccionario de Oxford «denota circunstancias en que los hechos objetivos influyen menos en la formación de la opinión pública, que los llamamientos a la emoción y a la creencia personal» (citado por Fowks. 2018).

En el orden de ideas propuesto, se considera pertinente precisar la noción de periodismo.

Una aproximación nos lleva a definir periodismo como «un concepto que se basa en la recopilación y análisis (ya sea de modo escrito, oral, visual o gráfico) de la información, en cualquiera de sus formas, presentaciones y variedades. La noción también describe a la formación académica y a la carrera propia de quien desea convertirse en periodista» (Pérez y Merino, 2008).

Desde el paradigma que nos propone el derecho, y en apego a la definición que propone Ernesto Villanueva (2004), periodista es toda persona que hace del ejercicio de las libertades de expresión e información que otorgan los artículos sexto y séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos su actividad remunerada, ya sea principal o secundaria, misma que se encuentra asociada a investigar, buscar, recolectar, grabar, sintetizar, redactar, seleccionar, editar, imprimir, divulgar, publicar o difundir informaciones, noticias, ideas, imágenes u opiniones para conocimiento del público en general a través de cualquier medio masivo de información, y su distribución.

Se incluyen en la actividad descrita anteriormente a las personas que realizan las siguientes funciones: reportero, editor, redactor, locutor, jefe de información, secretario de redacción, subdirector, director, fotógrafo, diseñador, corrector, productor y caricaturista, así como a otros trabajadores de los medios masivos que contribuyan a la creación de productos informativos noticiosos.

Por otra parte, desde esta propuesta se considera que es colaborador periodístico toda persona que ejerce las libertades de expresión e información otorgadas en los artículos seis y siete de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, como actividad ya sea principal o no, pero sin recibir de la casa editora remuneración por el trabajo.

Sobre periodista y colaborador periodístico, de acuerdo a nuestra propuesta, se aprecia con claridad como diferencia la remuneración, algo que por sí solo no puede definir a quién es y quién no es periodista; pero el acercamiento no tiene como referencia al marco económico exclusivamente, ya que este último, más que significativo debe justipreciarse por ser nexo próximo: la actividad y recibir remuneración por ello, como algo que nos indica interés particular y necesidad de demostrar un desempeño acorde a criterios de exigencia profesional.

La reflexión deviene en inacabada, ya que si bien apunta a que en muchas regiones del país los colaboradores periodísticos son quienes aportan su opinión, análisis o incluso información de interés público de manera gratuita, en algunas entidades los colaboradores periodísticos reciben una contraprestación, pero desde este enfoque ello no los hace periodistas, pues el interés desde el que participan en uno o varios medios es distinto.

Esto no es privativo de México, tal y como lo expone María Dolores Meneses Fernández (2007) sobre la Prensa Canaria «la división entre información y opinión supone (...) una línea que separa al periodista del colaborador, y del lector que escribe en el periódico».

La diferencia puede apreciarse de mejor manera cuando se dimensiona la responsabilidad que, frente al público, tienen por separado periodista y colaborador periodístico.

Ligada al tema de la responsabilidad, prevalece en América Latina la diferencia entre la conceptualización del periodismo como oficio o como profesión, una disquisición propia que de fondo merece un análisis diverso ya que incluye nociones como *intrusismo laboral*, pero resulta pertinente mantenerla en las mesas de análisis tanto para directivos de medios, para organizaciones de periodistas y para el legislador ordinario, particularmente porque siempre se evoca al periodismo

profesional, a los profesionales del periodismo, pero en la realidad los esfuerzos por profesionalizar la actividad aún se consideran en ciernes.

Periodista es quien hace periodismo, pero no podemos quedarnos en la vacuidad, es necesario dar claridad a la definición de esta actividad desde la perspectiva de las libertades de expresión y prensa que, como normas jurídicas, confieren derechos e imponen obligaciones, y para ello, dimensionar que hoy vivimos una crisis debido a la falta de cumplimiento de las obligaciones que, desde los paradigmas ético y deontológico, atañen al periodismo.

La definición de periodista, sin embargo, resulta acotada cuando se construye solo a partir del bien jurídico que nos ayuda a contextualizarla, es decir, la libertad de expresión; pues el intento de definir periodista se confunde con el propósito de proteger libertades y con ello a las personas que ejercen la actividad.

Para comprender esto, Romero Puga (2015) documenta que cuando la Fiscalía Especial para la Atención de Delitos cometidos contra Periodistas, creada desde 2006, era emplazada a intervenir en cualquier caso, requería que la o las víctimas acreditara su calidad de periodistas, y para ello tardó cuatro años en elaborar este criterio: «la labor periodística se entendía como aquella llevada a cabo por una persona que se dedica a tareas de información o de creación de opinión a través de un medio de comunicación».

Otro concepto, amplio e incluyente de la labor periodística, afirma Romero Puga (2015), se construyó por parte de comunicadores y organismos de derechos humanos, extensivo a todos los integrantes de la cadena de información.

Se distinguió al periodista como aquella persona que hace del ejercicio de las libertades de expresión e información su actividad principal, de manera permanente, con o sin remuneración, con o sin título profesional o registro gremial que acredite su ejercicio, agrega el periodista y autor de *Los voceros del fin del mundo*, y destaca que

en una segunda aproximación al tema, se definió la actividad periodística como el ejercicio de buscar, recolectar, grabar, investigar, sintetizar, redactar, seleccionar, editar, imprimir, divulgar, publicar o difundir informaciones, noticias, ideas, imágenes

u opiniones de interés general, así como la distribución de estas a través de cualquier medio de comunicación (Romero, 2015).

El constructo es amplio, aunque prescinde de noticia como condición indispensable, pero en él, Romero acota que resulta «útil frente a las restricciones a las libertades», pues parte del hecho de que estar bien informado constituye el elemento básico para el ejercicio razonable y razonado de la libertad, que la libre expresión es garantía para que otros derechos y otras libertades puedan sobrevivir, y que bajo ese criterio debe protegerse a los directivos de las empresas periodísticas e, incluso, al voceador.

En esta labor, el periodista desempeña tres acciones fundamentales: informar, explicar y contextualizar, como escribe Raymundo Riva Palacio (2013), «el contexto en las informaciones es vital. Si no se aporta, el periodismo falla en una de sus funciones primarias: explicar». El contexto permite dar significado y profundizar a partir de los datos, esto es, comprender la dimensión de los hechos y darles la jerarquía apropiada en función del interés público.

A manera de complemento, se cita al francés Dominique Wolton, quien refiere: «cuando todo el mundo ve todo y sabe todo, el periodismo aporta las claves para comprender; la misma idea de aquel viejo video del diario *El País* y su declaratoria sobre el sentido del periodismo: querer comprender» (2006).

Las preguntas siguen vigentes, ¿quién es periodista?, ¿qué es el periodismo?, ¿para qué sirve el periodismo?, y deben formularse frecuentemente en aras de mantener viva la reflexión ya que el buen periodismo es un faro que guía en muchos sentidos a nuestras sociedades, pues su mayor valor está en el apego al genuino interés público que es la veracidad.

El periodista trabaja con un bien público: La información noticiosa (Villanueva, 2002), que se destaca como una condición indispensable al hablar propiamente de periodismo. Para lograr un mejor producto debe conseguirla y elaborarla ejerciendo las libertades de prensa y expresión, esto es, debe obtener información noticiosa a pesar de estar sujeto a presiones, a componendas o a censuras; lo mismo sucede para la difusión de lo que hace.

El periodista debe poseer el conocimiento y la sensibilidad para encontrar lo que interesa a la sociedad, pero no debe estar guiado por la malicia o una injusta curiosidad, su brújula debe ser el proponer algo que le sea esencialmente real y al mismo tiempo virtuoso a sus públicos.

La premisa anterior es fundamento para la discusión entre quienes afirman que el periodismo tiene como finalidad primordial educar o perfeccionar, frente a quienes tienen la convicción de que el propósito último del periodismo solamente llega hasta informar, sin importar que esa información promueva sofismas, vicios o realice apología de los delitos.

Quienes afirman que el objeto del periodismo es educar o perfeccionar al ser humano se apoyan en Sócrates, Platón, Aristóteles, Cicerón, Agustín de Hipona, Tomás de Aquino, Ernest Hello, Gustavo Le Bon, Salvador Borrego y otros, pues parten de que la comunicación humana solamente es posible en la realidad. Que al proponer al público una serie de informaciones falsificadas, acotadas deliberadamente, las ideas se transgreden y derivan en mitos y conflictos con la razón y que tarde o temprano se descubren mutilando la confianza, la credibilidad y la comunicación con los involucrados, o como lo expresa Ignacio Ramonet (2015). «los lectores se sienten traicionados y, en consecuencia, ya no se consideran vinculados a algún pacto de fidelidad».

Para evitar dicha transgresión, debe darse en la convicción moral de buscar la consecución de las virtudes, es decir, un emisor se comunica para provocar en su receptor o receptores el descubrimiento de la verdad como «derecho fundante del derecho a informar» (Blázquez, 2000), esto en el orden especulativo, y a partir de ahí la verdadera comunicación. Afirman que si no importan esas virtudes, los vicios del periodista acabarán por contradecir sus escritos o dichos y así perderá ante el público su valía profesional y, además, su crédito personal.

Por otra parte, hay quienes afirman que el objeto del periodismo es, parafraseando a Bilbeny (2012), ante todo el proponer que el otro sepa, sin mayor pretensión que aportar elementos, para que ese otro tome las mejores decisiones con la información que se le aporta. Lo anterior no obsta ni se opone en forma alguna a la veracidad, a la virtud y a la decencia.

Pero aquí no se agotan las posibilidades de explicar (por lo menos a través del planteamiento de un problema) cuál es la finalidad del periodismo, pues válidamente también se pueden verter argumentos que apuntan a otros objetivos, sin embargo, se considera que educar e informar son irreductibles.

Saber para qué sirve el periodismo es fundamental, clarifica al periodista los objetos de su actividad: tener clara conciencia en su actuar, comprender en virtud de qué se le confiere la oportunidad de conseguir información y presentar a un público indeterminado el producto elaborado con ella.

Para que todo esto se dé en los sistemas de gobierno derivados del liberalismo es primordial la libertad de expresión, una libertad que de acuerdo al modelo debe estar por encima de las demás libertades.

La libertad de expresión en nuestros sistemas es la piedra angular, porque permitió dar voz a todas las personas, algo que pudiera parecernos hoy día lo más normal y correcto; sin embargo, existen enfoques diferentes, como el que nos propone una apertura a la amplia difusión de gran número de ideas sin sustento, sin base científica. Hoy vivimos circunstancias similares, incluso las denominamos *posverdad* y *posperiodismo*.

La difusión de falsas noticias o *fake news* propicia la confusión social, son fuente de costumbres que, en algunos desafortunados casos, se elevan a rango de ley, pero sin el sustento de ser buenas para el ser humano. Con esa base se puede afirmar que cuando libertad de expresión prescinde de reglas (se pone por encima de otras libertades y derechos), es fuente de serios problemas sociales, pues la desinformación, los contenidos que deben ser clasificados como prohibidos para personas de determinada edad, el morbo, chisme, intromisión a la vida privada y otros factores que generan falsas percepciones, son el gen de transgresiones y hasta delitos enarbolando la libertad pero ejerciendo el libertinaje.

La información es un bien público, o «bien crítico» como lo define Renta Terrazas (2011), argumentando que «su mala distribución afecta la vida de las personas directamente», esto para enfatizar su importancia que se maximiza en el marco del constructo que Marshall McLuhan resumió como la *aldea global*. Nuestras decisiones son tomadas con base en la información que tenemos, de ahí su

importancia y necesidad de conceptualizar al genuino interés público como un factor inseparable del ejercicio periodístico.

El periodista consciente de la finalidad de su labor debe asumir dentro de su ejercicio de libertad de expresión, no de libertinaje, que esta se orienta por el genuino interés público, es decir, el que es acorde al objeto del periodismo: comunicar, y esto solo se puede hacer con el elemento verdad; y no solamente se afirma eso desde el paradigma educativo, desde la perfección de los individuos, sino desde el de la responsabilidad de aportar elementos útiles, que permitan a las personas tomar las decisiones correctas conforme a la verdad.

Lo hasta aquí expuesto, en el contexto actual, resulta políticamente incorrecto e incluso, para algunos, linda en el desacato a las normas de respeto a los derechos humanos. Para quienes piensan así, la invitación es a que consideren todo lo anterior no en segunda o tercera personas de la conjugación, sino en primera y cuarta personas, es decir, pasar la libertad de expresión y sus consecuencias por el crisol del *yo* y del *nosotros*, no sólo del *tú*, *él*, *ustedes* y *ellos*.

Los seres humanos somos por naturaleza gregarios, para ello es indispensable que nos comuniquemos. El periodismo es una extensión de esa comunicación (en la gran mayoría de los casos son solo medios de información, pues no alcanzan el proceso de la comunicación); por eso se hace necesario su estudio, su desarrollo, la claridad en sus definiciones y objeto.

Consecuencia de la libertad de expresión ejercida sin recta conciencia, hoy lamentablemente estamos extraviados, sin definiciones y sin claridad en el objeto. El ejercicio del periodismo en algunos casos está desnaturalizado, con graves problemas de corrupción en no pocos casos; es usado como arma en aras del lucro de unos pocos y perjuicio de las masas; tan sólo por citar dos ejemplos en lo general, su objeto se confunde con los de la mercadotecnia y los de la propaganda.

En un sentido positivo, ya sea a partir de la premisa de educar o de informar, el periodismo debe contribuir a la difusión de la realidad que permita a las personas que integran los públicos, obtener de los productos informativos elementos para mejorar su vida, tanto en lo personal como en lo social, en lo moral como en lo ciudadano.

Al menos para los habitantes de las ciudades, el periodismo es parte de la vida cotidiana. Las diferentes formas que estas maquinarias de procesar datos de interés público hacen llegar sus productos a nuestras vidas, es algo que nos acompaña desde la cuna hasta la tumba.

Por ser parte de nuestras vidas, para algunos bajo la idea de que es incluso un mal necesario, pocas veces nos cuestionamos cuál es la función del periodismo; en lo particular para qué le sirve a usted, a sus vecinos, a sus compañeros de labores, a los políticos, a los gobernantes, a los representantes populares, entre otros.

El periodismo, entendido como «el acto de socializar rápida y efectivamente la información» (Dallai, 2003), asume entre otras funciones las de «contar lo que pasa, informarle a la gente las miserias de la sociedad en la que vive, estructura el poder, lo somete a rendir cuentas, es la voz del débil jurídico, del que no tiene voz» (Delgado, 2008).

Las anteriores aparecen como versiones románticas de lo que debería ser el periodismo, pues en la actualidad para algunos medios de nuestro entorno pareciera que el espectro político lo es todo, máxime en tiempos pre, inter y poselectorales.

Una visión sobre el periodismo que se expone pocas veces es que estos son negocios; el negocio de vender publicidad impresa, tiempo aire o *bits* o *links*, so pretexto de que junto a estos mensajes se socializa información de interés público; particularmente porque «en nuestro sistema económico el espacio que deja el Estado no lo ocupa la sociedad, lo ocupa el mercado, al grado de que cuando el mercado entra por la puerta, la ética sale por la ventana» (Serrano, 2012).

El periodismo acompaña a la humanidad desde siempre, porque esta posee la facultad de razonar y de ella podemos decir simplistamente que deriva la facultad de hablar, de comunicarnos; y de acuerdo a Sánchez Bodas (2013) el habla instaló el conocer tal y como lo entendemos los humanos, un conocer que imprime significado a lo que pasa con lo que nos pasa, transformando las emociones mamíferas en sentimientos, y generó un salto de la necesidad hacia el deseo, de seres necesitados, sumó el de ser seres deseantes.

La difusión de noticias se perfecciona con el paso de los años debido a los acontecimientos bélicos, socioculturales y avances tecnológicos; una constante es

el hecho de utilizar esta actividad como herramienta de difusión de reyes, emperadores, gobernantes y demás instancias de poder, particularmente porque se comprende que «informar de manera eficiente favorece directamente en la formación y en los conocimientos de quien lee, oye o ve cualquier medio de comunicación» (Moreno, 2016).

En este devenir histórico, claro que el periodismo también es concebido como vehículo de propaganda, desnaturalizando su esencia cuando, aprovechando la confianza que depositan en ellos sus públicos, se transmiten sin ser identificados mensajes que buscan posicionar doctrinas, ideologías o campañas generadas desde oscuros intereses.

Señala Pascual Serrano (2012) «por un lado es verdad que los medios públicos casi siempre se han alineado con los intereses gubernamentales o de partidos gobernantes alejándose de cualquier principio de pluralidad y veracidad. El ejemplo más evidente sucede en los regímenes dictatoriales».

En síntesis, la función del periodismo es tan profusa como puede ser la comunicación entre los seres humanos; pero en esencia debe ser vehículo para informaciones de genuino interés público, de ahí se desprenden conceptualizaciones tales como la función de los medios es estar en medio, vigilantes del poder, cuarto poder, voz de los sin voz, canal de comunicación social, vínculo entre gobernantes y gobernados, medios de comunicación social, medios de información, medios masivos de información (mass media) y medios noticiosos.

Los seres humanos tenemos la facultad de comunicarnos; por ende, tenemos la necesidad de comunicarnos. De acuerdo con Aristóteles, la comunicación es «la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión» (Sierra, 2019) en aras de lograr en el otro la bondad, la virtud, el desarrollo de la inteligencia; es entonces lógico pensar que una de las funciones esenciales de los medios masivos es propiciar en sus públicos la bondad, la virtud y el desarrollo de la inteligencia por medio de la transmisión de contenidos informativos.

Es un ideal, ya que en una visión realista estamos muy lejos de asumirlo desde los medios y de que como integrantes de la sociedad lo exijamos. Durante la última década del siglo pasado se desarrolló una idea a la par del crecimiento (expo-

nencial, por cierto) de los medios sociales, esos en los que se construyen las redes; de pronto para algunos fue sencillo juntar dos palabras y declarar el nacimiento del *periodismo ciudadano*. Consiste en el paradigma de que los consumidores de medios masivos se convierten en productores, la nueva función denominada *prosumidores*, término creado por Alvin Toffler en el libro *La Tercera Ola*, 1980 (Durango, 2014).

Sin embargo, el periodismo no solo se construye de emitir periódicamente opiniones o informaciones, va más allá; para entender el deber ser de esta actividad y acuñar el concepto de periodismo es necesario analizar algunos aspectos fundamentales que son crítica y a la vez explicación del estado de cosas actual en lo que hace a la comunicación de masas.

Como ya se expuso anteriormente, el periodismo en el mundo occidental tiene como premisa fundamental la libertad de expresión, malversada y transgredida por muchos en un real libertinaje, piedra angular del liberalismo; es justo este antecedente el que generó que se carezca de reglas para ejercer esta actividad so pretexto de que haría nugatoria tal libertad.

Ahí tienen su origen expresiones como la falsamente atribuida a Voltaire y tantas veces repetida: No estoy de acuerdo con lo que dices, pero defenderé con mi vida tu derecho a decirlo (Argüelles, 2010), que en realidad es autoría de su biógrafa no oficial, la británica Evelyn Beatrice Hall, adjudicada erróneamente al escritor que en realidad se llamó François Marie Arouet (López, 2016).

Los doctrinarios liberales pusieron por encima de la misma sociedad a la libertad —de la cual es servidora—, la noción de bien común quedó en un plano inferior, es decir, la causa final próxima de la sociedad, y de los hombres, impulsados por la ley natural a entrar en sociedad política como causa eficiente de la misma (Meinvielle, 1974), en otras palabras, el bien común dejó de ser el anhelo del hombre en sociedad, buscar y garantizar la libertad omnímoda, que pudiera prescindir de todo, fue el cambio de paradigma.

La libertad individual, señala Meinvielle, con lo puramente cuantitativo, que es una propiedad necesaria de la materia; con el número, que dice relación con la cantidad; con el sufragio universal directo, que está ligado al número; con la

libertad, presupuesto de la democracia; con el liberalismo, que es la deificación de dicha libertad; con la democracia, que descansa en la igualdad cuantitativa de la pura libertad o autodeterminación... guiada por las inclinaciones de la naturaleza sensitiva, en lugar del orden a la razón.

Ese es el orden social propuesto e impuesto por el liberalismo, desde ahí se afirma que el periodismo debe ser «tan libre que pueda acceder a escudriñar todo, para publicarlo todo» y así coadyuvar al pretendido equilibrio de poderes postulado por esta doctrina.

Pero junto a la mal entendida libertad no creció paralelo el sentido de responsabilidad social que el poder de los medios confiere a quienes tienen la oportunidad de expresarse a través de ellos, fue más fuerte el individualismo, la tendencia de los seres humanos al bien sensible antes que al bien moral, degradando en forma injusta el valor de lo periodístico.

Así fue fácil que la *libertad*, entre ellas la de prensa, llevara a las personas por el camino del individualismo, traducido esto al bien particular, al bien propio antes que al bien de los demás. Ahora el bien común quedó abajo en la escala de lo social.

En el origen liberal de nuestro derecho a la información, que tiene como prerrequisito la *libertad de expresión*, planteó, de acuerdo a lo expuesto, un paradigma que en parte nos explica el estado de cosas actual, en el que la comunicación de masas juega un papel primordial, pues el ser humano es lo que comunica, es cómo se construye individual y colectivamente.

Sin embargo, el periodismo se mantiene como un facilitador de la contraloría social a los poderes del Estado, como «el perro guardián de la sociedad, y en libros y manuales, en conferencias y entrevistas, se define este rol fundamental, al que también algunos llaman contrapoder y hasta cuarto poder» (Olivares. Segura, 2016).

Esto le confiere al periodismo una representación social —algunas veces otorgada, otras veces arrojada— fincada principalmente en un aspecto que en nuestros días está muy cuestionado: la credibilidad, su gran valor, como lo propone Josep Carles Rius (2016).

Al respecto, Lluís de Carreras Serra (2010) afirma que en el ejercicio de la profesión periodística la credibilidad es tan importante como la veracidad, dos presupuestos que van unidos; esto se da a tal grado que el éxito o fracaso de un medio de información tiene en la credibilidad el pilar más importante.

Agrega que un periodista acreditado tiene más abiertas las puertas de las fuentes informativas y, en consecuencia, dispone de más posibilidades de ofrecer una información más completa y veraz, a la vez que refuerza la confianza de su público. La ocultación de la identidad del periodista o la forma subrepticia de obtener los datos informativos no son comportamientos admitidos por la deontología profesional, ni son proclives a generar credibilidad.

Los medios (y con ello los periodistas que laboran en ellos) tienen la confianza de la sociedad, pues esta presupone que cuentan con la preparación para conseguir los mejores datos, los más completos, informaciones veraces, por ello les da crédito, es decir, cree *ex ante* en lo que le ofrecen.

En algunos casos, desde la gerencia o propiedad de los medios se busca la capacitación permanente del personal, es decir, existe conciencia en aras de ser recíproco con la confianza otorgada por el público. La confianza del público, traducida como credibilidad, es el factor que debiera propiciar un periodismo vigilante, más allá de la pura denuncia o reclamo que hace el ciudadano y que algunos confunden con periodismo.

Al respecto, una investigación realizada en la ciudad de Chihuahua en los meses de febrero y marzo del 2015 (Ramírez-Tarango, 2017), nos expone un ejemplo de la percepción ciudadana sobre el manejo ético de los productos informativos en los medios impresos diarios.

En esa radiografía social se apreció que la mayoría de las personas consideraron que el manejo de los medios no es ético, esto en un porcentaje de 54 contra un 44, y dos indecisos.

En la misma investigación se pudo conocer que, con independencia del conocimiento o no de los principios éticos aplicados al periodismo, más de la mitad de las personas en la ciudad de Chihuahua consideró que el manejo de la información de referencia carece de apego a principios éticos.

La percepción del público respecto al manejo ético de los medios tiene íntima relación con la credibilidad hacia los mismos.

Ciertamente el periodismo implica denuncia y expresión del reclamo social, pero no presentado con crudeza (o no debe serlo), pues el tratamiento de los datos para convertirlos en información debe ser adecuado para el o los públicos a que pretende llegar el medio.

En el título de uno de los libros de Raúl Trejo Delarbre (1997) se sintetizan origen y destino de los medios masivos de información *Volver a los medios, de la crítica a la ética*. En esta obra, el politólogo mexicano plantea la necesidad de que los medios retomen su papel de «estar en medio» pero con un sentido de responsabilidad que antepone la ética a la crítica, al amarillismo, a los rumores.

El periodismo tiene la grave misión de darnos la mejor información para la toma de decisiones, desde las más pequeñas hasta las más graves (socialmente hablando); por ello, y cuidando el respeto a la libertad de expresión, precisamos encontrar los mecanismos idóneos para propiciar que los responsables del tratamiento de este bien público (la información), sean personas preparadas, que comprendan la trascendencia de su trabajo, más allá de la denuncia y de la queja.

Cotidianamente se habla de la profesión periodística, de los profesionales del periodismo, del periodista profesional; sin embargo, en México no existen parámetros legales que orienten a esta actividad humana hacia la profesionalización, o como sucede en otros sitios, la formación académica obligatoria.

Diferentes organizaciones, tanto gremiales como empresariales, dedican esfuerzos para capacitar a sus agremiados o empleados, en un esfuerzo desde el que se pretende mejorar las condiciones de los periodistas y con ello la calidad de los productos que elaboran, pero esto aún está distante de la brecha a la obligatoriedad de una profesionalización universitaria de la actividad.

Desde 1959, el Estatuto del Periodista Profesional en Argentina (Pinto, 1959), propone, entre otras cosas, «independizar al periodista profesional de toda interferencia extraña a fin de lograr que él mismo fuera realmente un profesional y viviera de su trabajo», esto en el marco de buscar fijar las condiciones contractuales para esta actividad así como algunos fundamentos éticos.

De acuerdo al Diccionario Jurídico de los medios de comunicación (Landeira, Cortizo, Sánchez, 2006) se entiende por periodista profesional aquel cuya ocupación principal y remunerada consiste en la obtención, elaboración, tratamiento y difusión por cualquier medio de información de actualidad, en formato literario, gráfico, audiovisual o multimedia, en virtud del encargo regular de una o varias empresas informativas y siguiendo las instrucciones básicas de las mismas.

Claro que esta definición es discutible desde la noción de «ocupación principal», ya que bien puede ser no principal en cuanto a tiempo y percepción, pero esa condición *per se* no impediría el carácter de periodista a la persona.

Tampoco la propuesta de Lydia Cacho (2016) hace un aporte distinto al considerar que el periodismo se convirtió en una profesión en México con la apertura de la escuela Carlos Septién García en 1949 o la posterior iniciativa de la Universidad Nacional Autónoma de México de abrir su propia cátedra para profesionalizar a los medios.

Sin embargo tanto este dirimente como otros ya propuestos no abordan la profesionalización, solo describen quién puede ser considerado periodista pero sin proponer, por ejemplo, una capacitación regular o una obligatoriedad de formación específica a nivel superior.

Establecer como obligatorio que los periodistas cuenten con una certificación académica no está en pugna directa con la libertad de expresión, pero algunos se resisten con el pretexto de que representa un gran peligro para esta última, pues si el Estado tuviere la atribución para decidir qué personas la ejercen, según ellos, deviene en un gran peligro para las libertades de expresión y prensa. Lo anterior, suponiendo que el Estado tuviera la potestad de elegir quiénes pueden o no estudiar periodismo o comunicación en los cientos de universidades que existen en el país.

Consideramos que el fin de la comunicación a través de medios masivos es el llevar a las personas datos noticiosos, trascendentes, de genuino interés público, que potencialmente sirven para la toma de decisiones y para la conformación de mejores ciudadanos.

Esto propone la necesidad de que quienes elaboran contenidos para medios masivos reciban preparación constante, en aras de mejorar los procesos que en muchos casos resultan de trascendencia, no solo en lo que hace a la omnipresencia de los medios en nuestra vida, sino en su significado, por lo que afecta en diferentes dimensiones a las personas.

Por ejemplo y en aras de ilustrar lo anterior, desde la perspectiva de los Derechos Humanos, el periodista debe conocer, entre otras cosas, el debido proceso; esto para evitar ser parte y juez de juicios sumarísimos (pues acusa y sentencia al mismo tiempo) violentando gravemente la esfera jurídica de las personas y resquebrajando violentamente el estado constitucional y democrático de derecho.

Lamentablemente, aún es de uso común la criminalización de las personas a través de los medios masivos, pues la sola exhibición provoca en no pocos casos eliminar de tajo la presunción de inocencia. No hay distingo entre los diferentes casos, como la necesaria denuncia que requiere el conocimiento y sensibilidad del comunicador.

La adjetivación es otra práctica que expone al desprecio a algunas personas involucradas en algún hecho noticioso; en sí misma, esta práctica puede reunir lo expuesto en el párrafo anterior, ya que el calificativo constituye una sentencia en lo social.

Estos razonamientos permiten establecer que los periodistas deben ser personas preparadas con elementos mínimos del debido proceso judicial, de derechos humanos y lo que en materia de percepción social refieren las representaciones de los mass media. Por ejemplo, señala Carmela Pérez-Salazar (2014), sobre un necesario empleo de términos no inculpativos como cautela, posible implicación, presunto caso, presunción de inocencia, hacen que la imagen quede mucho más a salvo.

Entender y asumir las consecuencias de una publicación (un producto noticioso) implica el conocimiento de antecedentes, contextos y objeto de los datos contenidos en el trabajo del periodista, pasando todo por el paradigma ético.

Quienes proponen contenidos que pueden llegar a cualquier hogar, a cualquier persona y en cualquier tiempo, tienen graves responsabilidades hacia esos

públicos, partiendo de que mucha de la información sustentada en el genuino interés público es, se insiste, fuente para que las personas tomen las mejores decisiones y parámetro de sus percepciones.

La preparación debe ser una constante del periodista para buscar de manera permanente ser profesional en su labor.

Al hablar de periodista profesional no se pretende constreñir a la idea de que sea una persona con un título de licenciatura en el marco de estudios de periodismo o en comunicación. El periodismo necesita profesionistas de todas las ramas del quehacer humano para lograr de mejor manera las propuestas informativas propias de cada medio.

Desde otra propuesta, se plantea como necesaria una preparación académica de nivel superior que certifique la formación del periodista en cuanto a los valores esenciales de su profesión, como lo es para todos los profesionales que tienen en sus manos grandes responsabilidades de interés público; como los médicos, los abogados y los ingenieros constructores. Lo anterior sin menoscabo de la especialización en temas económicos, policiacos, gubernamentales y de otras disciplinas.

Para lograr la segunda premisa, ideal, es necesario que los dueños de medios asuman el compromiso de exigir la preparación de sus periodistas, ello implica tanto la promoción como una correspondencia en lo que a sueldos y prestaciones se refiere, partiendo de que mejorar los contenidos también debe impactar en una mayor penetración y prestigio del medio.

El camino a la profesionalización del periodismo presenta condiciones únicas, derechos que deben respetarse, pero no solo los inherentes a la libre expresión de las ideas, los públicos también tienen derechos y estos, en aras de construir una mejor sociedad, deben sustentarse en el genuino interés público y la responsabilidad social.

Por lo anterior se concluye que el periodista se debe a la sociedad para la que trabaja, ya que la naturaleza de lo que produce tiene como objeto el consumo público. Esta condición le da al periodista una representación y le impone responsabilidades.

La representación integra a su dignidad como facilitador de bienes públicos, mientras que la responsabilidad se divide en varios apartados, destacando el conocimiento de lo que implican periodismo, bien público, genuino interés público, ética y deontología aplicadas a su actividad.

También está en el terreno de la responsabilidad buscar y exigir la profesionalización de esta actividad con el fin de mejorar la calidad de los productos, las condiciones de trabajo, la percepción social para, con esta base, proponer elementos que permitan a los integrantes de la sociedad tomar mejores decisiones y ser mejores ciudadanos.

BIBLIOGRAFÍA

- ARGÜELLES, J. D. (2010). *Letra Muerta*. Océano. Buenos Aires, Argentina: Edición Digital.
- BILBENY, N. (2012). *Ética en el Periodismo*. Barcelona, España: Publicacions i Edicions, Universitat de Barcelona.
- BLÁZQUEZ, N. (2000). *El desafío ético de la información*. Salamanca, Madrid: San Esteban- Edibesa.
- CACHO, L. (2016). *La ira de México: siete voces contra la impunidad*. México: Penguin Random House, Grupo Editorial. México. Edición Digital.
- DALLAL, A. (2003). *Lenguajes Periodísticos*. México: UNAM.
- DE CARRERAS SIERRA, L. (2010). *Normas Jurídicas de los Periodistas: Derecho español de la información*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- DELGADO Flores, C. (2008). *Tendencias de la prensa y el periodismo del siglo XXI en Venezuela*. Caracas, Venezuela: Los Libros de El Nacional.
- DURANGO, A. (2014). *Las redes sociales*. Editorial: Smashwords Edition. Libros Electrónicos.
- FOWKS, J. (2018). *Mecanismos de la posverdad*. México: Fondo de Cultura Económica. Edición Digital.

- LANDEIRA Prado, R. Cortizo Rodríguez, V. y Sánchez, I. (2006). *Diccionario Jurídico de los medios de comunicación*. Madrid, España: Editorial Reus.
- LÓPEZ, A. (2016). *La famosa frase que todos atribuye a Voltaire pero que él jamás pronunció*. Blogs.20minutos.es
- MEINVIELLE, J. (1974). *Concepción católica de la Política*. Buenos Aires, Argentina: Biblioteca del Pensamiento Nacionalista Argentino. Edición Digital.
- MENÉNDEZ Gómez, P. I. (30 de abril de 2004). «*Revista para dar a conocer el Instituto Poblano de la Mujer*». Tesis de grado, Universidad de las Américas Puebla, México. Recuperado de «UDLAP Bibliotecas. Colección de tesis digitales», http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/ (consulta: 31 de mayo del 2016).
- MENESES Fernández, M. D. (2007). *La cultura y la ciencia en la prensa canaria*. Gran Canaria, España: Ediciones Idea.
- MORENO, P. (2016). *Narrativa y mensajes en medios masivos*. Universidad de Sevilla, Chihuahua, México: Universidad Autónoma de Chihuahua.
- OLIVARES, J. y Segura, P. (2016). *Voces del periodismo*. (comp.) Bogotá, Colombia: Lom, Ediciones. Edición Digital.
- PÉREZ Porto, J. y Merino, M. Definición de periodismo. Publicado: 2008. Actualizado: 2012. (<https://definicion.de/periodismo/>).
- PÉREZ-Salazar, C. (2014). *Del discurso de los medios de comunicación a la lingüística del discurso*. Berlín, Alemania: Frank & Time.
- PINTO, M. (1959). *El Estatuto del Periodista Profesional*. Instituto del Derecho Social de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de la Plata. Buenos Aires, Argentina.
- RAMÍREZ-Tarango, R. (2017). *La percepción sobre el manejo ético de los productos informativos impresos en la Ciudad de Chihuahua*. Tesis de Grado. FFyL, UACH. Chihuahua, México.
- RAMONET, I. (2015). *La explosión del periodismo: de los medios de masas a la masa de los medios*. Guadalajara, México: Editorial Universitaria udg. Edición Digital.
- RENÓ, D. y Flores, J. (2018). *Periodismo Transmedia*. RIA Editorial. Edición Digital.
- RIUS, J. C. (2016). *Periodismo en reconstrucción*. Universitat de Barcelona Edicions. Barcelona, España. Edición Digital.

- RIVA Palacio, R. (2013). *Manual para un nuevo periodismo: Desafíos del oficio en la era digital*. México: Grijalvo. Edición Digital.
- ROMERO Puga, J. C. (2015). *Letras Libres*. 12 de noviembre del 2015, rescatado el 10 de septiembre del 2018, de <https://www.letraslibres.com/mexico-espana/quien-es-un-periodista-que-es-un-periodista>
- SÁNCHEZ Bodas, A. R. (2013). *Manifiesto humanístico*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Lea. Edición Digital.
- SERRANO, P. (2012). *Periodismo y lucha de clases* (Prólogo). Madrid, España: Ediciones Akal.
- SIERRA, F. (2019). *Introducción a la comunicología*. Madrid, España: ACCI Ediciones. Edición Digital.
- TERRAZAS, R. (2014). *La información como bien público*. Fundar, recuperado el 13 de marzo del 2018 de <http://fundar.org.mx/la-informacion-como-bien-publico/>
- TREJO Delarbre, R. (1997). *Volver a los medios, de la crítica a la ética*. México, D. F.: Cal y Arena.
- VILLANUEVA, E. (2002). *Autorregulación de la prensa: una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*. México: Universidad Iberoamericana.
- _____ (2004). *Temas selectos de derecho de la información*. México, D. F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- WOLTON, D. (2006). *Salvemos la comunicación*. Barcelona, España: Gedisa.

La doble vía de la democratización comunicacional: una reflexión acerca de la apropiación de las herramientas sociales digitales

OSIRIS SOLEDAD GONZÁLEZ
GALVÁN FRANÇOIS DEMERS

INTRODUCCIÓN

Hasta hace algunos años, el pasaje bíblico de David y Goliat parecía adecuado para construir una metáfora que explicara el intercambio discursivo que existía entre los ciudadanos (David) y el Estado (Goliat), especialmente en los contextos democráticos.

El símil funciona mejor ahora, ya que, a partir de la aparición de las tecnologías de información y comunicación (TIC), las sociedades contemporáneas obtuvieron diversas herramientas para combatir la omnipresencia del discurso de las instituciones públicas, al igual que hizo David con su honda.

En un destino menos trágico que el sufrido por Goliat, del propio gobierno emergió un movimiento que impulsó la tercera era de la democracia en México, políticos y funcionarios promovieron el proceso de apertura para responder a las presiones crecientes de la sociedad y, por su parte, los ciudadanos tuvieron un papel más activo en la plaza pública mediante la exigencia de la palabra.

Este ensayo narra el encuentro de estos dos movimientos de democratización. Para lograrlo, se presenta un análisis de los elementos que condicionan el uso de

los sitios de redes sociales por parte de las instituciones públicas federales en México, tomando como ejemplo a las delegaciones en Morelia, Michoacán.

En la primera parte de este capítulo se explica cómo las instituciones públicas impulsaron desde dentro la transformación de su discurso; en la segunda parte, se expone el nacimiento del ciudadano digital en el contexto del nuevo estadio democrático y finalmente, en la tercera parte, se describen los elementos que condicionan el uso de los sitios de redes sociales por las delegaciones federales en Morelia durante el periodo 2014-2017.

Este capítulo retoma «la parte de las relaciones públicas que sostiene el debate con respecto a la conducción de los asuntos públicos y que se ubica dentro del campo de estudio de la comunicación pública contemporánea» (Demers & Lavigne, 2007: 69).

La ola democratizadora y la comunicación gubernamental

A partir de la instauración de la idea democrática en el imaginario colectivo de los países occidentales como la manera ideal de gobernar, los Estados reconocieron, mediante reformas jurídico-políticas, a la comunicación como un derecho humano¹ que debía ser protegido por las instituciones y que podía ser ejercido por los ciudadanos de manera individual o colectiva.

En este contexto, la comunicación en las instituciones públicas fue concebida como «un conjunto de servicios de producción y difusión de la información y, en ciertos casos, como servicios de propaganda y de integración social» (Loisier & Cossette, 1993: 263).

¹ La Declaración Universal de los Derechos Humanos establece en su artículo 19 que todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión (ONU, 1948); es decir, las personas adquieren el derecho de opinar, recibir información y utilizar los medios de comunicación para expresarse. Con la adquisición de este derecho, los ciudadanos buscaron de manera más activa «espacios tecnológicos y sociales abiertos para el intercambio de información, el debate y el diálogo democrático» (Saffón, 2007: 2).

Así, el modelo de Información Pública, que se caracteriza por «diseminar información y establecer un proceso de comunicación unidireccional» (Grunig & Hunt, 1984: 22), se instaló en el andamiaje de las organizaciones del Estado.

En el mejor de los casos, los gobiernos empezaron a construir un discurso propio para explicar los acontecimientos relacionados a su gestión; este proceso se realizaba consuetudinariamente a través de las oficinas de prensa gubernamentales y los medios de comunicación tradicionales eran los principales intérpretes ante la sociedad.

Bajo esta dinámica, las instituciones públicas adquieren nuevas responsabilidades ante los ciudadanos, tales como informar sobre las actividades que realizaban; y en menor medida, dar cuenta del gasto público y el proceso de toma de decisiones al interior de la organización.

Las áreas de prensa pronto se especializaron, incluyendo actividades relacionadas a «la publicidad institucional, la gestión de las relaciones informativas y el establecimiento de relaciones institucionales» (Campillo, 2010: 52).

De cierta manera, esta división del trabajo provino de «las necesidades de información y comunicación de la sociedad» (Cuilenburg y MC Quail, 2003: 30); y también, de «las restricciones impuestas por el marco institucional y estructural, las elecciones tecnológicas, el financiamiento y los recursos humanos disponibles» (MacBride, 1980: 182).

La comunicación se convirtió en un elemento indispensable para las instituciones públicas, ya que les permitía «por un lado contar con un mayor apoyo ciudadano y por otra parte, a la sociedad le aportaba un alto grado de confianza y seguridad» (Molina, 2007: 14).

Sin embargo, el modelo de comunicación que adoptaron las instituciones públicas de los países occidentales se caracterizó por «la existencia de presupuestos inadecuados, la alta influencia de los actores políticos, una tendencia a una mayor cobertura negativa de la prensa; además, de enfrentar marcos legales que impactan negativamente en las actividades diarias» (Liu, Horsley & Levenshus, 2010: 205-208).

La intensidad con la que se presentaron estos problemas varió dependiendo de factores como el nivel de gobierno, la naturaleza de la institución y la dimensión socio política del contexto; por ejemplo, «las instituciones nacionales recibieron una presión política más fuerte y en el caso de instituciones locales, la presión provino directamente de la audiencia» (Horsley, Liu, & Levenshus, 2010: 285).

Esta situación prevaleció durante todo el siglo xx y no contribuyó totalmente a fortalecer los valores que la democracia prometía cultivar, debido a la persistencia de un modelo que difunde mensajes de arriba hacia abajo, el escaso conocimiento de la composición de la audiencia y la falta de experiencia en la gestión de crisis.

En este sentido, es importante resaltar que el desarrollo del modelo de comunicación de las instituciones públicas está ligado al progreso democrático, de tal manera que para entender el rol que tomaron en cada momento los actores públicos, es necesario comprender también la evolución de este tipo de organización social.

Demers describe la existencia de tres fases de la democracia:

La primera fase de la democracia, y la más larga, es la democracia formal, misma que se caracterizó por el establecimiento de un sistema político basado en la elección periódica de representantes, la expansión gradual del derecho al voto y la imposición del principio de igualdad de derechos.

La segunda fase, la democracia participativa, fue una etapa de estructuración de los grupos de interés, quienes han modelado el proceso de representación electoral y han elegido a sus portavoces, nutriendo una sociedad civil que se encuentra activa durante y entre las elecciones.

Las creencias y prácticas de la gobernanza social evolucionaron hacia lo que podría llamarse una tercera edad de la democracia: la era funcional; misma que se caracteriza por la extensión de la igualdad democrática al ciudadano individual, el respeto a las diferencias culturales y los puntos de vista, la ampliación de los derechos humanos y de las minorías, y las representaciones del individuo mediante los ciudadanos comunes (Demers, 2008: 215-216).

Entonces, el estadio democrático funcional provoca la existencia de un doble desafío para el modelo de comunicación que actualmente desarrollan las instituciones públicas, ya que se rompe la tradición discursiva unidireccional.

El primer desafío se ubica en la arena² política, específicamente en los mecanismos de participación política del ciudadano, mediante la disposición de espacios donde las personas pueden expresarse de forma segura y acceder a información que les permita construir una opinión sobre los problemas públicos.

Esta zona de transacción se activa principalmente durante tiempos electorales y se expresa en los debates de los candidatos a cargos de elección popular; también se presenta una vez que los políticos se convierten en funcionarios de gobierno, en actividades relacionadas a la transparencia y la rendición de cuentas.

El segundo desafío se ubica en la arena administrativa, ya que las organizaciones públicas tienen la obligación de compartir información con los usuarios sobre las acciones de gobierno y, a su vez, los ciudadanos se convierten en productores de información, contribuyendo con reportes mediante herramientas de comunicación digital.

Este espacio está activado de forma permanente durante todos los momentos de la gestión pública y resalta el nuevo carácter dialéctico de los servicios públicos.

La fragmentación de las audiencias: aparecen los ciudadanos digitales

La popularización de internet durante los primeros años del 2000 promovió que la interacción entre los ciudadanos, la sociedad civil organizada y las instituciones públicas fuera posible dentro y fuera de los medios de comunicación clásicos como los diarios impresos, la radio y las cadenas de televisión.

² El término arena puede ser entendido como «un espacio de interacción donde participan los ciudadanos, la sociedad civil organizada para discutir los problemas, políticas o programas de carácter público» (ver a Lowi, 1964: 115).

La etapa actual se caracteriza por «la multiplicación de las agendas políticas, el aumento de las brechas culturales, las audiencias fragmentadas, la dilución de los discursos y la inadvertencia» (Blumler & Kavanagh, 1999: 223-224).

«Este nuevo contexto otorga al individuo su derecho a la visibilidad pública y un tratamiento mediático de sus opiniones, creencias y emociones» (Demers, 2014: 37); así, las personas adquieren la capacidad de expandir la plaza pública mediante la interacción con el gobierno.³

Esta característica muestra uno de los aspectos más democráticos de la red, ya que las personas se convierten en «creadores de contenido y participantes activos en el diálogo, en lugar de ser pasivos destinatarios» (Shapiro, 1999: 15).

En este sentido, cada individuo se convierte en una pieza importante para el sistema (independientemente del papel que adopte) y es que una vez que las personas están en línea, «las barreras relacionadas al ingreso, la educación o la edad se rompen» (Vicente & Novo, 2014: 383).

Los ciudadanos adquirieron una nueva competencia ligada a las tecnologías, situación que incrementó la exigencia de una relación dialógica con las instituciones públicas; de hecho, estudios previos han mostrado que «los ciudadanos están satisfechos con los esfuerzos del gobierno para proporcionar información y servicios, pero insatisfechos con los esfuerzos de interactividad» (Welch, Hinnant & Moon, 2005: 383).

El resultado de este movimiento democratizador es el nacimiento de la ciudadanía digital que se refiere a la posibilidad de participar en y con la sociedad en los espacios mediados a través de Internet para participar de manera conjunta con el propósito de emprender acciones cívicas y con fines comunitarios.

³ Por ejemplo, en Europa los propios ciudadanos promovieron la Declaración Abierta sobre servicios públicos 2.0, con esta iniciativa se buscaba que «los servicios otorgados por el gobierno a través de las tecnologías de la información y la comunicación se rigieran bajo tres principios: transparencia, participación y empoderamiento» (Eups, 2010).

En búsqueda del reencuentro: los sitios de redes sociales de las instituciones federales en México

Al inicio de la gestión del presidente Enrique Peña Nieto (2012-2018), se firmó el Pacto por México, en el cual el gobierno federal prometió «crear una instancia ciudadana y autónoma que supervisará que la contratación de publicidad [...] en medios de comunicación se llevará a cabo bajo los principios de utilidad pública, transparencia y fomento del acceso ciudadano a la información» (Presidencia de la República, 2012: 21).

Las secretarías de la Administración Pública Federal impulsaron entonces la creación de áreas administrativas como las jefaturas de departamento y enlaces de comunicación social en las delegaciones federales de los estados de la República mexicana, ello con la finalidad de descentralizar algunas actividades.⁴

Desafortunadamente, los comunicadores que laboran en unidades administrativas, como las de Morelia, «operaron con presupuestos inadecuados o inexistentes, tuvieron poca oportunidad de participar en el diseño de estrategias de comunicación y un difícil acceso a la agenda de los medios» (González Galván, 2018: 211-215).

Este estilo de gestión de la comunicación se vio desafiado por la creciente relación entre las personas y las plataformas digitales; en esta ciudad, durante el 2017, al menos el 30 % de la población entrevistada externó que casi siempre utilizó los medios electrónicos para conocer sobre las delegaciones federales y buscó tener contacto con ellas a través de por lo menos dos plataformas sociales, con el fin de obtener información de carácter local.

⁴ En Morelia, capital del estado de Michoacán, durante el periodo 2014-2017 se realizó un estudio empírico sobre los factores que influyeron en la eficiencia de la política de comunicación social de las instituciones públicas; dicha investigación analizó a las delegaciones federales en esta ciudad. Durante el trabajo de campo se entrevistaron a los servidores públicos que trabajaron en nueve instituciones de Administración Pública Federal Centralizada y a una muestra representativa de las personas que habitaban en la ciudad (423 ciudadanos).

Ante este escenario, resulta pertinente analizar tres de los elementos que condicionan el uso de los sitios de redes sociales por parte de las delegaciones federales en Morelia durante el periodo 2014-2017. Estos elementos fueron el dominio administrativo de los perfiles sociales, la integración significativa de las cuentas oficiales de las instituciones federales a la vida diaria del ciudadano y la representación política de las secretarías federales y sus delegaciones.

El dominio administrativo de los perfiles sociales

La mayoría de las organizaciones públicas incorpora los sitios de redes sociales como una actividad de relaciones públicas; en muchos de los casos, el uso comienza bajo un enfoque de ensayo-error, utilizando como base los objetivos de comunicación, los marcos institucionales y las estrategias utilizadas previamente.

Durante el periodo 2014-2017, las secretarías federales en México no reconocieron a los sitios de redes sociales como espacios de transacción, ya que en los programas anuales de Comunicación social⁵ no contemplaron el uso de Facebook, Twitter o cualquier otro sitio similar como un canal de transmisión para sus campañas de comunicación social.

Sin embargo, en la práctica se observó que al inicio de este periodo gubernamental las delegaciones federales en Morelia tenían un perfil en alguna de estas plataformas, mismo que era operado a nivel local por el área de comunicación social de la institución (desde la ciudad de Morelia); a partir de 2013 y 2014, los perfiles en estos sitios fueron eliminados o dejaron de ser actualizados, dando paso a un perfil único por la secretaría.

⁵ El Programa Anual de Comunicación Social es «el conjunto de campañas derivadas de la Estrategia anual de comunicación social [...] con recursos asignados en la partida de gasto 36101 del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal» (ver SEGOB, 2017); durante la revisión de los programas correspondientes al periodo 2014-2017 no se observó explícitamente un rubro de gasto destinado a los sitios de redes sociales.

El uso de los sitios de redes sociales se volvió intensivo a partir de ese momento desde la Dirección General de Comunicación Social de cada secretaría (ubicada en la Ciudad de México); es decir, surgió un enfoque más centralista y reactivo ante los acontecimientos que eran competencia del gobierno federal. Por su parte, los comunicadores en las delegaciones federales adquirieron un rol pasivo, «monitoreando frecuentemente los sitios de redes sociales y los medios de comunicación digitales que proliferaron a nivel local, sin buscar la interacción con el ciudadano» (González Galván, 2018: 216).

La estrategia adoptada por las secretarías desembocó en una renuncia voluntaria al *derecho a la palabra* que habrían adquirido las delegaciones federales en el espacio virtual, lo cual provocó que el discurso de estas se diluyera.

Además, las restricciones institucionales provocaron una mayor presión de los ciudadanos hacia las delegaciones federales, quienes buscaban información sin éxito y, consecuentemente, la exigencia subió hacia las secretarías porque los discursos fluían únicamente de arriba hacia abajo, sin prestar demasiada atención a aquello que sucedía en la red de redes y que era de competencia local.

La integración significativa de las cuentas oficiales de las instituciones federales a la vida diaria del ciudadano

En general, las instituciones públicas utilizan los sitios de redes sociales como una herramienta para lograr visibilidad; sin embargo, «la integración significativa para los usuarios demanda la colaboración e interactividad, que son las bases de este tipo de infraestructura y que permite favorecer la participación en línea» (Mansour, 2017: 11).

Análisis previos realizados en gobiernos locales occidentales señalan que «la integración significativa se da cuando las redes sociales de la organización tienen apertura a los comentarios de los usuarios» (Mossberger, Wu & Crawford, 2013: 356); en este mismo sentido, otros estudios han encontrado que «el objetivo

principal (de las instituciones) es retomar el control de la imagen institucional en Internet» (Yates & Arbour, 2013: 65).

En este sentido, las delegaciones federales en Morelia no lograron desarrollar una apropiación significativa de los sitios de redes sociales porque las áreas de comunicación social trabajaron bajo una estrategia de cesión de información que consistió en brindar información a los medios de comunicación tradicionales, como la prensa o la radio, pero de manera controlada.

Lo cual implica que las instituciones dieron prioridad a la relación que establecieron con los periodistas sobre la relación que sostuvieron con los ciudadanos.

La consecuencia natural del uso de esta estrategia fue que las delegaciones federales no usaron las herramientas de la web 2.0 para buscar la interactividad con el ciudadano y, por tanto, no se aprovechó la oportunidad de «obtener retroalimentación sobre políticas, problemas, servicios, planes del gobierno y nuevas ideas» (Chang & Kannan, 2008: 21).

Por su parte, los ciudadanos entrevistados en la ciudad de Morelia manifestaron que utilizaron de forma activa los sitios de redes sociales para mantenerse informados, pero que durante el 2017 solo en algunas ocasiones buscaron el perfil oficial de alguna secretaría o delegación federal para obtener información, y cuando lo hicieron, solo el 7,5 % manifestó sentir confianza en el contenido encontrado.

Este comportamiento muestra que existió una apropiación del ciudadano de plataformas como Facebook o Twitter a su vida diaria como herramienta de búsqueda de información; sin embargo, no se desarrolló una integración significativa de los perfiles de las instituciones federales con el mismo fin.

La representación política de las secretarías federales y sus delegaciones

En la última década, una franja considerable de la sociedad tomó un papel activo en la discusión de los problemas públicos y la producción de contenido en las plataformas digitales, los usuarios pasaron del uso lúdico de los sitios web a la creación de comunidades virtuales.

Los sitios de redes sociales se convirtieron entonces en «un mecanismo para representar actos simbólicos» (DePaula, Dincelli y Harrison, 2018: 103), es decir, los ciudadanos pudieron utilizarlas para mostrar su personalidad, el contexto sociocultural, político y económico en el que se encuentran inmersos y además, gozaron de las ventajas ubicuas de la red para protestar contra aquellas medidas de gobierno que parecían fomentar las desventajas sociales.

En el caso de las delegaciones federales en Morelia, su representación simbólica inició con la creación de perfiles oficiales en las plataformas digitales; sin embargo, con la desaparición de estos o su inactividad, dicha representación quedó a merced de la presencia del titular de cada institución.

Cuando los perfiles oficiales de las delegaciones federales en Morelia desaparecieron, emergieron perfiles de la figura política que ocupaba la titularidad de la organización y algunos de los servidores públicos de alto rango se convirtieron en voceros de la institución a través de sus perfiles personales, replicando los contenidos que eran publicados en las cuentas de las secretarías federales desde Ciudad de México.

Dicha situación debilitó la presencia política de las delegaciones federales, lo cual decantó en la percepción de ausencia de canales virtuales que les permitieran establecer una interacción con la organización, obtener información o crear lazos con otros actores como la sociedad civil y otros organismos.

CONCLUSIONES

La relación entre los ciudadanos y el gobierno cambió a partir del encuentro de dos movimientos democratizadores con la mediación de las plataformas digitales.

En este sentido, debe reconocerse que el proceso de democratización no ha sido gratuito, más bien fue el resultado del empoderamiento de los ciudadanos y la toma de la plaza pública, real o virtual, y también del proceso de reconocimiento discursivo que emprendieron las instituciones públicas.

A la luz de este escenario, en este capítulo se analizó el encuentro de dichos movimientos y tres de los elementos que condicionan el uso de los sitios de redes sociales por parte de las delegaciones federales en Morelia durante el periodo 2014-2017, a saber: el dominio administrativo de los perfiles sociales, la integración significativa de las cuentas oficiales de las instituciones federales a la vida diaria del ciudadano y la representación política de las secretarías federales y sus delegaciones.

Al respecto se puede concluir que las instituciones federales se encuentran en una etapa temprana de apropiación de los sitios de redes sociales que, a su vez, ocasiona la existencia de un proceso de experimentación.

Como se ha señalado, la aventura inició con la creación de cuentas oficiales para las delegaciones en los estados; después, estas desaparecieron o se mantuvieron inactivas y, finalmente, se promovieron nuevos usuarios únicos para la transmisión del discurso.

Mientras eso sucedía al interior de la organización, los ciudadanos, a nivel individual, manifestaron un avance en su proceso de apropiación, ya que utilizaron de manera constante los sitios de redes sociales para obtener información sobre las instituciones federales, pero sin considerar a las cuentas oficiales como una fuente confiable de información.

A partir de los argumentos presentados, emerge un campo de investigación en el campo de la comunicación pública contemporánea sobre el tipo de discursos que construyen las instituciones públicas en las plataformas digitales, los nuevos acuerdos discursivos que establecen con otros actores, el nivel de visibilidad que otorgan a los problemas públicos con la mediación de plataformas digitales; así como, el proceso de apropiación que llevan a cabo los ciudadanos digitales.

REFERENCIAS

- BLUMLER, J. G. y Kavanagh, D. (1999). The third age of political communication: influences and features. *Political Communication*, 16(3), 209-230. <https://doi.org/10.1080/105846099198596>
- CAMPILLO, C. (2010). Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural. *Pensar la publicidad*, 1, 45-62.
- CHANG, A.M., y Kannan, P. K. (2008). Leveraging Web 2.0 in government. *E-Government/technology series*, 40. Recuperado de <http://www.businessofgovernment.org/report/leveraging-web-20-government>
- CUILENBURG, J. Van, y MCQuail, D. (2003). Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación. *European Journal of Communication*, 18(2), pp. 181-207.
- DEMERS, F. y Lavigne, A. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. *Comunicación y Sociedad*, 7 (enero-junio), 65-87.
- _____. (2008). La communication publique, un concept pour repositionner le journalisme contemporain. *Les cahiers du journalisme*, 208-230. Recuperado de http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/18/13_DEMERS.pdf
- _____. (2014). La démocratisation des médias québécois 1950-1980. En C. Martin (ed.), *1968 L'édition en ébullition* (pp. 21-40). Montreal: Musée de l'imprimerie du Québec.
- DEPAULA, N., Dincelli, E., y Harrison, T. M. (2018). Toward a typology of government social media communication: Democratic goals, symbolic acts and self-presentation. *Government Information Quarterly*, 35(1), 98-108. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2017.10.003>
- EUPS. (2010). The Open Declaration | Co-creating an open declaration on public services 2.0. Recuperado el 5 de febrero de 2018, de <https://eups20.wordpress.com/the-open-declaration/>
- GONZÁLEZ Galván, O. S. (2018). *Los factores que determinan la eficiencia de la política de comunicación social de las instituciones públicas: un análisis de las*

- delegaciones federales en Morelia*. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- GRUNIG, J. y Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- HORSLEY, S. J., Liu, B. F., y Levenshus, A. B. (2010). Comparisons of U. S. government communication practices: Expanding the government communication decision wheel. *Communication Theory*, 20(3), 269-295. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2010.01363.x>
- LIU, B. F., Horsley, J. S., y Levenshus, A. B. (2010). Government and Corporate Communication Practices: Do the Differences Matter? *Journal of Applied Communication Research*, 38(2), 189-213. <https://doi.org/10.1080/00909881003639528>
- LOISIER, J. y Cossette, M.-N. (1993). Communication publique processus démocratique. *Canadian Public Administration*, 36(2), 263-284.
- LOWI, T. (1964). Políticas públicas, estudios de caso y teoría política. *American Business*, XVI.
- MACBRIDE, S. (1980). Un solo mundo, voces múltiples. *Colección popular*.
- MANSOUR, B. B. (2017). Le rôle des médias sociaux en politique: une revue de la littérature. *Regards Politiques*, 1(Hiver), 3-17. Recuperado de <https://regardspolitiques.com/vol1no1/%0A>
- MOLINA, R. (2007). *Estrategias de difusión de la obra gubernamental*. México, D. F.: Instituto Politécnico Nacional.
- MOSSBERGER, K. Wu, Y. y Crawford, J. (2013). Connecting citizens and local governments? Social media and interactivity in major U.S. cities. *Government Information Quarterly*, 30(4), 351-358. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.05.016>
- ONU. (1948). La Declaración Universal de Derechos Humanos | Naciones Unidas. Recuperado el 5 de noviembre de 2018, de <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>
- PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. (2012). Pacto por México. Recuperado el 1 de julio de 2014, de <http://pactopormexico.org/PACTO-POR-MEXICO-25.pdf>

- SAFFÓN, M. P. (2007). El Derecho a la Comunicación: un derecho emergente. *Centro de Competencia en Comunicación para América Latina*. www.c3fes.net. Recuperado de <https://bit.ly/2Oiawj8>
- SEGOB. (2017). Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos generales para las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2017. México.
- SHAPIRO, A. L. (1999). *The control revolution: How the Internet is putting individuals in charge and changing the world we know*. New York: Century Foundation.
- VICENTE, M. R., y Novo, A. (2014). An empirical analysis of e-participation. The role of social networks and e-government over citizens' online engagement. *Government Information Quarterly*, 31(3), 379-387. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.12.006>
- WELCH, E. W., Hinnant, C. C., y Moon, M. J. (2005). Linking citizen satisfaction with e-government and trust in government. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 15(3), 371-391. <https://doi.org/10.1093/jopart/mui021>
- YATES, S., y Arbour, M. (2013). L'usage des médias socionumériques par les organismes publics: le cas du Québec. *Revue internationale Communication sociale et publique*, (9), 55-76.

Violencia digital contra periodistas: condicionamiento para la construcción democrática de ciudadanía dentro de una renovada esfera comunicacional

EDUARDO GABRIEL BARRIOS PÉREZ¹

GUADALUPE H. MAR VÁZQUEZ²

La vida social se ha modificado con la incidencia de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), trayendo como consecuencia un cambio de paradigma en las formas de comprensión y relación que establecen los seres humanos desde diversos aspectos de la vida social; esto es palpable cuando se hace una revisión puntual del orden económico, político, cultural, incluso académico. Es precisamente este último en el que podemos aterrizar la empresa de este artículo.

Las formas de organización humana, como las profesiones y especializaciones en diversas áreas del conocimiento, también han sufrido transformaciones y desplazamientos que renuevan las prácticas o en todo caso generan nuevas. El periodismo como una forma de abono a la expresión y organización social, ha ido modificando las formas de comprensión de la vida pública, máxime cuando su práctica se desdibuja y reordena a propósito de la incorporación tecnológica; en este sentido, vale la pena destacar las nuevas narrativas digitales y las formas en las que estas han impactado en la construcción de una ciudadanía cuyas virtudes deben contener la crítica razonada y propositiva. Son precisamente los entornos virtuales los que han posibilitado nuevas prácticas periodísticas en consonancia con la época y las cosmovisiones de generaciones que analizan, critican y esgrimen sus puntos de vista con mayor o menor estructura lógica, en espacios digitales.

¹ Universidad Naval.

² Universidad Veracruzana.

Desde tiempos remotos, los periodistas han tenido dificultades en la ejecución de su labor al poner en entredicho, las más de las veces, las expresiones oficiales y los análisis institucionales, así como los intereses económicos de actores sociales que aprovechan su poderío político o influencias para alcanzar puestos de elevada jerarquía o el desarrollo de empresas económicas que se fundan en la desigualdad y la corrupción. En este sentido, las transformaciones de las prácticas periodísticas han llevado a estos profesionales a reconocer el alcance e impacto de las TIC frente a sus procesos de construcción social de sentidos, es por ello que al apropiarse de estas plataformas —y con esto dejar una huella digital— han comenzado a gestarse, de forma paralela, expresiones de rechazo, hostigamiento y violencia en contra de las y los periodistas.

Marco teórico-conceptual

En el siguiente apartado nos proponemos aclarar conceptualmente qué entendemos por los conceptos de violencia, TIC, periodismo digital, construcción de ciudadanía y derechos digitales; con la intención de establecer una dirección teórico-conceptual sobre lo que a continuación intentaremos problematizar y, en breve, definir.

La violencia como concepto es difícil de definir, toda vez que existen variadas concepciones y teorías; sobre ellas queremos destacar algunas.

TABLA 1

Teorías sobre la violencia

Nombre de la teoría	Aspectos generales
Teoría etológica	Considera que la agresión es una acción innata que se basa en impulsos inconscientes biológicamente adaptados y que se han ido desarrollando con la evolución de la especie. La finalidad de la agresión es la supervivencia de la persona y de la propia especie.

Nombre de la teoría	Aspectos generales
Teoría psicoanalítica	<p>Es un componente instintivo básico que surge como reacción ante el bloqueo de la libido, es decir, ante el bloqueo o impedimento de la consecución de aquello que provoca placer. Si la persona es capaz de liberar la tensión interior acumulada por el bloqueo de la libido se producirá un estado de relajación, pero si no es capaz de liberarla, surgirá la agresión.</p> <p>La violencia es un factor sujeto al interior del ser, las agresiones se manifiestan a partir de afectos negativos que muchas veces se encuentran previstos en la sociedad, y por lo tanto también puede entenderse como un estado del propio ser humano.</p>
Teoría de la personalidad	<p>El comportamiento violento se funda en la ausencia de auto-control e impulsividad, así como en la existencia de déficits cognitivos.</p>
Teoría de la frustración	<p>Postula que existe una relación causal directa entre la frustración provocada por el bloqueo de una meta y la agresión.</p>
Teoría genética	<p>Aquí se considera que las manifestaciones agresivas son el resultado de síndromes patológicos orgánicos (por ejemplo, la anomalía del cromosoma xyy) o de procesos bioquímicos y hormonales, que tienen lugar en nuestro organismo. Enfatiza la importancia de la predisposición genética y los aspectos hereditarios en el desarrollo de la conducta violenta y agresiva.</p>
Teorías reactivas o ambientales	<p>Supone que el origen de la agresión se encuentra en el medio ambiente que rodea a la persona, de modo que la agresión es una reacción de emergencia frente a los sucesos ambientales o a la sociedad en su conjunto.</p>
Teoría del aprendizaje social	<p>Considera que el comportamiento violento es el resultado del aprendizaje por observación e imitación. La imitación de la conducta agresiva dependerá de si el modelo observado obtiene o no recompensas positivas de su agresividad: si obtiene un beneficio se incrementará la probabilidad de que se imite el comportamiento agresivo, pero si el modelo es castigado por su conducta disminuirá la probabilidad de imitación. Desde esta perspectiva cobran especial relevancia modelos tan importantes para la persona como los padres y los amigos.</p>

Nombre de la teoría	Aspectos generales
Teoría de la interacción social	Concede mayor importancia a la influencia del ambiente y de los contextos sociales más cercanos a la persona en su comportamiento y, además, destaca el carácter bidireccional de la interacción: el ambiente influye en la persona y esta a su vez en el ambiente.
Teoría sociológica	Interpreta la violencia como un producto de las características culturales, políticas y económicas de la sociedad. Factores como la pobreza, la marginación, la dificultad del desarrollo intelectual, la explotación o el sometimiento a sistemas altamente competitivos, están en el origen del comportamiento desviado. Se concede gran importancia a los valores predominantes en la sociedad.

Fuente: elaboración propia a partir de las teorías sobre la violencia de Marcha Ar.

Este recuento de teorías nos permite dar cuenta de lo complejo que ha sido históricamente definir el concepto de violencia, podemos entender la violencia desde diversos enfoques pero queremos traer aquí la definición que a propósito de los contextos digitales, destacan Trujano, Dorantes y Tovilla (2009); para estos autores, es entendida como «un amplio abanico de conductas y acciones presentes en los diversos escenarios de la vida cotidiana con la finalidad de ejercer poder y control, obstaculizando la equidad en una estructura de orden social» (p. 7), lo que implica destacar el papel que juega el concepto de poder y control de unos seres humanos sobre otros. En este sentido, es pertinente señalar la actividad profesional de las y los periodistas como susceptible de ser repelida a través de diversos mecanismos que procuran el mantenimiento del orden social prevaleciente, lo que implicaría una serie de eventos en cadena respecto de la vida democrática del lugar en el que se ejerza, pues traería como consecuencia un ataque a las libertades elementales como la de expresión y una obstaculización al desarrollo de una sociedad informada y crítica que ejerce y protege sus propios derechos civiles y políticos.

Para efectos del presente artículo consideraremos la violencia como «una forma de relación social caracterizada por la negación del otro» (Martínez, 2016, p. 16), este tipo de definiciones de amplio alcance permite reconocer las formas de violencia, pues atiende e incluye diversos escenarios; por una parte destaca el papel participativo que pueden tener los distintos sujetos de la relación, tanto la víctima y los espectadores, como los agresores mismos; es decir, la violencia sale de solo ser cometida por un agente que mueve sus intereses, pues también se ponen en juego los intereses de otros, con esto podemos comprender que muchas veces los actores sociales pueden realizar actos violentos sobre otra persona como mensaje para un hipotético espectador, podemos mencionar el terrorismo como una forma de violencia. Entender cuáles son las relaciones sociales que revisten la violencia ayuda a su propia comprensión. En este sentido, es pertinente lo que señalaba ya Engels en su teoría de la violencia cuando afirmaba que:

para su ejercicio se requieren condiciones previas muy reales, a saber, herramientas entre las cuales la más perfecta prevalece sobre la menos perfecta y que, además, estas herramientas tienen que producirse, con lo que al mismo tiempo se dice que el productor de instrumentos de violencia —vulgo armas— más perfectas triunfa sobre el de las más imperfectas y que, en una palabra, el triunfo de la violencia se basa en la producción de armas y esta, a su vez, en la producción en general y, por tanto, en el «poder económico», en la «situación económica», en los medios materiales de que la violencia disponga (Engels, 1986, p. 7).

En este sentido, se introduce el conjunto de intereses económicos que pueden estar atravesando las relaciones de poder entre los actores involucrados, quienes en todo caso pasan por ser actores del espacio público: por un lado los periodistas reportando información de interés público y por otro, una serie de agentes del crimen organizado, actores gubernamentales, así como elementos desconocidos o encubiertos que inhiben la producción de información de las y los periodistas en pos del mantenimiento del *status quo*, esto como uno de los posibles escenarios, pues en este sentido, podríamos hacer una descripción de otros tantos que

estarían relacionados con los acercamientos de los comunicadores con agentes de estos grupos, encubrimientos o relaciones que exaltan la importancia de los favores. En este sentido, la postura engeliana destaca la visión económica de la situación de violencia cuando argumenta que «es determinada por la situación económica, que es la que le suministra los medios para armarse y recibir sus herramientas» (Engels, 1986, p. 8).

Vale decir al respecto del poder, que este debe entenderse como «una relación en la cual una persona, un grupo, una fuerza, una institución o una norma condicionan el comportamiento de otra u otras, con independencia de su voluntad y de su resistencia» (Carpizo, 1999, p. 1), así y siguiendo con los planteamientos teóricos de Carpizo, existen diferentes tipos de poder de los cuales nos interesa enfocarnos en el ideológico que da cuenta de las relaciones existentes entre la clase política, los medios de comunicación y la ciudadanía. Este poder se define como «aquel que a través de la elaboración y proyección de conocimientos, imágenes, símbolos, valores, normas de cultura y ciencia en general ejerce la coacción psíquica y logra que la sociedad, el grupo o la persona actúe en una forma determinada» (Carpizo, 1999, p. 1); en este mismo sentido, los medios de comunicación actúan como agentes que orientan la opinión pública.

Con lo anterior podemos comprender que el concepto de violencia puede estar estrechamente vinculado con la capacidad que se tiene para ejercer control sobre otros; en este aspecto, es importante comprender a la violencia desde un sentido amplio, pues existen lugares específicos que enmarcan «las coerciones morales (personales, grupales, culturales), las relaciones de poder (sin considerar aquí que este término también es problemático, «amorfo» dirá Weber) —que en sí mismas estructuran y naturalizan relaciones de violencia—, las coerciones psicológicas y hasta los chantajes, pueden ser importantes como vehículos de la violencia» (Martínez, 2016, p. 10). De igual forma podemos recoger las formas simbólicas de Bourdieu, es decir, la violencia simbólica que define como «la aceptación, la internalización por parte del dominado, de los esquemas de pensamiento y valoración del dominante, haciendo precisamente invisible la relación de dominación» (Martínez, 2016, p. 10). Estas formas de entender la violencia están en consonancia con

la llamada objetividad o violencia objetiva, que trae aparejada una serie de recursos con los cuales se pueden enfrentar situaciones legales. Dentro de las ventajas de esta conceptualización de la violencia restringida, se encuentran:

... permite localizar claramente eventos y actores, para que aquello que se denomina violencia objetiva —factible de medirse de alguna u otra manera—, pueda efectivamente serlo. Se pueden contabilizar los eventos, realizar estadísticas y comparaciones cuantitativas, también permite localizar perfectamente a las víctimas y distinguir los daños recibidos (Martínez, 2016, p. 12-13).

Con lo anterior queremos significar que la violencia no constituye una sustancia o un hecho aislado, antes bien, se trata de relaciones sociales o, mejor dicho, de la forma en que se asumen ciertas relaciones sociales. Desde esta perspectiva, la violencia puede ser vista como un adjetivo que califica determinadas formas de relación. Ahora pasaremos a una breve revisión de lo que, en lo sucesivo, entenderemos por periodismo digital con la intención de vincularlo con el concepto de las TIC.

En este sentido podemos comprenderlo en un principio como una «nueva edad dorada» que podría afectar al tiempo a quienes se dedican profesionalmente a la comunicación. Jarque realiza una revisión de los procesos «mitológicos» que, de acuerdo a su perspectiva, han llevado a una falsa construcción de lo nuevo que supone la profesión en términos de su desarrollo y estructura, a partir de un análisis de los núcleos que se defienden como poseedores del periodismo digital:

La confluencia entre la narrativa del periodismo para Internet y la del mito digital, se dan en los tópicos que afirman que las nuevas tecnologías son una revolución, ahondan en la libertad y en la democracia [...]. El concepto revolución ha estado muy ligado a los discursos que describen o bien documentaron cada innovación en los *mass media*, y se vuelve recurrente a partir de la incorporación de la informática en los procesos de producción de noticias en los medios (Jarque, 2008, p. 225).

Esta afirmación supone entonces, que en primer lugar ha existido una presuposición del espacio virtual o de Internet, como un articulador y posibilitador de mayor libertad y democracia. Sin embargo, acota que esas posibilidades se dijeron también con la introducción de soportes como el videotexto y audiotexto que fueron descritos como revolucionarios. «Cada innovación técnica acarrea consigo vítores de entusiasmo similares a los que se insuflaban sobre las tecnologías precedentes» (Jarque, 2008, p. 225).

El autor señala que, en su mayoría, los teóricos del periodismo para Internet afirman la ruptura que existe ahora con las fórmulas clásicas del periodismo y reconoce que la batalla la han ganado quienes defienden dicha ruptura:

Puede decirse que la batalla semántica por definir el proceso de innovación tecnológica en las redacciones la han ganado los apoloéticos, ya que muchos profesionales definen la presencia de las nuevas tecnologías y de Internet, así como su uso en las redacciones, como un cambio «revolucionario», «brutal», «radical» o «total», no tanto por las formas de trabajar sino por el ahorro de tiempo y facilitación de algunas labores (Jarque, 2008, p. 226).

Al respecto, Sánchez (2007) afirma que el concepto clave de estas denominaciones radica en el hipertexto, «es decir, el enlace que permite al lector navegar por diferentes rincones de la página e, incluso, por múltiples páginas» (p. 68). Este se asume entonces, como uno de los elementos vitales de ese anunciado nuevo periodismo, ya que permite al lector asumir la responsabilidad de sus propias lecturas.

Sin embargo, apunta que el periodismo digital no es una nueva forma de hacer periodismo, antes bien, entiende que es un regreso a los orígenes de la profesión. El autor habla del periodismo digital y afirma que este obliga a reporteros a superar los registros para una búsqueda de la verdad «o mejor, de las múltiples verdades que puede tener un hecho» (Sánchez, 2007, p. 69). Además, destaca que muchos periodistas se han dejado deslumbrar por las posibilidades que ofrece Internet, sobre todo por las múltiples herramientas que ocupa para contar historias.

Tal vez por esas mismas razones, Martínez Albertos se vio obligado a recordar que los futuros periodistas deberán trabajar la noticia rigurosamente verificada, contextualizar los hechos dentro de un marco de referencias actuales, históricas y de proyección de futuro (Sánchez, 2007, p. 69).

Almiron y Jarque no solo revisan la incidencia tecnológica en la actividad periodística, sino conceptos como la libertad y democracia que supone el «nuevo medio», y subrayan que autores como Pavlik (2005) apuestan a que «los medios digitales se convertirán en una parte crucial de la república electrónica del siglo XXI» (Almiron y Jarque, 2008, p. 227). Se puede observar en la mirada del autor, que el postulado democrático que defienden los teóricos del periodismo digital es viable, sin embargo: «desplaza de forma falaz la responsabilidad y compromiso social del periodista en la construcción de la noticia hacia la tecnología con la que trabaja» (Almiron y Jarque, 2008, p. 228). Por otra parte se encuentra también la presuposición de la información profunda y rigurosa, pero advierte que eso supone mayor disponibilidad de tiempo para dar seguimiento, «análisis e interpretación adecuados de los hechos que de una rápida e inmediata saturación de datos, que no es nada más que una simulación de tratamiento periodístico profundo» (Almiron y Jarque, 2008, p. 233). Para este autor, existe una ausencia de reflexión en torno a los trabajos críticos sobre la función del periodista tradicional.

Finalmente, Jarque y Almiron defienden que «la tecnología tan solo asiste al periodista en el ejercicio más o menos crítico de su actividad» (2008, p. 248) y adelantó que está en puerta un debate ideológico sobre cómo ejercer el periodismo y qué es lo que le define. Además, este autor enfatiza en que la Red no significa, por tanto, un nuevo periodismo, pero se convierte en «un moderno canal que obliga a retomar el rumbo del verdadero quehacer en esta profesión como el rigor, la investigación o el respeto a las fuentes» (Sánchez, 2007, p. 72); sin embargo, reconoce que cambian algunos elementos en las formas. Lo anterior permite mirar la tensión existente por encontrar las valoraciones que entienden al periodismo en entornos virtuales como un fenómeno que posibilitará cambios sustanciales en la profesión periodística, frente a quienes afirman la nula existencia de modificacio-

nes al propósito original del periodismo. Es en ese sentido, que Almiron concluyó a través de un estudio³, que «la crisis de valores del periodismo es independiente de las TIC y de Internet, causada [...] por la corporativización de la empresa periodística» (Almiron, 2006, p. 9). En este sentido, ahora es importante resaltar el concepto de TIC como una forma de relacionarlo con lo que hemos visto sobre el periodismo digital; así, tenemos que para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en su informe para el desarrollo humano para Venezuela, destaca la siguiente definición:

Las TIC se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) —constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional— y por las Tecnologías de la Información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfaces).

No obstante que puede encontrarse una definición un tanto desvinculada socialmente respecto de las TIC, podemos comprenderlas desde un enfoque social. De esta forma, debemos apuntar que no existen tecnologías buenas o malas, sino que constituyen aquello que los usuarios se encuentren dispuestos a hacer con ellas. Por eso mismo, en el contexto de las y los periodistas, ese enfoque se ha orientado hacia la construcción de una ciudadanía digital activa y con incidencia en la elaboración de mensajes comunicacionales que impactan o influyen en las percepciones de los demás. Estos últimos razonamientos nos hacen pensar en la

³ La autora retoma un estudio realizado por el *Project for Excellence in Journalism* y el *Committee of Concerned Journalists* realizado por Bill Kovach y Tom Rosenstiel, que intentó averiguar los elementos esenciales que debían caracterizar al periodismo de acuerdo a opiniones de periodistas estadounidenses. El estudio concluye en nueve principios básicos: 1) buscar la verdad, 2) mantener la lealtad ante todo a los ciudadanos, 3) mantener una disciplina de verificación, 4) mantener la independencia con respecto a aquellos de los que se informa, 5) ejercer un control independiente del poder, 6) constituirse en foro público de la crítica y el comentario, 7) esforzarse por ofrecer información sugerente y relevante, 8) esforzarse por ofrecer información exhaustiva y proporcionada y 9) respetar la conciencia individual del profesional del periodismo.

democracia como punto de llegada y el periodismo como punto de partida al hacerse visible en los medios digitales. A propósito de estos planteamientos, traemos al frente las discusiones teóricas que nos comenta Molina (2007) respecto de lo que sucede actualmente con esos espacios virtuales, pues es:

(...) un nuevo espacio público de comunicación mediante el uso de páginas web, blogs, wikis, spaces, etc, en el que los ciudadanos, de manera individual o a través de comunidades, asociaciones y otras formas de agrupación, ponen a disposición de cualquier persona interesada todo tipo de informaciones, conocimientos, opiniones y creaciones, en una gran variedad de formatos, interaccionando en el espacio virtual de la red y convirtiendo estos intercambios en posibilidades de acciones sociales y personales (p. 176).

Lo anterior trae aparejado la conformación de nuevas redes y también una enorme laguna de información y espacios sociales deslocalizados; en este sentido, cobra relevancia la sociedad que aspira a participar en los debates públicos, por contrastar experiencias sin mediatización con la intención de establecer novedosos vínculos y formas de organización «en una sociedad democrática participativa» (Molina, 2007, p. 176). Así podemos entrar en la problematización de aquello que constituye lo público y podemos preguntarnos sobre el espacio digital como un terreno de carácter público o privado; la red se ha definido como una nueva esfera pública, para Habermas (1962), aquella se encuentra:

configurada por [...] espacios de espontaneidad social libres tanto de las interferencias estatales como de las regulaciones del mercado y de los poderosos medios de comunicación. En estos espacios de discusión y deliberación se hace uso público de la razón; de ahí surge la opinión pública en su fase informal, así como las organizaciones cívicas y, en general, todo aquello que desde fuera cuestiona, evalúa críticamente e influye en la política. En términos normativos, la publicidad puede entenderse como aquel espacio de encuentro entre sujetos libres e iguales que argumentan y razonan en un

proceso discursivo abierto dirigido al mutuo entendimiento (Derechos Digitales, 2016, p. 24).

No obstante la claridad conceptual de Habermas, es importante mencionar que existen elementos que hoy se encuentran alterados cuando hablamos de espacios digitales, pues no puede considerarse espacios libres toda vez que existen intereses económicos y mecanismos para garantizar la generación de incentivos económicos que apuesten por la creación de contenidos que demanda una parte de la población a partir de ciertos costes. Así mismo, tal como lo plantean Martínez y Flores (2016), existe un «horizontalidad y desigualdad de condiciones en acceso y participación en Internet» (p. 24-25), lo que hace más complejo el análisis. Por consiguiente, como lo sugieren los autores, Internet pasa a ser un espacio privado con consecuencias de carácter público. En este mundo de información y de servicios digitales, existe un tipo de nueva moneda que crece exponencialmente y cuyos usos y apropiaciones pueden llegar a presentarse en diversos formatos y para múltiples fines, nos referimos al poder de los datos, pues:

El hecho de que los datos sean la moneda de cambio para el otorgamiento de servicios, modifica sustantivamente la relación entre las partes del contrato que el usuario «firma» a través de, por ejemplo, la aceptación tácita o expresa de los términos de servicio de las redes sociales (Martínez y Flores, 2016, p. 26).

Son precisamente los medios de comunicación digitales y su entorno los que condicionan las nuevas prácticas periodísticas y, en todo caso, las renuevan, pues:

la ciencia y la tecnología son elementos que modifican el concepto de espacio o ámbito en el que se manifiestan, profundizan y desarrollan los derechos humanos. Se trata de reconocer un contexto en el que surgen nuevas necesidades humanas [...] He aquí donde encontramos las nuevas formas que cobran los derechos de primera, segunda y tercera generación en los entornos tecnológicos, es decir, la cuarta generación de los derechos humanos (Navarrete, 2008, p. 149).

Con esto intentamos introducir el concepto de derechos digitales, cuya construcción teórica se encuentra todavía en proceso. Antes cabe comentar que la sociedad del conocimiento y las TIC han traído nuevas dinámicas de participación ciudadana y en este sentido, nuevas formas de ejercer los derechos ciudadanos; en este entorno de efervescencia democrática y participativa por vía de las TIC surgieron movimientos como la Primavera Árabe, el movimiento de los indignados en Francia, el 15-M en España, el #OccupyWallStreet en Estados Unidos, o aquí en México, el #YoSoy132, entre otros. Estos movimientos sociales incidieron en el rumbo político de las naciones en que surgieron y han tenido como característica principal el protagonismo de la juventud (Castañeda, 2017, párr. 2). Estas expresiones de la vida democrática —cuyas implicaciones surgen en contextos digitales pero que asumen encuentros y desencuentros en el plano de lo físico— permiten robustecer las formas en las que se hace y entiende la política y por ende en la que se construye un renovado tejido democrático, aquí se puede apreciar la relevancia de atender al concepto de los derechos digitales como una forma de interpelar a los actores del espacio público el reconocimiento extensivo de esos derechos. En lo sucesivo dentro de este trabajo académico, definiremos los derechos digitales tomando en consideración los planteamientos del trabajo académico de Cristina López (2017), quien a propósito los explica como:

una nueva disciplina que nace como consecuencia de la necesaria y urgente respuesta jurídica precisa para las actividades relacionadas con los servicios de la sociedad de la información y el conocimiento, además del efecto transversal que las nuevas tecnologías, sobre todo Internet, ha generado en la cotidianidad del ciudadano común (pág. 25).

En este sentido y como destaca el licenciado en derecho Julián Plaza, el Derecho Digital constituye un reto de adaptación, así como de protección de la información, y representa un cambio de paradigma en relación a las representaciones que existen o se encuentran configuradas sobre el derecho tradicional (Plaza, 2016). En la actualidad existe una regulación relacionada con la prensa escrita y los medios electrónicos, los cuales se encuentran normados por la Secretaría de

Gobernación a partir de la emisión de dictamen por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y de la Comisión Calificadora de Revistas Ilustradas. Si bien no existe un marco normativo riguroso o universal para la operación de los medios de comunicación en Internet, es pertinente señalar que existe una definición sobre lo que se entenderá por medios de comunicación social en donde se incluyen los medios digitales:

Medios de Comunicación: son los que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos. Se entenderán como tales a los medios electrónicos, medios impresos, medios complementarios, medios digitales y medios públicos (Ley General de Comunicación Social, 2018, p. 2).

METODOLOGÍA

Para la realización de esta investigación, se entrevistaron a cinco periodistas en activo en el estado de Veracruz, de quienes se resguarda su identidad, con el propósito de identificar las formas en las que viven la violencia en medios digitales. Se optó por un trabajo exploratorio de corte cualitativo con un muestreo teórico, entendido como aquel que «avanza hacia una estrategia de muestreo deliberado a lo largo del estudio, basándonos en las necesidades de información detectadas» (Blanco y Castro, 2007, p. 2). A través del método documental se logró detectar los lugares en los que más incide la violencia digital para los periodistas, así como se pudieron fundamentar teóricamente los conceptos esgrimidos y abonar al corpus teórico de los derechos digitales.

RESULTADOS

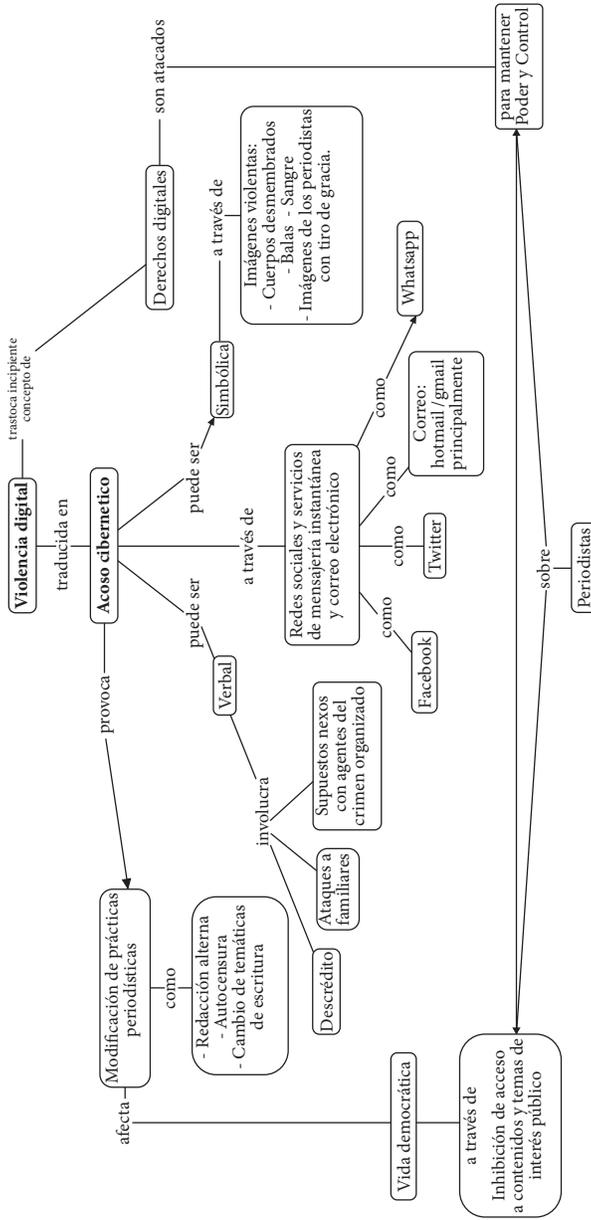
Hemos revisado conceptualmente algunos apartados que nos permiten entender la complejidad de las relaciones de poder que existe entre los medios de comunica-

ción, la clase política y su influencia en la construcción de ciudadanía; de manera que, es indispensable señalar los nuevos escenarios que se desprenden a partir de la incorporación tecnológica a las prácticas periodísticas, lo que se constituye como una renovada esfera comunicacional, entre ellos, aquel que tiene que ver con la violencia contra las y los comunicadores.

En concreto, vale la pena observar que particularmente estas formas de representación de la violencia pasan por un intento de control y muestra de poder de unos sobre otros frente a los procesos de producción de sentidos que generan las comunicaciones abiertas y críticas de diversos periodistas.

A partir de las entrevistas semiestructuradas realizadas a periodistas de Veracruz se pudo elaborar un organizador gráfico de la violencia digital que sufren las y los comunicadores; es importante señalar que se produce un tema de acoso cibernético que vulnera el incipiente concepto de los derechos digitales, pero también provoca modificaciones a las prácticas periodísticas. Los tipos de agresiones pueden ser verbales y simbólicos mediatizados, en donde se involucran las redes sociales como Twitter y Facebook, además de servicios de mensajería instantánea como WhatsApp y los de correo electrónico como Gmail y Hotmail. Se concluye que esto afecta la vida democrática pues conduce a una autocensura e inhibición de la producción de mensajes comunicacionales orientados a la crítica de las decisiones del poder, así como de las prácticas del crimen organizado. En este sentido, las y los periodistas sufren ataques sistemáticos y deliberados que vulneran sus derechos humanos (plenamente reconocidos y legislados) y digitales (en proceso de construcción y con fundamento teórico débil).

FIGURA 1. Organizador gráfico sobre la violencia digital contra periodistas a partir del estudio de campo realizado con comunicadores de Veracruz y con fundamento en la investigación documental realizada para tal empresa



Fuente: elaboración propia.

En la tabla 2 se congrega la información obtenida a partir de las entrevistas con periodistas veracruzanos, que nos da cuenta de las formas de violencia digital que sufren las y los comunicadores. Es preciso apuntar que para efectos de protección de identidad y en atención a su seguridad, se decidió utilizar seudónimos.

TABLA 2. Formas de violencia digital que sufren las y los comunicadores

Periodistas	Marcos N	Liliana T	María O	Ignacio Ñ	Isabel Y
Categorías					
Espacio digital donde recibió violencia	Facebook	Twitter	Facebook	Twitter y Facebook	Facebook
Descripción de la violencia sufrida	Ofensas: Comentarios sobre su vida personal que lo desacreditan.	Involucramiento con elementos del crimen organizado a partir de textos en redes sociales.	Descrédito público por vía de redes sociales en relación a su vida privada y su práctica periodística.	Mensajes ofensivos por vía de redes sociales: «pendejo ignorante con ínfulas de seudocriollo, come mierda» (sic).	Denostación, descrédito de su trabajo y señalamientos de poca ética. «No caigas en el juego de todos los demás reporteros chayoteros y vendidos» (sic).
Tipo de cuentas en espacios digitales	Perfiles falsos con poco historial de publicaciones y denostaciones en su mayoría.	Perfiles falsos con poco historial de publicaciones y denostaciones en su mayoría.	Perfiles falsos con poco historial de publicaciones y denostaciones en su mayoría.	Perfiles falsos con poco historial de publicaciones y denostaciones en su mayoría.	Perfiles falsos con poco historial de publicaciones y denostaciones en su mayoría.

CONTINUACIÓN TABLA 2. Formas de violencia digital que sufren las y los comunicadores

Periodistas	Marcos N	Liliana T	María O	Ignacio Ñ	Isabel Y
Categorías					
Espacio digital donde recibió violencia	Facebook	Twitter	Facebook	Twitter y Facebook	Facebook
Acciones tomadas por las/los comunicadores	-Denuncia. -Borrado de comentarios. -Bloqueo de cuentas.	-Seguimiento a cuentas que la ofenden. -Guardado de comentarios negativos.	-Borrado de comentarios.	-Guardado de comentarios negativos.	-Borrado de ciertos comentarios negativos por influir en su estabilidad mental y emocional.
Institución a la que solicitan ayuda	Comisión Estatal de Atención y Protección para Periodistas (CEAPP)	-Sin registro	-Sin registro	-Sin registro	-Sin registro

Fuente: elaboración propia a partir de las entrevistas semiestructuradas sostenidas con periodistas veracruzanos.

Si bien hemos revisado que las formas de expresión de violencia en espacios digitales han de nombrarse como acoso cibernético, hemos de señalar que la información de la tabla nos da cuenta con precisión sobre las formas en las que los sujetos perpetraron dichos actos violentos. En este sentido, se procedió a la clasificación de información a través de categorías que implicaba el revelamiento de información relacionada con el espacio digital en donde se sufrió violencia, la

descripción del evento violento, el tipo de cuentas utilizada por los agentes hostiles, las acciones emprendidas por las y los comunicadores, así como la institución a la que solicitan ayuda luego de ser violentados.

CONCLUSIONES

1. Las y los periodistas son objeto de un tipo específico de violencia digital: el acoso cibernético.
2. Las y los periodistas reciben amenazas cibernéticas a partir de diversas plataformas, especialmente a través de Facebook y Twitter.
3. Las y los periodistas adquieren nuevas prácticas derivadas del contexto adverso en donde la violencia digital juega un papel importante como agente inhibidor de producción de mensajes comunicacionales.
4. Los trabajos periodísticos adquieren formas variadas en aras de preservar su integridad personal luego de recibir acoso cibernético.
5. El trabajo autocensurado de los periodistas ataca la libertad de expresión e imposibilita la participación activa y democrática de actores sociales mediada por las TIC.
6. Las y los periodistas no aplican protocolos de actuación frente a un evento de violencia digital.
7. Las y los periodistas no han desarrollado una cultura de la denuncia por miedo a las instituciones y por considerarlas parte del problema.

BIBLIOGRAFÍA

CARPISO, J. (1999). *Los medios de comunicación masiva y el Estado de derecho, la democracia, la política y la ética*. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, 1(96). doi:<http://dx.doi.org/10.22201/ijj.24484873e.1999.96.3609>

- _____. (s/f). *Los medios de comunicación masiva y el Estado de Derecho, la democracia, la política y la ética*. Boletín mexicano de Derecho Comparado. Disponible en <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-comparado/article/view/3609/4361#N1>
- CASTAÑEDA, C. (2017). Jóvenes y derechos digitales. En *Excélsior*. Disponible en <https://www.excelsior.com.mx/opinion/clemente-castaneda-hoefflich/2017/11/15/1201358>
- DERECHOS DIGITALES. (2016). Internet en México: Derechos Humanos en el entorno digital. Editado por Derechos Digitales. Impreso en México. Disponible en <https://www.derechosdigitales.org/wp-content/uploads/Internet-en-Mx-2016.pdf>
- DOF (11 de mayo de 2018). Ley General De Comunicación Social, México. Disponible en http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGCS_110518.pdf
- ENGELS, F. (1986). *La teoría de la violencia*. Obras Filosóficas, Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México, 1986, pp. 139-161.
- JARQUE, J. y Almiron, N. (2008). *Periodismo para internet o periodismo y punto*. Palabra Clave, 11(2), 219-252. España: Universidad Autónoma de Barcelona y Universidad Pampeu Fabra.
- LÓPEZ, C. (2017). *El derecho digital y la regulación de contenidos en Internet*. Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Derecho. Disponible en <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25665/1/FJCS-DE-1026.pdf>
- MARCH, A. (s/f). *Teorías sobre el origen de la violencia*. Disponible en https://www.academia.edu/27913296/TEORIAS_SOBRE_EL_ORIGEN_DE_LA_VIOLENCIA
- MARTÍNEZ, A. y Flores, J. (2016). *En defensa del anonimato*. En Internet en México: Derechos Humanos en el entorno digital, pp. 19-55. Editado por Derechos Digitales. Impreso en México. Disponible en <https://www.derechosdigitales.org/wp-content/uploads/Internet-en-Mx-2016.pdf>
- MARTÍNEZ, A. (2016). *La violencia. Conceptualización y elementos para su estudio*. Doctorado en Ciencias Sociales de la UAM-Xochimilco. Dispo-

nible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=So188-77422016000200007

MOLINA, P. (2007). *Ciberperiodismo e interactividad: entre la participación y la apariencia*. Disponible en <https://core.ac.uk/download/pdf/38977792.pdf>

NAVARRETE, L. (2008). *Jóvenes, derechos y ciudadanía*. INJUVE, Consejería Técnica de Planificación y Evaluación-Servicio de Documentación y Estudios. Disponible en http://www.injuve.es/sites/default/files/jovenes_derechos_y_ciudadania_completo.pdf

SÁNCHEZ, D. (2007). El periodismo digital. Una nueva etapa del periodismo moderno. *Revista Lasallista de Investigación*, 4(1), 67-73, Colombia: Universidad Lasallista y Universidad de Medellín.

TRUJANO, P., Dorantes, J. y Tovilla, V. (2009) Violencia en internet: nuevas víctimas, nuevos retos. *Liberabit*. Revista de Psicología, 15(1), 7-19 Universidad de San Martín de Porres Lima, Perú. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/686/68611923002.pdf>

Ciudadanía, comunicación y democracia,
de Juan Antonio Garza Sánchez y Gabriela de la Peña Astorga (Coords.),
se terminó de imprimir en diciembre de 2019
en los talleres de Artificios Media, S.A. de C.V.
(Abelardo L. Rodríguez 747, Col. Maestros Federales,
Mexicali, Baja California).
El tiraje consta de 100 ejemplares.

El presente libro hace dos contribuciones muy importantes para los estudios de la comunicación:

La primera contribución se da con la actualización temática de la discusión sobre la relación entre el empoderamiento ciudadano, medios y democracia, con el acento sobre los desarrollos sociales y tecnológicos de la última década y, en específico, de las dinámicas, los procesos y los actores actuales en la esfera pública digital.

La segunda contribución consiste en aportar perspectivas micros locales y regionales sobre esta relación (ciudadanía, medios y democracia), acercando así el lente del análisis a realidades contextualizadas y particulares, en vez de generalizar desde una mirada impositiva y centralista del investigador. Tenemos, entonces, perspectivas locales de Veracruz, Nuevo León, Oaxaca, Sinaloa y Guerrero, tanto en el espacio físico como en el espacio digital.

Este es un libro de obligada lectura para entender el estado actual de los estudios de la comunicación, medios y democracia en México, tanto al nivel macro como al nivel micro, tanto en la esfera pública clásica como en las nuevas esferas públicas, alternativas y digitales que se están abriendo paso en nuestras realidades del día al día.

ISABELA CORDUNEANU VICTORIA

ISBN: 978-607-737-284-4

