

Claves de la investigación en comunicación

*Nina Aguiar / Natalia Angulo / Milena Almeida /
Roberto Sánchez / Narcisa Medranda / Lorena Tenorio
(Coordinadores)*





Carrera de Comunicación

Grupo GICODEPO

Este libro es una herramienta fundamental para aquellos que desean explorar la teoría y metodología en el campo de la comunicación. Desde el análisis reflexivo del activismo digital en América Latina hasta la inmersión en narrativas transmedia y la aplicación de la gamificación en la enseñanza. Cada capítulo desvela claves esenciales.

Es, además, una guía rigurosa de los principios que dan forma al estudio y comprensión de la comunicación en la sociedad contemporánea y ofrece una inmersión en las complejidades de las luchas medioambientales, las dinámicas de género y la construcción de identidades a través de los medios.

Además, es fruto de la colaboración entre la Universidad Politécnica Salesiana, el grupo de investigación GICODEPO y la Universidad Central del Ecuador y su Facultad de Comunicación (FACSO).



ISBN 978-9978-10-871-0



9 789978 108710

*Nina Aguiar, Natalia Angulo, Milena Almeida,
Roberto Sánchez, Narcisa Medranda,
María Lorena Tenorio Rosero
(Coordinadores)*

CLAVES DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN



**ABYA
YALA**

2023

CLAVES DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

© Nina Aguiar, Natalia Angulo, Milena Almeida, Roberto Sánchez, Narcisca Medranda, María Lorena Tenorio Rosero (Coordinadores)

© Autores: Raul Anthony Olmedo Neri, Roberto Sánchez-Montoya, Nina Aguiar Mariño, Narcisca Medranda Morales, Natalia Angulo Moncayo, Milena Almeida Mariño, Yadis Vanessa Vanegas-Toala, Monserrat Fernández-Vela, Luis Farinango, Mariana Alvear Montenegro, Zaida Almeida Gordón, Marco López-Paredes, Andrea Carrillo-Andrade, María José Gutiérrez Guzmán, Carolina Rodríguez Malebrán, Cristian Muñoz Catalán, Verónica Calvopiña Panchi, Lorena del Rocío Núñez Mejía, Camilo Preciado Gómez, María Gabriela Coba Coronel, Roberto Carlos Rosero Ortega, Arturo Virgilio Estrella Osorio y Jorge Gustavo Delgado Rocha

Ira edición: © Universidad Politécnica Salesiana
Av. Turuhuayco 3-69 y Calle Vieja
Cuenca-Ecuador
P.B.X. (+593 7) 2050000
e-mail: publicaciones@ups.edu.ec
www.ups.edu.ec

CARRERA DE COMUNICACIÓN
Grupo GICODEPO

Foto de portada: Shutterstock

ISBN UPS impreso: 978-9978-10-871-0

ISBN UPS digital: 978-9978-10-873-4

DOI: <https://doi.org/10.17163/abyaups.37>

Tiraje: 300 ejemplares

Diseño, diagramación e impresión: Editorial Universitaria Abya-Yala
Quito-Ecuador

Impreso en Quito-Ecuador, diciembre de 2023

Publicación arbitrada de la Universidad Politécnica Salesiana

Este es un trabajo conjunto entre el Grupo de Investigación GICODEPO UPS, y FACSO Universidad Central

El contenido de este libro es de exclusiva responsabilidad de las autoras y los autores.



Prólogo	7
Introducción.....	11

PARTE I

Debates sobre la investigación en comunicación hoy: métodos y técnicas contemporáneas

(Re)pensar el activismo digital desde América Latina <i>Raul Anthony Olmedo Neri</i>	21
Potencialidades del método de control sintético en los estudios de comunicación: explorando el consumo de noticias en Brasil <i>Roberto Sánchez-Montoya, Nina Aguiar Mariño y Narcisa Medranda</i>	49
De la triada cognoscente al cuadro lógico. Propuesta metodológica de investigación en comunicación <i>Natalia Angulo Moncayo y Milena Almeida Mariño</i>	71
Comunicación y movimientos sociales: una revisión sistemática de la literatura en el Ecuador contemporáneo <i>Yadis Vanessa Vanegas-Toala</i>	99
Estudio crítico multimodal del discurso educativo/ comunicacional en derechos humanos <i>Montserrat Fernández-Vela</i>	125
Narrativas transmedia: experiencias de aplicación en las enseñanzas de comunicación <i>Luis Farinango</i>	155

Reflexiones metodológicas sobre las prácticas comunicativas mediáticas desde la perspectiva de género <i>Mariana Alvear Montenegro y Zaida Almeida Gordón</i>	183
---	-----

PARTE II

Trayectorias y análisis de casos

Todo es causal: inteligencia artificial como mecanismo para reforzar arquetipos <i>Marco López-Paredes y Andrea Carrillo-Andrade</i>	217
--	-----

¿Nuevos modelos o viejas historias?: la representación de las masculinidades en el manga yaoi <i>María José Gutiérrez Guzmán</i>	243
--	-----

Audiencias, pantallas y televisión: medicaciones en la televidencia local chilena <i>Carolina Rodríguez Malebrán y Cristian Muñoz Catalán</i>	271
---	-----

Medios de comunicación evangélicos más allá de lo religioso: dispositivos mediáticos de gubernamentalidad <i>Verónica Calvopiña Panchi</i>	301
--	-----

Desarrollo de la identidad de marca para el emprendimiento ‘Arrakachitas’ en la vereda La Tigrera, Cajamarca, Tolima, Colombia <i>Lorena del Rocío Núñez Mejía y Camilo Preciado Gómez</i>	335
--	-----

El rol de la gamificación. Comunicación interactiva y un modelo participativo en el contexto del covid-19 <i>María Gabriela Coba Coronel y Roberto Carlos Rosero Ortega</i>	359
---	-----

Difusión de la cultura organizacional en pospandemia. Caso: Facultad de Comunicación Social, UCE <i>Arturo Virgilio Estrella Osorio,</i> <i>y Jorge Gustavo Delgado Rocha</i>	389
--	-----

Sobre autoras y autores	423
--------------------------------------	-----

Estas páginas reúnen trabajos provenientes de cinco países. Las carreras de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana y la Universidad Central del Ecuador hicieron posible el libro “Claves de investigación en Comunicación” que tuvo como génesis, una chispa creativa; horas de conversación, búsquedas y encuentros con la otredad. Su propósito es fomentar el trabajo colaborativo para generar conocimiento en el ámbito de la Comunicación Social y plantear nuevas preguntas que enriquezcan un campo en constante transformación.

Estas páginas recogen miradas de personas dedicadas a la academia, a algunas de ellas tengo el privilegio de conocer, a otras, las intuyo por su trabajo. Sin embargo, no me cabe duda de que quienes participaron en esta publicación, comparten un rasgo que Paul Ricoeur describiera en 1986 en su libro *Política, sociedad e historicidad*. Son personas que “se sienten responsables de la transformación, evolución y revolución de sus respectivos países, mediante un acto de pensamiento, de palabra dicha o bien puesta por escrito” (Ricoeur, 2012, p. 17).

Y esta palabra dicha tiene como eje central la comunicación, no solo desde el punto de vista instrumental, sino, y, sobre todo, como parte constitutiva y constituyente de nuestras sociedades. Desde esta perspectiva, la comunicación nos obliga a mirar a los sujetos, individuales y/o colectivos, que finalmente hacen que un investigador/ra se haga preguntas, teorice, indague, compare y se atreva a dar respuestas que abren nuevas interrogantes.

Entonces, la riqueza de este libro trasciende los métodos y las técnicas y nos instala en la riqueza que proviene del conocimiento de sujetos que piensan el activismo digital en América Latina como un lugar de enunciación y como un espacio donde ser y habitar. Sujetos que se asocian, que se comunican, que se informan, que construyen y conocen el mundo en una constante negociación entre su experiencia cotidiana y la realidad construida por los medios. Sujetos que cuentan historias y que más allá de la historia que les cuentan, construyen su identidad de género, a veces remando en contra de los dualismos modernos.

“Claves de investigación en comunicación”, nos devela a sujetos que buscan conectar con otros sujetos a través de medios de comunicación de proximidad. Sujetos que al mismo tiempo que construyen una marca en Cajamarca, cultivan resistencias sociales medioambientales en defensa de la naturaleza. Sujetos jóvenes, sobrevivientes del covid-19, que vuelven a insertarse en las aulas universitarias después del confinamiento y de una pandemia que hizo que todo un entorno cambiara para siempre. Sujetos capaces de crear máquinas y software tan sofisticados como nuestro cerebro y que, sin embargo, no son más que espejos de nuestros sueños, fantasmas y estereotipos.

Este libro contiene gérmenes de transformación, por cuanto expone nuevas lógicas de pensamiento y formas diversas de investigación para develar los mundos vividos y construidos en los más recónditos rincones del continente, pero también este libro se inserta en la corriente de la memoria de prácticas y saberes de hombres y mujeres que nos han precedido no solo en este ejercicio de comprender e interpretar los fenómenos sociales, sino que también en el hecho de construir agendas investigativas comprometidas con el cambio social.

En este sentido, la comunicación nos ofrece perspectivas que superan lo puramente instrumental. Es el ámbito en el que los sujetos devienen en sentido y representación y por lo mismo, es un poderoso espacio para construir y deconstruir la vida que queremos juntos. Este

libro, construido sobre las bases de la reflexión crítica, la colaboración y la interdisciplinariedad, es un aporte a la cultura y pone en valor a los sujetos que diariamente la construyen a través de sus prácticas socio-comunicativas.

Marcela Porto Fuentes, periodista chilena,
Doctora (c) en Ciencias Sociales de la Universidad
Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina.

Introducción

El libro *Claves de la investigación en comunicación* es el resultado de un trabajo entre las carreras de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador (UCE) y el grupo de investigación GICODEPO de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) en el que se presentan distintas estrategias metodológicas aplicadas en ámbitos académicos de cuarto nivel, para el estudio de fenómenos sociales desde la comunicación, articulados con otros campos del saber.

Este es un proyecto editorial avalado por el Grupo de Investigación Comunicación, Desarrollo y Política (GICODEPO-UPS) que visibiliza teorías, métodos, técnicas de recolección de información, y estrategias de procesamiento y análisis de datos, que parten de reflexiones epistemológicas y metodológicas en el ejercicio científico de la investigación en comunicación social. El vínculo que se ha trazado entre los distintos ámbitos de conocimiento ha permitido en esta publicación reunir diez y seis capítulos que exponen las trayectorias investigativas de Ecuador, México, Chile, Colombia y España en dos momentos clave.

La primera parte del libro denominada “Debates sobre la investigación en comunicación hoy: métodos y técnicas contemporáneas” recoge ocho capítulos con propuestas metodológicas que recuperan tradiciones de la investigación social en contextos actuales como la pandemia, las identidades fluctuantes y la transformación de las prácticas socio culturales en un mundo cada vez más digitalizado; así como la imbricación de cartografías de estudio que aporta al debate sobre la inter y transdisciplinariedad de las ciencias.

El libro inicia con el capítulo de Francisco Olmedo Neri “(Re) pensar el activismo digital desde América Latina” que plantea un

diálogo con las contribuciones hechas en Latinoamérica para pensar al activismo digital como un fenómeno complejo y transdisciplinario donde las TIC operan en tres formas distintas, pero no excluyentes: como una herramienta (finalidad instrumental), como un espacio (posibilidad de habitar) y como un soporte de proyección individual/colectiva (lugar de enunciación).

El estudio de Roberto Sánchez Montoya, Nina Aguiar Mariño y Narcisa Medranda Morales propone el uso de métodos y técnicas de investigación para el análisis del consumo de información. “Potencialidades del método sintético en los estudios de Comunicación: Explorando el consumo de noticias en Brasil” presenta la incorporación del uso del control sintético con notables potencialidades para el análisis de políticas públicas o políticas de comunicación, a partir del uso de métodos comparativos de evaluación, que, si bien han sido utilizados fundamentalmente en la economía, en el estudio de recepción se puede apreciar claramente su aplicabilidad.

El capítulo de Natalia Angulo y Milena Almeida desde un enfoque interdisciplinario, plantean una estrategia metodológica para la investigación socio-comunicacional. “De la triada cognoscente al cuadro lógico. Propuesta metodológica de investigación en comunicación” aborda la problemática de la comunicación como campo interdisciplinar a partir de su carácter antropológico, sociológico, histórico y psicosocial, lo que conecta con la necesidad de poner en valor los métodos, técnicas e instrumentos que permiten analizar un determinado fenómeno social vinculado a la comunicación social. A partir de un ejercicio teórico metodológico que, desde una apuesta epistemológica del sujeto conocido, propone una ruta de investigación que pone en diálogo a distintas metodologías sustantivas aplicadas a las ciencias sociales, y que se constituye en una herramienta útil para la investigación.

El capítulo “Comunicación y movimientos sociales: una revisión sistemática de literatura en el Ecuador contemporáneo” de Yadis Vanesa Vanegas Toalá propone el abordaje de los movimientos sociales desde

los estudios comunicacionales, para ello, en primer lugar plantea, que el estudio no se alinea a los estudios políticos ni sociológicos, sino que lo observa como estudios emergentes en el Ecuador contemporáneo, para lo cual propone el levantamiento de un minucioso estado de la cuestión de los estudios de la comunicación desde los movimientos sociales y los activismos en el Ecuador durante los últimos cinco años de producción científica publicada en español e inglés. Por tanto, el interés del capítulo radica en analizar los distintos ejes de problematización con el que se ha abordado el rol de la comunicación y los movimientos sociales; los marcos teóricos y conceptuales con los cuales se ha solventado y, principalmente, los métodos de investigación a través de los cuales se ha recurrido.

A continuación, la investigadora Monserrat Fernández propone el estudio crítico del discurso (ECD) desde un enfoque multimodal para la educación en derechos humanos (EDH), en el capítulo “Estudio crítico y multimodal del discurso educativo/comunicacional en derechos humanos”; para ello, la estrategia metodológica permite enfocarse en tres elementos: educativo (macro, meso y micro curricular), la dimensión ontológica (comprensión y fundamentos), y comunicacional.

El capítulo de Luis Farinango, “Narrativas transmedia; experiencia de aplicación en las enseñanzas de la comunicación” propone una construcción metodológica para contar historias desde diferentes plataformas y medios con la participación de los usuarios. De esta manera, lo que hace el texto es presentar, en primer lugar, la importancia del proceso narrativo en el contexto de la vida cotidiana y cómo este se relaciona con las narrativas transmedia. En segundo lugar, señala que el análisis de información se lo realizará a través de la metodología cualitativa, para evidenciar las diferentes experiencias de aplicación de las narrativas desde diferentes asignaturas dentro de las carreras de comunicación en América Latina.

Por último, la primera parte del texto cierra con el trabajo de Mariana Alvear y Zaida Almeida en el artículo “Reflexiones metodológicas sobre las prácticas comunicativas mediáticas desde la perspectiva

de género”, en el que ambas plantean un valioso aporte metodológico para el estudio de la construcción noticiosa sobre las mujeres y los cuerpos e identidades feminizadas desde una estrategia de trabajo que permite mirar al discurso no por fuera, sino desde una perspectiva que permite abrir las diferentes capas de la opinión pública que da la pauta para analizar las distintas confrontaciones históricas e ideológicas en el plano del contenido periodístico.

La segunda parte del libro denominada “Trayectorias y análisis de casos” se compone de ocho capítulos. Aquí se observa la aplicabilidad de propuestas de investigación que buscan responder a problemáticas concretas en hitos clave de coyuntura actual; lo que da cuenta de los procesos metodológicos establecidos frente a los escenarios en los que se desarrollan los estudios, la flexibilidad de las investigaciones sociales y la posición no neutral de la investigación, enmarcada en ámbitos específicos de la comunicación y adoptando una posición clara sobre la cultura digital, las identidades abyectas, las luchas sociales ambientales, los estudios de las organizaciones, la violencia de género y el análisis de medios.

Desde allí, el aporte de Marco López Paredes y Andrea Carrillo Andrade “Todo es causal: la inteligencia artificial como mecanismo para reforzar arquetipos” retoma el debate muy actual, por cierto, sobre el lugar de las inteligencias artificiales en la creación de imágenes que refuerzan patrones dominantes en un mundo atravesado por lo audiovisual. Este capítulo coloca elementos de reflexión desde una perspectiva no tecnofílica, no tecnofobia y no neutral de las tecnologías, lo que sin duda nutre el debate sobre preguntas pertinentes alrededor de cómo operan las tecnologías en el mundo y cómo verlas desde la sociotécnica, es decir desde la relación entre sistemas sociales, culturales y tecnológicos, más allá de los binarismos de lo bueno y lo malo.

El capítulo de María José Gutiérrez Guzmán “¿Nuevos modelos o viejas historias?: La representación de las masculinidades en el manga yaoi” conecta con tendencias actuales en la investigación social de una de las más importantes tradiciones historietísticas en el

mundo: la japonesa. Partiendo de una apuesta política de la autora, este texto se trabaja desde el ámbito de la representación y el cuerpo como territorio ondulante, adaptativo e ilusorio en contrapelo de lo socialmente aceptado como “real-normal construido” sobre la estética y el sistema de valores que reflejan la fuerza, la valentía y la no vulnerabilidad, como características esenciales de los hombres. Para ello se realiza una gimnasia metodológica alrededor de la descomposición semiótica, junto a un análisis de la representación, a partir de las significaciones, y pone en crisis las visiones hegemónicas sobre el dualismo entre lo femenino y masculino.

El trabajo de Carolina Rodríguez Malebrán y Cristian Muñoz Catalán “Audiencias, pantallas y televisión: mediaciones en la televidencia local” es un estudio realizado en la Región de Coquimbo, en Chile, apostándole a una categoría de análisis que conlleva una carga simbólica especial: los medios de proximidad. Uno de los elementos más potentes de este estudio es que se vuelve la mirada a los estudios de recepción que, pese a las críticas de las modas intelectuales en el contexto actual, es sin duda uno de los ejercicios más complejos en los estudios de medios. Esta investigación se enfoca en los procesos de televidencia a partir de la noción de audiencia local, en el contexto de la implementación de la Televisión Digital en Chile. Así se deja ver cómo los medios que se encuentran en los territorios, por fuera de las grandes metrópolis, siguen siendo espacios fundamentales de lo común y lo comunitario.

Verónica Calvopiña Panchi presenta el capítulo “Medios de comunicación evangélicos, más allá de lo religioso: dispositivos mediáticos de gubernamentalidad”. Este estudio, que proviene de una investigación previa, también parte de un posicionamiento político, en tanto procura ser un trabajo de análisis crítico del discurso del primer medio dirigido por la iglesia evangélica en Ecuador, que es parte de todo un aparataje ideológico e ideologizante cuyo marco referencial es la fe. Este trabajo se ubica en el contexto de la pandemia y analiza uno de sus programas a partir de categorías foucaultianas,

para dar cuenta del ethos evangélico que se configura a partir del uso de testimonios de los públicos. Se procura dar cuenta de cómo opera la razón del dispositivo mediático, basándose en el estudio del modelo comunicacional de la iglesia al cual se adhiere.

A continuación, un caso de estudio sobre comunicación de marcas locales aporta significativamente al libro, en cuanto a la metodología utilizada. El texto pertenece a Lorena Núñez Mejía y Camilo Preciado Gómez tiene por nombre “Construcción de la identidad de marca del emprendimiento Arrakachitas con elementos de las resistencias sociales medio ambiental y perspectivas territoriales de la vereda La Tigrera de Cajamarca, Tolima, Colombia”. Se trata de un estudio de caso en que se aplican técnicas de investigación social desde los estudios de narrativas transmediales, presentando un esquema de sistematización, codificación y procesamiento de información cualitativa alrededor de categorías de estudio. Se pone en valor la propuesta de diseño muestral para la recolección de testimonios y experiencias vitales para posicionar, comunicacionalmente, una marca local cuyo sistema de valores se construyó a partir del cuidado del ambiente, la lucha por la defensa de las montañas, ante las intenciones extractivistas de empresas extranjeras, y las resistencias sociales.

María Gabriela Coba y Roberto Rosero identifican “El rol de la gamificación en la enseñanza digitalizada en el contexto del covid-19”. El estudio se centra en la comprensión de la gamificación como posibilidad metodológica en el proceso educativo de tercer nivel en el campo de la salud. El proceso de observación se realizó con estudiantes de la carrera de enfermería, estudiando las herramientas digitales utilizadas, los aspectos lúdico-pedagógicos y la creación de escenarios y situaciones ficticias en las que se pone a prueba los conocimientos y el sentido crítico de estudiantes, a partir de los conceptos de comunicación interactiva y tecnología digital.

A continuación, el caso de estudio de Arturo Estrella y Jorge Delgado presenta una nueva mirada de la gestión de la comunicación en las organizaciones en su capítulo “Difusión de la cultura organiza-

cional en pospandemia. Caso: Facultad de Comunicación Social, UCE”, que parte de una visión novedosa por dos razones en concreto: la primera porque, recuperando la tradición de los estudios sobre prácticas socio culturales en las instituciones de distinto orden, plantean una propuesta de investigación original por la forma en la que dialogan distintas técnicas de investigación social; y la segunda porque este estudio se ubica en el contexto post pandemia, lo que da luces sobre cómo han cambiado las prácticas sociales luego de una crisis mundial que transformó todo tipo de hábitos en jóvenes que una buena parte de su vida la vivieron en confinamiento.

El libro “Claves de la investigación en comunicación” tiene como objetivo contribuir al debate sobre los métodos de investigación actuales en el campo de la comunicación. Busca explorar cómo se adoptan y adaptan técnicas de análisis provenientes de otras disciplinas para desarrollar enfoques específicos y adecuados a cada tema abordado. Esperamos que este texto se convierta en un recurso útil y académico para futuros estudios e investigaciones en este ámbito.

Parte I

**Debates sobre la investigación
en comunicación hoy: métodos
y técnicas contemporáneas**

(Re)pensar el activismo digital desde América Latina

Raul Anthony Olmedo Neri
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Universidad Nacional Autónoma de México
raul.olmedo@politicas.unam.mx
<https://orcid.org/0000-0001-5318-0170>

Introducción

De forma sintética, el siglo XXI puede ser caracterizado como el siglo de la comunicación. Nunca la comunicación y sus soportes tecnológicos ocuparon una posición operativa y simbólica tan central en la vida cotidiana; en el imaginario social esta preponderancia ha hecho que tanto la comunicación como la tecnología se conviertan en el origen de varios problemas contemporáneos y al mismo tiempo se conciban como la potencial solución a ellos.

Para el caso de los movimientos sociales, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) e Internet han pasado de ser una herramienta opcional a una herramienta cada vez más estratégica para incrementar su presencia en el espacio público y a visibilizar su agenda en la opinión pública, por lo que el creciente interés por analizar experiencias locales en la región latinoamericana no ha sido la excepción.

El creciente interés por develar las articulaciones de sentido y los ensamblajes tecno-comunicativos¹ que operan en casos situados

1 Se entiende por ensamblajes tecno-comunicativos a los procesos particulares de integración simbólica y comunicativa que tiene la innovación tecnológica en la vida cotidiana de un sujeto o grupo social histórica, política y culturalmente situado. Los ensamblajes tecno-comunicativos son heterogéneos y varían de acuerdo con el lugar de enunciación de los sujetos que se apropian de la tecnología y las

histórica, política, cultural y socialmente ha llevado a plantear desde la comunicación nuevas formas de pensar el activismo y sobre todo a reivindicar el carácter comunicativo que yace en la dimensión política de los movimientos sociales, sus demandas y en el núcleo contrahegemónico de sus narrativas.

Sin embargo, para enriquecer este ejercicio reflexivo y analítico no solo basta con partir desde una perspectiva comunicacional que ponga énfasis en la comunicación como una arista epistemológica legítima desde la que se puede interpretar y analizar un fenómeno social (Craig, 1999), sino que se requiere situar ontológicamente su enunciación para construir un lugar epistemológico desde donde ver e interpretar el mundo; el pensamiento comunicativo latinoamericano ha contribuido significativamente a la construcción disciplinar de la comunicación como ciencia social, dándole una esencia eminentemente crítica y poniendo énfasis en las particularidades de su condición histórica, política y social (Karam, 2022; Torrico Villanueva, 2019). Por lo anterior, pensar el activismo desde la comunicación y particularmente desde América Latina permite destacar aquellos elementos que cobran un sentido específico *en y para* esta región.

Así pues, el objetivo de este capítulo es dialogar con las contribuciones hechas desde Latinoamérica para pensar al activismo digital como un fenómeno complejo y transdisciplinario donde las TIC e Internet operan de tres formas distintas pero que no son mutuamente excluyentes: como una herramienta (finalidad instrumental), como un espacio (posibilidad de habitar) y como un soporte de proyección individual/colectiva (lugar de enunciación). Estas tres dimensiones son propuestas por Sfez (1995) y son el punto de partida en este trabajo para mostrar de qué manera los movimientos sociales latinoamericanos exponen estas dimensiones de acuerdo con sus necesidades, contextos y realidades a la hora de hacerse visibles en la vida cotidiana.

formas culturales que estos elementos adquieren durante su proceso iterativo de uso. Por ello, los ensamblajes tecno-comunicativos no son homogéneos y están determinados por las necesidades, posibilidades, realidades e imaginarios de los sujetos que ven el mundo y participan en él mediante las TIC e Internet.

A nivel metodológico, se ha realizado un estado del arte sobre la investigación enfocada en los movimientos sociales latinoamericanos y las formas en que integran las TIC e Internet dentro de sus marcos de acción, organización e interacción. Si bien este ejercicio no pretende ser exhaustivo, sí ofrece un panorama enriquecedor sobre qué se estudia cuando se habla de activismo digital en la región, así como un abanico teórico-metodológico que puede ser útil para aquellas personas interesadas en esta línea de investigación emergente.

En suma, este ejercicio pretende poner de relieve las aportaciones que se han hecho en esta América Latina sobre las formas concretas en que los movimientos sociales operan en distintos países y cómo han integrado las TIC e Internet en sus repertorios de acción, organización y representación.

Tres formas de pensar el pacto comunicación-tecnología

El pacto comunicación-tecnología es el que inaugura el campo epistemológico y ontológico de la comunicación; solo cuando las innovaciones tecnológicas potencian el impacto de la comunicación individual sobre la colectividad se comienza a construir y problematizar la comunicación como una disciplina. Fue el desarrollo tecnológico durante las guerras mundiales y más adelante el alcance de los mensajes políticos e ideológicos por parte de los medios de comunicación masiva lo que formalizó la comunicación como una ciencia social en potencia (Vidales González, 2017).

Esta génesis tiene efectos importantes en la forma de concebir la comunicación y su articulación tecnológica, por lo que la dimensión instrumental de los medios fue la primera y quizá la más fuerte evidencia de su institucionalización como un campo de conocimiento en el siglo XX. No obstante, pensar el siglo XXI como el siglo de la comunicación lleva implícito un conjunto de transformaciones socioculturales y tecnológicas que se manifiesta a diferentes escalas espaciales y temporales; sea por la globalización o por el distintivo comunicativo de las sociedades contemporáneas, las TIC e Internet

se afianzan en la vida cotidiana y se despliegan en ella de tal manera que ya no operan solo como un ‘medio’, esto es una herramienta que sirve para cumplir un objetivo dado. Por el contrario, el pacto comunicación-tecnología ha tenido un desarrollo empírico más acelerado que en el ámbito teórico, por lo que pensar esta relación más allá del fin instrumental sigue siendo un reto trascendental, sobre todo para aquellos que se interesan por analizar el rasgo tecno-comunicativo de fenómenos sociales y que parten de esa idea como un canon inmutable.

En efecto, aún predomina en el imaginario académico la idea de que la única forma de entender los medios de comunicación, las TIC e Internet es a partir de su lógica instrumental. Lejos de que esta forma empírica desaparezca, lo que realmente sucede es que el pacto comunicación-tecnología se ha diversificado producto de la innovación que se ejerce sobre los dispositivos tecnológicos y de la preponderancia de la comunicación como un proceso transversal y transdisciplinar en la sociedad (Giménez, 2011; Vidales González, 2017).

Por ello, descentralizar el pensamiento comunicacional de esta primera dimensión instrumental permite observar cuáles otras formas adquiere este pacto comunicativo-tecnológico. Sfez (1995) avizora estos cambios y propone pensar tres formas de manifestación empírica: la instrumental, la espacial y la reflexividad. Cada una de ellas opera en el imaginario social con una preposición determinada y utiliza diferentes metáforas para pensar estas manifestaciones empíricas. A manera de síntesis la siguiente tabla muestra esta propuesta analítica.

Tabla 1
Expresiones del pacto comunicación-tecnología

Preposición	Función tecno-comunicativa	Metáfora	Caracterización
Con la tecnología	Instrumental	Representación	Existe un distanciamiento del sujeto y la tecnología; esta distancia ofrece una autonomía del sujeto para dominar y utilizar la tecnología para sus deseos y necesidades sin que exista la convergencia.

Preposición	Función tecnocomunicativa	Metáfora	Caracterización
<i>En</i> la tecnología	Espacio/ Medio	Organismo	La tecnología se articula como un mundo estructurado donde el sujeto es arrojado. El sujeto 'nace' en la tecnología y debe adaptarse; el distanciamiento de acorta porque la tecnología ya no opera solo como un objeto, sino como un contexto de desarrollo social.
<i>Por</i> la tecnología	Proyección del self y reflexividad ontológica	Frankenstein	Ya no hay distanciamiento sino fusión; la tecnología deja de ser externa al sujeto y pasa a ser un soporte para su proyección; además de ello, el sujeto ya no piensa la tecnología, sino todo lo contrario, la tecnología piensa al sujeto y dialoga con él. En suma, ya no hay una divergencia, sino una sinergia ontológica.

Estas tres distinciones pueden ser factibles de observación en diferentes fenómenos sociales, sin embargo, en el caso de los movimientos sociales estas áreas, aunque presentes de manera empírica, recién se están visibilizando y problematizando desde la perspectiva comunicacional. ¿Por qué insistir en la perspectiva comunicacional como un punto de partida teórico-analítico? Porque los movimientos sociales han sido analizados preponderantemente desde una visión sociológica, la cual ha contribuido directa e indirectamente a la reproducción del canon instrumental y aparentemente racional bajo el que “siempre” opera el pacto comunicación-tecnología (Binder, 2019; Olmedo Neri, 2022b).

Solo a partir de la perspectiva comunicacional como un punto de referencia epistemológico es posible develar estas otras articulaciones tecnocomunicativas ya que su desanclaje teórico-conceptual no reduce los movimientos sociales a su dimensión política y movilizadora, por el contrario, la amplía a los intersticios de la comunicación, la cultura y la vida cotidiana donde la acción colectiva tiene presencia y efecto. Dicho de otra manera, la perspectiva comunicacional permite profundizar en la dimensión comunicativa de los movimientos sociales

sin perder de vista su articulación con otros procesos concatenados empíricamente (Miège, 2015; Craig, 1999).

Desde esta perspectiva es posible observar que la tradición sociológica que estudia los movimientos sociales ha profundizado en la construcción histórica de las acciones colectivas, en la construcción de sus agendas, en los logros políticos alcanzados (sub)nacional y sobre todo en la estructura de oportunidades políticas que les da origen (Millaleo y Cárcamo, 2014; Rodríguez, Peña y Sáez, 2014; Tilly y Wood, 2014). Aunque importantes estos rubros, todos ellos reproducen el limitado foco de análisis:

Sobre las instituciones de Estado como los actores a quienes se les exige el cambio social. Esto deja de lado a toda una serie de prácticas que los movimientos llevaban a cabo y que no tenían necesariamente ni visibilidad política ni al Estado como destinatario. (Binder, 2019, p. 213)

En otras palabras, la dimensión instrumental de la tecnología y la ubicación periférica de la comunicación dentro del estudio de los movimientos sociales ha contribuido a la desvalorización de este campo analítico. Por ello, aunque algunos autores indican un ‘divorcio’ entre los estudios sociológicos-políticos y los trabajos que se destacan los usos y apropiaciones de la tecnología por los movimientos sociales (Rodríguez *et al.*, 2014), lo que en realidad existe es una depreciación de su utilidad y relevancia dado el marco analítico preponderante en las ciencias sociales sobre este fenómeno (Olmedo Neri, 2021; Rovira, 2012; Sierra Caballero, 2019).

En suma, la perspectiva comunicacional permite desenfocar el campo político y organizativo de los movimientos sociales e ir más allá, particularmente a los intersticios de la comunicación, la cultura y las disputas simbólicas que se gestan cuando un movimiento social no solo se hace de medios, sino que se vuelve en sí mismo un medio de comunicación (Rodríguez-Suárez *et al.*, 2021).

Por lo anterior, desanclaje epistemológico, descentralización analítica y desenfoque empírico son nociones que la perspectiva co-

municacional ofrece para cuestionar las fronteras conceptuales que se han construido sobre el estudio de los movimientos sociales, para en cambio promover una transversalidad y transdisciplinariedad en el estudio de estos fenómenos sociales. Un punto crucial sobre la relación de los movimientos sociales y las TIC e Internet es cómo nombrar ese proceso de convergencia, por lo que es preciso indicar qué se entiende por activismo digital.

Activismo digital

Reconocer la preponderancia de la mirada sociológica sobre el estudio de los movimientos sociales permite entender el avance conceptual sobre cómo nombrar aquel fenómeno que surge cuando un movimiento social incorpora las TIC e Internet en sus estructuras organizativas, de movilización y comunicación (Olmedo Neri, 2021, 2022b).

En este proceso se puede observar que existe un desfase epistemológico entre la perspectiva sociológica y comunicacional sobre cómo entender el activismo digital: mientras que desde la mirada sociológica ha existido una persistencia por diferenciar el activismo online del offline a partir del soporte tecnológico y “el impacto real” de dichas acciones en el plano político, la perspectiva comunicacional ha sido más flexible y provocadora al plantear que: 1) el soporte tecnológico no condiciona la efectividad del activismo, 2) no existe una contradicción entre lo que se hace dentro y fuera de Internet, y 3) con el soporte tecnológico de las TIC y el espacio digital se abren nuevos procesos de mediación, significación y participación dentro y fuera de los movimientos sociales (Karam, 2022; Sierra Caballero, 2019; Segura, 2019; Vargas, 2019).

Esto no significa que los estudios desde la perspectiva comunicacional estuvieran exentos del reconocimiento de la finalidad instrumental de las TIC e Internet dentro de los movimientos sociales; de hecho, fue el primero y más analizado dada la preponderancia adquirida con la Primera Árabe. Por ejemplo, Azuela y Tapia Álvarez

(2013) definen en un primer momento el activismo digital refiere a “es la participación y organización de los ciudadanos utilizando las TIC para difundir, promover y defender diversas causas civiles, políticas, sociales y culturales muchas veces buscando un objetivo particular relacionado a las políticas o decisiones de las autoridades” (p. 11).

Aunque en este primer acercamiento se reconoce la amplitud de campos donde el activismo digital confluye, lo cierto es que sigue persistiendo la función instrumental sobre el pacto comunicación-tecnología. En años recientes, el activismo digital se ha repensado desde una visión que enfatiza la dimensión cultural y simbólica que se articula con la lógica de la red en red potenciada por la Internet (Olmedo Neri, 2022a; Reguillo, 2017; Rodríguez Cano, 2015).

Estas amplitudes y especificades del activismo digital apuntan a nuevas formas de participación de los miembros de un movimiento social y de irrupción en el ecosistema mediático, por lo que el activismo digital descentraliza a los medios de comunicación masiva en la esfera pública y recalibra el poder en sus diversas manifestaciones a través del ejercicio de la red que se crea, forma y transforma en el espacio digital. Se pretende mostrar que estos cambios teóricos-conceptuales van de la mano con el reconocimiento de la manifestación espacial y reflexiva del pacto comunicación-tecnología.

De manera inicial, el activismo digital se concibe como una forma contemporánea de presencia, acción y organización que los movimientos sociales utilizan de manera contingente y a veces (in) consciente durante la integración de las TIC e Internet en sus estrategias y estructuras; el activismo digital es una apuesta y propuesta de entender la sinergia intrínseca de la comunic-acción con el fin de evidenciar los procesos simbólicos de su apropiación, el sentido contrahegemónico de sus narrativas y las particularidades que posee

ante el activismo clásico.² Para dar mayor fundamentación a estos apuntes sobre el activismo digital y las formas en que se concreta el pacto comunicación-tecnología, se ha construido un estado del arte sobre la producción científico-social del activismo *desde y en* América Latina.

Método(s) y procedimiento(s)

El estado de arte es un ejercicio de la investigación documental, por lo que su coherencia epistemológica y los hallazgos que ofrece permiten mapear la situación de un campo temático, sus líneas de investigación, las estrategias metodológicas utilizadas, la profundidad analítica sobre los resultados obtenidos y las problematizaciones de las que se parten (Gómez Vargas *et al.*, 2015). En otras palabras, el estado del arte ofrece un panorama actual sobre lo que se está investigando de un fenómeno social.

La construcción de un estado de arte requiere de al menos cuatro delimitaciones: una de orden temática que precise sobre qué fenómeno social se va a recopilar información, otra de índole temporal, es decir el periodo de recolección de fuentes; una más de valor espacial, esto es, la cobertura del fenómeno estudiado (si se desea hacer sobre la producción científica de un país o región), y finalmente una de tipo selectiva que define cuáles serán los parámetros de búsqueda (revistas, base de datos, palabras clave, por ejemplo). La siguiente tabla muestra las decisiones metodológicas tomadas sobre dichos parámetros para este trabajo.

2 Se entiende por activismo clásico a las estrategias, percepciones y repertorios de acción que se visibilizan y analizan dentro de la visión sociológica sobre los movimientos sociales. Por ello, estos elementos se circunscriben a las demandas políticas que manifiestan los actores sociales ante y contra el Estado y los gobiernos.

Tabla 2

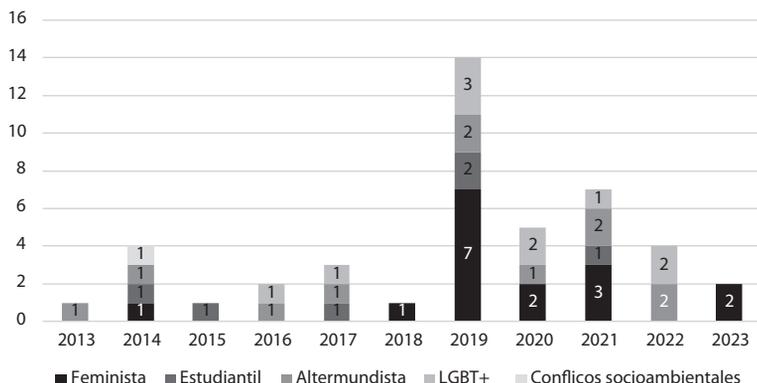
Acotaciones para la construcción del estado del arte

Delimitación	Decisión metodológica	Justificación
Temática	Activismo digital	La dimensión de activismo digital supone la integración entre los movimientos sociales, las TIC e Internet. Además de ello, la dimensión del activismo digital presupone una perspectiva comunicacional sobre dicho fenómeno social.
Temporal	De 2013 a 2023	La delimitación se justifica contextual y operativamente. De manera contextual este periodo muestra el fin de la Primera Árabe y la manifestación de diversos movimientos sociales en la región Latinoamérica como efervescencia al contexto global. De manera operativa, dado que el activismo digital es un concepto y objeto de estudio emergente, la amplitud del periodo permite tener mayores márgenes para recopilar recursos bibliográficos.
Espacial	Latinoamérica	Esta dimensión debe pensarse en dos campos específicos: el primero es que se toma la región de América Latina como lugar para la indagación empírica, por lo que se recuperan casos situados. Por otro lado, también se recurre a una fundamentación teórica, esto es el cómo se piensa desde esta región el activismo digital, por lo que se concretiza ese lugar epistemológico de enunciación.
Selectiva	Bases de datos: Google Scholar, y Scielo. Palabras clave: activismo digital, LGBT+, feminismo, jóvenes altermundismo, indígenas, América Latina	La decisión sobre las bases de datos seleccionadas responde a que tienen mayor presencia en la región. Aunque bien podría hacerse una delimitación a investigaciones publicadas en Scopus, por ejemplo, dicha opción sesgaría la recolección dado que hay barreras de tipo lingüísticas y resistencias ontológicas en difundir sus hallazgos en espacios que están pensados desde el Norte Global. Las palabras clave se combinaron para ampliar y mejorar la búsqueda en dichas bases de datos.

A partir de esto se construyó una muestra de 43 documentos; la mayoría de ellos refieren a artículos publicados en revistas regionales que abordan diferentes casos de movimientos sociales en la región. El siguiente gráfico sintetiza no solo el tipo de movimiento social que realiza un activismo digital, sino también el año de publicación de la investigación.

Gráfico 1

*Producción científica sobre activismo digital en América Latina (2013-2023)*³



De los 43 documentos 15 corresponden a estudios sobre el feminismo, 11 a las acciones colectivas de orden altermundista (indígena, artivismo, derechos digitales y el EZLN), diez al movimiento Lésbico, Gay, Bisexual, Trans (LGBT+), seis a los movimientos estudiantiles y uno relacionado a los conflictos socioambientales. De este panorama resulta importante destacar cómo el 2019 fue un punto de inflexión para un boom de estudios sobre el activismo digital; pero también cobra relevancia que los movimientos feministas, altermundistas y LGBT+ están teniendo un auge en la región debido a sus particularidades ontológicas y contextualmente situadas en América Latina.

Estrategias metodológicas utilizadas

A partir de la revisión de los documentos seleccionados, se observó que el estudio del activismo digital va de la mano con una creatividad metodológica. Esto significa que las estrategias metodológicas implementadas para observar e indagar empíricamente el proceso de incorporación y apropiación de las TIC e Internet por los

3 En el movimiento altermundista se han integrado el movimiento indigenista, el movimiento por los derechos digitales, el artivismo y el movimiento EZLN.

movimientos sociales transitan en un continuum que va de métodos convergentes hacia los métodos digitales y viceversa.

Los métodos e instrumentos convergentes refieren a aquellos paradigmas y herramientas de recopilación de información que tienen una larga trayectoria en las ciencias sociales, pero que con el despliegue del espacio digital y su preponderancia en la vida cotidiana han sufrido un proceso de traducción, es decir, que han tenido que ser re trabajados conceptual y epistemológicamente para mantener su vigencia y poder ser útiles para estudiar fenómenos que tienen una convergencia tecnológica-digital. El mejor ejemplo de este proceso es la etnografía digital; la necesidad de adaptar el método etnográfico y la observación participante —en Internet pasa a ser una observación flotante—, está intrínsecamente vinculada con la digitalización de la cultura y la consolidación de la cultura digital (Regil, 2020; Gómez Cruz, 2022).

Por su parte, los métodos digitales refieren expresamente a aquellos esfuerzos metadisciplinarios donde se hace una convergencia entre las ciencias sociales y las computacionales; los métodos digitales, siguiendo a Rogers (2018, 2023), son métodos cuyo origen y enfoque están anclados al espacio digital, es decir que nacen *en y para* entender lo que acontece en Internet desde la metacomunicación que allí se genera. El uso de métodos digitales en la región ha tenido un interés creciente y ello deriva no solo de la metacomunicación producida, sino que también responde al esfuerzo de los científicos sociales latinoamericanos por adentrarse al paradigma de los datos y la minería de estos para estudiar nuevos fenómenos situados en el amplio espectro de la cultura digital (García González, 2021; Regil, 2020; Rodríguez Cano, 2022; Sued, 2021).

En el caso del activismo digital, las estrategias metodológicas fluyen entre estos dos campos siempre respondiendo a la pregunta de investigación de la que parten y de los intereses de sus investigadores. Por ello, no existe una contradicción entre el uso mixto de métodos e instrumentos convergentes y digitales a la hora de estudiar el activis-

mo digital; esto más bien se resuelve por la creatividad metodológica para entender el espacio digital y problematizar la dimensión cultural, comunicativa o política del movimiento social en cuestión. La siguiente tabla muestra los recursos metodológicos que se han identificado en este estado del arte.

Tabla 3

Métodos convergentes y digitales en el activismo digital

Métodos	Instrumentos	Finalidad
Convergentes	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas semiestructuradas • Observación flotante • Entrevistas a profundidad • Análisis crítico del discurso 	Conocer la experiencia de activistas con Internet, así como las ventajas y desventajas que ellos perciben a través de su trabajo de incidencia en el espacio digital.
Digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Minería de datos • Análisis de redes sociales • Análisis visual de imágenes • Estudios del software 	Analizar la dimensión productora, difusora y simbólica de los usuarios-operadores, así como las capacidades que adquiere el sujeto en el espacio digital.

Paralelamente a la estrategia metodológica, una dimensión transversal presente en este corpus es el paradigma de la red (Olmedo Neri, 2021; Rovira, 2017; Reguillo, 2012, 2017). La noción de red puede operar como un recurso que dé coherencia epistemológica a una investigación o como una metáfora de inspiración analítica. Esto es una dimensión que poco se ha reconocido y que es parte de las lógicas de entender el activismo digital, ya que en todas las investigaciones se evidencia que la comunicación vertical y unidireccional que producían los medios de comunicación tradicionales se disloca ante la redistribución del poder enunciativo que da la Internet a sus usuarios-operadores. Dicho de otra manera, existe una tendencia por adoptar y adaptar el paradigma del Big Data y la red de manera crítica, reconociendo sus limitantes y sus acciones reticulares en la región latinoamericana.

En suma, la idea de red no solo lleva implícito una ruptura analítica sobre cómo estudiar la comunicación en sí, sino que de manera específica obliga a replantear su importancia en el estudio

de ciertos fenómenos sociales como lo son los movimientos sociales contemporáneos.

Finalmente se observa que la mayoría de los estudios parten de las experiencias de los sujetos *con, en y por* la tecnología, lo cual hace que los hallazgos sean heterogéneos, pero en todos ellos se manifiestan las particularidades empíricas que nacen de estos ensamblajes tecno-comunicativos. Es necesario dar atención a estas particularidades para confirmar su factibilidad empírica y analítica desde la perspectiva comunicacional.

Resultados

A partir de la revisión de los textos que conforman el universo de estudio, resulta importante destacar cómo el análisis del activismo digital desde una perspectiva comunicacional encuentra connotaciones empíricas sobre los ensamblajes tecno-comunicativos planteados por Sfez (1995).

Aunque heterogéneos en sus demandas, formas de organización y repertorios de acción, los movimientos sociales que se piensan y analizan desde la perspectiva comunicacional encuentran en la cultura y la vida cotidiana los problemas que motivan su estructuración política y social. Esta dimensión los enmarca en un primer momento bajo la teoría de los Nuevos Movimientos Sociales (Melucci, 2010; Touraine, 2005), sin embargo, los planteamientos limitados de dicho paradigma sobre el carácter comunicativo han promovido una serie de aproximaciones desde la perspectiva comunicacional para (re) dimensionar el papel que juegan las TIC, Internet y la cultura dentro y fuera de los movimientos sociales.

Si bien los movimientos feministas, LGBT+ y altermundista tienen una escala global potencial, lo cierto es que desde América Latina sus particularidades ontológicas permiten entender y comprender su creciente interés por ser analizados desde la perspectiva comunicacional. Es la vida cotidiana y sus estructuras sociales, culturales y

políticas lo que provoca que estos movimientos sociales tengan una sobrada relevancia para las ciencias sociales latinoamericanas. De hecho, quizás desde un aspecto netamente epistemológico, el estudio del activismo digital en América Latina ofrece hallazgos específicos a su realidad: tanto el activismo digital indígena como el movimiento por los derechos digitales se muestran como casos endémicos de Latinoamérica, esto es, productos de su condición sociohistórica y su ubicación periférica en el sistema-mundo (Maldonado Rivera *et al.*, 2022; Salazar, 2022; Segura, 2019).

Lo anterior no significa que los otros movimientos carezcan de una esencia regional, sino que la integración de las TIC e Internet en los repertorios de acción de los pueblos indígenas de la región y la lucha por exigir a los gobiernos el acceso a esos recursos para evitar reproducir las desigualdades sistémicas en Internet son situaciones características e intrínsecas a América Latina, por lo que su estudio es una aportación original, epistemológica y ontológica de esta región a las ciencias sociales.

Finalmente, lo encontrado aquí permite ver cómo poco a poco los ensamblajes tecno-comunicativos invitan a ampliar la mirada sobre cómo se manifiesta el pacto comunicación-tecnología (Sfez, 1995). A continuación, se muestran los hallazgos empíricos y las aproximaciones teóricas desde la región apuntan a este despliegue en los movimientos sociales latinoamericanos.

Utilizar la tecnología

Desde un punto de vista teórico, la mayoría de las problematizaciones teóricas sobre las TIC e Internet reconocen no solo la descentralización de los medios de comunicación, sino que paralelamente hay una redistribución del poder mediante la potencialidad productora y enunciativa de los sujetos con los ‘medios digitales’. Vizer (2019) indica que estos medios digitales permiten que “no seamos solamente consumidores, sino productores de relatos (productores, reproductores, procesadores, intérpretes y actores, todo al mismo tiempo)” (p. 35).

El solapamiento de estas funciones en el sujeto cuando este navega en Internet hace no solo que se reafirme su posición y subjetividad, sino que paralelamente se reconoce la descentralización de los medios de comunicación y los protagonistas dentro de un movimiento social.

Reguillo (2017) sigue una línea similar al mostrar que dentro de los movimientos sociales, las TIC e Internet cumplen diversas funciones, por lo que es posible y factible entender que estas herramientas constituyen por sí mismas repertorios de acción conectiva, es decir elementos que potencian las acciones de un movimiento social dentro y fuera de Internet; en este campo, la visión instrumental insiste en reconocer de qué manera la tecnología contribuye a incrementar la presencia del movimiento social en el espacio público y refuerza su identidad colectiva.

De los iniciales estudios que ubican al EZLN como el primer movimiento social latinoamericano que ocupa Internet para crear comunidades virtuales a los recientes estados del arte realizados en la región sobre este tema, se evidencia que la mayoría de los estudios que promueven esta visión instrumental tienen un carácter teórico sin una indagación empírica sustancial (Benítez-Eyzaguirre, 2019; García-González y Bailey, 2021; Rovira, 2017).

Ya de manera empírica, la revisión realizada por Lago Martínez *et al.* (2021) sobre diversos movimientos sociales permite visualizar no solo que la dimensión instrumental juega un papel central en los primeros acercamientos de los movimientos sociales y las TIC e Internet, sino que también posibilita diferenciar que dichos usos pueden acoplarse a las lógicas operativas, darles usos no pensados por los diseñadores de la interfaz y en casos excepcionales es posible que los propios movimientos sociales se hagan sus propias tecnologías. Esta pluralidad de fines evidencia el reconocimiento de los activistas sobre el uso de la tecnología, pero también en que ella en sí misma opera como un ente que puede ejercer un doble papel —positivo y negativo— para las acciones colectivas.

En el caso del movimiento feminista, LGBT+, altermundista y estudiantil de Latinoamérica las finalidades más comunes y reconocidas en las indagaciones empíricas se encuentra la creación de comunidades virtuales, la posibilidad de crear sus propios proyectos de comunicación contrahegemónica y en la posibilidad de posicionar y difundir sus narrativas en el espacio digital (Olmedo Neri, 2021; Maldonado Rivera *et al.*, 2022; Vargas, 2019).

En suma, las acciones que hace un movimiento social *con* la tecnología descansan en finalidades organizativas y de visibilidad en la opinión pública al poder gestionar sus propios proyectos de comunicación, así como posicionar sus demandas y narrativas en el espacio público.

Habitar la tecnología

Además de que las TIC e Internet solapan varias dimensiones sobre el sujeto, también es importante reconocer una característica fundamental: el sujeto adquiere la capacidad de habitar el espacio digital y los contenidos que allí circulan. Si con los medios de comunicación masivos las audiencias podían habitar los contenidos ya que en ellos se reflejaban ciertos elementos de su vida cotidiana, con las TIC y propiamente el espacio digital, el sujeto se convierte en un usuario-operador activo que crea y diseña un lugar desde donde contempla y ve el mundo (híbrido). Dicho de otra manera, las posibilidades tecno-operativas que ofrece Internet hace posible que las personas habiten el espacio digital, creen contenido, interactúen con otros y filtren los flujos de información a partir de sus intereses y necesidades; todo esto en conjunto le dan a Internet “un orden de escala y complejidad totalmente nuevo en el desarrollo de los procesos civilizatorios” (Vizer, 2018, p. 556). Concebir el espacio digital como un lugar donde es posible ser/estar permite entonces hacer un activismo *en* la tecnología, es decir, donde la finalidad en sí misma se amplía por la socialidad y la capacidad de los miembros de un movimiento social que se encuentran allí.

Desde los acercamientos de Sfez (1995), el hacer *en* la tecnología implica que las TIC e Internet están integradas en el contexto donde el sujeto se desarrolla, por lo que la distancia y la autonomía que posee una persona se reducen al mínimo; ya no es solo lo que el sujeto pueda hacer con la tecnología, sino lo que esta le permite hacer a partir de las posibilidades que ofrece su interfaz.

En los hallazgos se observa que las y los activistas empiezan no solo a reconocer la posibilidad de habitar Internet, sino que rápidamente la están considerando una acción crucial al tener que crear sus espacios seguros. Las activistas feministas entrevistadas por Binder (2019) perciben Internet como una lugar factible y necesario de ocupar tal como las calles o las plazas públicas para “impedir que sea un lugar más del que las mujeres sean excluidas y de tener presencia en un espacio público como acto de desafío a las relaciones de poder establecida” (p. 223); en el caso del movimiento LGBT+ habitar el espacio digital implica necesariamente hacerse de un lugar seguro, esto es, un sitio construido de manera individual/colectiva donde se perciba y ejerza la posibilidad de interactuar de manera plena sin el peso del estigma desplegado en sus entornos no digitales (Olmedo Neri, 2022c).

Además de ello, un lugar seguro no solo implica una materialidad espacial, sino que implica una reivindicación narrativa que parte del sujeto y que cuestiona los imaginarios sociales que dan soporte a los agravios que lo motivan a organizarse e (inter)actuar. En el movimiento indígena, la posibilidad de habitar los medios e Internet no solo reconfigura su forma de pensarse, sino también la forma en que son pensados en la esfera pública (Salazar, 2022); la dislocación que provoca su enunciación digital abona a su reconocimiento local, nacional y regional, contribuyendo a su integración con otros movimientos subalternos con los que comparten el peso de la opresión sistémica.

Considerar el espacio digital como un lugar factible de ser habitado es precisamente parte de lo que impulsa al movimiento por los derechos digitales en la región; la revisión que hace Segura (2019) sobre este movimiento regional es útil porque muestra cómo la necesidad

de que la gente no quede relegada a la colonización de Internet es una premisa que obliga a pensar las brechas digitales como factores que intervienen en ese proceso de vivir el espacio digital. El movimiento en favor de los derechos digitales irrumpe como una acción colectiva que en los países centrales no tiene cabida empírica; son las desigualdades producto de la ubicación sociohistórica de Latinoamérica lo que ofrece realidades específicas que requieren su atención, por lo que su estudio puede ofrecer respuestas a estos problemas de orden coyuntural para la región.

En suma, hacer activismo *en* la tecnología implica reconocerla como un lugar donde se replican sus luchas y desde donde es necesario hacerse de sus trincheras para librar la batalla simbólica sobre su presentación y representación en la sociedad. Habitar la tecnología y hacer activismo *en* ella obliga al sujeto a construir sus propios lugares y dotarlos de esa seguridad ontológica desde donde pueden ver y participar en el mundo híbrido contemporáneo. Este proceso de ocupar Internet está estrechamente ligado al reconocimiento como un lugar donde se gesta la socialidad, por lo que su conceptualización especial depende de la experiencia intermitente que tengan en Internet y fungirá como un catalizador o limitante para (re)pensar el 'espacio' digital y su utilidad.

Ser la tecnología

Cuando la distancia entre el sujeto y la tecnología se suprime, entonces ya no existe una diferenciación sino una encarnación. Esta manifestación del pacto comunicación-tecnología es la que más disrupciones genera porque supone dos cambios cruciales: por un lado, se da una reflexividad donde la tecnología adquiere una autonomía propia y una capacidad de enunciación como un otro que habla con el sujeto, y por otro lado se manifiesta que el sujeto asume la tecnología como un soporte donde es posible hacer una proyección de su ser, contribuyendo a una fusión con la tecnología y construyendo una dimensión digital de su ser/identidad (Hidalgo Toledo *et al.*, 2020;

Vizer y Carvalho, 2015). Sfez (1995) retoma la metáfora de Frankenstein como el ejemplo que muestra esta fusión: es un híbrido que no solo habla con su creador, sino que en términos específicos lo supera en algún sentido.

En el caso de los movimientos sociales contemporáneos, la posibilidad de que todos sus miembros puedan renovar su participación *por* la tecnología e Internet implica un desenfoque analítico en los actores sociales protagónicos y privilegiados desde la perspectiva sociológica: las organizaciones y los activistas. La relevancia que adquieren los integrantes de los movimientos sociales por la Internet es que la visibilidad de sus demandas y el alcance de estas ya no se da bajo los filtros que los medios de comunicación tradicionales hacían en su papel de intermediarios; por el contrario, con el espacio digital la encarnación de las demandas y en general todo es más transparente y accesible (Han, 2016).

En otras palabras, con las TIC e Internet se despliega un proceso de atomización del movimiento social y una consecuente personalización del activismo. Atomización del movimiento social y personalización del activismo son dos procesos indisolubles e indisolubles a las formas de actuar de las acciones colectivas contemporáneas. La atomización de un movimiento social implica reconocer que sus miembros son más que las organizaciones y los activistas que trabajan de manera permanente mediante la incidencia política y social para concretar sus agendas. Reconocer sus medios de comunicación como proyectos contrahegemónicos, a los aliados que se suman a sus demandas y a los miembros que no se reconocen como activistas pero que día a día hacen un activismo no clásico al enfrentar los estigmas y luchar desde su vida cotidiana contra los agravios es un ejercicio de visibilizar a los otros subalternos dentro de un movimiento social que carecían de —o no les interesaba tener— un protagonismo público (Olmedo Neri, 2022a).

Así, el reconocimiento ampliado de los miembros de un movimiento social y las posibilidades que estos adquieren con la tecnología

hace posible la personalización del activismo ya que la lucha y las demandas se encarnan y visibilizan desde el ser/estar en el mundo digital. Ya no se lucha por las demandas, sino que se encarnan a través de la visibilidad que el usuario-operador les da cuando reafirma su pertenencia a un movimiento social o cuando comparte los contenidos que producen sus otros miembros (Binder, 2019).

La personalización del activismo va de la mano con la politización de sus espacios digitales; los perfiles se vuelven ese frente desde donde se lucha y desde donde se expresa dicha lucha, por lo que compartir contenido alusivo a un movimiento social implica que tiene una afinidad experiencial con ellos. Esta personalización del activismo también permite recalibrar los impactos; desde los repertorios de acción conectiva la viralización de hashtags, la confluencia en webinars y la coproducción reticular de contenidos pensados por y para los miembros de un movimiento social se vuelven posibles a través del trabajo colaborativo, asincrónico, desterritorializado y descorporizado de estas nuevas formas de participación individual (Binder, 2019; Olmedo Neri, 2021; Reguillo, 2017; Rovira, 2017).

Los movimientos estudiantiles en América Latina ejemplifican mejor esta dimensión porque las posibilidades de existencia de sus integrantes hace que la dimensión subjetiva y sociohistórica sea un tema de conjunción y adhesión colectiva (Rodríguez, Peña y Sáez, 2014), no obstante con las TIC e Internet se da un proceso de colaboración reticular donde se construyen discursos simbólicos a partir de la creatividad con el fin de socializar el descontento mediante los tópicos comunes entre ellos y la sociedad (Vargas, 2019).

Finalmente, esta dimensión es la que menos se ha trabajado y sin embargo, es la que más presente se encuentra en la personalización del activismo digital contemporáneo, por lo que resulta importante observar de qué manera las posibilidades tecno-operativas que dan estas interfaces permiten el diálogo de movimientos sociales geográficamente separados, pero históricamente compartidos, por lo que las TIC e Internet “proporcionan herramientas y espacios para construir

dialógicamente un nuevo sentido de identidad y pertenencia, más allá de la participación en una comunidad o lugar de adscripción territorial” (Sierra Caballero, 2019, p. 197).

Conclusiones y discusión

Este trabajo parte de la inquietud por (re)pensar el activismo digital en y desde América Latina. El estado del arte construido ha contribuido a pensar y visibilizar otras formas en que se concretiza el pacto comunicación-tecnología; situar el pensamiento latinoamericano sobre la comunicación y su articulación con otros fenómenos sociales resulta enriquecedor a la hora de renovar las herramientas analíticas para abordar e interpretar la realidad actual situada.

En este sentido, lo encontrado en este trabajo muestra que las indagaciones empíricas hechas sobre el activismo digital en la región latinoamericana muestra indicios sobre lo que Sfez (1995) propuso para analizar las formas en que el pacto comunicación-tecnología adquiriría en la vida cotidiana; en el caso del activismo digital, es necesario reiterar que estas formas contemporáneas de participación dentro y fuera de un movimiento social no representa una contradicción con las formas clásicas de activismo. Lo que sí es necesario hacer es abordar este fenómeno social desde una perspectiva comunicacional que permite descifrar las articulaciones y los ensamblajes tecno-comunicativos que desarrollan los movimientos sociales contemporáneos.

De forma sugerente, la invitación a (re)pensar el activismo digital en y desde América Latina implica:

1. *Descentralizar la racionalidad y el carácter instrumental del uso de la tecnología e Internet.* Resulta más enriquecedor pensar el activismo digital como un proceso que tiene una profunda carga emocional y lógica subjetiva/reticular que le otorga un mayor despliegue en la vida cotidiana y que se instala en el denso campo de la comunicación y la cultura donde tiene su origen y núcleo.

2. *Desenfocar el fin político como única área de interés de los movimientos sociales contemporáneos.* Lo visto en este trabajo muestra que la dimensión política es importante, pero no es el único espacio donde las agendas cobran sentido; existe un carácter cultural y contrahegemónico que se vislumbra en la capacidad de encarnar el activismo a nivel subjetivo y aprovechar las facilidades que le otorga el espacio digital para posicionar su propia visión desde la experiencia.
3. *Reconocer el renovado papel que adquieren otros integrantes de un movimiento social.* Con las TIC e Internet los miembros que no tenían un protagonismo político o público se resignifican dentro de los repertorios de acción clásica y conectiva; se siguen reconociendo a los activistas y a las organizaciones que realizan trabajo de incidencia, pero a la vez su impacto mediático y alcance en la opinión pública está condicionado a la difusión que realicen los otros integrantes de dicho movimiento. En otras palabras, son los otros subalternos quienes desde sus perfiles incrementan el alcance de las demandas y la visibilidad en el espacio público, por lo que resulta factible problematizar cuáles son los efectos de este posicionamiento digital dentro de sus entornos y vínculos no digitales.
4. *El carácter simbólico y narrativo en el activismo digital se vuelve un campo de batalla estratégico.* Con el activismo digital la disputa simbólica adquiere un nuevo peso y significado; dismantelar las narrativas que reproducen los agravios que oprimen a los movimientos sociales en la vida cotidiana muestra el campo de la cultura y la comunicación como lugares de lucha donde sus narrativas contrahegemónicas son estrategias y fundamentales.

A partir de lo anterior es posible mencionar que el activismo digital es una forma contemporánea para enunciar y analizar las actuales y variadas formas de participación política, cultural, simbólica, social y comunicativa de las personas integrantes y aliadas de un movimiento

social. Estas dimensiones van de la mano con las formas en que el pacto comunicación-tecnología se materializa cuando un movimiento social integra las TIC e Internet a sus estructuras y lógicas de acción.

La siguiente tabla propone una articulación entre el activismo digital y los movimientos sociales, a partir de lo visto en este trabajo.

Tabla 4

Activismo digital y formas de la comunicación-tecnología

Preposición	Función tecnocomunicativa	Dimensiones dentro del movimiento social	Caracterización
Con la tecnología	Instrumental	Informativo	Como una herramienta de variados costos para difundir y legitimar sus demandas en la sociedad e incrementar el número de simpatizantes en ella.
		Comunicación interna	Como un canal para la comunicación entre sus integrantes con el objetivo de producir y reproducir su identidad colectiva, así como mantener la cohesión para su perduración a lo largo del tiempo.
En la tecnología	Espacio/ Medio	Organizativo	Coordinar trabajos de incidencia de forma reticular, atemporal, desterritorializada y descorporizada, lo que permite una acción al instante y ofrece una articulación regional y subnacional con otros movimientos sociales.
		Campo de disputa simbólica	Las TIC e Internet se vuelven lugares proclives de ser habitados; su apropiación vuelve estos lugares como campos de disputa simbólica donde sus demandas y narrativas se difunden y entran en conflicto con otros discursos que circulan en la sociedad hiperconectada.
Por la tecnología	Proyección del self y reflexividad ontológica	Lugar de enunciación	Los perfiles de los usuarios se vuelven lugares de enunciación que tienen un potencial político; no solo se accede a la información de los movimientos sociales, sino que se vuelve una trinchera desde donde el sujeto crea y difunde su visión sobre el movimiento social y los agravios contra los que luchan. La lucha colectiva se lleva al plano individual y digital, haciendo que el sujeto encarne el movimiento social.

Futuras investigaciones podrían continuar con el desarrollo teórico-analítico de estas formas de pensar los ensamblajes tecno-comunicativos, así como reconocer en sus indagaciones empíricas las maneras en que la comunicación y la tecnología operan dentro de los movimientos sociales de la región.

Finalmente, esta propuesta reflexiva muestra la transdisciplinariedad de la perspectiva comunicacional para entender fenómenos particulares desde su dimensión tecnológica y comunicativa, por lo que su empleo no solo es enriquecedor, sino necesario en el siglo de la comunicación.

Referencias bibliográficas

- Azuela, M. y Tapia Álvarez, M. (2013). *Construyendo ciudadanía desde el activismo digital*. Alternativas y Capacidades. <https://bit.ly/3ub3qrr>
- Benítez-Eyzaguirre, L. (2019). Ciberfeminismo y apropiación tecnológica en América Latina. *Virtualis*, 10(18), 1-15.
- Binder, I. (2019). Identidad y agencia colectiva del movimiento ciberfeminista en América Latina. El caso de ciberfeministaslatam. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, (5), 210-233.
- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a Field. *Communication Theory*, (2), 119-161.
- García González, L. A. (2021). Métodos en línea para el estudio de movimientos sociales a partir de entrevistas, observación no participante y análisis de comentarios de los usuarios. En D. Flores-Márquez y R. González Reyes (coords.), *La imaginación metodológica. Coordenadas, rutas y apuestas para el estudio de la cultura digital* (pp. 173-202). Tintable.
- García-González, L. A. y Bailey, O. (2021). 20 años de estudio sobre medios de movimientos sociales, internet y redes socio-digitales en América Latina. *Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad*, 38(81), 9-42.
- Giménez, G. (2011). Comunicación, cultura e identidad: Reflexiones epistemológicas. *Cultura y Representaciones Sociales*, 6(11), 109-132.
- Gómez Cruz, E. (2022). *Tecnologías vitales. Pensar las culturas digitales desde Latinoamérica*. Universidad Panamericana.
- Gómez Vargas, M., Galeano Higueta, C. y Jaramillo Muñoz, D. A. (2015). El estado del arte: una metodología de investigación. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 423-442.

- Han, B. C. (2016). *En el enjambre*. Herder.
- Hidalgo Toledo, J. A.; Rodrigues da Cunha, M. y Barredo Ibáñez, D. (2020). Desafíos de la investigación sobre la cultura digital en América Latina. Encuadres para un debate epistemológico. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 19(34), 183-204.
- Karam, T. (2022). Perspectivas en diálogo para la comunicología latinoamericana. Chasqui. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (150), 129-144.
- Lago Martínez, S. Gendler, M. y Méndez, A. (2021). Movimientos sociales, apropiación de tecnologías digitales y transformaciones en los procesos de acción colectiva. En F. Sierra Caballero, S. Leetoy y T. Gravante (coords.), *Democracia inconclusa: Movimientos sociales, esfera pública y redes digitales* (pp. 101-124), CEIICH.
- Maldonado Rivera, C., Alister Sanhueza, C. y Witting González, F. (2022). Tecnopolítica Mapuche: rasgos y tipos de activismo digital. *Revista Izquierdas*, 51, 1-21.
- Melucci, A. (2010). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El Colegio de México.
- Miège, B. (2015). *El pensamiento comunicacional*. Universidad Iberoamericana.
- Millaleo, S. y Cárcamo, P. (2014). *Mediaciones del sistema política frente al activismo digital*. Fundación Democracia y Desarrollo.
- Olmado Neri, R. A. (2021). Cartografías conectivas: un acercamiento a la construcción de redes sociodigitales del movimiento LGBT+. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (147), 123-142. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i147.4456>
- Olmado Neri, R. A. (2022a). #ElOrgulloPermanece ante la pandemia. Usuarios, redes y contenido LGBT+ mexicanos en Twitter. *Comunicación y Sociedad*, 1-22. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8130>
- Olmado Neri, R. A. (2022b). Activismo digital. Apuntes teórico-conceptuales para una revisión. *Mediaciones*, 18(29), 204-219. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.18.29.2022.204-219>
- Olmado Neri, R. A. (2022c). Medios LGBT+ en internet: experiencias de comunicación e información en México. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales*, 31(62), 41-59. <https://doi.org/10.20983/noesis.2022.2.3>
- Regil, L. (2020). *Cultura digital. Paradojas y metáforas para participar en su construcción*. SEP-UPN.
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos*. ITESO.
- Rodríguez Cano, C. A. (2015). Articulación y contrapoder. Los protagonistas del activismo digital en México (2009-2014). En R. Winocur, y

- J. Sánchez (coords.), *Redes sociodigitales en México* (pp. 81-114). CONACULTA-FCE.
- Rodríguez Cano, C. A. (2022). *Hipermétodos. Repertorios de la investigación social en entorno digitales*. UAM-Unidad Cuajimalpa.
- Rodríguez, R., Peña, P. y Sáez, C. (2014). Crisis y cambio social en Chile (2010-2013): el lugar de los medios de los movimientos sociales y de los activistas digitales. *Anagramas*, 12(24), 71-94.
- Rodriguez-Suárez, J., Morán-Neches, L. y Herrero-Olaizola, J. B. (2021). Investigación en red, nuevos lenguajes y simbologías del activismo digital: Una revisión sistemática. *Comunicar*, 29(68), 47-58. <https://doi.org/10.3916/C68-2021-04>
- Rogers, R. (2018). Digital methods for across-platform analysis. En J. Burgess, A. Marwick, y T. Poell (eds.), *The HANDBOOK of Social Media* (pp. 91-110). SAGE Publications.
- Rogers, R. (2023). *Métodos digitales*. ITESO.
- Rovira, G. (2012). Movimientos sociales y comunicación: la red como paradigma. *Análisi*, (45), 91-104.
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era de Internet*. UAM-Icaria.
- Salazar, J. F. (2022). Activismo indígena en América Latina: estrategias para una construcción cultural de las tecnologías de información y comunicación. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 8(2), 61-80. <https://doi.org/10.1080/13260219.2002.10431783>
- Segura, M. S. (2019). Activismo por los derechos digitales en América Latina. Pensar globalmente, actuar localmente. *Persona y Sociedad*, 33(2), 198-228. <https://doi.org/10.53689/pys.v33i2.279>
- Sfez, L. (1995). *Crítica de la comunicación*. Amorrortu.
- Sierra Caballero, F. (2019). Movimientos urbanos y comunicación transformadora. Elementos de análisis del nuevo activismo digital. *Perspectiva de la Comunicación*, 12(2), 195-219.
- Sued, G. (2021). Métodos digitales para estudiar la cultura y la vida digital: fotografías mexicanas en Instagram. En D. Flores-Márquez, y R. González Reyes (coords.), *La imaginación metodológica. Coordinadas, rutas y apuestas para el estudio de la cultura digital* (pp. 59-90). Tintable.
- Tilly, C. y Wood, L. (2009). *Los movimientos sociales 1768-2008: Desde sus orígenes a Facebook*. Crítica.
- Torrico Villanueva, E. R. (2019). La comunicación desde los enfoques latinoamericanos. *Comunicación* (41), 11-21. <https://orcid.org/0000-0003-1237-9241>

- Touraine, A. (2005). *Un nuevo paradigma para comprender el de hoy*. Paidós.
- Vargas, Y. (2019). Memes como Activismo digital: El Caso de la Huelga de la Universidad de Puerto Rico del 2017. *DeSignis*, 30, 195-207.
- Vidales González, C. (2017). De la comunicación como campo a la comunicación como concepto transdisciplinar: historia, teoría y objetos de conocimiento. *Comunicación y Sociedad* (30), 45-69. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i30.6840>
- Vizer, E. (2018). Notas para una ontología de la comunicación II: sobre las “Materialidades de la comunicación”. *Palabras Clave*, 21(2), 553-592
- Vizer, E. (2019). La mediatización del zeigeist. Imaginarios en pantalla. *In Mediaciones de la Comunicación*, 14(2), 25-41. <https://doi.org/10.18861/ic.2019.14.2.2912>
- Vizer, E. y Carvalho, H. (2015). Metáforas de identidad: del ‘mundo interior’ a las identidades virtuales. *Intexto*, (34), 467-491. <https://doi.org/10.19132/1807-8583201534>

Potencialidades del método de control sintético en los estudios de comunicación: explorando el consumo de noticias en Brasil

Roberto Sánchez-Montoya
Universidad Politécnica Salesiana
rsanchezm@ups.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6903-6886>

Nina Aguiar Mariño
Universidad Politécnica Salesiana
naguiar@ups.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2668-3124>

Narcisa Medranda Morales
Universidad Politécnica Salesiana
nmedranda@ups.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-8191-9849>

Introducción

En este capítulo se explora cómo el método del control sintético podría aplicarse en la investigación de la comunicación exponiendo breves ejemplos. Además, se aplica un estudio de caso sobre la confianza de las noticias en Brasil. Con ello se explica cómo se puede obtener importantes resultados utilizando métodos e instrumentos comparativos de evaluación, los cuales tienen un amplio respaldo principalmente en la ciencia política y la economía, dentro del campo de los estudios sociales.

En América Latina, en el campo de la comunicación social, tradicionalmente se ha priorizado investigaciones con enfoque cualitativo o mixtos. Sin embargo, en los últimos años se ha buscado la posibilidad de adaptar nuevos métodos y técnicas que permitan

abordar diferentes tipos de estudios. La incorporación de nuevas herramientas no busca desplazar a los métodos ya establecidos, que tienen gran importancia en las ciencias sociales. En cambio, explorará nuevas posibilidades para abordar temas u objetos de estudio desde otras perspectivas metodológicas.

En este contexto, este trabajo resalta la posibilidad de profundizar en el método de control sintético para los estudios de comunicación, porque presenta grandes potencialidades para realizar evaluaciones de políticas públicas de comunicación o de proyectos de comunicación. En los siguientes párrafos se explicarán algunos antecedentes sobre el origen del método en las ciencias sociales, su aplicación práctica y su potencial uso en el campo de la comunicación.

Evaluación, comparación y control

Al comparar diferencias y similitudes de ciertas decisiones políticas o intervenciones sociales, es posible encontrar y argumentar causalidades que serían difíciles de establecer mediante el estudio de un solo caso aislado. Cuando se trata de evaluar la efectividad de una política pública específica, es esencial comparar sus efectos con otros lugares donde no se ha implementado esa política, o donde se ha implementado, pero con resultados diferentes (Quistorff, 2016). Al hacerlo, se determina si los resultados son generalizables o si hay factores contextuales específicos que los afectan. El comparar una unidad de tratamiento con un conjunto de unidades de control, permite identificar el impacto causal de la política o programa en cuestión (Sánchez Montoya, 2022).

El problema al realizar comparaciones con contrafactuales es que no siempre se encuentran casos similares que analizar comparativamente. Para Abadie (2014), los estudios de casos comparados buscan estimar los efectos en unidades agregadas, como ciudades, regiones o países. Sin embargo, una desventaja de estos estudios es la ambigüedad en la selección del grupo de control. Para abordar este tipo de problema propone el método de control sintético, que consiste

en seleccionar una combinación de unidades no tratadas que mejor se aproximen a las características de la unidad tratada. El método de control sintético se basa en la observación de que una combinación de unidades no tratadas frecuentemente proporciona una mejor aproximación que cualquier unidad individual. Este enfoque tiene importantes implicaciones para la inferencia estadística en estudios de casos comparados y puede ayudar a abordar el problema de la selección del grupo de control.

Explorando controles sintéticos

Aunque el objetivo principal de este estudio no es realizar un estado del arte de esta perspectiva de investigación, es importante indagar sobre trabajos que utilicen el método de control sintético y que podrían ser referentes para el campo de la comunicación. Identificar la existencia de objetos de estudio abordados con el método de control sintético, permite conocer la frecuencia de uso de este método y explora por qué es crucial evaluar un caso de estudio utilizando el método de control sintético. Además, será relevante conocer por qué trabajar con este método en las ciencias sociales y en el campo de la comunicación, en específico, puede ofrecer nuevas posibilidades de abordar objetos de estudio desde una perspectiva diferente. Algunos de los siguientes resultados han sido obtenidos mediante revisión en plataformas como Scopus y Google Académico. Al revisar la literatura existente, se han priorizado investigaciones de las ciencias sociales, como la política y economía, donde es comúnmente utilizado el método de control sintético. A continuación, se detallan algunas de las más relevantes.

Un primer antecedente emblemático del método de control sintético que se ha venido trabajando con especial énfasis en estudios de ciencias políticas, desde comienzos del siglo XXI, es el trabajo de Alberto Abadie. En el estudio "The Economic Costs of Conflict: A Case Study of the Basque Country", Abadie y Gardeazabal (2003) investigan los efectos económicos de los conflictos políticos, utilizando el terrorismo en el País Vasco como caso de estudio. Para construir una región de control

sintética que se asemeje al País Vasco antes del estallido del terrorismo a finales de la década de 1960, utiliza una combinación de otras regiones españolas. Según el análisis, el PIB per cápita en el País Vasco disminuyó aproximadamente un 10 % en comparación con la región de control sintética tras el inicio del terrorismo. En cuanto a los efectos económicos del conflicto terrorista vasco en otras regiones españolas y las limitaciones de la metodología de control sintético utilizada en el estudio, el autor argumenta que, aunque el conflicto puede haber tenido efectos negativos sobre otras regiones españolas, el impacto económico es probablemente más débil que el efecto en el País Vasco. También reconoce que la metodología de control sintético no es perfecta y que las diferencias en el declive industrial entre el País Vasco y el control sintético no pueden explicar completamente la brecha del PIB observada durante los años ochenta y noventa. Sin embargo, la asociación entre la brecha del PIB y la intensidad de la actividad terrorista apoya la interpretación de que el terrorismo causó la brecha, y no el declive industrial (Abadie, 2003).

Además, Abadie (2003) utiliza la tregua de 1998-1999 como un experimento natural para estimar los efectos del conflicto, encontrando que las acciones de las empresas con una parte significativa de sus negocios en el País Vasco tuvieron un rendimiento relativo positivo cuando la tregua se hizo creíble, y un rendimiento relativo negativo al final del alto al fuego. Para comprobar los efectos de una tregua en el conflicto terrorista vasco sobre la economía vasca. El desafío era que no tenía una forma obvia de clasificar las acciones como vascas o no vascas, ya que las direcciones registradas no implicaban necesariamente una presencia significativa en la zona. Para resolver este problema, recogieron los rendimientos diarios de las acciones en 1998, 1999 y 2000 y construyeron dos carteras de compra y mantenimiento, una compuesta por 14 acciones vascas y la otra por 59 acciones no vascas. En conclusión, el estudio posibilita una vía natural para validar o refutar los resultados dados por los estudios sobre los efectos del conflicto político en las variables económicas. Aunque el método tiene limitaciones, fue una herramienta útil para estimar los efectos del terrorismo en la economía.

También a modo de ejemplo, se comparó sintéticamente los costos de la reunificación alemana, en términos de PIB per cápita. Para ello, se construyó un control sintético escogiendo a cinco países miembros de la OECD que tenían características similares a Alemania Occidental antes de la reunificación (Abadie, 2014). El estudio comparativo con control sintético permitió apreciar que PIB por habitante de Alemania no tuvo el mismo crecimiento que el promedio de los países similares después de la reunificación.

Otro de los estudios relevantes liderado por Abadie (2012) se enfocó en comparar los efectos de la ley californiana de control de tabaco con un grupo de estados norteamericanos que aún no habían implementado medidas antitabaco. Este trabajo demostró los efectos positivos de la aplicación de dichas normas en California a finales de los años 80. Las restricciones que se implementaron inicialmente en California redujeron de forma significativa la venta de tabaco en comparación con el promedio de otros estados donde no hubo medidas antitabaco.

Ben Barr *et al.* (2022) consideran el método de control sintético como una herramienta para evaluar experimentos naturales en salud poblacional cuando los ensayos aleatorios no son viables. Por ejemplo, los autores comparan los resultados de una intervención en una población específica con una población de control sintética creada artificialmente que no experimenta la intervención, pero que tiene características similares a la población de intervención. Los autores sugieren que, durante las emergencias de salud pública, como la pandemia de covid-19, es necesario tomar decisiones rápidas basadas en pruebas imperfectas. El método de control sintético es una herramienta útil para evaluar experimentos naturales en situaciones como el impacto de las restricciones escalonadas, la eficacia de las actividades de divulgación de la vacunación y el primer proyecto piloto mundial de pruebas rápidas de antígenos voluntarias, masivas y asintomáticas (Barr *et al.*, 2022).

Rosado-Anastacio (2018), también realiza un estudio utilizando el método de control sintético para analizar la efectividad del Protocolo

de Kioto en la reducción de emisiones de CO₂, CH₄ y N₂O en España. De la estimación sobre el efecto del Protocolo de Kioto en España, los hallazgos indican que no hubo una reducción significativa en las emisiones de los gases estudiados después de la implementación del Protocolo de Kioto. No obstante, la evaluación del PK prevé una serie de complicaciones que pueden afectar los resultados según el enfoque econométrico que se utilice. Los resultados resaltan la importancia de abordar una serie de desafíos empíricos al estimar el efecto de las políticas ambientales internacionales en general, y el Protocolo de Kioto en particular.

Sin embargo, también hay sesgos potenciales que podrían perjudicar la interpretación causal, como los efectos de anticipación de la intervención y la contaminación del grupo de control. Para medir la incertidumbre de los efectos de la intervención, se suelen construir intervalos de confianza utilizando permutaciones de placebo. En general, el método de control sintético es más adecuado para evaluar intervenciones a nivel de población utilizando un panel de datos agregados a través de unidades similares y requiere datos continuos y secuenciales en puntos temporales consistentes y regulares, con fluctuaciones aleatorias limitadas a lo largo del tiempo.

Algunos casos de aplicación en América Latina

En comparación con Estados Unidos, u otros países de habla inglesa, el uso del método de control sintético en las investigaciones es menor en América Latina. Empero, existen algunos estudios en diferentes campos de las ciencias sociales en esta región, demostrando su utilidad y sugiriendo su aplicación en otros ámbitos de investigación.

María Laura Lanzalot (s/f), llevó a cabo un estudio sobre la Ley de Educación de la Provincia de Córdoba, que establece la obligatoriedad educativa de las mujeres desde los cuatro años hasta la finalización de la educación secundaria. Aunque el objetivo principal de la ley no era aumentar la participación laboral femenina, la aplicación del método de control sintético permitió investigar el posible impacto de esta

política en la inserción laboral de las mujeres. La autora utilizó datos de la Encuesta Permanente de Hogares de Argentina (EPH), publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), con el objetivo de realizar una inferencia causal para políticas que afectan a grandes grupos de población. El estudio se centró en los obstáculos que enfrentan las mujeres para ingresar al mercado laboral debido a su papel como cuidadoras, lo que a menudo se atribuye a su género o a la creencia de que los hombres son los proveedores. Por lo tanto, una política efectiva para redistribuir las tareas de cuidado debería incluir la provisión de servicios educativos de calidad para todos los miembros de la sociedad, lo que no solo mejoraría la calidad de vida de los niños, sino que también facilitaría la participación de las mujeres en el mercado laboral y mejoraría los estándares de atención. Sin embargo, las estimaciones del estudio no lograron obtener resultados significativos en cuanto al efecto entre la cobertura de jardines de infantes a nivel nacional versus la participación de las mujeres en el mercado laboral.

Otro estudio sugestivo es el realizado por Burgoa Terceros y Herrera Jiménez (2017), analiza el impacto de la política de restricción a las exportaciones de carne bovina establecida en Bolivia en 2008 debido a los efectos adversos del fenómeno climático “La Niña” en la oferta doméstica del producto alimenticio. Para realizar la estimación, los autores utilizaron el método de control sintético con un panel de datos conformado por 128 países entre 1995 y 2013, con información macroeconómica, comercial, de infraestructura y mediterraneidad. Los resultados indican que la política comercial restrictiva de Bolivia no logró su objetivo de reabastecer paulatinamente el mercado doméstico de carne bovina. De hecho, la política de restricción a la exportación desalentó a los productores ganaderos, ralentizando la recuperación de su actividad productiva posterior a los eventos climáticos adversos que motivaron su implementación. Además, los autores del estudio concluyen que el gobierno debe explorar otras estrategias para garantizar la seguridad alimentaria en situaciones de crisis climática, ya que la política restrictiva adoptada en 2008 no logró los resultados esperados

en términos de la oferta de carne bovina en el mercado interno y, además, podría haber retrasado la recuperación de la actividad ganadera en Bolivia, lo que afecta la seguridad alimentaria. Cabe destacar que este estudio amplía el horizonte temporal de evaluación y considera factores como los índices de infraestructura y mediterraneidad, relevantes para el caso de Bolivia.

Asimismo, cabe mencionar el estudio de Paul Andrés Rodríguez Lesmes (2020) sobre el uso del método de control sintético para estimar los efectos de la regulación del precio de la pregabalina en Colombia, en 2014, a través del canal comercial. Esta investigación se enfoca en la regulación de precios de medicamentos en países desarrollados e ingresos medios y examina el impacto específico de la regulación de precios de la pregabalina en Colombia. Se encontraron efectos significativos en la competencia interna del mercado de la pregabalina, donde los precios de los medicamentos de marca se reducen más que los genéricos, ya que, los medicamentos regulados pierden cuota de mercado. Además, el artículo examina el debate sobre el uso de mecanismos de control de precios en el sector de la salud y los posibles efectos en la innovación y la competencia del mercado farmacéutico. A diferencia de otros estudios, este trabajo se enfoca en el impacto de la regulación de precios en países latinoamericanos, lo que aporta información valiosa sobre la efectividad de estas políticas en contextos distintos.

En el análisis de Sergio Armando Corredor Camargo (2020), sobre la incidencia de políticas de seguridad y orden público en Colombia de 2003 a 2017, utiliza el indicador riesgo país EMBI como medida y la metodología de control sintético. El estudio se enfoca en la negociación y puesta en marcha de los acuerdos de paz de La Habana con el grupo guerrillero FARC-EP y tiene como objetivo determinar si las políticas de paz implementadas durante este período tuvieron un impacto positivo en el indicador de riesgo país de Colombia. Los resultados muestran una incidencia positiva de la política de paz en el indicador EMBI durante 2012 a 2014, lo que sugiere un impacto económico y financiero positivo.

El estudio se basa en información económica, financiera y social de Colombia y otros países del pool de donantes.

El estudio de Salguero Galdeano (2015) examina el efecto del programa Pueblos Mágicos implementado en México en bienestar de la población, medido a través del índice de rezago social absoluto. Utilizando el método de control sintético, se construye la unidad de control sintética como el promedio ponderado de las localidades que conforman el grupo de control, el cual se asemeja a las características relevantes del Pueblo Mágico promedio antes del inicio del programa. Los resultados muestran que, para el promedio de Pueblos Mágicos nombrados de 2001 a 2006, el programa no ha tenido un efecto significativo en la reducción del rezago social.

Finalmente, el estudio elaborado por Andrade *et al.* (2021) analizan un conjunto de políticas de seguridad ciudadana que fue implementado entre el 2007 y 2014 sobre la tasa de homicidios en Ecuador; este conjunto de políticas incluyó, principalmente, un incremento considerable de estrategias de control y castigo contra el delito combinado con estrategias de prevención situational. Este estudio evalúa el impacto que tuvieron estas medidas sobre la tasa de homicidios por 100 000 habitantes mediante el uso del método de control sintético (MCS). Se argumenta que la combinación de estrategias punitivas y de prevención evidenció una importante reducción en la tasa de homicidios por 100 000 habitantes entre 2011 y 2016, representando alrededor de 11 743 homicidios menos. El efecto de reducción va de 5.86 a 17.33 puntos al año, con un máximo de 17.33 puntos en 2015. Este resultado se debió a la acumulación del efecto de las políticas, las cuales permanecieron vigentes luego de su implementación.

¿Control sintético en temas de comunicación?

A continuación se presentan algunas posibilidades tentativas para el desarrollo de temáticas para la investigación en comunicación utilizando el método de control sintético. La aplicación puede ser muy amplia y variada. Por ejemplo, se puede llevar a cabo un estu-

dio para comparar el comportamiento de consumidores expuestos a anuncios publicitarios o propagandísticos de televisión, en un lugar específico, con aquellos que no fueron expuestos y que residen en territorios diferentes al grupo que se busca estudiar. Los investigadores podrían utilizar el método de control sintético para asegurarse de que las diferencias en el comportamiento no se deban a otras variables, sino exclusivamente a los efectos de la publicidad o propaganda. Esto permitiría explorar el comportamiento del consumidor con relación a las técnicas publicitarias o propagandísticas utilizadas.

Redes sociales e imagen

Un tema que podría analizarse con el método de control sintético en comunicación social es la influencia de las redes sociales en la construcción de la imagen corporativa de las empresas. Para ello, se podría seleccionar un grupo de empresas que hacen uso activo de las redes sociales para promocionar su imagen corporativa (grupo de tratamiento) y otro grupo de empresas que no hacen uso de las redes sociales para este fin (grupo de control). Los subindicadores para medir podrían incluir la cantidad de seguidores en las redes sociales, la frecuencia y calidad de las publicaciones, la interacción con los usuarios y la percepción de la imagen corporativa de la empresa. Este análisis podría ser relevante para conocer en qué medida las redes sociales influyen en la imagen corporativa de las empresas y cómo las empresas pueden mejorar su presencia en las redes sociales para mejorar su imagen.

Elección de una carrera de comunicación

Para analizar las preferencias de los estudiantes en elegir una universidad para estudiar comunicación en Ecuador por sus mallas de trabajo, se podría aplicar el método de control sintético de la siguiente manera. En primer lugar, se procede a una selección de grupos de control y tratamiento. Se podría seleccionar un grupo de estudiantes que eligieron una universidad con base en la malla curricular (grupo de tratamiento) y otro grupo de estudiantes que eligieron

una universidad por otras razones (grupo de control). Es importante que ambos grupos sean comparables en términos de características socioeconómicas y académicas. Posteriormente, deberán identificarse los subindicadores que se utilizarán para medir las preferencias de los estudiantes en cuanto a las mallas curriculares de las universidades. Algunos ejemplos de subindicadores podrían incluir la cantidad y calidad de los cursos específicos de comunicación que se ofrecen en la malla, la cantidad de cursos electivos y la inclusión de prácticas profesionales en la malla, estos indicadores se deberían normalizar y ponderar para construir el control sintéticos correspondiente a cada grupo. Finalmente, deberán compararse los indicadores sintéticos contruidos para evaluar la influencia de las mallas curriculares en la elección de la universidad por parte de los estudiantes. Si se observan diferencias significativas entre los grupos de control y tratamiento, se puede concluir que la malla curricular es un factor importante en la elección de la universidad para estudiar comunicación en Ecuador.

Machismo en series

Para analizar la presencia del machismo en series de Netflix con el método de control sintético, se podría seleccionar un grupo de series de Netflix que han sido criticadas por su contenido machista (grupo de tratamiento) y otro grupo de series que no han sido criticadas por este motivo (grupo de control). Por ejemplo, se podría medir la presencia de estereotipos de género, el rol de las mujeres en la trama, la presencia de violencia de género, entre otros. Posteriormente, se comparan los resultados obtenidos en cada grupo para determinar si la presencia del machismo en las series de Netflix es significativamente mayor en el grupo de tratamiento que en el grupo de control. Este análisis podría ser útil para determinar la magnitud del problema del machismo en las series de Netflix, así como para identificar las series específicas que presentan mayores niveles de machismo y las características que contribuyen a su presencia en la trama. Con esta información, se podrían tomar medidas para abordar este problema y promover una cultura más igualitaria en la industria del entretenimiento.

Mujeres en el periodismo

Para analizar la presencia y representación de las mujeres en el periodismo en Ecuador con el método de control sintético, se podría seleccionar un grupo de medios de comunicación en Ecuador que tengan una importante presencia en el mercado y que aborden una amplia gama de temas (grupo de tratamiento) y otro grupo de medios que tengan menor presencia y alcance (grupo de control). En estos grupos se podría medir el porcentaje de mujeres que trabajan en medios de comunicación, el porcentaje de noticias y reportajes escritos o producidos por mujeres, el tono y la calidad de la cobertura de temas relacionados con las mujeres, entre otros. Los resultados obtenidos en cada grupo para determinar si la presencia y representación de las mujeres en el periodismo es significativamente mayor en el grupo de tratamiento que en el grupo de control. Identificando los patrones y características específicas que contribuyen a su presencia. Este análisis podría ser útil para determinar el nivel de presencia y representación de las mujeres en el periodismo en Ecuador, así como para identificar los medios específicos que presentan mayores niveles de presencia y representación y las características que contribuyen a su presencia en la trama. Con esta información, se podrían tomar medidas para abordar las desigualdades de género en el periodismo y promover una cultura más igualitaria en la industria de los medios de comunicación en Ecuador.

Después de haber presentado algunas posibilidades tentativas, se desarrolla un caso de estudio utilizando el método de control sintético en el campo de la comunicación, como un ejemplo de su aplicación en esta área. Aunque su uso puede ser más común en algunas áreas de la comunicación que en otras, en general, es una herramienta valiosa que permite a los investigadores medir la causalidad entre variables independientes y dependientes.

Metodología

En las últimas dos décadas se ha ido consolidando una tendencia importante de estudios políticos históricos comparativos que, desde

una perspectiva institucional, evalúan logros y dificultades de diferentes intervenciones sociales. Como se ha detallado previamente una forma de hacerlo es mediante el método de control sintético, el cual profundiza la evaluación y la comparación de impactos de una unidad frente a otra creada artificialmente y que sirve de unidad control.

A pesar de ello, en el campo de la comunicación esta metodología y herramientas han sido poco desarrollados. El método de control sintético se puede aplicar en diferentes áreas de la comunicación, como en publicidad, marketing, relaciones públicas y periodismo, entre otras. Por ejemplo, en la comunicación organizacional se puede utilizar para medir la efectividad de diferentes mensajes publicitarios, en marketing para medir la influencia de diferentes estrategias en el comportamiento del consumidor, y en relaciones públicas para medir la eficacia de diferentes mensajes en la opinión pública.

Para entender cómo aplicar el método de control sintético en investigaciones de comunicación, proponemos una serie de consideraciones para aquellos trabajos que requieren esta metodología. En cualquier investigación que utilice el método de control sintético, es fundamental identificar las variables que se quieren estudiar, y definir las variables independientes como las dependientes. Después, se debe seleccionar un grupo de control que sea similar al grupo de estudio en todas las características relevantes, excepto en las variables independientes que se desean analizar. Para todo ello, se requiere además acceso a series históricas de datos con información de varios años antes y después de la intervención o política que se pretende evaluar. Los indicadores deben ser perfectamente cuantificables y debe existir data previa y posterior al momento que se busca estudiar.

Una vez identificadas las variables a investigar, se procede a medir las variables independientes y dependientes en ambos grupos, el grupo de estudio y el grupo de control, para poder comparar los resultados. Es importante que los datos de ambos grupos sean interpretados para determinar la causalidad entre las variables independientes y dependientes.

Por último, se deben interpretar los resultados obtenidos y determinar si existe una relación causal entre las variables independientes y dependientes. De esta manera, se puede aplicar el método de control sintético en investigaciones de comunicación que busquen la rigurosidad en sus objetos de estudio, especialmente aquellas que requieren de enfoques cuantitativos para sus análisis.

En la construcción de indicadores sintéticos, se utilizan proyecciones lineales que generan medidas ponderadas de indicadores simples. La metodología utilizada para normalizar los subindicadores que los componen varía, pero todas parten de la base de que las unidades de medida de los subindicadores deben ser las mismas. La metodología más extendida y aplicada en investigaciones es la ponderación. La ponderación y agregación se realiza en niveles sucesivos, de modo que se ponderan y agregan una serie de variables para construir los subindicadores relativos a una determinada dimensión y, posteriormente, se agregan estos para construir el indicador sintético.

El método de control sintético es un procedimiento que tiene como técnica a la estadística, la misma que es utilizada para evaluar el impacto en estudios de casos comparativos. Este procedimiento implica crear una combinación ponderada de grupos que sirven como controles para ser comparados con el grupo de tratamiento. En el proceso de formar estos grupos de control sintético, se asignan ponderaciones a las áreas de control potencial con el fin de optimizar los niveles previos a la intervención en la variable de resultado.

Método en caso de estudio brasileño

En nuestro caso concreto se utilizará datos publicados por el informe “Digital News Report” realizado por el Instituto Reuters para el Estudio del Periodismo (Reuters, 2022). Esta organización, en la última década, viene publicando resultados de encuestas realizadas en varios del mundo sobre el consumo de información periodística tanto en medio tradicionales como en nuevas tecnologías. Estos datos son comparables entre países y permite tener un panorama sobre la evolución anual del consumo informativo a nivel global, regional y nacional.

La intención central es observar si ocurrieron cambios durante y luego de la pandemia sobre la percepción de los ciudadanos de países sudamericanos sobre los flujos informativos. Es decir, se pretende revisar el impacto de pandemia, como un antes y después, sobre la confianza en la circulación de información. Para ello, el estudio se concentrará en un conjunto de países sobre los que existe información entre 2018 y 2022. Es decir, se tiene registro de dos años previos a la pandemia (2018 y 2019), los dos años de pandemia (2020 y 2021) y datos dl 2022 cuando la mayoría de los países del mundo levantaron la mayoría de las restricciones. Los países sobre los que se dispone de datos, en el periodo señalado, son Brasil, México, Argentina y Chile.

Las encuestas para el “Digital News Report” se realizan entre finales de enero y comienzos de febrero de cada año. Los cuestionarios son aplicados vía online, a través de la plataforma YouGov, una de las firmas pioneras en desarrollo de estudios por Internet. Las muestras se realizan por cuotas para alcanzar la representatividad de la población de cada país, respetando cuotas de género, edad y región, entre otras variables. Las muestras por lo general son ligeramente superiores a las 2000 personas por país.

En el caso de los países de América Latina no aparecen con observaciones relevantes en la recolección de la data como ocurre con algunos países de África o Asia. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos los resultados deben ser pensados como representativos de la población con acceso a Internet, antes que en la población en general. En el caso de los países nor-occidentales de Europa donde la penetración de Internet es superior al 95 % las diferencias con la población nacional son mínima, pero en caso de países con menor penetración de la red las diferencias serían más significativas.

Los autores remarcan que, si bien en las encuestas no probabilistas no es posible calcular el margen de error, una diferencia de 2 puntos porcentuales (+/-) no debería considerarse como significativa. Es decir, que una diferencia de hasta 4 pp podría ser considerada como un empate estadístico.

Este estudio mantiene la siguiente hipótesis inicial: la infodemia en Brasil reforzó la confianza sobre los medios de comunicación tradicionales, mientras que se deterioró el consumo de información por redes sociales. Para validar esta hipótesis se debe confirmar una mayor confianza sobre los medios tradicionales que en el año anterior de la pandemia y un deterioro en el consumo de información por redes sociales e internet. Asimismo, para comprobar que la situación de Brasil fue más marcada que en otros países se tiene que comparar que lo ocurrido en Brasil no fue igual en otras partes de Latinoamérica en específico. Entonces, si bien se pueden hacer comparaciones de Brasil con el promedio mundial o con otros países puntuales, resulta muy complejo comparar un promedio general internacional. Asimismo, también sería complicado escoger un solo país para contrastar los resultados de Brasil. Por esas razones, resulta más preciso comparar la situación de Brasil con un conjunto de países latinoamericanos que en promedio disponen de datos similares y además comparten algunos aspectos sociales cercanos a Brasil. Es decir, resulta mejor construir un control sintético para comparar mejor los resultados de Brasil. El conjunto de países con que servirán de control de Brasil son el promedio de México, Argentina y Chile. A comienzos de 2022, en el caso de estos países, Brasil tuvo una penetración de Internet del 75 %, mientras que el promedio simple de México, Chile y Argentina es de 83 %, aunque si se realiza una ponderación tomando en cuenta el peso poblacional el porcentaje es más cercano al brasileño. Entonces, en la siguiente sección se presentarán resultados de Brasil, comparados con un promedio de los mencionados países latinoamericanos con los que se hará un control sintético.

Resultados

A continuación, se mostrará el procesamiento de la información como se planteó en la hipótesis. En primer lugar, se realizó una comparativa de la percepción de confianza en la información que circula en Brasil frente al control sintético. Posteriormente, se verificó

si el consumo de medios tradicionales mejoró frente el consumo de información en redes sociales.

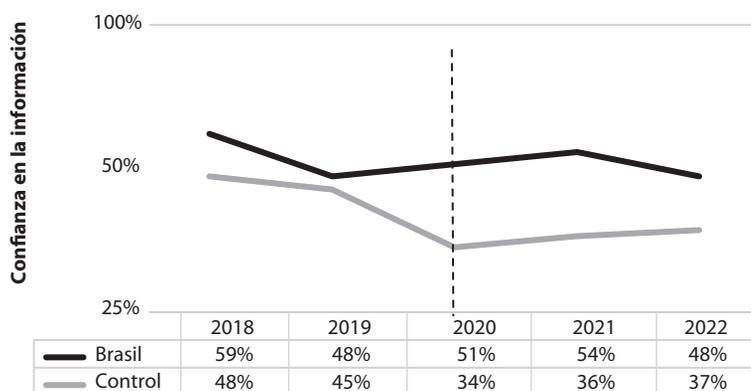
En el estudio “Digital News Report” la pregunta sobre la confianza general en las noticias se plantea en términos de toda la información que circula en el país, sin distinguir el tipo de medio de comunicación y sin considerar los medios más consumidos por el encuestado. Sin embargo, esta información brinda un panorama general sobre la confianza en la circulación de noticias de un país.

Se observa en el gráfico 1 una disminución en la confianza tanto en la información proveniente de Brasil como en el control sintético, durante el período comprendido entre 2018 y 2019. Si bien en 2018 los brasileños tienen más confianza que el conjunto sintético, para el año 2019 la situación se asemeja notablemente, con niveles de confianza general en la información oscilando entre el 45 % y el 48 %. Sin embargo, los datos tienen una importante divergencia en el 2020, inicio de la pandemia. Precisamente a inicios de febrero de 2020 se decretaron una serie de restricciones en varios países y comenzaba a surgir una serie de dudas y rumores sobre el coronavirus. En ese contexto en Brasil se produce un ligero incremento en la confianza por la información pasando de 48 % a 51 %, que podría ser interpretada como la necesidad de más información. Sin embargo, en el control sintético se reduce la confianza en la información circulante del 45 % al 34 %. Al año siguiente, a comienzos de 2021, en Brasil continuó el aumento en la confianza general por las noticias al pasar del 51 % al 54 %. Mientras que en el control sintético la confianza en la información se mantuvo baja con 36 %. Finalmente, para el 2022, Brasil regresó a niveles similares que el 2019, año prepandemia, retrocediendo al 48 % en confianza sobre la información. Una especie de vuelta a la normalidad. Toda esta situación nos invita a pensar que los medios brasileños, durante el tiempo de pandemia, habrían respondido con cierta efectividad la demanda de más información porque pasaron de registrar una confianza del 48 % en 2019 a 54 % en 2021. Sin embargo, ocurrió lo contrario en la calidad informática de los países que forman

parte del control sintético. Lo que ayuda a remarcar la hipótesis de mejor calidad informativa en Brasil.

Gráfico 1

Confianza en información de Brasil y control sintético 2018-2022

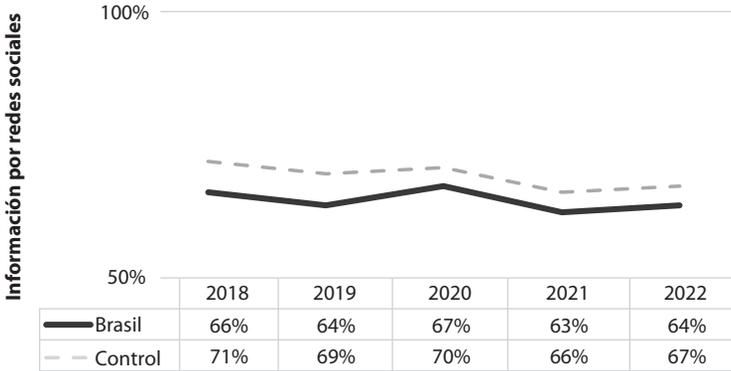


Nota. Porcentajes en escala logarítmica. Información del Digital News Report 2022.

Una vez que se ha comprobado un comportamiento atípico en la confianza sobre la circulación de información en Brasil en comparación con el conjunto de países que conforman el control se examinó si ese aumento en la confianza tiene relación con el consumo de noticias por Internet y/o de medios tradicionales. En el gráfico 2 se examinaron los datos correspondientes al consumo de información online. Uno de los primeros hallazgos es que Brasil consume menos noticias online en comparación con los resultados del promedio del control sintético. El menor consumo de noticias online podría ser un argumento para reforzar la mayor credibilidad que le da el público brasileño a la confianza en sus medios de comunicación tradicionales. Sin embargo, no existen grandes fluctuaciones en el periodo de años revisados que inviten a pensar cambios radicales o comportamientos atípicos antes, durante o después de la pandemia.

Gráfico 2

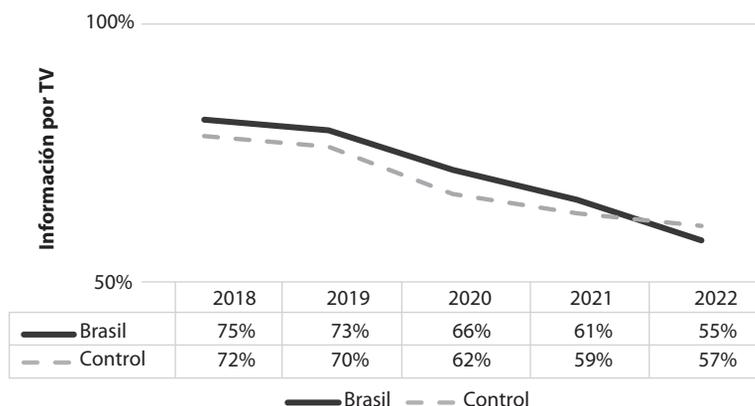
Información online en Brasil y control sintético 2018-2022



Nota. Porcentajes en escala logarítmica. Información del Digital News Report 2022.

Una situación parecida a la evolución del consumo de noticias online se aprecia cuando se compara el consumo de información por televisión, que en este caso representa al medio tradicional con mayor audiencia, con la salvedad que en este caso posee un mayor consumo de noticias por TV que el control. Tampoco se presentan grandes fluctuaciones durante los años previos y después de la pandemia, con excepción de 2022, el último año de la serie en que el consumo de información por televisión de Brasil cae de forma significativa en comparación con los resultados de 2021. Pero si nos centramos en los años 2020 y 2021, época de pandemia, Brasil tiene preferencia por la televisión que los países que conforman el control sintético.

Aunque es necesario examinar otras variables para proporcionar una explicación más detallada sobre el aumento de la confianza en las noticias en Brasil durante los años de la pandemia, los datos analizados muestran que, en promedio, los brasileños consumieron ligeramente más televisión entre 2020 y 2021, considerada un medio tradicional. Además, su consumo de noticias a través de Internet, un espacio principal para la circulación de *fake-news*, fue menor que el de control sintético.

Gráfico 3*Información por TV en Brasil y control sintético 2018-2022*

Nota. Porcentajes en escala logarítmica. Información del Digital News Report 2022.

Estas dos observaciones podrían ser parcialmente responsables de que los brasileños estuvieran más expuestos a noticias con un enfoque más profesional que aquellos en el grupo de control sintético. Este factor posiblemente contribuyó al incremento de la confianza en la información, especialmente durante períodos de incertidumbre.

Conclusiones

Vale recalcar que, en el caso del estudio brasileño, los resultados mostrados tienen como fin principal aplicar la metodología de control sintético para el análisis de un tema vinculado a los estudios de comunicación con fines pedagógicos. Por ello, es necesario subrayar que los resultados presentados son preliminares y no determinantes. Aunque los datos analizados son reales se necesita profundizar el análisis de más información para desarrollar conclusiones más precisas sobre el tema estudiado.

Como se ha buscado resaltar, a lo largo de este capítulo, los estudios de comunicación tienen un gran potencial para la aplica-

ción de métodos de control o de evaluación, entre ellos el de control sintético. Sin embargo, existe una escasa literatura de estas prácticas en los estudios latinoamericanos de comunicación.

Si bien no existe una región específica que aplique el método de control sintético en comunicación de manera predominante, es cierto que hay países y regiones donde la investigación en comunicación cuenta con mayores recursos para llevar a cabo estudios con métodos cuantitativos sofisticados, como el método de control sintético. Aunque también se debe considerar que es más factible el uso de este método en los países con mayor acceso a series de datos públicos de libre acceso para la investigación en comunicación.

Esta perspectiva de investigación, centrada en la evaluación de resultados de intervenciones sociales o políticas, resulta bastante cercana al principio del falsacionismo de Popper, que sostiene que, si alguien demuestra la aplicación de una nueva teoría para dilucidar una hipótesis de manera más efectiva, entonces la teoría anterior debe ser descartada después de ser refutada por una serie de contraejemplos claros y precisos. En ese sentido, el trabajo sugiere profundizar el análisis de resultados de forma comparativa para obtener mejores interpretaciones de los datos.

Referencias bibliográficas

- Abadie, A. (2014). *La evaluación de políticas públicas mediante controles sintéticos*. John F. Kennedy School of Government. Harvard University. BC3, Bilbao
- Abadie, A. y Gardeazabal, J. (2003). The economic costs of conflict: a case study of the basque country. *The American Economic Review*, 93(1), 113-132.
- Abadie, A., Diamond, A. y Hainmueller, J. (2010). Synthetic Control Methods for Comparative Case Studies: Estimating the Effect of California's Tobacco Control Program, *Journal of the American Statistical Association*, 105(490), 493-505. <https://stanford.io/3RPF1o>. Association, 105:490, 493-505, DOI: 10.1198/jasa.2009.ap08746
- Andrade De Santiago, E.A., Ponce, J. y Cevallos, D.P. (2021). Evaluación del impacto de políticas de seguridad ejercidas entre 2007 y 2014 so-

- bre la tasa de homicidios en Ecuador Método de Control Sintético (McS). *Gestión y Política Pública*, 30(2), 101-131.
- Barr, B., Zhang, X., Green, M. y Buchan, I. (2022). A blueprint for synthetic control methodology: a causal inference tool for evaluating natural experiments in population health. *BMJ*, 379, o2712. <https://doi.org/10.1136/bmj.o2712>
- Burgoa Terceros, R. y Herrera Jiménez, A. (2017). Análisis de control sintético al impacto doméstico de la restricción a la exportación de carne en Bolivia. *Revista Latinoamericana de Desarrollo Económico*, (27), 77-100. <https://bit.ly/3u9rP0t>
- Corredor Camargo, S. (2020). *Análisis de incidencia de políticas de seguridad y orden público empleando el indicador riesgo país Colombia 2003-2017*. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires. Escuela de Estudios de Posgrado.
- Lanzalot, M. L. (s/f). Ley de Educación y participación laboral femenina: un enfoque de control sintético. Trabajo realizado en el marco del proyecto “Promoviendo la participación laboral y el empoderamiento económico de las mujeres en América Latina” del CEDLAS-UNLP en colaboración con CIEDUR, y con el apoyo del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC) de Canadá.
- Quistorff, B. (2016). El paquete synth_runner: utilidades para automatizar la estimación con control sintético. *Impacto. IADB*. <https://bit.ly/3FVjZKE>
- Reuters (2022). Digital News Report 2022.
- Rodríguez Lesmes, P. A. (2020). *Uso del control sintético para estimar los efectos de la regulación del precio de la pregabalina en el 2014, en el canal comercial*. Facultad de Economía. Maestría en Economía de la Políticas Públicas. Universidad del Rosario.
- Rosado-Anastacio, J. (2018). Using the synthetic control method to analyze the effectiveness of the Kyoto Protocol to reduce CO₂, CH₄ and N₂O emissions in Spain. Escuela Superior Politécnica del Litoral (Espol), Ecuador. *Revista de Economía del Rosario*, 21(2), 341-379. Universidad del Rosario.
- Salguero Galdeano, A. (2015). *La magia de los pueblos mágicos: Una aproximación a través del método de control sintético*. [Trabajo de investigación para obtener el grado de Maestro en Economía]. <https://bit.ly/3QDKBVj>
- Sánchez Montoya, R. (2022). *Minería, institucionalidad y desarrollo humano en Moquegua: ¿Bendición de los recursos naturales en Perú?* [Tesis de doctorado Estudios Latinoamericanos]. UASB.

De la triada cognoscente al cuadro lógico. Propuesta metodológica de investigación en comunicación

Natalia Angulo Moncayo
Universidad Central del Ecuador
naangulo@uce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-9293-1448>

Milena Almeida Mariño
Universidad Central del Ecuador
mpalmeida@uce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-9219-4614>

Introducción

La comunicación en clave inter y transdisciplinar. Las disputas

Supongamos que decido estudiar un barrio de la ciudad. Podría comenzar consultando un libro de estadísticas locales ... para ver qué clase de gente vive ahí. Entonces después de haber reunido unos pocos datos preliminares acerca del barrio que pretendo estudiar, “sé”, por ejemplo, en qué clase de casas vive la gente; casi puedo ver como si se tratara de una fotografía, el césped recién cortado. (Becker, 2009, p. 30)

Este trabajo epistemológico-metodológico busca contribuir con elementos sobre una discusión que ha ido tomando fuerza en los últimos 20 años, a partir de los debates intensos y las tensiones no resueltas entre comunicación y la cultura. Específicamente, interesa revisar el contexto y los sentidos en disputa ¿es la comunicación una disciplina cuyos fenómenos pueden investigarse con instrumentos propios? ¿los eventos comunicacionales, en tanto actos humanos, pue-

den estudiarse sin el vínculo con otras disciplinas como la historia, la antropología, la sociología, e incluso con campos del saber diferentes al de las Ciencias Sociales?

Frente a estas preguntas, este trabajo plantea la posibilidad de ver a la comunicación por fuera de la tradición y, sobre todo, a la investigación de la comunicación como un espacio de posibilidades, más que de restricciones. El purismo epistemológico sobre la comunicación no necesariamente brinda posibilidades de mirar globalmente un fenómeno que en muchas ocasiones incluso se ha servido de los marcos teóricos y técnicas de las artes (no desde la museística tradicional), sino de las artes como expresiones vivas que están insertas en las prácticas socioculturales-comunicacionales. Se considera además que la flexibilidad y las variaciones que supone estudiar fenómenos complejos, vinculados a actividad comunicativa requiere de decisiones metodológicas que van tomando prestados instrumentos de la amplitud de opciones de la investigación social.

Independientemente de las posturas encontradas, epistemológicamente diferenciadas, sobre los estudios de comunicación que van desde la manipulación (de medios) al consumo ciudadano (como receptáculo reflexivo), “la cultura en plural” ha consagrado la idea de una meta-disciplina con los prefijos “inter” o “trans” que le confieren identidad al campo de la comunicación. (Lingeri, 2013, p. 1)

Para Eduardo Vizer (2006) “todas las sociedades humanas han creado... creencias e ideologías que permitieran generar distanciamiento con la realidad y los problemas más cotidianos, y el acceso a verdades, valores y certezas últimas o eternas, a seguridades ontológicas o a verdades trascendentales” (p. 33). De ahí que en las universidades, sobre todo, se reviven debates que tienen que ver con la predominio de las tradiciones epistemológicas y los estudios pioneros como posibilidades herméticas de abordar los problemas y usos de la comunicación, pero que incluso entonces tenían una fuerte base de psicología conductista y lingüística, demostrando así que la comunicación siempre se apoyó en otros campos de análisis para aproximarse

a los problemas de estudio, para plantear las estrategias metodológicas y para el procesamiento de datos.

Actualmente, desde estas posiciones más deterministas se desconoce o se minimiza el aporte de otras disciplinas que posibilitan problematizar la comunicación remitiéndonos a prácticas culturales que fundamentalmente aportan a la comprensión de los fenómenos desde una perspectiva más amplia del tejido social. Siguiendo con Diego Lingueri “las lógicas de producción de conocimientos inter y transdisciplinarias necesitan de una apertura que rompa con los bordes institucionales de las disciplinas” (2013, p. 6). Este estudio sostiene que comprender los marcos culturales es fundamental para una comprensión integral de la comunicación y la información.

El problema surge, especialmente, cuando la defensa irrestricta se basa en el hecho de que, en el campo de la comunicación, es necesario observar posibilidades únicas de investigaciones y por ende esto implica el abandono de proyectos que son capaces de ver el carácter multidimensional de los fenómenos como por ejemplo la comunicación y ciudad, la sociabilidad y la interactividad a partir del uso de tecnologías, “el cuerpo postorgánico” (Sibilia, 2013), la comunicación con perspectiva de género, la comunicación vinculada a la movilidad humana, solo por mencionar algunos temas de preocupación actual. Además, las cartografías metodológicas de la investigación a partir exclusivamente de la comunicación difícilmente podrían sostenerse por sí mismos; ni aun pensando en los estudios de medios, porque aun cuando fuera el caso, dichos estudios tradicionalmente se apoyan en estrategias metodológicas basadas en la investigación social y no exclusivamente en tradiciones epistemológicas relacionadas a las teorías de la información.

Otra cuestión importante tiene que ver con la complejidad de los fenómenos. Para Sandra Massoni (2007) “se entiende a la comunicación como momento relacionante de la diversidad sociocultural” (p. 113) y desde esa perspectiva pensar en lo complejo tiene que ver con la capacidad de mirar problemáticas poniendo en diálogo a la co-

municación con otros campos de estudio que aportan valor al análisis del contexto y la coyuntura.

Plantear el debate sobre la transdisciplinariedad implica entrar, no en una discusión eminentemente pragmática sobre la investigación de la comunicación, sino romper con estructuras de pensamiento validadas históricamente en la academia donde se establecen fronteras muy claras entre los campos de saber. Esto significa que las distintas disciplinas abordan temas de estudio que conectan con paradigmas claramente delimitados y delimitadores. Lógicamente, esto es válido dependiendo del abordaje teórico, el método aplicado y las técnicas de recolección de datos acorde a cada área de conocimiento; sin embargo, nuestra apuesta va en el sentido opuesto y defiende la transdisciplinariedad, como un espacio de potencialidades.

Esto quiere decir que lo inter y transdisciplinar se plantean como respuestas a la multicausalidad de los fenómenos y la diversidad sociocultural a la que se refería anteriormente Massoni (2007), desde una lógica que va más allá de lo exclusivamente disciplinar. En el ámbito de la comunicación es necesario hacerle lugar a esta postura que, como venimos señalando obedece a intensos debates desde hace varias décadas, pero que se van recuperando desde la validez de distintos enfoques sobre un problema de investigación, frente al que es prioritario identificar lo común compartido desde cada experticia o campo del saber.

Las carreras de comunicación siguen enfrentándose a un problema singular y es el hecho de que, desde la visión únicamente disciplinar se demanda un tratamiento de los temas de investigación apegados concretamente al campo de estudio y ello representa una encrucijada para quienes, a la hora de investigar, se enfrentan con sistemas cada vez más complejos, la multicausalidad del problema de estudio y la correlación de los factores que hacen parte de la comprensión de temas que, siendo comunicacionales, no podrían explicarse ni procesarse solamente desde ese territorio. Intencionalmente se habla de lo común, porque las investigaciones inter y trans implican precisamente pensar

en espacios de reflexión basados en aquellos puntos de convergencia abandonando las fisuras y las delimitaciones objetuales y problemáticas.

A continuación, se presenta una propuesta de diseño metodológico que vincula los estudios sobre comunicación y ciudad que, en muchos, casos requieren de una mirada más amplia sobre los fenómenos que nos interpelan como investigadoras y que provienen de estudios doctorales previos como autoras, sobre ciudad-espacio-social (Duch, 2015) y aquellas prácticas comunicativas cuya transformación se aceleró en un contexto de profundo capitalismo cibernético (Angulo, 2022) que modificó la experiencia de habitabilidad durante la primera etapa de la pandemia y el confinamiento que dejó notables efectos negativos (Cerbino *et al.*, 2023) en ámbitos de salud mental y sociabilidad (CEPAL, 2022).

Metodología

Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa. Un ejemplo desde la práctica de la investigación interdisciplinar

A partir de este momento se propone el diseño articulado y coherente de los componentes principales de la investigación: construcción del problema de estudio, teoría y preguntas de investigación a partir de dos instrumentos didácticos que permitirá reconocer al objeto, al sujeto de investigación y referente alter. A este ejercicio se le denomina *triada cognoscente y*, posteriormente, una vez identificada la problemática central de la investigación, se realizará un segundo ejercicio, que es la construcción del cuadro lógico de investigación que permite pensar en un proceso ordenado de interoperabilidad de variables. En ese orden de ideas planteamos trabajar con un tema que vincula la comunicación y la habitabilidad; y las transformaciones sustanciales en las prácticas comunicativas de docentes de universidad, durante el confinamiento 2020-2021.

Dentro de las ciencias sociales los estudios se pueden conducir con diseños estructurados o con diseños flexibles. El objetivo de este capítulo será presentar algunas características de la investigación y su tratamiento desde el diseño flexible en la investigación cualitativa, que contará con los aportes de Joseph Maxwell (1996); Irene Vasilachis (2006); Valencia (2019) y Donna Haraway (1995). Por tal razón, el ejercicio que se expone se caracteriza en la construcción reflexiva del problema, desde su etapa inicial, hasta el desarrollo de preguntas y objetivos.

Bajo este condicionante, el criterio de construcción metodológica se basa en el diseño de Maxwell (1996, pp. 1-2), que es una investigación no lineal, integrativa e independiente, cuya aplicación mantiene la flexibilidad de ser modificada o ajustada de acuerdo con las necesidades de estudio. Por último, es reflexiva, ya que permite la reflexión en cada parte del proceso del diseño. En segundo lugar, se propone la construcción de una episteme del sujeto conocido, que de acuerdo con Vasilachis, permite comprender el sentido de la acción social en el contexto del mundo de la vida y desde la perspectiva de los participantes (p. 43); y el tercer aspecto, es la postura crítica del conocimiento que desarrolla Haraway, que desde la epistemología feminista o desde el punto de vista feminista, se propone hablar de los objetos de estudio poniendo en evidencia el lugar desde el cual se parte, ya que, independientemente del tipo de método utilizado, ningún conocimiento está desligado de su contexto ni de la subjetividad de quién lo emite.

Un primer paso metodológico será seleccionar un encuadre teórico lo suficientemente sólido que permita abordar los conceptos de estudio que, en este caso son ciudad, comunicación, confinamiento y habitabilidad. Esto tiene que ver con la argumentación teórica para relacionar categorías, pero también para establecer un posicionamiento de quienes investigamos el tema en relación con el contexto y los hitos del estudio.

En segundo lugar, es importante realizar una aproximación a las personas que, conforme a sus experiencias de vida y en sintonía con el tema de investigación, nos permitirán entender esta relación entre

sujeto conocido-sujeto cognoscente. Para efectos de este ejemplo serán docentes de universidades de distintos países, que se seleccionaron acorde a criterios muestrales generales, en función de los campos del saber de la comunicación, la sociología, la geografía y la arquitectura.

Para realizar este acercamiento nos apoyamos en el encuadre teórico y contextual y se elaboró un guion de preguntas de partida para las y los docentes, preguntas que se aplicaron a través de varias técnicas de investigación que nos posibilitaron someter a revisión las premisas iniciales y las preguntas generales del estudio. Todo esto se verá a continuación paso a paso.

La construcción del encuadre teórico

La ciudad como temática de estudio desde la comunicación: construir, habitar, desear

Desde la fenomenología de Edmund Husserl, se analiza la situación de la *Vivienda enferma: usos de los espacios sociales en tiempos de covid*, para ello se plantea un diálogo con Martin Heidegger (1994) y Jurgen Habermas (2010), con quienes nos adentraremos en la conceptualización del “mundo de la vida”, posteriormente se analizará “el habitar” desde el quehacer antropológico, qué permite relacionar el hacer con el convivir, en un intento por comprender los diversos niveles de la vida social; y en vinculación con esto último la dimensión comunicacional desde la interacción humana en esa convivencia y en la construcción de vínculos y relaciones entre personas (Rizzo, 2006, p. 2), pero también en el sistema de representaciones sobre la enfermedad física y la enfermedad social.

El enfoque fenomenológico sugiere mirar la perspectiva del sujeto frente al suceso. Siguiendo a Husserl (1998), la explicación de los aspectos más complejos de la vida humana, de aquello que se encuentra más allá de lo cuantificable. Según el autor, es un paradigma que pretende explicar la naturaleza de las cosas, la esencia y la veracidad de los fenómenos (Husserl, 1998).

El objetivo que persigue este análisis es la comprensión de la experiencia vivida en su complejidad; esta comprensión, a su vez, busca la toma de conciencia y los significados en torno del fenómeno. Para llevar a cabo una investigación bajo este enfoque, es indispensable conocer la concepción y los principios de la fenomenología, así como el método para abordar un campo de estudio y los mecanismos para la búsqueda de significados. Conocer las vivencias por medio de los relatos, las historias y las anécdotas es fundamental porque permite comprender la naturaleza de la dinámica del contexto e incluso transformarla.

Señala Miguel García-Baró sobre Husserl:

Lo sorprendente de la experiencia de las cosas del mundo —de las cosas elementales del mundo, mejor dicho- es que podría estar reclamando nuestra atención e interesándonos por un tiempo indefinidamente largo, porque de muy pocas o quizá de ninguna logramos la experiencia adecuada, que la meta a la que instintivamente -o por lo menos sin pensarlo de entrada- se dirigía este cuerpo vivo que es parte de mí mismo- o hasta lo rudimentario de mí mismo—. (García-Baró, 2015, p.30)

Desde la aproximación fenomenológica de Husserl, se da paso a la comprensión del mundo (el mundo-vida). El mundo de la vida remite a las vivencias cotidianas, a lo inmediatamente dado, y por tanto es arreflexivo. Es el mundo de las vivencias de la experiencia, de entorno subjetivo, de lo que da por sentado o supuesto. Para Habermas (2010) desde la teoría de la comunicación, desarrolla una comprensión de cómo el mundo de la vida se observa en cuanto a horizontes en el que los agentes comunicativos se mueven. Así el autor señala:

El concepto del mundo de la vida lo introduce [...], desde la perspectiva de una investigación reconstructiva. Constituye un concepto complementario al de la acción comunicativa. Este análisis en términos de pragmática formal, lo mismo que el análisis fenomenológico del mundo de la vida que hace el último Husserl, o el análisis de la forma de vida que hace (aunque no con intención sistemática) hace el último Wittgenstein, tiene por objeto aprehender estructuras que frente a las acuñaciones históricas del mundo de la vida y las formas de la vida se presentan como invariantes. (Habermas, 2010, p. 596)

A partir de lo expuesto por Habermas y Husserl, bien cabe señalar el siguiente problema de investigación ¿Cómo fue la habitabilidad, donde se vinculan lo cultural-comunicativo, en tiempos de pandemia, cuando las ciudades se enfermaron y la casa se convirtió en refugio? De pronto, las personas en el mundo y en nuestra ciudad concretamente¹, se confinó en un espacio que, durante mucho tiempo y para gran parte de la población, había fungido como solo un lugar para dormir, ver la televisión los fines de semana, eventualmente cocinar o hacer una reunión social. La casa, se convirtió de la noche a la mañana, en el lugar de la escuela, en la oficina, en dormitorio, en gimnasio, lugar recreativo, pero también en el lugar de la deliberación, el “espacio público”, se lo trajo a la casa, así la plaza se convirtió la plataforma de Teams o de Zoom.

El espacio público dejó de ser concebido como el lugar del encuentro en la comunidad, tal como señala Jordi Borja, lugar de intercambio, lugar de identificación, de animación urbana y a veces de expresión comunitaria (Borja y Muxi, 2003 [2001]), a convertirse en lugar de confinamiento, y en la pandemia, lo público se trasladó a la casa. De allí que la vivienda urbana se dividiera espacialmente, y construyera en sus rincones lo público y lo privado al mismo tiempo.

De la problemática central se desprenden varias preguntas ¿qué significó habitar en tiempo de pandemia? De acuerdo con el pensamiento lefebvriano el “habitar”, tiene un carácter de una actividad libre, de tal manera que la ciudad se convierte en un “topos” donde se condensan los procedimientos técnicos, económicos y políticos de dominación de la vida social. Lo urbano se perfila, así como la ocasión para acceder al rango de ciudadanía y a la apropiación del espacio como etapa de superación de la alienación social. Señala Gutiérrez (2013) como una respuesta a Henri Lefebvre sobre el habitar:

Habitar sería apropiarse del espacio; apropiarse del espacio consistiría, en consecuencia, en convertir el espacio *vivido* en lugar adaptarlo,

1 Este estudio indaga en las y los docentes universitarios de Quito, capital de Ecuador.

usarlo, transformarlo y verter sobre él la afectividad del usuario, la imaginación práctica creativa que afirma la ilimitada potencialidad humana al reconocerse en la obra creada, otorgando al espacio sus múltiples dimensiones perdidas: lo transfuncional, lo lúdico y lo simbólico. Por el habitar se accedería al ser, a la sociabilidad (el derecho a la ciudad, el derecho a la centralidad-simultaneidad) y el habitante rompería con el monólogo del urbanismo tecnocrático. (Gutiérrez, 2013 [1974])

En ese orden de ideas el espacio consistiría en el espacio *vivido*, adaptado, fragmentado. En torno al habitar Martin Heidegger (1994) señala que:

[...] es la manera como los mortales son en la tierra, eso conlleva el residir en la tierra, 'bajo el cielo', permaneciendo "ante los divinos", perteneciendo 'a la comunidad de los hombres', puede contestarse al advertir que construir y habitar no son dos actividades separadas. (Heidegger, 1994, p.4)

Según Heidegger, habitar implica permanecer en un lugar, residir en él, y por tanto construir en él; y en esa construcción, o para que esa construcción pueda ser posible, el espacio físico, en tanto espacio social y humano infieren tensiones y disputas de sentido.

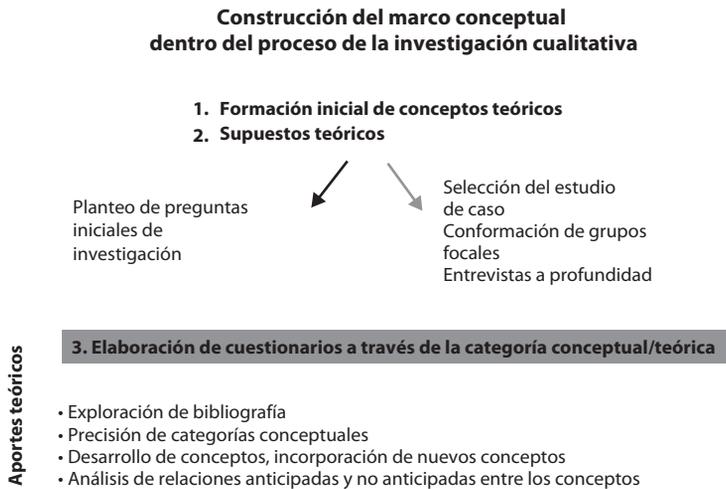
Consecuentemente, construir no es un medio para habitar, construir en sí es habitar. Asimismo, construir implica abrigar y cuidar, pero también erigir y edificar. Se cuida lo que crece y, por tanto, lo que habita, y se erige lo que no crece, que a su vez protege. Se construyen los límites que definen los espacios que ya son habitados y definidos por quienes los habitan.

Los espacios dan paso a que acontezca un habitar. En los lugares destinados por arquitectos a ser viviendas acontece un habitar en la medida que se permita un construir, un cuidar del habitar y comunicar que define espacios y un erigir lo que protege el habitar. Circunstancialmente, para construir es necesario saber habitar. Para poder construir, o erigir lo que no crece y que protege el habitar, la "comunidad de los seres humanos" utilizan la técnica y de esta manera, según las palabras de Heidegger en la persona, al habitar, es parte de un lugar y de una colectividad. Decía Martha Rizo:

Siguiendo a Capel, desde esta perspectiva “lo que cuenta es, sobre todo, las intensidades de las interrelaciones que se anudan en el interior del espacio” (Capel, 2001, p. 75), entendiendo de que las interrelaciones tienen como fundamento a la interacción comunicativa. (p. 71)

Figura 1

El encuadre teórico de la investigación



Así, se establecen vínculos y complicidades. Se aprende a vivir y a construir de forma que podamos cuidar nuestro entorno habitable. Se aprende colectivamente a vivir y a construir de forma que podamos cuidar nuestro entorno habitable. Lo que construimos nos define como comunidad. Para Lefebvre (2013 [1974]), el habitar, además constituye producir un espacio, en ese proceso, se liga lo mental y lo cultural, lo social y lo histórico. Reconstruye un proceso complejo: descubrimiento (de nuevos espacios, desconocidos, de continentes, del cosmos) —producción (de la organización espacial propia de cada sociedad) —creación (de obras: el paisaje, la ciudad con su monumentalidad y decorado).

Ya en el campo comunicacional, interesan “los procesos de producción, reproducción y transformación de los imaginarios, repre-

sentaciones y prácticas en torno a asuntos como la construcción de lo público” (Rizo, 2006, p. 71). Se trata de una reconstrucción evolutiva, genética (con una génesis) pero de acuerdo con una lógica: la forma general de simultaneidad. Y esto porque todo dispositivo espacial reposa sobre la yuxtaposición en la inteligencia y sobre el montaje de elementos a partir de los cuales se produce la simultaneidad.

Aproximación al sujeto de estudio

Una vez establecido el encuadre teórico desde el que vamos a trabajar la investigación, procedimos a elaborar un guion de preguntas de aproximación al sujeto/a de estudio (en este caso docentes), con quienes nos interesa especialmente el proceso de cognición del mundo y las experiencias vitales que les permitieron, durante el confinamiento, transformar sus prácticas sociales y culturales, por ende, comunicacionales. Es decir, a criterio de Heidegger “el mundo es el sobre qué del ser. Las prácticas culturales son el fondo, el significado del ser” (p. 311). En la siguiente tabla se verá el proceso seguido hasta el momento con las preguntas aplicadas a docentes a través de dos entrevistas a profundidad y un grupo focal.

Tabla 1
Fases de la investigación

Fase 1	Fase 2	Fase 3
Aproximaciones teóricas sobre el tema de estudio	Acercamiento al sujeto de estudio	Construcción de la triada cognoscente
Desarrollo conceptual y debates sobre los conceptos o categorías: vivienda, habitabilidad y comunicación.	Entrevistas y grupos focales: docentes de antropología, arquitectura, comunicación, geografía y sociología	Procesamiento de información proveniente de entrevistas y grupo focal

Sobre el diseño muestral para seleccionar a docentes tuvimos en cuenta tres criterios específicos: el área de conocimiento con relación al tema, docentes que se hayan encontrado en confinamiento y, por tanto dictaron clases online por al menos un año consecutivo, y el lugar de procedencia-filiación institucional: Ecuador, México, Ar-

gentina y Chile, con el fin de propiciar un diálogo informado sobre el tema de estudio, con colegas con quienes se compartió la trayectoria académica doctoral y que, por ende, están familiarizados/as con los instrumentos metodológicos que presentamos en este capítulo. Las preguntas aplicadas se relacionan con el cuestionamiento general sobre la habitabilidad en confinamiento y las transformaciones en cuanto a sus prácticas comunicativas. Las preguntas:

- ¿Qué fue para ti la vivienda en tiempos de confinamiento?
- ¿Qué fue para ti habitar en confinamiento?
- ¿Cómo se pasó de la vivienda refugio a la vivienda enferma?
- ¿Cómo convivieron lo público y lo privado en el espacio personal de la vivienda durante el confinamiento?
- A nivel de prácticas sociales, comunicativas y culturales ¿qué es lo que ustedes creen que adoptamos de manera emergente en la pandemia? ¿Qué cambio tuvieron las prácticas comunicativas?
- ¿Cómo cambió para ti lo común y lo colectivo a partir de las soledades o la necesidad de espacio personal en la pandemia?

Las preguntas permiten entrar en relación con distintos individuos, quienes conforman el espacio de nuestra primera inmersión, esto quiere decir que es el primer acto de adentrarse a un campo para indagar las formas en que el sujeto de la investigación conoce el mundo. Al respecto se enfatiza en la importancia del sujeto conocido como alguien que puede brindarnos información sobre aquello que conoce, un nexo fundamental, a partir del cual es posible realizar nuevas preguntas y por ende alimentar el proceso de problematización. Al respecto, establecimos tres tipos de encuentros durante la segunda fase, como se vio en tabla 1-fase2.

En la fase número tres se procesó la información de las dos entrevistas y el grupo focal, apoyándonos en una matriz de codificación cerrada que dará paso a la triada cognoscente. A manera de ejemplo y sistematización presentamos parte del instrumento que expone de manera detallada los criterios de análisis y las preguntas subyacentes a las preguntas de partida sobre el tema en cuestión:

Tabla 2
Síntesis del procesamiento de la información

Procesamiento de información					
Grupo focal- Entrevista					
PARTICIPANTES/ FILIACIÓN	PREGUNTAS	CATEGORÍAS DE ANALISIS	RECUPERACIÓN DEL PROCESO VIVIDO	INTERPRETACIÓN CRÍTICA DE LA EXPERIENCIA	Nuevas preguntas
Carlos /Arquitecto/ UDG		1. Trabajo remoto 2. Selección de información 3. Lo privado y lo público 4. Neutralización	“yo no podía neutralizar los sonidos... acababa de nacer mi hijo y pues sabemos muy bien que los sonidos de casa eran imposibles neutralizarlos”	“permít que a lo público entre un poquito de lo que ocurría en el escenario privado”	¿Desde qué experiencias de vida como docentes se puede entender la vivienda refugio y la ciudad enferma? ¿Es posible que el mundo público comprenda o sea empático con un papá con un bebé recién nacido? ¿Qué ocurre con la madre?
Mishell/ Arquitecta/ Uce	¿Cómo maneja las tensiones entre el espacio privado y el público durante la pandemia?	5. La vida privada de la mujer docente 7. Tareas de cuidado 8. Privacidad 9. Las máscaras	“Carlos tiene una mentalidad abierta, yo me cuidaba mucho no dejar prendida la cámara?”	“se pierde la privacidad porque claro hasta ahora yo pregunto cuando le veo a mi hija conversando con alguien digo estás en llamada porque hay cosas que yo quisiera hablar en la intimidad de mi familia y no sé con quién estoy conectada”	¿Qué es lo privado en el mundo digitalizado?
Carlos /Arquitecto/ UDG		11. Roles masculinos-roles femeninos 12. Lo exterior y lo peligroso: el virus	“Arreglarse para verse en la pantalla”	“Lo que se espera de la mujer como perfecta, incluso estando en casa”	¿Qué se reproduce y amplifica en el mundo digitalizado y virtualizado?

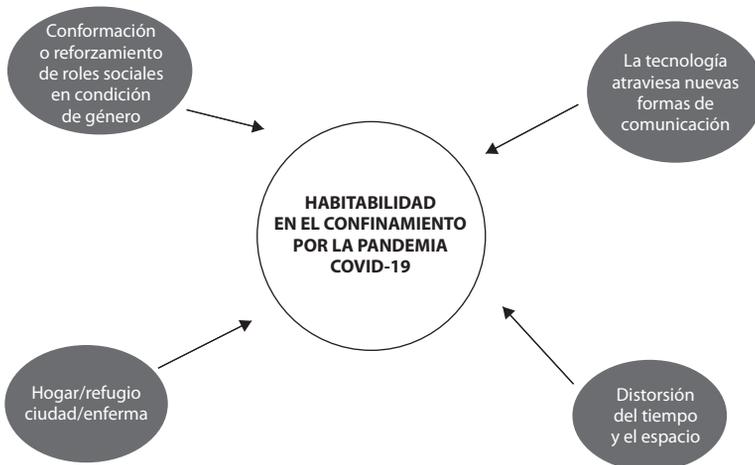
<p>Mishell/ Arquitecta/ Uce</p>	<p>Cómo lo público se integró en la vivienda? ¿Qué modificaciones se hicieron en la vida privada?</p>	<p>1. Aceleracionismo de derecha-tecnologías 2. La tecnología como mesías salvador 3. Brechas tecnológicas 4. Empatía con los roles masculinos</p>	<p>“se hizo cotidiano el uso de plataformas, el meet, el zoom, el teams... llegó y se integraron a nuestras vidas”</p>	<p>“como docentes... incluso cómo dar la clase porque claro de estar parados en medio de un aula a venir y empezar a hablarle a una pantalla”</p>	<p>¿Qué implica que el uso de las tecnologías se incorporen a la vida cotidiana?</p>
<p>Mishell/ Arquitecta/ Uce</p>		<p>1. Pobreza/Marginalidad social 2. Habitabilidad 3. La exhibición de los privado</p>	<p>“Viví con mis alumnos experiencias que no querían mostrar sus viviendas” “una vez me tocó una alumna que estaba en su cama acostada y le decía estás cómoda y ella me contestó que era el único lugar donde podía recibir clases”</p>	<p>“Arreglas la sala, arreglas el comedor, arreglas lo que se ve...” “Hay una preocupación capaz con las mujeres como tu decías si hay una preocupación también cómo nos mostramos porque si somos juzgadas”</p>	<p>¿Cómo la estigmatización y los estereotipos de género fueron reforzados en la pandemia-confinamiento?</p>
<p>Marcela/UDS Chile</p>	<p>¿Cómo fue la habitación para ti esos espacios de la vivienda cómo fue habitar la vivienda?</p>	<p>4. La habitabilidad desde el privilegio</p>	<p>“fue relativamente fácil digo entre comillas porque yo en ese momento estaba en una casa donde vivía sola por lo tanto no tuve que enfrentar situaciones como alumnos... de compartir espacio e irme a un lado para que no se escuchara las conversaciones que yo tenía con otras personas”</p>	<p>“mi habitar fue muy sereno, me permitió no perder la calma ni la esperanza [...]. Fue también sostenido por la confianza de gente que en este caso eran mis hermanas, mis sobrinos, no fue en soledad” Repite sereno cinco veces</p>	<p>¿Qué significa habitar desde el privilegio?</p>

<p>Alba/Antropóloga</p>	<p>A nivel de prácticas sociales, comunicativas y culturales ¿qué es lo que ustedes creen que adoptamos de manera emergente en la pandemia? ¿Qué cambio tuvieron las prácticas comunicativas?</p>	<p>1. Cambios/transformaciones 2. Derecho a la desconexión 3. Tiempo y espacio trastocados 4. Nuevas gramáticas/neologismos</p>	<p>“Literalmente pasaron muchas cosas en trabajo ya fuertes porque tuvimos compañeros que se enfermaron, tuvimos incluso un colapso de una compañera por estar hasta las 12:00 de la noche trabajando y por ese colapso prácticamente empezaron a decir bueno hasta las 7... se alargó el tiempo de trabajo y se acortó el tiempo de ocio, de disfrute, por eso digo desaprendimos a respetar nuestro tiempo”</p>	<p>“la sociedad actual el cony te mete en la cabeza que si no hace ciertas cosas de estás denotando depresión”</p>	<p>¿Cómo opera la naturalización de prácticas comunicativas online, a partir de estados de excepcionalidad como el confinamiento?</p>
<p>Marcela/UDS Chile</p>		<p>5. Las tecnologías como potencial</p>	<p>“Fue una época en la que sacamos varios proyectos virtuales con otras compañeras. Ahora es normal hacer cosas desde plataformas”</p>	<p>“el proyecto se llamba conversaciones de pandemia”</p>	

Con base en la matriz de información, el siguiente paso es tener claro los conceptos que se desprenden de la condición de habitabilidad en contexto de pandemia. Este proceso, se le denominará construcción del objeto de estudio, que refiere a la forma o acto del conocimiento. De esta manera el problema reconoce el concepto central y los conceptos relacionados, extraídos de la información que brinda el sujeto de estudio, y que tiene que ver con las experiencias, la revisión de la literatura especializada, y que se desprende de acuerdo con la tabla 2 sobre su percepción crítica de la realidad.

A continuación, en la figura 2 se presenta la relación conceptual derivada de la información sistematizada obtenida a través de entrevistas y grupos focales. Se evidencian elementos clave como: habitabilidad, prácticas comunicativas, transformación espacio-tiempo, ciudad enferma, modificación de roles en relación con el género, revalorización del planteamiento de habitar, la casa como morada refugio y morada enferma.

Figura 2
Relación conceptual



Para Silvia Valencia (2019), *el objeto de estudio* se considera científico, a partir de la construcción teórica y la elaboración del marco científico. El segundo elemento para la construcción de la investigación es el reconocimiento del *sujeto cognoscente*, en el que se observan los siguientes elementos, que debe cumplir la investigación: 1. El centro de la investigación está conformado por las experiencias de los participantes en torno al proceso, particularmente si subraya resultados individualizados. 2. Es necesaria información detallada y profunda acerca del proceso. 3. Se busca conocer la diversidad de visiones del mundo y cualidades únicas de los participantes inmersos en el proceso.

Los sujetos de estudio son aquellas personas o grupos de personas que forman parte de los colectivos cuyas características, opiniones, experiencias, condiciones de vida, entre otros rasgos y atributos cobran interés particular para la investigación. (Valencia, 2019, p. 3)

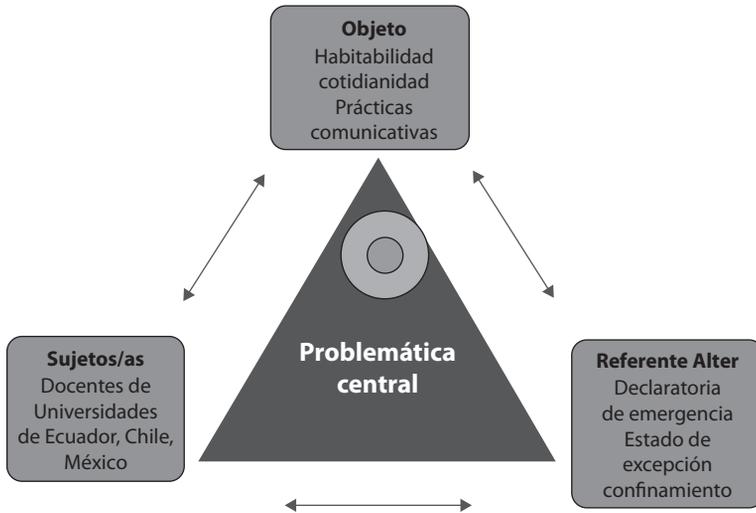
Por último, el tercer elemento, que suma al tradicional posicionamiento epistemológico tradicional respecto del objeto y el sujeto de la investigación, se lo denomina *referente alter*. En este tercer elemento, se habilita su existencia en el mundo práctico, es decir, el de las instituciones o instancias legitimadoras, en el espacio cotidiano. Para el caso de estudio se podría plantear, que la declaratoria de confinamiento por la Organización Mundial de la Salud infiere directamente en las condiciones de habitabilidad. De esta manera un punto de partida es el decreto presidencial de Lenín Moreno el día 19 de marzo de 2020, a partir del cual se suspendía clases, eventos masivos y la cuarentena a pasajeros internacionales para evitar la propagación del covid-19. Con los tres elementos señalados, se construyó la tríada cognoscente: objeto, sujeto y referente alter.

Como se observa, hasta el momento ha sido importante reflexionar sobre el problema central de investigación y las problemáticas subyacentes, que nos permiten aproximarnos en profundidad al tema que estamos investigando. Una vez realizado este procedimiento pasamos a la concreción de un cuadro lógico que establecerá la ruta

específica y las decisiones metodológicas a seguir para iniciar con la investigación en sí misma. Nos apoyaremos, a manera de ejemplo, con el mismo tema.

Figura 3

Triada cognoscente



El cuadro lógico de investigación

El cuadro lógico de investigación no es un instrumento nuevo. Existen varias versiones de tableros metodológicos que permiten concretar los pasos a seguir en todo el proceso de indagación. Siendo así, lo valioso de este instrumento, es que su flexibilidad posibilita acoplar las necesidades en cuanto procedimientos y técnicas, en absoluta coherencia con la postura (incluso política) que se toma como personas investigadoras. Así, por ejemplo, para Ingrid Becker (2021) el posicionamiento es fundamental, toda vez que, las investigaciones sociales no necesitan apelar a esencialismos neutrales. De hecho, en su texto “Juegos del lenguaje: hacia una aproximación

del discurso colonial” ella actúa desde un sitio de enunciación que le permite:

Interpelar y dialogar con el discurso colonial, para vislumbrar en la elección de sus términos la intención dominante de colonización no solo territorial, sino sociocultural y lingüística, pues a través de la narrativa oficial, se ha construido y difundido un imaginario etnocéntrico. (p. 113)

Esta aclaración la hacemos precisamente porque la tradición sobre los diseños metodológicos ha dictado formas dominantes que conectan con una razón hegemónica donde pareciera imposible “pensar por fuera de la caja”. Desde nuestras primeras experiencias con la investigación a edades tempranas, apelamos a recetas y esquemas inflexibles, como opciones únicas de ver el fenómeno y por ende de ver el mundo. Esa tradición quizás es precisamente un factor por el que existe en muchos casos un distanciamiento o, si se quiere, una suerte de animadversión heredada sobre la investigación y se refuerzan discursos dominantes sobre las ciencias duras y las ciencias blandas, legitimando lo cuantitativo, por sobre lo cualitativo.

Lógicamente es importante contar con guías que permitan orientar procesos de investigación, principalmente para dotar de rigurosidad a los procedimientos y decisiones metodológicas. Sin embargo, y considerando esta reflexión, el diseño de un cuadro lógico no tiene que ver, en rigor, con las fórmulas y las recetas provenientes de la tradición, sino con el proceso de reflexión y articulación entre los elementos o criterios contenidos en las matrices o tableros estratégicos que se desprenden de un posicionamiento político frente a lo que es hacer investigación social.

Ahora bien, esta propuesta de cuadro lógico inicia con la revisión del tema, del que se desprenden las categorías y conceptos con los que se trabajará, articuladamente las preguntas, objetivos, las anticipaciones de sentido, las técnicas de recolección de información con sus diseños muestrales, las unidades de observación y las unidades

de análisis, para finalmente decidir la estrategia de análisis general de la información obtenida.

A efectos del tema que venimos trabajando como ejemplo y en diálogo con la triada cognoscente anteriormente descrita el tema señala: *Comunicación y ciudad. La noción de habitabilidad y las prácticas comunicativas desde docentes de universidades en el confinamiento 2020-2021*. Una vez definido el tema procedemos a extraer las categorías y conceptos del tema propuesto frente a las cuales se colocan las preguntas trabajadas en la tabla 2 (sección nuevas preguntas).

Tabla 3

Cuadro lógico relacional conceptos-preguntas

Comunicación y ciudad. La noción de habitabilidad y las prácticas comunicativas desde docentes de universidades en el confinamiento 2020-2021	
Categorías/ conceptos	Preguntas
Comunicación	¿Qué es lo privado en el mundo digitalizado?
Ciudad	¿Desde qué experiencias de vida como docentes se puede entender la vivienda refugio y la ciudad enferma?
Habitabilidad	¿Qué significa habitar desde el privilegio?
Prácticas comunicativas	¿Cómo opera la naturalización de prácticas comunicativas online, a partir de estados de excepcionalidad como el confinamiento?
Confinamiento	¿Cómo la estigmatización y los estereotipos de género fueron reforzados en la pandemia-confinamiento?

Se puede observar que las preguntas fueron extraídas de la tabla de procesamiento de la información, desde la cual se seleccionaron aquellas preguntas que concretamente queremos responder en el estudio. El siguiente paso es relacionar las preguntas con los objetivos y seleccionar el verbo que designará la acción concreta pues no es lo mismo describir que analizar o comparar. En ese sentido, una vez identificado el verbo que expresa la decisión-acción específica, se copia la pregunta de la siguiente manera:

Tabla 4

Cuadro lógico relacional conceptos-preguntas-objetivos

Comunicación y ciudad. La noción de habitabilidad y las prácticas comunicativas desde docentes de universidades en el confinamiento 2020-2021		
Categorías/ conceptos	Preguntas	Objetivos
Comunicación	¿Qué es lo privado en el mundo digitalizado?	Analizar qué es lo privado en el mundo digitalizado.
Ciudad	¿Desde qué experiencias de vida como docentes se puede entender la vivienda refugio y la ciudad enferma?	Identificar desde qué experiencias de vida como docentes, se puede entender la vivienda refugio y la ciudad enferma.
Habitabilidad	¿Qué significa habitar desde el privilegio?	Reflexionar, a partir de las voces de docentes, qué significa habitar desde el privilegio.
Prácticas comunicativas	¿Cómo opera la naturalización de prácticas comunicativas online, a partir de estados de excepcionalidad como el confinamiento?	Describir cómo opera la naturalización de prácticas comunicativas online, a partir de estados de excepcionalidad como el confinamiento.
Confinamiento	¿Cómo la estigmatización y los estereotipos de género fueron reforzados en la pandemia-confinamiento?	Indagar cómo la estigmatización y los estereotipos de género fueron reforzados en la pandemia-confinamiento.

A continuación, será importante jerarquizar las preguntas y objetivos, pensando siempre en aquella pregunta que, como tal, abarque al resto. Según nuestro análisis (esto ya depende de cada persona investigadora) la pregunta abarcadora es: ¿Cómo opera la naturalización de prácticas comunicativas online, a partir de estados de excepcionalidad como el confinamiento? Y luego, conforme al interés de la investigación se puede organizar el resto de las preguntas. En ese sentido el cuadro quedaría de la siguiente forma:

Tabla 5
*Jerarquización de pregunta central-secundarias
 y objetivo general-objetivos específicos*

Comunicación y ciudad. La noción de habitabilidad y las prácticas comunicativas desde docentes de universidades en el confinamiento 2020-2021		
Categorías/ conceptos	Preguntas	Objetivos
Prácticas comunicativas	¿Cómo opera la naturalización de prácticas comunicativas online, a partir de estados de excepcionalidad como el confinamiento? Pregunta central	Describir cómo opera la naturalización de prácticas comunicativas online, a partir de estados de excepcionalidad como el confinamiento. Objetivo general
Ciudad	¿Desde qué experiencias de vida como docentes se puede entender la vivienda refugio y la ciudad enferma? Pregunta secundaria 1	Identificar desde qué experiencias de vida como docentes, se puede entender la vivienda refugio y la ciudad enferma Objetivo específico 1
Comunicación	¿Qué es lo privado en el mundo digitalizado? Pregunta secundaria 2	Analizar qué es lo privado en el mundo digitalizado Objetivo específico 2
Confinamiento	¿Cómo la estigmatización y los estereotipos de género fueron reforzados en la pandemia-confinamiento? Pregunta secundaria 3	Indagar cómo la estigmatización y los estereotipos de género fueron reforzados en la pandemia-confinamiento Objetivo específico 3
Habitabilidad	¿Qué significa habitar desde el privilegio? Pregunta secundaria 4	Reflexionar, a partir de las voces de docentes, qué significa habitar desde el privilegio Objetivo específico 4

Ya se cuenta con una definición clara de cuáles serán nuestras preguntas de investigación y sus objetivos. A continuación, se resume en las siguientes columnas las anticipaciones de sentido o hipótesis, que guardan relación con cada pregunta, las técnicas de recolección de la información que guardan relación con los objetivos y las unidades de observación y de análisis que guardan relación con las técnicas de recolección de la información. Para efectos del ejemplo solo trabajaremos con la pregunta central y la secundaria 1.

Tabla 6
Cuadro lógico de investigación

Comunicación y ciudad. La noción de habitabilidad y las prácticas comunicativas desde docentes de universidades en el confinamiento 2020-2021.						
Categorías/ conceptos	Preguntas	Objetivos	Anticipaciones de sentido o hipótesis	Técnicas de re- colección de la información	Unidades de observación	Unidades de análisis
Prácticas comunicativas	¿Cómo opera la natu- ralización de prácticas comunicativas online, a partir de estados de excepcionalidad como el confinamiento? Pregunta central	Describir cómo opera la naturalización de prácticas comunica- tivas online, a partir de estados de excep- cionalidad como el confinamiento Objetivo general	El confinamiento aceleró el uso de tecnologías y objetos técnicos, que modificaron las prácticas comunicativas y acentuó la crisis de la presencia	Revisión bibliográfica Entrevistas con expertos/ as en sociología y de la tecnología y antropología.	Conceptos y apuestas teóricas Respuestas	Definiciones, pos- turas, debates Motivaciones, necesidades, tra- yectorias, usos y prácticas sociales.
Ciudad	¿Desde qué experiencias de vida como docentes se puede entender la vivienda refugio y la ciudad enferma? Pregunta secundaria 1	Identificar desde qué experiencias de vida como docentes, se puede entender la vivienda refugio y la ciudad enferma Objetivo específico 1	Inicialmente la vivienda se sintió como un refugio ante la pande- mia. Poco apoco la vivienda fue enfermando por el encierro.	Revisión bibliográfica Entrevistas a docentes acorde a criterios muestrales	Conceptos y apuestas teóricas Respuestas	Diálogo de auto- res/as debates Sentimientos, culpas, temores, necesidades

Como se aprecia, este ejercicio permite ver el diseño del instrumento que funciona como un espacio de organización sobre las decisiones metodológicas en cuanto a ámbitos de interpelación, las acciones expresadas en los verbos que son parte de los objetivos, así como las anticipaciones o preconceptos que se tiene sobre las preguntas planteadas. También identifica cómo se recopilará la información, es decir qué técnicas, de las ya conocidas (encuesta, entrevista, grupos focales, grupos de discusión, observación participativa, observación no participativa, etc.) se seleccionarán para recolectar los datos y, frente a eso qué es lo que observaremos y qué analizaremos sobre la información obtenida en su procesamiento.

Hay que diferenciar lo que es la unidad de observación y de análisis, lo que suele causar confusión en las investigaciones; y para ello se plantea una forma simplificada de entenderlas: la unidad de análisis o también llamada unidad temática es la parte muy específica que en rigor será parte de los diarios de observación, de las matrices de codificación o de los esquemas y tablas que se diseñarán para procesar toda la data obtenida. Según Julio Mejía “la categorización es el proceso mediante el cual el contenido de la información cualitativa, transcrita en el texto de campo, se descompone o divide en unidades temáticas que expresan una idea relevante del objeto de estudio” (2011, p. 51).

Proponemos este vínculo entre la triada cognoscente y el cuadro lógico de investigación precisamente porque se nos ha dicho que “el planteo de preguntas normalmente requiere el dominio del tema acerca del cual se propone realizar cuestionamientos” (Del Cid *et al.*, 2011, p. 61), sin embargo para dominar el tema, casi nunca se dice que es fundamental definir una trayectoria previa (una suerte de indagación inicial), que permita identificar el contexto y los sujetos/as que se relacionan en determinada coyuntura, los factores que modifican esas relaciones y por supuesto los conceptos que van a regir el estudio, considerando especialmente los debates que, sobre esos conceptos se han dado históricamente hasta el momento actual.

Conclusiones

Este artículo se propuso exponer los pasos para la construcción de un diseño de investigación basado en el enfoque interdisciplinario desde la Comunicación y la Antropología, para ello se estableció como estrategia de elaboración un ejercicio similar a un laboratorio de aprendizaje, en el que se dialogó con líneas teóricas, esquemas conceptuales propias de cada disciplina con el propósito de definir la pregunta de investigación a partir del soporte metodológico de la tríada cognoscente y del cuadro lógico.

El diseño de investigación reflexionó durante todo el proceso sobre los distintos escenarios del mundo de la vida (Habermas, 1989) esto quiere decir investigar sobre lo que el *sujeto* confiere como conciencia del mundo, para ello problematizamos la condición de *habitabilidad en tiempo de pandemia*, desde el enfoque fenomenológico (Shutz, 1993).

La centralidad del diseño de investigación radica en el *sujeto del conocimiento*, para ello se desarrolló una propuesta conceptual a partir de las nociones fenomenológicas de Husserl y Heidegger sobre la “realidad social”, la misma que fue entendida como la suma de los acontecimientos que vive el *sujeto de investigación* en un contexto determinado (pandemia por COVID 19).

Se tomó prestado del método etnográfico (Ameigerais, 2006) las técnicas grupo focal y entrevista testimonial abierta, que funcionó como un disparador de ideas o *brainstorming* (Brockbank, 1991) que desde la espontaneidad de los participantes se expuso desde el sentido común las experiencias que tenían en sus vidas diarias sobre ¿cómo fue la habitabilidad en tiempo de pandemia? Esto permitió reflexionar desde el *conocimiento situado* sobre el ejercicio de conocer y el papel ético de la investigación social. Esto quiere decir que como investigadoras no podemos distanciarnos del objeto de investigación, somos sujetas políticas, con intereses políticos, con experiencia políticas, y desde allí reflexionamos y hacemos nuevas preguntas, entre ellas: ¿Qué significados confirió la casa, la habitabilidad a los hombres y a

las mujeres que la habitan? ¿A quién enfermó la vivienda? ¿Qué pasó con los roles asignados cultural e históricamente en torno al trabajo doméstico? ¿Qué pasó con la jerarquía del espacio en el espacio doméstico, a quién le correspondió el sitio privilegiado del hogar?

Referencias bibliográficas

- Ameigeiras, A. (2006). El abordaje etnográfico en la investigación social. En Vasilachis, I. (coord.), *Estrategias de Investigación Cualitativa* (pp.107-149). Gedisa.
- Angulo, N. (2022). Biopolítica y control. Las trampas del capitalismo cibernético. *Revista Internacional de Estudios sobre Medios de Comunicación*. University of Illinois Research Park. <https://doi.org/10.18848/2770-5188/CGP/v02i01/1-16>
- Becker, H. (2009). *Trucos del oficio. Cómo conducir su investigación en ciencias sociales*. Siglo XXI.
- Becker, I. (2021). Juegos del lenguaje: hacia una aproximación del discurso colonial. En *Alternativas epistemológicas: Axiología, lenguaje y política*. Prometeo.
- Brockbank, J. (1991). *La guía definitiva de brainstorming: 9 técnicas para crear contenido atractivo*. <https://bit.ly/47ANIV7>
- Cerbino, M., Panchi, M. y Angulo, N. (2023). Juventude equatoriana em uma pandemia: Tempo e espaço fraturados. *Civitas: Revista De Ciências Sociais*, 23(1), e41998. <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2023.1.41998>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2022). Dos años de pandemia de COVID-19 en América Latina y el Caribe: *Reflexiones para avanzar hacia sistemas de salud y de protección social universales, integrales, sostenibles y resilientes*. <https://bit.ly/47ytb3g>
- Del Cid, A., Méndez, R., y Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología*. Prentice Hall.
- Duch, L. (2015) *Antropología de la ciudad*. Herder.
- Borja, J., Muxi, Z. (2003 [2001]). *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. Electa.
- García-Baró, M. (2015). *Fenomenología y hermenéutica. Husserl y Gadamer*. Impresia Ibérica.
- Gutiérrez, E. M. (2013 [1974]). Ciudad, espacio y cotidianidad en el pensamiento de Henri Lefebvre. En H. Lefebvre, *La producción del espacio* (pp. 31-50). Capitán Swift.
- Habermas, J. (1989). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Cátedra.

- Habermas, J. (2010). *Teoría de la acción comunicativa. Tomo I. Racionalidad de la acción y racionalización social. Tomo II. Crítica de la razón funcionalista* (Vol. Colección Estructuras y Procesos. Serie Filosofía). 1981: Trotta.
- Haraway, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Cátedra.
- Heidegger, M. (1994). Construir, habitar pensar. En *Conferencias y artículos*. Ed. Odós. Traducción de Eustaquio Barjau.
- Husserl, E. (1998). *Invitación a la Fenomenología*. Paidós I.C.E
- Lefebvre, H. (2013 (1974)). *La producción del espacio*. Capitan Swing.
- Lingeri, D. (2013). El campo de la comunicación: ¿disciplina, interdisciplina o transdisciplina? Una mirada crítica sobre la tensión comunicación cultura. En *Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales*, 11(2). Sociedad Argentina de Información. <https://bit.ly/46jA8nL>
- Massoni, S. (2007). *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. HomoSapiens.
- Maxwell, J. (1996). *Qualitative Research Design. An interactive approach*. Traducción de Alicia Itatí Palermo. Sage Publication.
- Mejía, J. (2011). Problemas centrales del análisis de datos cualitativos. En *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*. <https://bit.ly/3SGjewO>
- Rizo, M. (2006). Comunicación y ciudad. Primeras reflexiones para el desarrollo de una línea de investigación. En *Revista Mediaciones*, 4(6), 65-76. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.4.6.2006.65-76>. UNAM.
- Sibilia, P. (2013). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Fondo de Cultura Económica.
- Valencia, S. (2019). Los planteamientos cualitativos son una especie de plan de exploración (entendimiento emergente). En *Seminario de Investigación de Tesis III*. Programa de Doctorado Ciudad Territorio y Sustentabilidad. Universidad de Guadalajara
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). La Investigación Cualitativa. En *Estrategias de investigación cualitativa* (pp. 23-60). Gedisa.
- Vizer, E. (2006). *La trama invisible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. La Crujía.

Comunicación y movimientos sociales: una revisión sistemática de la literatura en el Ecuador contemporáneo

Yadis Vanessa Vanegas-Toala
Universidad Politécnica Salesiana
yvanegast@ups.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-6911-9611>

Introducción

Tradicionalmente, los estudios de movimientos sociales han sido abordados desde la ciencia política y la sociología. Desde estas disciplinas, estas investigaciones han permitido comprender las luchas contrahegemónicas desplegadas por la sociedad civil —en su mayoría organizados por grupos históricamente marginalizados y oprimidos— a través de las cuales pugnan contra el poder con la intención de gestar cambios políticos, económicos, sociales y culturales (Melucci, 1999; Touraine, 2000). En este marco, la teoría clásica de los movimientos sociales sostiene que sus reivindicaciones prosperan dependiendo de la capacidad de movilización de recursos simbólicos y materiales (McCarthy y Zald, 1977), para articular repertorios de acción colectiva, entendidos como prácticas estratégicas de presión política —por ejemplo, protestas, huelgas, movilizaciones— con la finalidad de alcanzar sus objetivos comunes (Tarrow, 1997; Tilly y Wood, 2010). En efecto, las actorías de los movimientos sociales se dan en el marco de una política contenciosa; y, uno de los factores de los que depende su incidencia tiene que ver con la estructura de oportunidades políticas en referencia a las condiciones contextuales que permitan o no su actuación. Desde esta premisa, tomando en cuenta la complejidad de las sociedades contemporáneas altamente mediatizadas, es comprensible

que la dimensión comunicacional haya cobrado relevancia en la estructura de oportunidades políticas (Cammaerts, 2012; Costanza-Chock, 2012, 2013). En este sentido, se ha inaugurado un emergente campo de conocimiento interdisciplinar que ha centrado su atención en el aspecto comunicacional de los movimientos sociales.

Esta investigación despliega un estado de la cuestión de los estudios de la comunicación de los movimientos sociales y activismos en el Ecuador durante los últimos cinco años de producción científica en español e inglés publicada en libros, capítulos de libros y artículos de revistas académicas. El objetivo general de este artículo es analizar los distintos ejes de problematización con el que se ha abordado el rol de la comunicación y los movimientos sociales; los marcos teóricos y conceptuales con los que han solventado y, principalmente, los métodos de investigación a través de los cuáles se ha recurrido. A través de una revisión sistemática de literatura y del *framework* SALSA (*Search, Appraisal, Analysis* y *Synthesis*, por sus siglas en inglés) (Codina, 2020; Carlos Lopezosa *et al.*, 2023), esta indagación contribuye a la comprensión de este emergente campo de conocimiento interdisciplinar, sobre todo, a la luz del reciente ciclo de movilizaciones sociales en la región y en el país signadas por importante ecosistema de prácticas comunicacionales en el marco de la política contenciosa.

Este texto está organizado en la siguiente estructura expositiva. En primer lugar, presenta un apartado de marco teórico que hace un recorrido, a modo de genealogía, de los distintos enfoques con los cuáles se ha abordado la intersección entre los estudios de comunicación y los de movimientos sociales. En un segundo lugar, presenta en detalle la metodología, sus fases procedimentales y las herramientas técnicas con las que realiza el análisis del estado de la cuestión. En un tercer apartado, se despliegan los resultados de la investigación a través de una estructura en tres ejes. Finalmente, en el apartado de conclusiones y discusión se analizan las principales líneas de investigación que cruzan el estudio de la comunicación y movimientos sociales; los marcos teóricos y conceptuales más recurrentes; y, los patrones comunes en

los métodos de investigación más recurrentes, así como los métodos de investigación innovadores sobre todo aquellos enfocados en lo digital dada la ecología mediática contemporánea. De esta forma, esta investigación abona a la comprensión de los avances y limitaciones con las que este emergente campo de estudio se ha venido consolidando en el país; y, al mismo tiempo, contribuye a trazar una dirección sobre los retos futuros para esta incipiente línea de investigación.

Marco teórico

Complejidad comunicativa de los movimientos sociales y activismos contemporáneos

En los últimos treinta años han proliferado estudios focalizados en la comprensión del rol de la comunicación en los movimientos sociales. Un primer momento, se centró en comprender las formas de *mediatización* a través de la representación de estos en los mass media (Rovira, 2013). Un segundo momento, volcó su atención hacia los procesos de *mediación* a partir de la apropiación de tecnologías mediáticas digitales en el marco de sus dinámicas de acción e identidad colectiva y la estructura de oportunidades políticas (Cammaerts, Mattoni, y McCurdy, 2013; Castells, 2012; Reguillo, 2017; Rovira, 2017a; Toret, 2015; Treré, 2012, 2019). Actualmente, considerando las sociedades altamente datificadas, ha surgido un creciente interés en cómo el poder algorítmico ha impactado las prácticas comunicacionales de los movimientos sociales (Treré, 2020). Como se evidencia, este andamiaje teórico y conceptual ha permitido consolidar este emergente campo de conocimiento que reivindica la agencia de los movimientos sociales como sujetos políticos-comunicacionales, que disputan su legitimidad ante la opinión pública (Saavedra Utman, 2020).

Con el acelerado desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), sobre todo, con la popularización de Internet a partir de la década de los noventa; se dio un giro al abordaje comunicacional con el que se había estudiado a los movimientos

sociales. Hasta entontes, predominaban los estudios desde el lente de la economía política de la comunicación, centrados en la agenda y encuadre con el que el poder mediático corporativo *mainstream* confinó a los movimientos sociales a la invisibilización, la tergiversación, la descalificación e, inclusive, la criminalización de sus repertorios de contienda (Rovira, 2013, 2017b). A partir de la obra fundacional de Castells (2007, 2009, 2012), se advirtió la potencia comunicativa de los movimientos sociales, renombrados como movimientos-red, gracias a la apropiación de tecnologías digitales para gestar procesos autogestionados de comunicación como estrategia de contra poder; por ejemplo, la emblemática experiencia de los Independent Media Center (IndyMedia) y la red de activismo transnacional articulada por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional; y, efectivamente, proliferaron investigaciones centradas en el estudio de los medios propios de los movimientos sociales (Atton, 2002; Downing, 2010, 2011; Downing y Villareal Ford, 2010). Con el ciclo de movilizaciones sociales de la primera década del siglo XXI, caracterizadas por un protagonismo de la mediación digital, —como la Primavera Árabe; Occupy Wall Street, #YoSoy132, el #15M, la Nuit Debout— se popularizaron novedosos estudios centrados en las reconfiguraciones de la acción colectiva en el marco del nuevo ecosistema mediático digital de donde surgieron nociones como ciberactivismo (Tascón y Quintana, 2012), tecnopolítica (Reguillo, 2017; Rovira, 2017a, 2019; Toret, 2015), movilización transmedia (Costanza-Chock, 2013) y, recientemente, el activismo mediático híbrido (Treré, 2020).

En esta genealogía de los distintos enfoques a través de los cuales se ha estudiado la intersección ente los estudios de comunicación y los estudios de movimientos sociales; Treré (2020) advierte dos tendencias macro vinculadas a distintos paradigmas epistémicos. En primer lugar, una concepción mediocéntrica, signada por un reduccionismo comunicativo instrumental y funcionalista anclado a un determinismo tecnológico. En esta se pensó a la comunicación como recurso de transmisión de sus objetivos en clave alternativa, o como canal de amplificación de su discurso. Así, por ejemplo, el ciberacti-

vismo (Tascón y Quintana, 2012) y la ciberprotesta (Van de Donk, *et al.*, 2004) si bien plantearon que las TIC permitieron democratizar la comunicación, se anclaron exclusivamente al campo digital. En segundo lugar, una aproximación desde prácticas comunicacionales, fundamentadas en lo social, posibilitó una ampliación en la comprensión integral de las mediaciones —políticas, sociales, culturales— en un entramado complejo de actores, tecnologías y espacios; y, detonó un nuevo léxico conceptual. Este último enfoque tuvo influencia del cambio de paradigma en la comprensión de la comunicación: desde el norte global, por la obra de Couldry (2004) que entendió a los medios como una práctica y no solo como una estructura material de producción; y, desde América Latina, por la obra de Martín-Barbero (1987) sobre las mediaciones que hizo eco en la comunicación popular, alternativa, comunitaria, ciudadana y para el cambio social (Barranquero y Treré, 2021; Stephansen y Treré, 2020), que siempre se vinculó a luchas sociales.

Desde la perspectiva de las prácticas comunicacionales, se generó un cruce entre los repertorios de contienda y los repertorios de comunicación activista (Mattoni, 2013) y surgieron nuevas perspectivas para la comprensión de la dimensión comunicacional de los movimientos sociales. La concepción de tecnopolítica (Reguillo, 2017; Rovira, 2017a, 2019; Toret, 2015) ha sido una de las más significativas. Entendida como la capacidad de generar acción colectiva en red, gracias a multitudes en acción conectiva procurada por la mediación digital (Bennett y Segerberg, 2012), plantea que los repertorios de contienda se dinamizan simbióticamente en copresencia del espacio público, mediático y digital. En una línea similar, la noción de movilización transmedia (Costanza-Chock, 2013), que alude a la expansión de la narrativa del movimiento debido a participación abierta, distribuida y colaborativa dinamizada por la cultura de la convergencia. Finalmente, la conceptualización de activismo mediático híbrido (Treré, 2020), referida a que la práctica comunicacional de los movimientos sociales es compleja ya que implica una competencia que vincula el campo técnico al social como un área co-constitutiva. Esta se articula en dos

frentes: por un lado, la apropiación de diversas tecnologías desde el lente de la ecología mediática que articula repertorios *on line* y *off line*; y, por otro lado, una capacidad de dinamizar sus narrativas en medios alternativos y corporativos consciente de la economía política de la comunicación y las plataformas digitales.

En el marco de la consolidación de las sociedades altamente datificadas, los estudios críticos sobre tecnología y los datos —principalmente, el capitalismo de vigilancia (Zuboff, 2020) y el colonialismo de datos (Mejías y Couldry, 2019; Ricaurte, 2019)— han hecho eco en los estudios sobre comunicación y movimientos sociales. Efectivamente, una nueva línea de investigación ha problematizado los enfoques tecno-utópicos, que postularon a las tecnologías digitales como democratizadoras de la agencia comunicacional; y, se ha empezado a cuestionar el poder algorítmico de las corporaciones digitales, sobre todo, desde el lente de la vigilancia digital que pone en riesgo a los y las activistas; así como el efecto “burbuja” que genera un cerco en la circulación de las narrativas de los movimientos sociales. En paralelo, han surgido reflexiones sobre este nuevo escenario socio-técnico contemporáneo, que plantean que desde los movimientos sociales han emergido procesos de resistencia algorítmica (Treré, 2020) y la tecno-resistencia que invita, inclusive, a la gestación de soberanía tecnológica (Candón-Mena y Montero-Sánchez, 2023; Ricaurte Quijano, 2023), que puede pensarse como insumo neural de la soberanía comunicacional para la reivindicación social.

Metodología

Esta investigación recurre a la metodología de revisión sistemática de literatura y un *scoping review* a través del *framework* SALSA (Search, Appraisal, Analysis y Synthesis, por sus siglas en inglés; y en español: Búsqueda, Evaluación, Análisis y Síntesis), para levantar un estado de la cuestión sobre la intersección entre comunicación y movimientos sociales en el Ecuador, en los últimos cinco años de producción científica tanto en español como en inglés. En principio,

conviene conceptualizar estos marcos metodológicos tomando en cuenta la rigurosidad de la propuesta en cada una de sus fases. En segundo lugar, esta sección despliega en detalle los procedimientos y la instrumentación técnica —apoyada en distintos softwares de acceso libre— a través de las cuales se desarrolló este estado de la cuestión.

La revisión sistemática de literatura es, evidentemente, parte de una revisión bibliográfica; y se distingue dado que implica rigurosidad en la sistematización de las publicaciones científicas que giran sobre una temática de estudio particular; de modo, que presentan validez científica considerando la forma de procesamiento (Codina, 2020). En los últimos años, su popularidad le ha otorgado valor y suelen publicarse como un género académico-científico por derecho propio; y, han empezado a divulgarse como artículos independientes (Carlos Lopezosa *et al.*, 2023). Esta metodología se sustenta en el *framework* SALSA que propone un procesamiento de datos en cuatro fases:

Figura 1

Framework SALSA para la revisión sistemática de literatura



Nota. Carlos Lopezosa *et al.*, 2023

1. *Search* (Búsqueda) es la primera fase que refiere a la identificación de las fuentes, es decir, las bases de datos académicas o repositorios bibliográficos donde es posible ubicar y extraer las distintas investigaciones sobre un tema específico; con la finalidad de generar una base de datos.
2. *Appraisal* (Evaluación) es la segunda fase en la que actúan criterios de inclusión o exclusión de las publicaciones; las cuáles generalmente se centran en el rango de tiempo o intervalo temporal sobre el cual se elabora el estudio, así como el marco teórico y metodológico con el que las investigaciones han sido desarrolladas; a través de estos criterios,

se persigue depurar en función de la validación de calidad de las publicaciones que conformarán el *corpus*.

3. *Analysis* (Análisis) consiste en la tercera fase de procesamiento y la más importante, pues sistematiza las publicaciones que hacen parte del *corpus* a través de una matriz de análisis con categorías definidas de acuerdo con los objetivos de la investigación. En esta etapa es donde genera la sistematización de las publicaciones que permitan una interpretación argumentada; de ahí, que esta etapa pretende organizar las publicaciones en función de sus ejes en común a modo de tendencias, así como factores diferenciales.
4. *Synthesis* (Síntesis) en esta última fase se presentan los resultados a modo de un resumen que, generalmente, recurre a organizadores (diagramas, mapas conceptuales, etc.), con la finalidad de presentar las principales tendencias con la cual se ha abordado cierto campo de conocimiento que incluye: enfoque de problematización, objetivos de investigación, marco conceptual y teórico, metodología, resultados y aportaciones relevantes de las publicaciones.

Uno de los aspectos más novedosos de la revisión sistemática de literatura es que posibilita el levantamiento del estado de la cuestión a través de una metodología verificable, replicable y transparente; lo cual, le otorga validez científica dada la evidencia empírica. Actualmente, se ha popularizado apoyarse con recursos tecnológicos tanto para la extracción, así como para el procesamiento de los datos. Por ejemplo, para la *Búsqueda* se recurre a diversas plataformas como Google Académico, Scielo, Dialnet, Academia.Edu o, a su vez, en las bases de datos científicas como Scopus, Web of Science, Ebsco, Latindex; y, para el *Análisis* y *Síntesis* existen una serie de softwares, como el VOSviewer, que permite generar visualizaciones relacionales de análisis bibliométrico. En este sentido, las vanguardias tecnológicas de la Inteligencia Artificial (IA), emergentemente, han empezado a incorporarse como recursos que permiten apoyar todas las fases del *framework* SALSA. Tal es el caso del Centro de Investigación en In-

formación, Comunicación y Cultura, de la Universidad de Barcelona, que impulsa la investigación en el desarrollo de una metodología para la revisión sistemática de literatura y *scoping review* apoyados en el Chat GPT (ver Carlos Lopezosa *et al.*, 2023).

Ahora bien, en el marco del levantamiento del estado de la cuestión sobre los estudios de comunicación y movimientos sociales en el Ecuador, en los últimos cinco años de publicaciones científicas en inglés y español; a continuación, se describen los procedimientos y la instrumentación con la cual se elaboró esta investigación en función de las etapas del *framework* SALSA, en cuatro fases:

En un primer momento, en la fase de *Search* (Búsqueda), esta investigación recurrió al software libre “*Publish or Perish*”, un metabuscador de publicaciones científicas que reúne las fuentes de datos de diversas bases de datos académicas (Google Scholar, Microsoft Academic, Crossref, Scopus, Web of Science y PubMed), a través de la cual se ejecutó una pesquisa con las siguientes palabras clave, tanto en inglés y español: *comunicación + medios + movimientos sociales, activismo + protestas + movilización social + Ecuador*. El rango de tiempo se delimitó a las publicaciones entre 2019 y 2023; y, se eligió la opción de búsqueda en Google Scholar. Como parámetro de búsqueda, se colocó a las 1000 publicaciones —en ambos idiomas— con mayor impacto. La decisión de limitar la búsqueda a Google Scholar se debe a que este buscador compila a diversas bases de datos y permite acceso a libros, capítulos de libros y artículos científicos, así como tesis de grado, maestría y doctorado —no disponibles en otros repositorios—; y, sobre todo, como una postura crítica de promoción a la ciencia libre, desmarcada de las lógicas competitivas del capitalismo cognitivo y de las métricas bibliométricas del productivismo científico.

En un segundo momento, en la fase de *Appraisal* (Evaluación), se depuró los resultados obtenidos a partir de la base de datos de 1000 trabajos de investigación del ámbito, a través de los siguientes criterios: publicaciones en libros, capítulos de libros y artículos de revistas científicas, así como tesis (grado, maestría y doctorado). Además, se verificó

que las investigaciones se centraran en el ámbito comunicacional de los movimientos sociales y activismos, así como que su objeto de estudio estuviese enfocado en el Ecuador o bien que se incluyese como parte de un estudio regional. En este sentido, se obtuvo un total de 117 productos científicos. Debido al volumen, se decidió optar porque la siguiente fase de análisis excluyera a los trabajos de titulación de grado, maestría y doctorado, con la finalidad de procesar únicamente aquellas investigaciones publicadas. De ahí, se obtuvo un total de 31 trabajos en inglés y 35 en español, que constituyeron el corpus final de 66 publicaciones.

En un tercer momento, en la fase de *Analysis* (Análisis), el corpus en dos etapas. En principio, se procesó en función del volumen de las publicaciones por año —2019, 2020, 2021, 2022 y 2023— con la finalidad de hacer una lectura de texto-contexto en torno a acontecimientos relevantes agenciados por movimientos sociales en el Ecuador, que pudiesen haber hecho un eco en la producción de material científico. Seguidamente, se examinó a las publicaciones a través de una matriz que incluyó los siguientes criterios: identificador; autoría; título; movimiento social, activismo o movilización que es estudiada; palabras clave; marco teórico; metodología; aporte principal; tipo de publicación y enlace de acceso. Esta clasificación fue clave para la sistematización de los textos; pues es lo que permitió evidenciar los patrones en común en los que se converge, así como los puntos de diferenciación en los que existen divergencias. A continuación, se presentan las etiquetas de la matriz de análisis en la tabla 1.

Tabla 1

Matriz de análisis para la sistematización de publicaciones en el marco de la producción de un estado del arte

ID	Autoría	Movimiento Social/ Activismo/ Movilización	Línea de investigación	Marco Teórico	Síntesis del estudio	Metodología	Tipo de publicación	Enlace de acceso
----	---------	--	------------------------	---------------	----------------------	-------------	---------------------	------------------

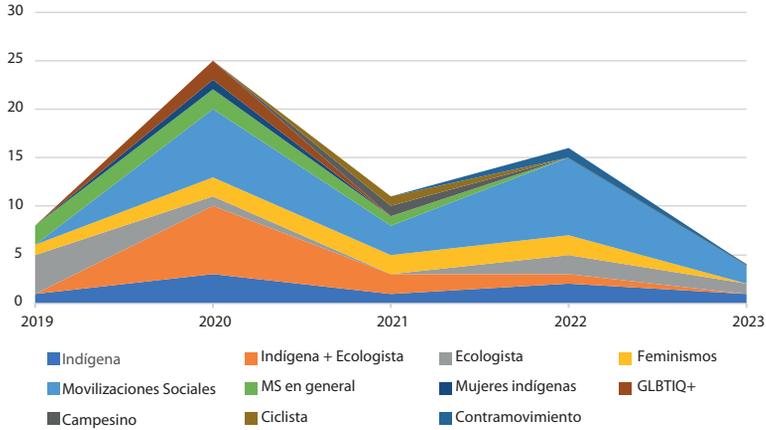
Una vez que se organizó a través de esta matriz, se procedió a sistematizar el material de divulgación científica de acuerdo con el objeto de estudio, la línea de investigación, el marco teórico y la metodología; de modo, que se obtuvieran datos cuantitativos y cualitativos que nutran el estado de la cuestión a partir de la identificación de patrones comunes, así como de enfoques emergentes. Desde esta evidencia empírica, finalmente, se llegó a la cuarta fase de *Synthesis* (Síntesis) en la que se generó material gráfico con la finalidad de visualizar las principales tendencias en investigación en el campo de conocimiento que intersecta la comunicación y los movimientos sociales, como un insumo para la interpretación y discusión.

Resultados

En principio, conviene realizar una panorámica de los movimientos sociales (MS) y sus acciones colectivas del país que han sido objeto de estudio desde el lente de la comunicación. En efecto, el ciclo de movilizaciones sociales recientes detonadas frente al avance de la política neoliberal —octubre de 2019 y junio de 2022— han hecho eco en la producción científica de este campo emergente. Estos procesos de estallido social han sido un prolífico laboratorio de prácticas comunicacionales, que han sido exploradas desde varias perspectivas investigativas. Dado que el contexto político-comunicacional-social de las revueltas estuvo signado por un cerco mediático corporativo imperante en defensa de la actuación gubernamental; y, en respuesta, los movimientos sociales generaron apropiación tecnológica para gestar sus propios canales de comunicación y, al mismo tiempo, las actorías de los medios alternativos y comunitarios fueron vitales para evidenciar las múltiples vulneraciones de derechos en el contexto del levantamiento popular; se comprende que los estudios de comunicación y movimientos sociales hayan proliferado en 2020 y 2022, siendo el campo mayormente estudiado (Lupien, 2020; O'Brien y Micek, 2020; Reza, 2013; Vanegas-Toala, 2022b). Así se evidencia en la figura 1.

Figura 1

Temáticas estudiadas en la producción científica (inglés y español) que aborda comunciación y movimientos sociales



En paralelo se observa que un siguiente movimiento social que ha recibido atención investigativa es el indígena, que se explica debido a que lideraron las movilizaciones sociales. Sin embargo, es notable que un creciente número de publicaciones científicas hayan investigado las dinámicas y procesos comunicacionales del movimiento indígena en clave ecológica de cara a la profundización de la política extractiva, principalmente, en la Amazonía del Ecuador (Acosta, 2020; Coryat, 2019, 2022; De Castro Muniz, 2020; DW Akademie, 2020; Muniz y Tapia, 2021; Vanegas-Toala, 2020a, 2020b, 2022a; Vanegas-Toala *et al.*, 2020). En un tercer orden de importancia de acuerdo con el volumen de producción científica están los feminismos, también conectados con las múltiples reivindicaciones de derechos que han venido gestando las mujeres en la esfera política y la esfera pública contemporánea (Acosta, 2022; Angulo, 2022; Braine y Velarde, 2022; Piatti-Crocker, 2021).

Respecto a las líneas de investigación son notables los ejes de problematización que coinciden tanto en la producción académica en español (figura 2) como en inglés (figura 3) en las que destacan:

“Acción colectiva y repertorios digitales de los MS”, se evidencian dos marcos teóricos: en principio, aquellos que toman la acción colectiva digital (Chiliquinga-Amaya, 2020) o que se anclan a la concepción de cibermovimiento (Mullo-López *et al.*, 2021) o ciberactivismo (Angulo, 2022; Mera Rodríguez, 2019); y, aquellos desde un paradigma más complejo que colocan a la acción colectiva como una forma expandida de integración *on line- off line* a través de la noción de tecnopolítica y la acción conectiva (Vanegas-Toala, 2022b; Vanegas-Toala *et al.*, 2020). En el campo de la línea de “Apropiación de TIC de los Movimientos Sociales, para gestación de medios y canales propios” cabe destacar el trabajo situado de Sharupi Tapuy (2022), que como académico indígena, analiza su propia experiencia de comunicación en el colectivo Lanceros Digitales, adscrito a la Confederación de Nacionalidades Indígenas de la Amazonía del Ecuador (CONFENIAE). En este mismo campo, también son importantes otros trabajos que vinculan la apropiación tecnológica digital y la acción colectiva (Lupien, 2020), así como los campos de estudio de medios alternativos, comunitarios o propios de los movimientos sociales (Acosta, 2020; Albornoz y Tabarez Merino, 2022; De Castro Muniz, 2020; DW Akademie, 2020; Muniz y Tapia, 2021; Vanegas-Toala, 2020a, 2021).

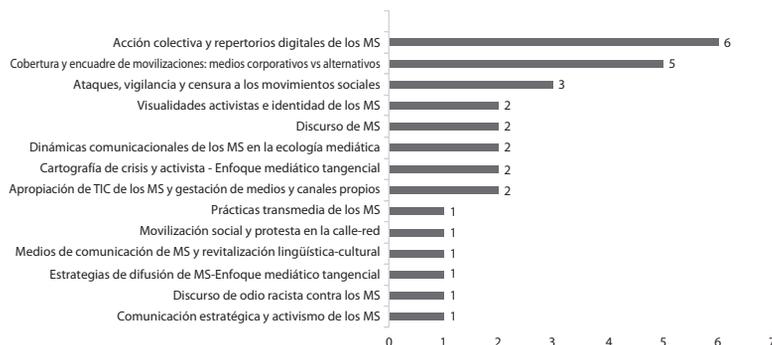
Figura 2

Líneas de investigación para el abordaje de comunicación y movimientos sociales en la producción científica de los últimos cinco años en español



Figura 3

Líneas de investigación para el abordaje de comunicación y movimientos sociales en la producción científica de los últimos cinco años en inglés



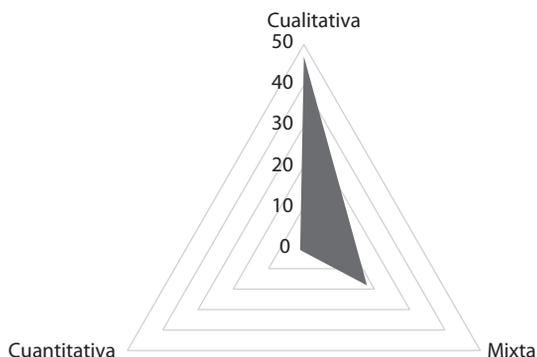
Entre las líneas emergentes, llaman la atención un enfoque novedoso que ha empezado a cuestionarse el “tecnoutopismo” en referencia a los movimientos sociales y el Internet; pues la línea de “Ataques, vigilancia y censura a los MS” da muestras de una incipiente preocupación investigativa. En el trabajo de Tapia y Castro (2020) se cuestionan los múltiples intentos de censura a través de inhibidores de frecuencia, para impedir a los medios alternativos, comunitarios y la ciudadanía la conexión a Internet y visibilizar las movilizaciones de octubre de 2019. En una línea similar, otros estudios examinan la tecnovigilancia gubernamental en las movilizaciones de Francia, Hong Kong, Chile, Líbano y Ecuador (Corinne Liu *et al.*, 2022), así como los intentos de censura desde lo que nombran como tecnologías de supresión en contra la democracia (Stoycheff *et al.*, 2020). En diálogo con este enfoque, la línea de “Desinformación” también da muestras de enfoques críticos al campo digital, pues la proliferación de información falsa, desde la noción de postverdad, pueden ser utilizadas como estrategia política de deslegitimización de la protesta (Benavídes, 2020); y, finalmente, la línea de “Discurso de Odio” con el trabajo de Vallejo Vera (2023) permite rastrear el discurso de odio racista contra el movimiento indígena en Twitter durante las movilizaciones de

octubre de 2019. En respuesta, han empezado a surgir estudios que evidencian la urgencia de defender de los derechos de asociación digital en contextos de protesta (O'Brien y Micek, 2020).

Ahora bien, en cuanto a las metodologías aplicadas para el estudio de la comunicación y los movimientos sociales —tanto en español como inglés— como se muestra en la figura 4 y la figura 5, el enfoque que prima en la investigación es el cualitativo mayoritariamente, seguido de un enfoque mixto y apenas una investigación de carácter cuantitativo.

Figura 4

Enfoque metodológico en la producción científica en inglés y español que aborda la comunicación y movimientos sociales en los últimos cinco años

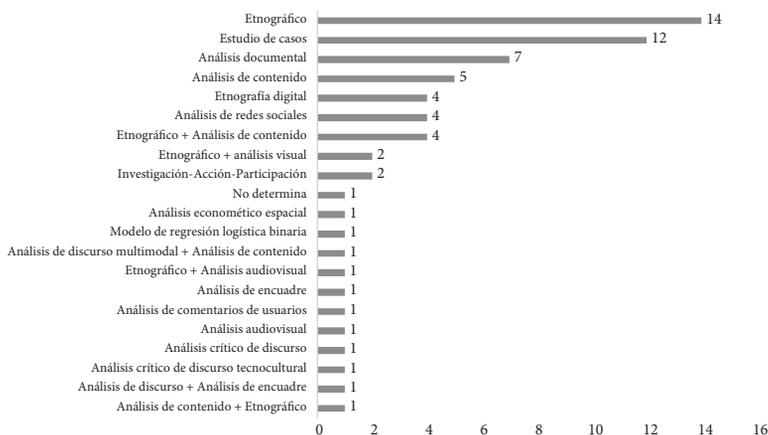


Considerando la naturaleza de los movimientos sociales, se comprende que las metodologías más utilizadas para la investigación de estos sean el “etnográfico”. Los estudios comparados entre países miembros de una región, desde el enfoque etnográfico, dan cuenta de un abordaje en perspectiva transnacional. Este el caso de Braine y Velarde (2022) que estudian la apropiación análoga y digital de feministas, a partir del estudio de 17 países en el que despliegan una serie de entrevistas a 68 activistas que promueven el aborto autogestionado; y, en una línea similar, el artículo de Ciszek (2020) que analiza cómo la comunidad GLBTIQ+ construye una agenda común estratégica en

16 países a través de la apropiación de tecnologías digitales. Al mismo tiempo, han empezado a surgir modelos mixtos de investigación que convocan varios métodos; por ejemplo, en las investigaciones que han vinculado lo “Etnográfico + Análisis Audiovisual”, como es el caso de Vanegas-Toala (2021) que estudia las prácticas comunicacionales de un colectivo audiovisual indígena de cara a la intrusión de la megaminería en sus territorios; o, la línea de “Etnográfico + Análisis de Contenido” en la que se complementan ambos enfoques con diversas técnicas (Larrea-Ayala *et al.*, 2022); y, finalmente, los estudios que recurren al método “Etnográfico + Análisis Visual” en el que se centran en el análisis de las visualidades y la cultura visual activista en las luchas ecológicas (Krøijer, 2019; Velasquez, 2019).

Figura 5

Metodologías en la producción científica en inglés y español que aborda la comunicación y movimientos sociales en los últimos cinco años



Sin embargo, la metodología etnográfica no ha hecho eco en la misma medida en su versión digital; pues como se observa la “Etnografía Digital” apenas emerge en pocos trabajos de investigación: este es el caso del artículo sobre la cartografía del feminicidio de Suárez Val (2022), y de los trabajos que estudian comunidades virtuales en torno

a una cuenta específica de una red social digital (Mera Rodríguez, 2019), así como de los que hacen un abordaje transnacional a través de estudios de *hashtags* (Piatti-Crocker, 2021).

De hecho, los métodos digitales son apenas emergentes; y, llama la atención pese a que la mayoría de las investigaciones abordan el campo hipermedial en la dinámica comunicacional de los movimientos sociales, estos sean marginales. En este sentido, son destacables las metodologías de “Análisis de redes sociales” en los trabajos de Vanegas-Toala (2020b, 2022a; 2020) a partir del estudio del hashtag #SOSPuebloShuar donde indaga sobre los nodos y las relaciones más importantes que participaron de esta campaña, para revelar las formas contemporáneas de generar coaliciones en el marco de las luchas eco-territoriales de cara al extractivismo; y, también se recurre a esta metodología en el trabajo de Vallejo-Vera (2023) que mapea el discurso de odio racista en Twitter frente al movimiento indígena en octubre de 2019 utilizando la API Perspective de Google, una herramienta de moderación de contenidos para detección automática de contenidos tóxicos en comentarios de redes sociales digitales. En la misma línea, de identificación de métodos digitales innovadores está el “Análisis de discurso crítico tecnocultural”, en el trabajo de Vanegas-Toala (2020b), que permite explorar la complejidad de los discursos multimodales en el entorno digital, en el marco de una tecnocultura.

El “Estudio de Caso” así como el “Análisis Documental” son métodos recurrentes para la indagación de la comunicación y los movimientos sociales. Si bien la revisión documental hace parte de toda investigación en tanto dota de un marco epistémico, teórico y conceptual; los estudios de caso no siempre determinan con precisión metodológica los detalles procedimentales deseables en la investigación científica. Por otro lado, las metodologías de “Análisis de contenido” y “Análisis de discurso” son populares en tres ejes: el primero, en los estudios de representación de los movimientos sociales; por ejemplo, el trabajo de Febres-Cordero, Puyosa y Andrango Bolaños (2022) que determina la violencia simbólica sobre la representación mediática de

los indígenas y lo complementa con otra metodología; el segundo, en los estudios comparativos entre medios corporativos versus medios alternativos en la cobertura de movilizaciones; por ejemplo, el estudio de Medranda-Morales, Sánchez-Montoya y Palacios Mieles (2023) que sistematiza los hashtags usados en ambas coberturas en Twitter; y, en tercer lugar, los estudios sobre autorepresentación de los movimientos sociales a través de sus propios medios y también a partir de sus prácticas comunicacionales. Finalmente, la revisión sistemática de literatura revela que la metodología de “Investigación-Acción-Participación” ha sido marginalmente utilizada en el estudio de la comunicación y los movimientos sociales, salvo dos estudios (Febres-Cordero *et al.*, 2022; Muniz y Tapia, 2021).

Conclusiones

El abordaje investigativo de la comunicación y los movimientos sociales en Ecuador, pese a ser un campo incipiente ha empezado a cobrar fuerza en los últimos cinco años, sobre todo, derivado del ciclo de movilizaciones sociales de la región y del país en octubre de 2019 y junio de 2022. Efectivamente, esta proliferación de investigaciones científicas da cuenta de una academia que conecta interdisciplinariamente con estos procesos de estallido social; y, además, con las reivindicaciones de los movimientos sociales. Como primer punto de reflexión es importante subrayar el protagonismo de las movilizaciones, el movimiento indígena, el ecologismo y el feminismo como parte de la agenda de investigación desde el lente comunicacional; sin embargo, también cabe señalar la ausencia de trabajos en relación con otros procesos sociales y movimientos como el afrodescendiente, la comunidad GLBTIQ+, el obrero y campesino. En la misma dirección, los estudios sobre sobre “contra-movimientos” —entendidos como reivindicaciones de agendas ultraconservadoras y antiderechos— que han empezado a cobrar visibilidad en la esfera política, pública y comunicacional ameritan más atención investigativa crítica.

En el ámbito de las líneas de investigación, si bien se ha estudiado el ámbito de la acción colectiva de los movimientos sociales en diálogo con sus repertorios digitales; todavía priman los enfoques tecnodeterministas e instrumentales en el que la comunicación se reduce a ser una suerte de “recurso”; entonces, cabe la invitación a generar más investigaciones desde un paradigma más complejo que dignifique a la comunicación de los movimientos sociales como acción colectiva por derecho propio; y, en tanto, como pieza fundamental en la estructura de oportunidades políticas. Uno de los enfoques que va en esta dirección son quizá los estudios sobre la práctica comunicacional, en clave transmedial, que concibe a los repertorios de comunicación activista como parte de sus dinámicas comunicacionales en el marco de la política contenciosa. De esta forma, se apertura una comprensión más amplia desde la epistemología de las mediaciones que permite situar el análisis desde un entramado que convoca a las actorías comunicacionales, las tecnologías y los contextos culturales, en sociedades cuya ecología mediática es compleja.

En el ámbito de las metodologías utilizadas para el estudio de la comunicación y los movimientos sociales, se vuelve crítico el estudio de prácticas comunicacionales activistas complejas que integran lo *on line* y lo *off line* desde métodos que no permiten evidenciar la complejidad del proceso. Es imperante impulsar la investigación de metodologías digitales, en diálogo con metodologías más tradicionales de modo que se nutra la mirada investigativa y analítica y permita responder a una ecología mediática compleja en la que navegan las dinámicas comunicacionales contemporáneas. Adicionalmente, es sintomático que la metodología de “Investigación-Acción-Participación” sea marginal en el abordaje de este campo de estudio; pues podría tomarse como evidencia de la lógica extractiva de la academia, más preocupada de inflar métricas de producción científica que de tener un impacto social, político y cultural. Es urgente generar más investigación situada y comprometida ética y políticamente con los procesos reivindicativos de los movimientos sociales.

A modo de reflexión final, esta investigación ha dado luces sobre las líneas emergentes de investigación en este campo. En esta dirección, es urgente consolidar una línea de investigación que aborde los ataques, vulneraciones, vigilancia y censura que experimentan los movimientos sociales y sus repertorios de acción colectiva. Tanto el avance de las sociedades de control en el marco del capitalismo de datos y vigilancia, así como el avance de las agendas antiderechos ultraconservadores generan contexto poco favorable para la ampliación de derechos; y, en contraste, generan condiciones que amenazan a los y las actuaciones de los movimientos sociales. En paralelo, hace falta también generar más cruces interdisciplinarios entre las ciencias sociales y las ciencias exactas que permitan apostar creativamente por metodologías mixtas para el abordaje socio-técnico y socio-político de las plataformas que rigen las sociedades contemporáneas.

Referencias bibliográficas

- Acosta, A. M. (2020). *Comunicación, poder e interculturalidad en la Amazonía sur*. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Acosta, A. M. (2022). Comunicación digital, movilización feminista e interseccionalidad en Ecuador. En C. Martens, C. Venegas y E. F. S. Sharupi Tapuy (eds.), *Activismo digital, medios comunitarios y comunicación sostenible en América Latina* (pp. 317-336). USFQ Press, Universidad del Valle.
- Albornoz, M. B. y Tabarez Merino, G. (2022). Periodismo indígena en Ecuador: una cosmovisión alternativa. En C. Martens, C. Venegas y E. F. S. Sharupi Tapuy (eds.), *Activismo digital, medios comunitarios y comunicación sostenible en América Latina* (pp. 411-438). USF.
- Angulo, N. (2022). El ciberactivismo feminista en la teoría y en la práctica. En C. Martens, C. Venegas y E. F. S. Sharupi Tapuy (eds.), *Activismo digital, medios comunitarios y comunicación sostenible en América Latina* (pp. 337-359). USFQ Press, Universidad del Valle.
- Atton, C. (2002). *Alternative media*. Sage.
- Barranquero, A., & Treré, E. (2021). Comunicación alternativa y comunitaria. La conformación del campo en Europa y el diálogo con América Latina. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 146(Medios de comunicación alternativos y principios), 159-182. <https://doi.org/https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i146.4390>

- Benavides, W. (2020). ¿Medios versus redes? Posverdad en la lógica de la multitud. *Textos y Contextos*, 20, 25-36. <https://doi.org/https://doi.org/10.29166/tyc.v1i20.2168>
- Bennett, W. L. y Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information Communication and Society*, 15(5), 739-768. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.670661>
- Braine, N. y Velarde, M. (2022). Self-Managed Abortion: Strategies for Support by a Global Feminist Movement. *Women's Reproductive Health*, 9(3), 183-202. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/23293691.2022.2016142>
- Cammaerts, B. (2012). Protest logics and the mediation opportunity structure. *European Journal of Communication*, 27(2), 117-134. <https://doi.org/10.1177/0267323112441007>
- Cammaerts, B., Mattoni, A. y McCurdy, P. (2013). Introduction: Mediation and protest movements. *Mediation and protest movements*, 3-19. <https://doi.org/10.1386/ncin.10.2.167>
- Candón-Mena, J. y Montero-sánchez, D. (2023). Lógicas y orientaciones del activismo digital. Del uso y la apropiación al desarrollo de herramientas autónomas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 297-313. <https://doi.org/https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1891>
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society 1. *International Journal of Communication*, 1(June 2006), 238-266.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial.
- Chiliquinga-Amaya, J. (2020). Repertorio digital: ¿Una acción colectiva innovadora para los movimientos sociales? El movimiento indígena ecuatoriano en la acción colectiva digital y contenciosa. *Kairós*, 3(4), 36-42.
- Ciszek, E. (2020). Diffusing a movement: an analysis of strategic communication in a transnational movement. *International Journal of Strategic Communication*, 14(5), 368-382. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1553118X.2020.1835919>
- Codina, L. (2020). Revisiones sistematizadas en Ciencias Humanas y Sociales. 3: Análisis y Síntesis de la información cualitativa. En C. Lopezosa, J. Díaz-Noci y L. Codina (Eds.), *Methodos. Anuario de métodos de investigación en Comunicación Social* (pp. 73-87). Digi-Doc-Universitat Pompeu Fabra. <https://doi.org/10.31009/methodos.2020.i01.07>
- Corinne Liu, M., Brenes Reyes, J. R., Sahoo, S. y Dryer-Whitford, N. (2022). Riot Platforms: Protest, Police, Planet. *Antipode*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/anti.12861>

- Coryat, D. (2019). Social movements and media cultures in defense of life and territory. En J. F. Salazar y A. C. Pertierra (eds.), *Media cultures in Latin America. Key concepts and new debates* (pp. 160-180). Routledge.
- Coryat, D. (2022). Estrategias de Jiu-jitsu, radio bamba y otras prácticas transmedia: Yasunidos contrarrestando el poder mediático estatal. En C. Martens, C. Venegas y E. F. S. Sharupi Tapuy (eds.), *Activismo digital, medios comunitarios y comunicación sostenible en América Latina* (pp. 251-269). USFQ Press, Universidad del Valle.
- Costanza-Chock, S. (2012). Mic Check! Media cultures and the Occupy Movement. *Social Movement Studies*, 11(3-4), 375-385. <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.710746>
- Costanza-Chock, S. (2013). Transmedia mobilization in the Popular Association of the Oxacan Peoples, Los Ángeles. En B. Cammaerts, A. Mattoni y P. McCurdy (eds.), *Mediation and protest movements* (pp. 95-114). Intellect.
- Couldry, N. (2004). Theorising media as practise. *Social Semiotics*, 14(2), 115-132.
- De Castro Muniz, M. L. (2020). Conflictos reales, estrategias virtuales: redes sociales, divisiones y articulaciones intra e interorganizativas en la Amazonía ecuatoriana. En E. N. Morales y G. Gitahy de Figueiredo (eds.), *Tejiendo desde la contrahegemonía. Medios, redes y Tic en América Latina*. Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Sociales.
- Downing, J. (2010). *Encyclopedia of social movement media*. Sage.
- Downing, J. (2011). Medios radicales: comunicación rebelde y movimientos sociales. En J. M. Pereira y A. Cadavid (eds.), *Comunicación, desarrollo y cambio social* (pp. 399-406). Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Downing, J. y Villareal Ford, T. (2010). *Radical media: rebellious communication and social movements*. Sage.
- DW Akademie. (2020). *Amazonía-el desafío de comunicar la diversidad Los casos de Colombia, Ecuador y Perú*. <https://bit.ly/40BudcF>
- Febres-Cordero, B., Puyosa, I. y Andrango Bolaños, J. D. (2022). Representación indígena en los medios de comunicación ecuatorianos: un enfoque de News Frames. En C. Martens, C. Venegas y E. F. S. Sharupi Tapuy (eds.), *Activismo digital, medios comunitarios y comunicación sostenible en América Latina* (pp. 363-382). USFQ Press, Universidad del Valle.
- Krøijer, S. (2019). Who cares for the land? Indigeneity and radical environmental activism in translation. *Latin American and Latinx Visual Culture*, 1(4), 105-112. <https://doi.org/https://doi.org/10.1525/lavc.2019.140010>

- Larrea-Ayala, A., Avellaneda Galarza, J., Chamoro Loyo, A., Guerrero Milena, P., Mestanza Yépez, E. y Cadena, A. (2022). Incidencia de los medios de comunicación, redes sociales y fake news durante las manifestaciones sociales de octubre 2019 en Ecuador. *Ecós de la Academia*, 8, 41-57. <https://doi.org/https://doi.org/10.53358/ecosacademia.v8i16.791>
- Lopezosa, Carlos, Codina, L. y Ferran-Ferrer, N. (2023). *ChatGPT como apoyo a las systematic scoping reviews: integrando la inteligencia artificial con el framework SALSA*. Barcelona.
- Lupien, P. (2020). Indigenous movements, collective action, and social media: new opportunities or new threats? *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305120926487>
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ediciones Gustavo Gili.
- Mattoni, A. (2013). Repertoires of communication in social movement processes. En B. Cammaerts, A. Mattoni y P. McCurdy (eds.), *Mediation and protest movements* (pp. 39-56). Intellect.
- McCarthy, J. y Zald, M. (1977). Resource mobilization and social movements. *American Journal of Sociology*, 82, 1212-1241.
- Medranda-Morales, N., Sánchez-Montoya, R. y Palacios Miele, V. (2023). Alternative and traditional media on Twitter: Ecuador National Strike of 2019. *Social Sciences*, 12(122). <https://doi.org/10.3390/socsci12030122>
- Mejías, U. A. y Couldry, N. (2019). Colonialismo de datos : repensando la relación de los datos masivos con el sujeto contemporáneo. *Virtualis. Revista de cultura digital*, 10, 78-97.
- Melucci, A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos.
- Mera Rodríguez, A. (2019). Ciberactivismo, acción colectiva y movilidad en bicicleta. Una etnografía virtual en Quito. *Antropología Experimental*, 19(5), 33-49. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17561/rae.v19.05>
- Mullo-lopez, A., Balseca Mera, J. y Ureña López, R. (2021). Movimientos indígenas del Ecuador: entre la acción colectiva y la acción conectiva. *braz. journal.res.*, (April). <https://doi.org/10.25200/BJR.v17n1.2021.1334>
- Muniz, M. L. y Tapia, A. (2021). Común-En-Acción. La búsqueda por autonomía comunicativa en la Amazonía Ecuatoriana. *Contra Corrente*, 2, 70-96.
- O'Brien, L. y Micek, P. (2020). *Defending peaceful assembly and association in the digital age takedowns, shutdowns, and surveillance* *Defending peaceful assembly and association in the digital age: takedowns, shutdowns, and surveillance*. <https://bit.ly/3sCisWT>

- Piatti-Crocker, A. (2021). Diffusion of # NiUnaMenos in Latin American Social protests amid a pandemic. *Journal of International Women's Studies*, 22(12), 7-24. <https://bit.ly/3QYMehR>
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. Ned.
- Reza, J. L. (2013). Una mirada al cine indígena. Autorepresentación y el derecho a los medios audiovisuales. *Cinémas d'Amérique Latine*, (21), 122-129. <https://doi.org/10.4000/cinelatino.283>
- Ricaurte, P. (2019). Data epistemologies, coloniality of power, and resistance. *Television & New Media*, 1-16. <https://doi.org/10.1177/1527476419831640>
- Ricaurte Quijano, P. (2023). *Descolonizar y despatriarcalizar las tecnologías*. Centro de Cultura Digital. <https://bit.ly/3sJ0y4C>
- Rovira, G. (2013). Activismo mediático y criminalización de la protesta : medios y movimientos sociales en México. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*, 20(61), 35-60.
- Rovira, G. (2017a). *Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y acción en la era de Internet*. Icaria editorial, S.A.
- Rovira, G. (2017b). *Activismo en red y multitudes conectadas. Comunicación y Acción en la era del Internet*. Icaria, Universidad Autónoma Metropolitana, HDCS Publicaciones.
- Rovira, G. (2019). Tecnopolítica para la emancipación y para la guerra: acción colectiva y contrainsurgencia. *IC-Revista Científica de Información y Comunicación*, 16(Movimientos conectados y abordajes tecnopolíticos), 39-83. <https://doi.org/10.12795/IC.2019.i19.02>
- Saavedra Utman, J. (2020). *Comunicación, comunes y movimientos sociales. Mediaciones de Base contra la Política Neoliberal*. Friedrich Ebert Stiftung, FES Comunicación.
- Sharupi Tapuy, E. F. (2022). Estrategias de comunicación digital para fortalecer y empoderar a los pueblos y nacionalidades amazónicas: Radio comunitaria y la Nación Quijos. En C. Martens, C. Venegas y E. F. S. Sharupi Tapuy (eds.), *Activismo digital, medios comunitarios y comunicación sostenible en América Latina* (pp. 439-462). USFQ Press, Universidad del Valle.
- Stephansen, H. y Treré, E. (eds.). (2020). *Citizen media and practice. Currents, connections, challenges*. Routledge.
- Stoycheff, E., Burgess, S. y Martucci, M. C. (2020). Online censorship and digital surveillance: the relationship between suppression technologies and democratization across countries. *Information*,

- Communication & Society*, 23(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1518472>
- Suárez Val, H. (2022). Affect amplifiers. Feminist activist and digital cartographies of femenicidio. En S. MacDonald, B. I. Wiens, M. MacArthur y M. Radzikowska (eds.), *Netwroked feminisms. Activist assembleis and digital practices* (pp. 163-186). The Roman & Littlefield Publishing Group.
- Tapia, A. y Castro, A. (2020). Ataques, vulneraciones y cerco mediático. En *Octubre*. Editorial El árbol de papel.
- Tarrow, S. (1997). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza Editorial.
- Tascón, M. y Quintana, Y. (2012). *Ciberactivismo. Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas*. Madrid: Catarata.
- Tilly, C., & Wood, L. (2010). *Los movimientos sociales, 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Crítica.
- Toret, J. (coord) (2015). *Tecnopolítica y 15M: La potencia de las multitudes conectadas. Un estudio sobre la gestación y explosión del 15M*. UOC Ediciones.
- Touraine, A. (2000). *Can we live together?* Stanford University Press.
- Treré, E. (2012). Social movements as information ecologies: exploring the coevolution of multiple internet technologies for activism. *International Journal of Communication*, 6, 2359-2377.
- Treré, E. (2019). *Hybrid media activism: ecologies, imaginaries, algorithms*. Routledge.
- Treré, E. (2020). *Activismo mediático híbrido. Ecologías, imaginarios y algoritmos*. Friedrich Ebert Stiftung, FES Comunicación.
- Vallejo Vera, S. (2023). Rage in the machine: activation of racist content in social media. *Latin American Politics and Society*, 65(1), 74-100. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/lap.2022.25>
- Van de Donk, W., Loader, B. D., Nixon, P. G. y Rucht, D. (eds.) (2004). *Cyberprotest. New media, citizens and social movements*. Routledge.
- Vanegas-Toala, Y. V. (2020a). Comunicación y el giro ecoterritorial en red campo-ciudad. En *Comunicación y ciudad. Lenguajes, actores y relatos* (pp. 123-142). Ediciones Abya-Yala. <https://bit.ly/49zyH7L>
- Vanegas-Toala, Y. V. (2020b). Mobilización Transmedia #SOSPuebloShuar: prácticas comunicacionales y repertorios estratégicos del activismo ecosocial. En C. K. Luvizotto e I. Ferin Cunha (eds.), *Comunicação, Cidadania e Movimentos Sociais Vivências* (pp. 138-162). Ria Editorial.

- Vanegas-Toala, Y. V. (2021). Etsa-Nantu / Cámara Shuar : prácticas audiovisuales desde la ecoterritorialidad y el biocentrismo. *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas*, 16(2), 76-95. <https://doi.org/10.11144/javeriana.mavae16-2.encs>
- Vanegas-Toala, Y. V. (2022a). # SOSPuebloShuar : red de defensa ecoterritorial como práctica comunicacional activista frente a la megaminería en la Amazonía del Ecuador. *Revista Mediaciones*, 29(18), 220-236. <https://doi.org/https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.18.29.2022.220-239>
- Vanegas-Toala, Y. V. (2022b). “Poner el cuerpo”: performances corpo-tecnopolíticas como repertorios de comunicación activista en los estallidos sociales en Ecuador, Chile y Colombia. En N. Aguiar Mariño y N. Medranda Morales (eds.), *Ecología de la Información. Un recorrido práctico de la comunicación* (pp. 215-239). Ediciones Abya-Yala.
- Vanegas-Toala, Y. V., Medina-Bravo, P. y Rodrigo-Alsina, M. (2020). Technopolitics, connective action and convergent activism: emerging communication practices from ecosocial struggles. *IC Revista Científica de Información y Comunicación*, 17, 505-532. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.12795/IC.2020.i01.22>
- Velasquez, T. (2019). From canadian dragons to pristine páramos: Visual discourses in the campaign to defend Ecuadorian páramos from gold extraction. *Latin American and Latinx Visual Culture*, 1(4), 98-104. <https://doi.org/https://doi.org/10.1525/lavc.2019.140009>
- Zuboff, S. (2020). *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

Estudio crítico multimodal del discurso educativo/comunicacional en derechos humanos

Montserrat Fernández-Vela
Universidad Central del Ecuador
mafernandez@uce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5168-4594>

Introducción

La educación en derechos humanos (EDH) no es estudiada frecuentemente desde una perspectiva que vincule la educación y la comunicación en el análisis del discurso, y tampoco existen métodos que propongan investigar el tema. A pesar de que la literatura sobre análisis del discurso (AD), análisis crítico del discurso (ACD) y estudios críticos del discurso (ECD) es abundante, solo unos pocos autores aplican esta teoría/método a la investigación del discurso y EDH. La repercusión de ese vacío es reveladora: “simplemente una práctica social que no esté atenta a la naturaleza propia de su discurso será reproductiva y no transformativa, y de ahí los retos en la EDH” (Keet, 2012, p. 8).

Tradicionalmente, los derechos humanos se abordan desde la perspectiva legalista (enfaticando los procesos, regulaciones y normativa) o desde una perspectiva filosófica (centrada en el origen, fundamentos ontológicos, y temas controversiales), dejando desatendido el discurso, sus prácticas y regímenes de verdad. Para algunos autores es necesario estudiar el discurso de los derechos humanos como una construcción social, no solo analizar las condiciones sociales, históricas, culturales e institucionales en las que aparecen, sino también el proceso de producción y distribución de los discursos, determinados por esos

contextos, y naturalmente, la forma en que los discursos moldean la percepción sobre los derechos, la manera de actuar frente a los mismos y los efectos tangibles en la vida de los sujetos de derechos (Karam, 2001; Landman, 2006).

De igual manera, en el caso de la EDH, su estudio se centra en la perspectiva educativa (planificación, diseño curricular, entornos, metodologías) y filosófica (ontológica y deontológica), y en muy contadas ocasiones, la EDH se estudia como un discurso que marca lo educativo, está marcado por lo filosófico, y tiene repercusiones en la praxis.

Por lo tanto, este capítulo utiliza los Estudios Críticos del Discurso (ECD) desde un enfoque multimodal y propone una metodología para analizar el discurso de la EDH desde tres aristas: educativa (a nivel macro, meso y micro curricular), ontológica (comprensión y fundamentos), y comunicacional. La propuesta metodológica responde a dos necesidades urgentes. La primera es el pensar en formas académicas creativas y técnicas para estudiar el discurso, que conecte y fusione métodos y técnicas de investigación del discurso y se lo aplique a la EDH (como a otros discursos educativos y comunicacionales). Por lo tanto, es una propuesta científica técnica pero también innovadora. La segunda, es pensar en una metodología *educomunicativa*,¹ que vincule la educación y la comunicación, debido a que cuando se habla de EDH, no solo se habla desde el ámbito comunicativo del estudio del discurso sino también desde el ámbito educativo, las nociones y espacios pedagógicos de la construcción del discurso. Se pretende con ello cubrir ambas necesidades.

1 La educomunicación como campo de estudio considera que en ciertos procesos y programas que vinculan educación y comunicación, la línea divisoria entre disciplinas es delgada y casi imposible de separar (Soares, 2000). Sin plantear que toda comunicación educa ni que toda educación comunica, es un paradigma para dar sentido a esos espacios de coincidencia. Se asocia fuertemente a temas relacionados con los derechos humanos y el cambio social por su enfoque de transformación social. Considero, como investigadora, que este estudio es uno de esos casos. Por lo tanto, planteo un acercamiento educomunicacional.

Este capítulo es parte de la tesis doctoral de la autora, traducida del inglés, y describe la metodología que se utilizó en el caso de análisis de la propuesta editorial en educación en derechos humanos (publicada entre 2015 y 2017) de la Defensoría del Pueblo de Ecuador (DPE), la entidad nacional encargada de EDH en el país.

ECD en la educación/comunicación

La educación es una praxis humana que se interconecta profundamente con la comunicación, comparten el estar mediadas a través del lenguaje, por complejas interacciones sociales y relaciones de poder. Además, el discurso educativo es una construcción social, histórica y política alrededor de la relación conocimiento/poder, que atraviesa la historia de la humanidad y por su relevancia en los procesos de socialización humana moldea y constituye la comprensión que tenemos del mundo.

Por ello, los ECD son relevantes para estudiar el discurso educativo, porque se centran en exponer la relación entre poder y conocimiento a través del análisis y la crítica, y sirven para aumentar la comprensión profunda y comprometida de los significados, prácticas, representaciones, agentes y procesos que intervienen en la educación (Kress, 2011, p. 205).

Los estudios del discurso se centran en el lenguaje y su uso (semiótica, pragmática, sociolingüística y etnografía del lenguaje) pues comparten un terreno común. Están interesados en el uso *natural* del lenguaje, dentro de grandes unidades lingüísticas más allá de la gramática, incluidos los aspectos no verbales (como la semiosis, los elementos multimodales y visuales). Otros estudios abordan el discurso de las élites, que se materializa en los libros de texto, las leyes y el arte como formas de control social impuestas por las voces hegemónicas. Algunas investigaciones enfatizan las estrategias sociocognitivas dinámicas, mientras que otras analizan las estrategias de interacción, estudiando las funciones y contexto (sociales, culturales, situacionales

y cognitivas) del uso del lenguaje, y una gran cantidad de fenómenos de gramática textual y uso del lenguaje (Wodak y Meyer, 2016a).

La investigación enfocada en el AD surge en la década de 1960, y actualmente es un campo de estudio interdisciplinario que involucra y se usa en Antropología, Lingüística, Estudios Literarios, Sociología, Psicología Cognitiva y Social, Comunicación y Ciencias Políticas, con un amplio e intenso cuerpo de conocimiento. Sin embargo, van Dijk (2011) diferencia el análisis *crítico* del discurso (ACD) de otros tipos de estudios del discurso por su posicionalidad. El autor asegura que ACD se ocupa “principalmente de las dimensiones discursivas del abuso de poder y la injusticia y desigualdad que resultan de él” (van Dijk, 1993, p. 252), y a diferencia de otras ciencias sociales, ACD va más allá de la contribución teórica y se convierte en un campo específico de estudio, que busca comprender las complejas relaciones entre el poder y el discurso para impulsar una agenda de justicia social.

ACD es notable porque sus estudiosos hacen explícita su posición política frente al discurso, y desde esa visión crítica analizan las estructuras y relaciones de dominación y desigualdad. El giro crítico implica, por un lado, comprender las condiciones sociales y políticas en las que se produce el discurso (Tracy *et al.*, 2011), y por otro, implica autoconciencia y estándares éticos específicos frente a la lectura de la realidad social en la que se produce el mismo (van Dijk, 1993). Sin embargo, un cuestionamiento a estos académicos es que, a diferencia de los activistas y políticos, centran su atención en el análisis estructural a largo plazo de las causas, condiciones y consecuencias de los problemas sociales, pero no llegan a concretar su trabajo en producir un cambio inminente (Fairclough, 2014).

Desde la perspectiva constructivista-social, el ACD es uno de los enfoques más utilizados para entender el discurso, basadas en tres premisas: que el conocimiento no puede entenderse como una verdad objetiva; que el conocimiento es culturalmente específico e históricamente contingente; y que, los procesos sociales crean y mantienen la forma de entender y representar el mundo. Por lo tanto, el discurso como cons-

trucción social no es solo una construcción lingüística, sino que conduce a acciones sociales diferenciadas, que tienen consecuencias sociales tangibles (Gergen, 1985, pp. 268-269, en Jorgensen y Phillips, 2002).

Ahora bien, el ACD puede ser entendido como un enfoque, un método o una herramienta y esta polifuncionalidad genera confusión. Los estudios de ADC se sirven de nociones de otras disciplinas (como la antropología, comunicación, psicología o sociología, no solo la lingüística), y pueden utilizar diversos métodos de investigación experimental, etnometodológica o narrativa y técnicas muy diversas de recopilación de información (desde la entrevista, testimonio y grupo focal hasta el análisis documental y de objetos, entre otras). Por ello, van Dijk (2013) asegura que, para que el ACD sea considerado un “buen método”, debería ser capaz de dar una respuesta satisfactoria (confiable, relevante, etc.) a las preguntas de investigación, pero eso no ocurre, porque las formas de hacer ACD son diversas y dependen del tema, del lugar y del sujeto que investiga. Ergo, para unos autores el ACD no es un método sino muchos (Wodak y Meyer, 2016a), una teoría/método (Chouliaraki y Fairclough, 1999), o una “federación suelta de enfoques discursivos que comparten un compromiso político progresista y algunas raíces teóricas” (Tracy *et al.*, 2011, p. 243).

Además, se argumenta que un término más apropiado es Estudios Críticos del Discurso (ECD) para describir las teorías, métodos y otras prácticas relacionadas con el ACD (Tracy *et al.*, 2011; Wodak y Meyer, 2016a; van Dijk, 2013). Según Wodak y Meyer (2016), los ECD están:

[...] caracterizados por el interés común en deconstruir ideologías y poder a través de la investigación sistemática y reproducible de datos semióticos (escritos, hablados o visuales). Los investigadores de ECD también intentan hacer explícitos sus propios posicionamientos e intereses, conservando sus respectivas metodologías científicas y permaneciendo autorreflexivos de su propio proceso de investigación. (p. 4)

Utilizaré el término Estudios Críticos del Discurso para diferenciar este enfoque de otros enfoques críticos y no críticos para

el análisis del discurso, y como un concepto general que abarca las diversas perspectivas que describiré en las siguientes líneas.

ECD y EDH

Una característica sobresaliente de los casos de ECD aplicados a los derechos humanos es que se llevan a cabo en países del sur global, y se abordan desde múltiples perspectivas. Por ejemplo, centrados desde y hacia autores latinoamericanos y teorías poscoloniales (Pardo, 2010), *critical race theory* (Temple, 2010), desde la hegemonía y teorías sobre el poder (Manokha, 2009), utilizando teóricos como Foucault, Wodak, Fairclough, Reisigl, van Dijk, Laclau y Mouffe, entre otros. Algunos autores, aunque los temas no están directamente relacionados con los derechos humanos, lo abordan en un sentido más amplio, desde la comunicación intercultural relacionada con la justicia social, los diálogos negociados entre la *guerrilla* y la sociedad, la cobertura mediática de la pobreza, los discursos post-raciales y post-culturales, la espectacularización de los derechos humanos, el desarrollo de publicidad humanitaria en los periódicos, entre otros (Collier, 2014; Montesano Montessori, 2011; Temple, 2010; Vestergaard, 2013). Estos ejemplos presentan solo una pequeña muestra del creciente interés en los temas de derechos humanos analizados desde una perspectiva de ECD como método de investigación de la comunicación.

Aún más escasa es la literatura y el interés en estudiar el discurso sobre EHD, utilizando estudios críticos que proporcionen una metodología y un enfoque capaz de describir las relaciones entre discurso/poder/conocimiento y derechos humanos. Me permito resumir dos estudios del discurso sobre EDH. Uno de los principales artículos que guió mi enfoque inicial fue el análisis histórico realizado por André Keet sobre el discurso de la EDH. Argumenta que el rápido avance de los programas de EDH trajo peligros potenciales cuando al aplicarse de manera acrítica y dogmática y, por tanto, defiende la necesidad de estudiar la EDH como discurso, pero alejado del giro lingüístico superficial con que tradicionalmente se aborda el tema. Propone tocar

aspectos como ideología, poder, discurso institucionalizado, hegemonía, eurocentrismo y considera autores como Foucault, Fairclough, Derrida, Lucas, Bourdieu, Wodak (Keet, 2012). En el segundo, Coysh (2014), se centra en las percepciones de los profesionales sobre los programas de EDH incorporados en el currículo escolar en Tanzania; aborda temas como el poder y el discurso, pero tiene un marco conceptual de la EDH más extenso, y aporta con una metodología relativamente precisa que puede ser replicada.

La característica notable del discurso sobre EDH es su doble complejidad. Por un lado, representa la discusión propia sobre derechos humanos dividida entre autores y activistas que los defienden como la última utopía y la forma de alcanzar sociedades más justas; y, por otro lado, los autores y detractores que los critican como una construcción que casi se convierte en una quimera, inmensamente ideológica e incluso irreal (Hunt, 2007). Por otro, presenta la misma contraposición entre quienes defienden la EDH como el camino para alcanzar una cultura de paz y el empoderamiento de las sociedades, y los detractores que aseguran que educar en derechos es inculcar valores alienantes, “universales” generalmente impuestos desde la ONU sin sensibilidad local (UNESCO, 1978). En ese contexto, el discurso contruido alrededor de la EDH implica un proceso de socialización sobre lo que se entiende por derechos humanos, y más aún, las voces que se validan y se reproducen, aquellas que se silencian, y la forma en cómo actuar en la vida cotidiana respecto a esa comprensión de los derechos.

De ahí la importancia de estudiar el discurso sobre EDH desde una metodología que no solo se centre en el lenguaje, en el contenido o el mensaje, sino en el discurso mismo, con una lectura crítica de la relación poder/conocimiento de derechos humanos, y una lectura de los actores, escenarios, temas y el carácter político/histórico/social de este discurso particularmente en Ecuador.

Multimodalidad y EDH

En términos generales, la educación es un proceso de creación de significado basado en dos aspectos de una relación comunicativa recíproca: la enseñanza y el aprendizaje. Según Kress (2011), la educación se basa en interacciones y, por lo tanto, sin interacción, no hay creación de significado, ni conocimiento, ni aprendizaje, y en este caso particular, no hay aprendizaje sobre los derechos humanos. Sin embargo, en la educación, hay sendas maneras, medios y modos de interactuar. De acuerdo con análisis anteriores de programas de EDH,² esta utiliza varios modos de introducir contenido y producir conocimiento, incluidos libros de texto, manuales, guías y otros medios menos tradicionales como música, performance, videos e imágenes. También utiliza diversas formas de comunicación como debates, entrevistas y redes sociales, entre otras. Por lo tanto, la EDH es multimodal y comunicacional.

Se entiende la educación como una construcción histórica. El giro escolástico tradicional de la educación basa su paradigma en la enseñanza. La enseñanza se centró en la idea de que el conocimiento es constante, acumulativo y transmisible; el alumno tenía un papel pasivo de adquirir conocimiento y el significado (del mensaje) era dado por el maestro, un experto retórico que también era el productor del mensaje. Las escuelas eran depositarias de conocimiento, y el lenguaje era el núcleo del proceso educativo, a través de textos escritos (libros de texto) y oradores privilegiados (maestros).

Sin embargo, en el siglo XXI, las sociedades empujaron los cambios de la educación. Actualmente, existe la creencia de que el conocimiento no es fijo, sino que evoluciona, y puede hacerlo rápidamente. El conocimiento ya no es una cuestión de escuelas, está en todas partes y se presenta en varias formas, que idealmente son accesibles para “todos”. Además, en varios espacios, la distancia entre

2 Estudios anteriores como el de Youth for Human Rights International, y otros casos en América Latina, presentados en otras publicaciones.

el productor y el consumidor (prosumidor) de mensajes es menor o inexistente. Como resultado, la mayoría de las reformas educativas durante la última década cambiaron el énfasis de la enseñanza al proceso de aprendizaje. Por lo tanto, la pedagogía y el currículo también pasaron del contenido al proceso, del educador al educando, de los estudiantes pasivos a los activos. El significado se crea en la negociación entre el creador de signos (como productor o *sign-maker*) y el creador de significado (como aprendiz o *meaning-maker*), a veces realizada por el mismo agente. Los libros de texto y otros recursos se conciben y diseñan pensando en el creador de significado (el alumno), los requisitos sociales de la época y los giros tecnológicos. Por lo tanto, los recursos son múltiples y variados.

La comprensión de los *textos* como resultados del discurso en las instituciones educativas también ha cambiado. Los textos se constituyen y forman parte constitutiva de la negociación educativa de significados, donde las relaciones entre los niveles macro, meso y micro del sistema educativo se hacen manifiestas, evidentes, tangibles. La educación basó tradicionalmente su práctica en el lenguaje y, por eso, el texto escrito y el habla fueron los centros de ECD. Sin embargo, Machin y Mayer (2012) argumentan que el significado no solo se comunica por el lenguaje sino por otros modos semióticos. Por lo tanto, la educación no solo tiene lugar a través de esas formas de textos, sino que ocurre dentro y fuera del aula y a través de diversas formas, como imágenes fijas y en movimiento, gestos, música y/u objetos, es decir, de manera multimodal.

Los teóricos multimodales, como Kress, van Leeuwen y Machin, afirman que la comunicación (la educación como proceso comunicativo) debe considerar todos los modos como igualmente relevantes para el proceso. Según Kress (2011) “el término multimodalidad llama la atención sobre los muchos recursos materiales más allá del habla y la escritura que las sociedades han moldeado y que las culturas proporcionan como medios para la creación de significado” (p. 208). Al analizar los discursos multimodales en la educación, los investigadores

pueden buscar ideas sobre las múltiples formas de dar sentido y crear significados a partir del proceso de enseñanza-aprendizaje (Jancsary *et al.*, 2016).

Como propuesta teórica, la *multimodalidad* es un enfoque semiótico social que se concentra en el significado como resultado de la interacción. Lo *social* es el origen y la fuente de la generación de significado, y también es generador del proceso semiótico, cuya unidad central es el signo. Por lo tanto, la multimodalidad considera que el signo se realiza activamente en la interacción social. Kress (2011) argumenta que la diferencia en el enfoque del discurso, desde el *lenguaje en uso* hasta la *creación de significado*, es crucial para comprender la multimodalidad.

La relación entrelazada entre la multimodalidad y los ECD en la EDH parece obvia. La EDH como proceso educomunicacional multimodal que se produce no solo en instituciones educativas formales sino en todas partes y en diferentes espacios de la sociedad. Utiliza imágenes, música, performance, objetos, texto escrito y voz para (re) producir su contenido. Si la creación de significado se produce a través de varios modos, el estudio de solo las formas escritas y habladas del discurso limita el rango de signos que intervienen en este proceso educativo. El análisis del discurso multimodal presta especial atención a las funciones y relaciones entre modos. El énfasis crítico servirá para cuestionar cómo las condiciones culturales y sociales dan forma a la construcción, selección y uso de modos en EDH.

Además, si la atención de la multimodalidad está en la creación activa de signos (semiosis) y las formas de producir significado a través de signos, un enfoque de ECD ayudará a comprender cómo las interacciones sociales afectan y se ven afectadas en la investigación la semiosis de la EDH. La multimodalidad dará una idea de la articulación, el conjunto y el diseño de los diferentes modos de creación de signos que producen el discurso sobre la EDH. Finalmente, siendo la EDH una construcción social, política y cultural, el enfoque semiótico social y el enfoque crítico permiten un análisis multicapa de la EDH,

materializado en sus textos multimodales. Ambas teorías contribuyen a describir las relaciones entre poder/conocimiento, construcción sociocultural, y relaciones semióticas presentadas en la EDH.

Metodología

Nombrar en ECMD

Según Kress (2010), nombrar es una poderosa herramienta de investigación porque dirige la atención a aspectos específicos y formas de entender el mundo bajo investigación. Cada término puede ser interpretado de múltiples maneras. Nombrar los términos me da la oportunidad de aclarar mi posición hacia una teoría o un paradigma en términos de cómo se llevará a cabo. Además, según Todorov (2010), nombrar es un acto casi mágico de apropiación. Por lo tanto, como praxis política y académica, concentraré mi atención en ampliar mi definición de dos conceptos centrales que guían este trabajo: discurso y poder/conocimiento.

Discurso

La palabra *discurso* se menciona constantemente en los medios de comunicación contemporáneos, los debates políticos, la investigación académica y otros espacios sociales. La definición más común relaciona el discurso con cualquier forma de *texto* y *conversación* en entornos variados, como organizaciones, relaciones interpersonales o familia. Sin embargo, las teorías sobre el discurso son diversas y controvertidas. Por un lado, las primeras conceptualizaciones hechas por los lingüistas equiparan el discurso con el lenguaje. Según los lingüistas estructurales que siguieron a Saussure, el lenguaje (*langue*) está dominado por estructuras abstractas y relativamente fijas que determinan formas específicas de texto oral o escrito (*parole*) (Hall, 1997). En ese enfoque, los analistas del discurso lo entienden como un objeto de estudio abstracto, teórico y homogéneo.

Algunos estudiosos fuera de la lingüística funcional-estructural, influenciados por Bakhtin, Wittgenstein, Foucault y varios autores de la Escuela de Frankfurt, conciben el discurso como un sistema abierto y una interacción entre el lenguaje y la acción. Según este enfoque, el discurso es:

[Un] grupo de enunciados que proporcionan un lenguaje para hablar –una forma de representar el conocimiento sobre– un tema en un momento histórico determinado [...] El discurso trata sobre la producción de conocimiento a través del lenguaje. Pero [...] dado que todas las prácticas sociales implican *significado*, y los significados moldean e influyen en lo que hacemos –nuestra conducta– todas las prácticas tienen un aspecto discursivo. (Hall, 1997, p. 72)

Esta proposición es compartida por los analistas críticos que piensan que el discurso es lenguaje, pero *no solo* lenguaje (Wodak y Meyer, 2016a). El discurso es una forma particular de hablar y entender el mundo (o un aspecto del mundo) (Jorgensen y Phillips, 2002). Además, el discurso es lenguaje en acción (Bloommaert, 2005). En ese contexto, el discurso para los estudiosos de ECD es una forma de *práctica* social, que “implica una relación dialéctica entre un evento discursivo particular y la(s) situación(es), institución(es) y estructura(s) social(es) que lo enmarcan” y lo condicionan (Fairclough y Wodak, 1997, p. 258, citado en Wodak y Meyer, 2016, p. 6). Ergo, por un lado, el discurso está condicionado socialmente (por múltiples relaciones dialécticas), y, por otro lado, el discurso es constitutivo porque puede ayudar a reproducir el *status quo* o contribuir a transformarlo. Según Kress (2010, en Wodak y Meyer, 2016a), desde un enfoque semiótico social:

El discurso trata de la producción y organización del significado sobre el mundo desde una posición institucional. [...] El discurso se refiere a las “instituciones” y al conocimiento que producen sobre el mundo que constituye su dominio (Kress, 1984/ 1989). El conocimiento sobre el mundo que es el dominio de relevancia y responsabilidad de la institución se produce continuamente [...]. El “discurso” nombra tanto lo complejo como las comprensiones derivadas de los encuentros con dicho conocimiento. En estos encuentros, “nosotros” producimos lo

que luego tenemos como nuestro conocimiento sobre nuestro mundo. El discurso da forma y nombra las rutas a través de las cuales (hemos llegado) a conocer el mundo socialmente formado como un tipo de conocimiento. (p. 110)

Relación poder/conocimiento/discurso

Los ECMD recibe la influencia de las ideas de Foucault sobre la relación entre poder/conocimiento y discurso. La primera consideración es que nada existe fuera del discurso (Foucault, 1980).³ Por esa razón, si cada aspecto de la vida responde al discurso, hay varios discursos presentes al mismo tiempo en cada cultura. Sin embargo, la multiplicidad de discursos complejos que compiten entre sí crea luchas de poder. En segundo lugar, las reglas que rigen el discurso no son solo lingüísticas o materiales. Se dibujan bajo condiciones culturales específicas y responden a una historicidad particular. Además, en cada período (y respondiendo a cada condición cultural específica) el discurso produce formas y prácticas de conocimiento. Por lo tanto, el conocimiento también es cultural e históricamente específico y está saturado de relaciones de poder (Hall, 1997). Ergo, el discurso está íntimamente involucrado en el proceso de adquisición de conocimiento a través del lenguaje (Zagan, 2015). Sin embargo, he argumentado anteriormente que el conocimiento no se logra solo por el lenguaje (escrito o hablado), sino por otros modos semióticos igualmente relevantes para la adquisición del conocimiento.

Según Jager y Maier (2016), los discursos ejercen poder porque utilizan algunos elementos del conocimiento para institucionalizar y regular formas de hablar, pensar y actuar. El poder del discurso tiene dos efectos: primero, los discursos constituyen sujetos al formar la conciencia individual y colectiva; segundo, “dado que la conciencia constituye acción, los discursos determinan la acción, y la acción

3 Foucault no asegura que no existe un mundo material, sino que nada en el mundo tiene significado (humano) fuera del discurso. Igualmente, no aseguró que el discurso no sea lenguaje, sino que no es solamente lenguaje (Zagan, 2015).

crea materialización. Los discursos guían así la creación individual y colectiva de la realidad” (Jager y Maier, 2016, p. 117).

En entornos educativos, según Kress (2011), “crear un signo es *crear* conocimiento” y el conocimiento es moldeado por el agente social, en la selección de distintas posibilidades representacionales de modos específicos en el punto de fabricación del signo (p. 211). Hay decisiones conscientes o inconscientes tomadas por el retor/productor/educador, que reflejan contextos socioculturales, políticos y económicos particulares del creador y la institución educativa. Estas decisiones se producen en las relaciones de poder, que determinan quién habla, sobre qué, cuándo y cómo. Las relaciones de poder se (re)negocian en la producción del signo, que constituye el conocimiento, y se (re) producen en el discurso.

El poder es una característica sistémica constitutiva de la sociedad, ampliamente invisibilizada. Fue concebido como un rasgo todopoderoso, unidireccional (de arriba hacia abajo), que podía ser poseída individualmente. La concepción del poder desarrollada por Foucault difiere, pues plantea que (en Wodak y Meyer, 2016a):

El poder está en todas partes; no porque lo abarque todo, sino porque viene de todos lados [...] El poder no es una institución, ni una estructura; tampoco es una cierta fuerza de la que estamos dotados; es el nombre que se atribuye a una situación estratégica compleja en una sociedad particular. [...] El poder no es algo adquirido, aprovechado o compartido, algo a lo que uno se aferra o permite que se deslice; El poder se ejerce desde innumerables puntos, en la interacción de relaciones no igualitarias y móviles. El poder viene de abajo; es decir, no hay una oposición binaria y abarcadora entre gobernantes y gobernados en la raíz de las relaciones de poder, y que sirva como una matriz general, no hay tal dualidad que se extienda de arriba hacia abajo y reaccione en grupos cada vez más limitados hasta las profundidades mismas del cuerpo social. Se debe suponer más bien que las múltiples relaciones de fuerza que toman forma y entran en juego en la maquinaria de producción, en las familias, los grupos limitados y las instituciones, son la base de los efectos de gran alcance de la divi-

sión que atraviesan el cuerpo social en su conjunto. Las principales dominaciones son los efectos hegemónicos que son sostenidos por todas estas confrontaciones. (pp. 93-94)

Sin embargo, las luchas constantes entre grupos producen desigualdades. Las personas con poder sobre la producción el discurso determina qué voces se pueden escuchar y qué narrativas se van a contar (Fairclough, 2014). Esta relación de poder se repite en todos los niveles de la vida social, desde las relaciones interpersonales dentro de la familia hasta las relaciones más formales dentro de las instituciones y los estados.

Los ECD consideran que su objetivo es hacer una contribución significativa y específica a los análisis sociales o políticos críticos al proporcionar una “explicación del papel del lenguaje, el uso del lenguaje, el discurso o los eventos comunicativos en la (re)producción de dominación y desigualdad” (van Dijk, 1993, p. 273), deconstruyendo ideologías y las relaciones discurso-poder (Fairclough, 2014; Wodak y Meyer, 2016a). Los ECD buscan comprender la dinámica de la vida social existente como base para cambiarla.

Caso de estudio: Defensoría del Pueblo de Ecuador

La Defensoría del Pueblo del Ecuador (DPE), por mandato constitucional, es la Institución Nacional de Derechos Humanos y de la Naturaleza y le corresponde coordinar, aprobar, supervisar y evaluar (a nivel operativo) su protección y promoción; y también de generar las estrategias de conocimiento, procesos y estándares en EDH, a través del diseño y aprobación de los contenidos y metodología para los diferentes procesos de difusión, sensibilización, capacitación y diseño de programas a nivel nacional.

A partir de la idea de que el discurso debe ser estudiado desde una perspectiva multidisciplinaria, mi tesis doctoral propuso un ECMD desde tres enfoques complementarios y entrelazados. A nivel ontológico implicó revisar los constructos sobre derechos humanos,

el sujeto de derecho y las negociaciones de sentido entre el sistema internacional, nacional y la propuesta institucional de la DPE. A nivel comunicacional, el estudio se centró en la representación del sujeto de derechos, el papel de la cultura (diversidad, interculturalidad e interseccionalidad), los usos intertextuales e interdiscursivos y los múltiples modos de construcción de significados. Finalmente, desde la perspectiva educativa, se analizó en detalle la coherencia y cohesión entre los niveles macro, meso y micro del diseño educativo, desde la propuesta filosófica y metodológica hasta la disposición de metas, recursos y planificación de las actividades.

Gráfico 1

Relación discurso, pregunta de investigación y temas específicos

DISCURSO	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	TEMAS ESPECÍFICOS
Ontológico	¿Cómo se conciben y ponen en práctica los derechos humanos y educación en derechos humanos en el programa DPE?	<ul style="list-style-type: none"> • Discursos que se promueven • Concepción de sujetos y actores • Negociaciones de principios entre lo internacional y nacional • Nociones fundamentales de derechos • Debates
Comunicacional	¿Cómo se utilizan la comunicación y el discurso de la EDH para promover y retratar la cultura, la diversidad, la interculturalidad y la interseccionalidad en Ecuador?	<ul style="list-style-type: none"> • Representaciones • Culturas, diversidad e interculturalidad • Interseccionalidad • Codificaciones “universales” vs. Glocal • Traducción cultural
Educativo	¿Cuál es la coherencia y cohesión entre el modelo educativo (macro), pedagógico (meso) y didáctico (micro) del programa de EDH del DPE?	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo educativo • Modelo pedagógico • Modelo didáctico: metodologías y ciclos de aprendizaje • Cohesión y coherencia entre niveles

La DPE produjo de 2015 a 2017 seis libros con temáticas que van desde la construcción teórica y regulatoria del programa de educación, hasta guías y manuales pedagógico-didácticos. Los tres recursos que constituyen el corpus de análisis fueron: una guía metodológica⁴ para

4 Guía metodológica para procesos de sensibilización y capacitación en introducción a los derechos humanos (2016).

procesos introductorios de capacitación y sensibilización, un manual⁵ dirigido a ayudar a capacitadores y facilitadores, y un libro de trabajo⁶ para acompañar el manual. Cada uno de estos tres recursos pedagógicos tiene una estrategia diferente en el acercamiento a la EDH.

Las perspectivas interdisciplinarias desde las cuales se analizará el discurso de EDH del DPE constituyó la fuerza central del ECD propuesto en la disertación, pero para lograr este objetivo tan ambicioso tenía que diseñar una metodología que me permitiera desglosar, analizar y dar sentido a la propuesta multivariable, y es lo que me permito presentar en este capítulo.⁷

Método/Metodología

Como he dicho, la multimodalidad y los ECD son teoría/método porque proponen un marco amplio para estudiar el discurso, pero no tienen una forma monolítica de hacerlo. Dado que la forma concreta de análisis tiene que ajustarse a la pregunta de investigación particular, el contexto y los datos, los estudios multimodales y críticos del discurso pueden significar muchas cosas diferentes y utilizar herramientas analíticas muy específicas (Jancsary *et al.*, 2016).

En términos generales, este estudio se basa principalmente en la multimodalidad sociosemiótica de Kress y van Leeuwen; considera el interés de Kress en los procesos educativos, el enfoque crítico del discurso de Van Dijk y Wodak, la perspectiva cultural de Shi-Xu y Pardo, la interrelación poder/conocimiento/discurso de Foucault, y el ejemplo de Keet y Coysh en el ACD de la EDH.

5 ¡Vivo mis derechos! Manual de implementación para facilitadores y facilitadoras (2016).

6 ¡Vivo mis derechos! Bitácora personal (2015).

7 Este capítulo presenta la propuesta metodológica, más que los resultados de la disertación, que por su extensión son expuestos en otros textos que están en proceso de publicación.

Propongo una metodología de cinco pasos que siguen la de Jancsary, Höllerer y Meyer (2016), aplicándola a la EDH. Los primeros tres pasos responden a *de qué* se trata, *cómo* y *quién* produce el discurso, preguntas centrales en las relaciones poder/conocimiento. El cuarto, analiza la forma en que esos elementos (*cómo*, *qué* y *quién*) se ensamblan en la composición del texto. Finalmente, el quinto paso abre el espacio a un momento crítico-evaluativo.

Estudio de EDH en cinco pasos

Medios y modos: cómo se produce el discurso

Los modos y géneros responden *cómo* se produce el discurso en los materiales estudiados, enmarcados en el contexto espaciotemporal y sociocultural de la DPE. Por ello, el primer paso es encuadrar el discurso. Kress (2010) argumenta que:

[l]os lenguajes y medios de encuadre son esenciales para la creación de significado en todos los modos. El marco encuadra la extensión espacial y/o temporal y los límites de un texto u otra entidad semiótica. Mi lema “Sin marco no hay sentido” implica que necesitamos centrarnos en el marco, en las formas de encuadre y en lo que está enmarcado, en todo momento, por igual. (p. 149)

El *encuadre* contextualiza los textos en el macro y meso entorno de la DPE como organización productora de signos (estructura, mandato, normativa) y en el programa de EDH (modelos educativo y pedagógico).

Segundo, se identifican los *modos*, que según Kress (2010) son los recursos de significado organizadores y moldeadores. Es decir, cada signo forma y al mismo tiempo está formado por profundas orientaciones ontológicas/histórico/sociales de una sociedad y sus culturas, y responde a la pregunta *con qué medios* se produce el mensaje. Los modos de los textos de EDH son principalmente el texto escrito, las imágenes (fijas y en movimiento) y el performance.

Tercero, los *géneros*, que son la “acción comunicativa tipificada invocada en respuesta a una situación recurrente” (Yates y Orlikowski, 1992, en Jancsary *et al.*, 2016, p. 192). Representan una relación social regulada entre el agente creador de signo (*sign-maker*) y la institución social donde se produce el género, siguen instrucciones explícitas en torno a su construcción (visiblemente reconocibles entre los productores y consumidores), pero tienen límites delgados entre un género y otro, que dependen de los ojos del investigador. Algunos de los géneros identificados en los textos de EDH son lecciones, actividades, cartas, comunicados de prensa, gráficos, dramatizaciones y diálogos.

Algunas preguntas que surgen son⁸: ¿Cuál es el contexto temporal y sociocultural de los materiales? ¿Cuáles son los modos utilizados? ¿Qué características tienen? ¿Cuáles son los géneros presentados? ¿Qué tan institucionalizados están? ¿Qué características son prominentes en cada género? ¿Qué relación existe entre la selección del modo y el género y sus públicos? y, ¿por qué y cómo es reconocible?

Gráfico 2

Fase 1, división y temas específicos

Medios y modos: Cómo se produce el discurso	<i>Marco</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Contexto espacio temporal • Contexto sociocultural
	<i>Modo</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Significado • Tipos de modos • Características
	<i>Género</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de géneros • Características • Institucionalización del género
	<i>Correlaciones</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Relación modo, género y públicos

Contenido: lo que se dice en las líneas y entre líneas

En este paso, el análisis se centra en describir *lo que se dice* en los materiales. El manual del DPE, la guía metodológica y el libro tienen contenidos explícitos muy similares y difieren ligeramente en el orden y forma de presentación de estos. Sin embargo, cuando se

⁸ Basado en algunas proporcionadas por Jancsary *et al.*, 2016.

analiza un contenido, no todo es *manifiesto*, sino que algunas cosas, como los valores políticos y culturales están ocultas o están *latente*. Por lo tanto, es importante leer las líneas y entre líneas.

Según el enfoque sociosemiótico, los signos son la unidad mínima de semiosis, pero no puede sostenerse por sí mismo. Los signos *tienen sentido* dentro de su entorno social cuando un grupo de personas los reconoce (*meaning-makers*). Además, la multimodalidad propone que los signos se pueden presentar de muchas maneras (modos), todas igualmente significativas para el proceso de creación de significado, y describe las funciones y relaciones entre modos. En resumen, Kress (2011) argumenta que:

La semiótica social y la dimensión multimodal de la teoría, nos hablan sobre el *interés* y la *agencia*; sobre (*creación de*) el *significado*, sobre los procesos de creación de signos en entornos sociales; sobre los *recursos* para dar sentido y sus respectivos *potenciales* como *significantes* en la fabricación de *signos como metáforas*; sobre *significados potenciales* de formas *culturales/semióticas*. La teoría puede describir y analizar todos los signos en todos los *modos*, así como su interrelación en cualquier texto. (p. 59)

Un aspecto fundamental de la multimodalidad es *el diseño* de los recursos que responde al interés de la DPE como creadora de signos. El diseño es un esfuerzo político (y comunicacional) al servicio de la fabricación de signos y moldeador de su materialidad. Tiene en cuenta “las condiciones en el entorno de la comunicación: las características sobresalientes de la audiencia, la materia a comunicar y las relaciones de poder que se obtienen en el entorno comunicacional” (Kress, 2011, p. 222), y responden a la agencia del creador de signo y el diseñador (que sigue las indicaciones del primero). Kress argumenta que:

El énfasis en la creación de signos más que en el uso de signos es crucial: afirma que los signos siempre son nuevos, a partir de la evaluación del fabricante de signos del entorno de comunicación, los recursos disponibles para hacer signos y el interés del creador de signo en el momento de hacer el signo. Los signos son conjunciones motivadas de forma y significado, el producto de la agencia y el interés del creador de signo. (p. 209)

La distancia entre lo manifiesto y lo latente es difícil de definir, en ocasiones se traslapan y en ocasiones son totalmente opuestas. En el caso de estudio se dividió en tres categorías (ontológico, comunicacional y educativo) por dos variables (manifiesto y latente), se plantearon preguntas guías y se fue analizando caso por caso. El diseño fue tomado en cuenta dentro de la comunicación.

El siguiente gráfico propone un desglose algo más específico de algunos temas manifiestos y latentes que se investigaron en cada discurso.

Gráfico 3

Fase 2, división y temas específicos

Contenido: Lo que se dice en las líneas y entre líneas	Ontológico Manifiesto	<ul style="list-style-type: none"> • Valores y principios de Derechos Humanos • Sujeto de los derechos • Cultura y derechos: multiculturalidad y plurinacionalidad
	Comunicacional Manifiesto	<ul style="list-style-type: none"> • Representaciones: personas, objetos, acciones y entornos • Diseño y maquetación: elementos visibles del diseño • Interseccionalidad representada • Lenguaje y tono de los textos
	Educativo Manifiesto	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo educativo: principios y filosofía • Modelo pedagógico: elementos qué, cómo, cuándo, a quién es, etc. • Modelo didáctico: actores, técnicas, contenidos, objetivos, etc. • Ciclo de aprendizaje • Tipos y modos de planificación • Ciclo didáctico (inicio, desarrollo y cierre)
	Ontológico latente	<ul style="list-style-type: none"> • Relación, negociación o contestación entre valores y principios del PMDH, la Constitución y la DPE • Principios ontológicos y epistemológicos • Sujeto de derechos implícito • Sumak Kawsay • Interculturalidad, identidad, interseccionalidad y diversidad

	Comuni- cacional latente	<ul style="list-style-type: none"> • Interseccionalidad • Interdiscursividad (interacción dentro o a través de discursos) • Traducciones: • Transducción: de un modo a otro • Transformación: reordenar los significados en el mismo modo.
	Educativos latente	<ul style="list-style-type: none"> • Coherencia en relación, negociación, contestación entre la sociedad y la DPE • Coherencia y cohesión de los elementos del modelo pedagógico • Coherencia entre el modelo didáctico, las actividades y los participantes • Relación del programa con los modelos de EDH internacionales del PMDH

Agentes (Sign-Makers y Meaning-Makers): voces presentadas o silenciadas

La prominencia de las voces presentadas en los materiales de los programas de EDH es de crucial importancia para un análisis crítico. En el contexto de la posición crítica latinoamericana sobre el discurso de los derechos humanos, el *quién* de los derechos humanos es una cuestión de poder. Relacionados con el discurso de los derechos humanos, los materiales dan idea sobre las diferentes voces e historias contadas en torno a la noción de derechos, especialmente sobre las grandes narrativas retratadas por las Naciones Unidas (sobre el sistema internacional de derechos) y el Estado ecuatoriano (sobre el *Sumak Kawsay*). Sin embargo, no está tan claro cómo y quién habla por los pueblos.

En esta fase, Jancsary *et al.* (2016) diferencian entre el agente que crea el signo (*sign-maker*) y quién crea el significado (*meaning-maker*). Esto hace referencia a la idea de que el productor del mensaje responde tanto al contexto institucional como al personal en el que desarrolla la creación del signo y su significado. En este caso de estudio es la DPE. En cambio, quin da sentido al signo no está dentro de la organización,

sino que es el destinatario de este, y el sentido que le otorga puede o no estar en productor. Sin embargo, este estudio se centra en el *sign-maker*.

En relación con el discurso de EDH del DPE, es esencial abordar qué voces se escuchan y en qué contexto; y cómo se construye la persona educada en el programa como sujeto de derechos, con qué efectos en la vida real. Además, el estudio cuestiona cómo las voces de las minorías (y su posición sobre los derechos humanos) son impugnadas, negociadas o silenciadas por las grandes narrativas ONU-Estado. Por lo tanto, aplicar los conceptos de cultura, interculturalidad, interseccionalidad, *transversalización*, es fundamental para el análisis en esta parte.

Aquí surgen algunas preguntas y temas específicos que se describen en el gráfico a continuación.

Gráfico 4

Fase 3, división y temas específicos

<p>Creadores de signos y creadores de significado: voces presentadas o silenciadas</p>	<p>Creadores de signos significados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Posición habla el rétor/educador/agente • Quién/es es/son sign-maker • Voces presentes • Multi o univocidad • Multiplicidad u homogeneidad, negociación y disputa de visiones y narrativas • Creación del sujeto de los derechos según el agente • Creación y presunción del educando como sujeto de derechos • Voces minoritarias • Nociones de cultura, la interculturalidad y la transversalidad en las voces representadas
---	---	--

Composición: cómo se interconectan los elementos

El cuarto paso del análisis implica reconstruir las piezas estudiadas por separado. Según Kress (2010), la orquestación de modos ayuda a comprender los propósitos y necesidades del creador de signos al seleccionar la *idoneidad* de un modo sobre otro, la interdependencia mutua y la *armonía* de los conjuntos, la *coherencia* y *cohesión* entre

modos, géneros y texto, y enfatizar los potenciales de significado del modo, ya sea trans, inter o intramodal.

Aquí se pueden plantear preguntas que relacionen los elementos verbales y visuales, *roles y funciones* de lo verbal y lo visual, *mensajes o narrativas*, y *posibles* jerarquizaciones e interrelaciones entre modos y géneros (Jancsary *et al.*, 2016), y, además, se pregunta sobre cómo se coheresionan los elementos de cada texto entre sí, y entre textos con el programa. El detalle se muestra en el gráfico.

Gráfico 5

Fase 4, división y temas específicos

<p>Composición: Cómo se interconectan los elementos</p>	<p>Modalidad y discursividad: inter-, intra-, trans-.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Relación de los elementos verbales y visuales • “Roles” y “funciones” particulares de lo verbal y lo visual • “Mensajes” o “narrativas” integradas en la composición • Jerarquías e interrelación entre modos • Modos y géneros más dominantes o subordinados • Coherencia entre el contenido latente y manifiesto • Funcionalidad del recurso como un todo • Funcionalidad de los tres recursos como una todo en el programa de la DPE • Interconexiones, interdiscursividad en el programa
--	---	--

Evaluación crítica: ¿qué implica todo esto?

Jancsary *et al.* (2016) invitan a buscar patrones de significado. Los patrones revelarán principalmente las relaciones sobre el poder/ conocimiento/discurso. El enfoque del creador de signos descubre los intereses detrás de los materiales, y el uso del signo muestra el objetivo del material y, por lo tanto, lo que se refuerza, impugna, negocia, oculta o asume en el programa de EDH del DPE.

Según Kress (2010), la unión de elementos del discurso:

No es accidental ni meramente contingente; sirve a propósitos sociales específicos y descriptibles. *Los objetos semióticos*, ya sean edificios, textos escritos, historias contadas casualmente, películas, jardines y su diseño, videojuegos, los diseños y contenidos de museos

y supermercados son los sitios materiales para la unión de discursos y su surgimiento en forma material y naturalizada. (p. 113)

Por lo tanto, se pregunta cuáles son algunas fortalezas y debilidades de los materiales, los aspectos a fomentarse y fortalecerse, las principales preocupaciones alrededor del discurso de los derechos humanos, las posibles consecuencias inferidas desde la propuesta de la DPE, y, sobre todo, qué implican todos estos materiales individualmente y como conjunto dentro del programa de EDH en la construcción del discurso de la DPE.

Gráfico 6

Fase 5, división y temas específicos

<p>Evaluación Crítica: ¿qué implica todo esto?</p>	<p>¿Qué implican todos estos materiales previamente analizados dentro del programa de educación en derechos humanos de la <i>Defensoría del Pueblo de Ecuador</i>?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalezas y debilidades de los recursos • Aspectos por fomentarse y fortalecerse • Aspectos por mejorarse o a tener en alerta • Posibles consecuencias de la propuesta • Patrones de significados • Relaciones entre discurso y poder • Voces y relaciones de poder
---	--	--

Procedimiento de análisis de la información

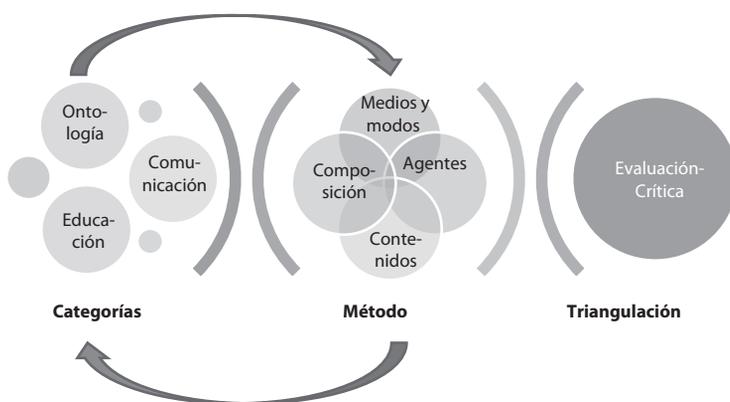
Las matrices presentadas de las cinco fases de la metodología adaptada de Jancsary, Höllerer y Meyer fueron las directrices que me permitieron guiar la minería de datos. En primer término, produje una base de datos con los temas y contenidos educativos (actividades, lecciones, ciclos, contenidos, filosofía educativa, entre otros) y comunicacionales (imágenes fijas y en movimiento, videos, aspectos discursivos y comunicacionales, entre otros) que salieron del corpus, haciendo un barrido exhaustivo de los tres recursos; luego los codifiqué proponiendo temas hasta encontrar patrones que reflejaban las categorías detalladas en las fases de esta metodología.

En segundo lugar, hice el proceso inverso y cree una base de datos desde la metodología. Tomé cada uno de los temas específicos detallados en las fases y los fui contestando mientras revisaba la

base de datos inicial. Así me aseguré de no dejar ninguna pregunta irresoluta o tema olvidado. Por último, triangulé los resultados de la base de datos que salió de los textos, con la base de datos que se contestó desde la metodología, las teorías y enfoques desarrollados en el marco teórico de la disertación, y describí cualitativa y narrativamente los resultados.⁹

Gráfico 7

Procesamiento y triangulación



La relevancia, precisión y eficacia del producto de esa investigación se evidencia en que los resultados fueron presentados ante el departamento encargado a nivel nacional de la educación en derechos de la DPE, y a raíz de eso, se generaron algunos proyectos educomunicacionales de trabajo conjunto para impulsar y fortalecer el programa nacional de EDH en Ecuador, que actualmente están en marcha. Esto también es importante porque implica que un estudio crítico del discurso puede traducirse en acciones concretas que transforman la realidad, como se propone teóricamente a lo largo de este capítulo.

9 Como se mencionó, los resultados son bastante extensos y por ello no pueden ser descritos aquí, además de que el énfasis de este capítulo es eminentemente metodológico.

Conclusión

Este estudio propone una metodología práctica de estudios multimodales del discurso que sea interdisciplinaria y multiperspectiva, aplicada a la EDH del programa de la *Defensoría del Pueblo de Ecuador*. Una fortaleza del estudio fue presentar una perspectiva interdisciplinaria holística informada para entrelazar los campos de la comunicación, educación y otología del problema, y, requirió una visión conceptual-metodológica multiperspectiva desde las teorías críticas, socioconstructivistas y sociosemióticas. Esta teoría/método fue oportuna para discutir y reflexionar sobre la relación poder/conocimiento/discurso de la EDH, además como una construcción social, histórica y culturalmente determinada.

Otra fortaleza fue analizar el caso de la *Defensoría del Pueblo de Ecuador*, como Institución Nacional encargada de los temas de derechos humanos y EDH. Esta organización diseñó un programa y produjo material pedagógico de EDH aplicado a nivel nacional. La producción educativa por principio es “política, con efectos políticos y comunicacionales, es decir, provocar y producir el reordenamiento de las relaciones sociales por medios semióticos” (Kress, 2010, p. 121), por lo tanto, aplicar ECD en el caso del DPE permitió entender y visibilizar la construcción del discurso de la EDH desde el punto de vista del Estado ecuatoriano.

Por otro lado, dada mi muestra y mi posicionalidad, encontré ciertos aspectos de la metodología que deben ser tratados cuidadosamente. Primero, una posible limitación es que a pesar de la diversidad de enfoques de ECD, parece sufrir de relativa ceguera cultural. La semiótica social multimodal intenta resolver este dilema, abordando los matices culturales de múltiples modos de comunicar un discurso. Por lo tanto, se reconoce a los autores que plantean como necesario un enfoque cultural que pueda responder a los matices culturales de los textos (Pardo, 2010; Shi-Xu, 2014).

Una segunda limitación y amenaza es que la metodología multimodal es complicada y difícil de aplicar en un corpus amplio de texto (tal es mi caso). Los tres recursos (un manual, un cuaderno de trabajo y la guía metodológica que los acompaña) son extensos. Adicionalmente, la conceptualización sobre lo multimodal, las formas de identificar y los límites entre modos y géneros son poco claros y difusos, y el encuadre de los textos es más débil en entornos informales.

La tercera limitación es la traducción entendida no solo como el cambio literal entre un código lingüístico a otro, sino la traducción del significado y contexto asociado al texto (Al-Hejin, 2012). Por lo tanto, las traducciones en el estudio son múltiples. En primer lugar, el programa DPE utiliza el sistema internacional de derechos (de las Naciones Unidas), más los principios nacionales de *Sumak Kawsay* y de la Naturaleza, entrelazados con la idea de múltiples naciones dentro del territorio ecuatoriano, lo que implica varias traducciones culturales.

Sin embargo, estas limitaciones son también oportunidades para la reflexión y el compromiso crítico en la investigación. En primer lugar, sin negar o silenciar la increíble contribución de los autores europeos y norteamericanos a los ECD, es factible asumir, para próximos estudios, un enfoque más cultural con autores que permitan entender el fenómeno *desde* una perspectiva glocal. En segundo lugar, no es necesario adoptar un solo enfoque completo para la investigación, porque el campo en sí es una amalgama de teorías/métodos. Finalmente, según Jansary *et al.* (2016), es imposible describir exhaustivamente todas las narrativas presentadas en un corpus. Por lo tanto, este estudio es un “indicador de las historias más dominantes” contadas por el caso estudiado. En consecuencia, este estudio cultural, multidisciplinario y de múltiples perspectivas es solo un bloque de construcción para abogar, por un lado, por una discusión más amplia sobre los derechos humanos y el discurso de EDH en Ecuador, y por otro, en el fortalecimiento de metodologías (prácticas e innovadoras) que analicen estos temas desde una perspectiva discursiva educacional.

Referencias bibliográficas

- AlAfnan, M. (2017). Critical perspective to genre analysis: intertextuality and interdiscursivity in electronic mail communication. *Advances in Journalism and Communication*, 5, 23-49. <https://doi.org/https://doi.org/10.4236/ajc.2017.51002>
- Al-Hejin, B. (2012). Linking critical discourse analysis with translation studies: an example from BBC News. *Journal of Language and Politics*, 11(3), 311-335.
- Bloomaert, J. (2005). *Discourse: A critical introduction*. Cambridge University Press.
- Chouliaraki, L. y Fairclough, N. (1999). *Discourse in late modernity. Rethinking critical discourse analysis*. EUP.
- Collier, M. J. (2014). *Community engagement and intercultural praxis: dancing with difference in diverse context*. Peter Lang Publishing.
- Coysh, J. (2014). The dominant discourse of human rights education: a critique. *Journal of Human Rights Practice*, 6(1), 89-114.
- Fairclough, N. (2014). *Language and Power*. Routledge.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge*. Routledge.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Hunt, L. (2007). *Inventing Human Rights*. W. W. Norton & Company.
- Jager, S. y Maier, F. (2016). Analysing discourses and dispositives: a Foucauldian approach to theory and methodology. En R. Wodak y M. Meyer, *Methods of Critical Discourse Studies* (pp. 109-136). Sage Publications.
- Jancsary, D., Höllerer, M. y Meyer, R. (2016). Critical analysis of visual and multimodal text. En R. Wodak y M. Meyer, *Methods of Critical Discourse Studies* (pp. 181-204). Sage.
- Jorgensen, M. y Phillips, L. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. Sage.
- Karam, T. (2001). El estudio comunicativo de los Derechos Humanos: aproximación teórica y epistemológica. *Comunicación*, (113), 32-37.
- Keet, A. (2012). Discourse, Betrayal and critique: the renewal of human rights education. En C. Roux, *Safe Spaces: Human Rights Education in diverse context* (pp. 7-28). Sense Publishers.
- Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge.
- Kress, G. (2011). Discourse analysis in education. Multimodal social semiotics approach. En R. Rogers, *Critical Discourse Analysis in Education* (pp. 205-226). Routledge.

- Landman, T. (2006). *Studying Human Rights*. Routledge.
- Machin, D. y Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis: a multimodal introduction*. Sage.
- Manokha, I. (2009). Foucault's concepts of power and the global discourse of Human Rights. *Global Society*, 23(4), 429-452.
- Montesano Montessori, N. (2011). The design of a theoretical, methodological, analytical framework to analyse hegemony in discourse. *Critical Discourse Studies*, 8(3), 169-181.
- Pardo, N. (2010). Latin-American discourse studies: state of the art and new perspectives. *Journal of Multicultural Discourse*, 5(3), 183-192.
- Reisigl, M. y Wodak, R. (2016). The Discourse-Historical Approach (DHA). En R. Wodak y M. Meyer, *Methods of Critical Discourse Studies* (pp. 23-61). Sage Publishing.
- Shi-Xu. (2014). In Cultural Dialogue with CDA. *Critical Discourse Studies*, 11(3), 360-369.
- Soares, I. (2000). La Comunicación/Educación como nuevo campo del conocimiento y el perfil de su profesional. *HUMANITAS. Portal temático en Humanidades*, (13), 11-36. <https://bit.ly/3QwM3c0>
- Temple, C. (2010). Communicating race and culture in the twenty-first century: discourse and the post-racial/post-cultural challenge. *Journal of Multicultural Discourses*, 5(1), 45-63.
- Todorov, T. (2010). *La conquista de América: el problema del otro*. Siglo XXI.
- Tracy, K., Martínez Guillem, S., Robles, J. y Casteline, K. (2011). Critical discourse analysis and (US) Communication scholarship: recovering old connections, envisioning new ones. En C. Salmon, *Communication Yearbook* (Vol. 35, pp. 240-286). Routledge.
- UNESCO. (1978, September). The teaching of Human Rights. *Thirtieth Anniversary of the Universal Declaration of Human Rights*. United Nations.
- van Dijk, T. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *SPECIAL ISSUE: Critical Discourse Analysis*, 4(2), 249-283.
- van Dijk, T. (2011). *Discourse Studies: a multidisciplinary introduction*. Sage Publications.
- van Dijk, T. (2013). *CDA is NOT a method of critical discourse analysis*. Asociación de Estudios sobre Discurso y Sociedad: <https://bit.ly/3MH742A>
- Vestergaard, A. (2013). Humanitarian appeal and the paradox of power. *Critical Discourse Studies*, 10(4), 444-467.
- Wodak, R. y Meyer, M. (2016a). *Methods of Critical Discourse Studies*. Sage Publications.
- Zagan, C. (2015). Tracking Foucault: The relationship between discourse and power/knowledge. *Logos Universality Mentality Education Novelty*, III(1), 3-39.

Narrativas transmedia: experiencias de aplicación en las enseñanzas de comunicación

Luis Farinango
Universidad Central del Ecuador
lfarinango@uce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-4718-9686>

Introducción

La narrativa transmedia es una forma de contar historias en diferentes plataformas y medios con la participación de los usuarios. Este tipo de narrativa toma fuerza en el marco de la sociedad red donde los medios digitales de comunicación son parte activa de nuestra cotidianidad. La narrativa transmedia es una estrategia metodológica de comunicación que en el contexto ecuatoriano aún es desconocida, por esa razón no queda clara las ventajas de aplicarlo dentro de las carreras de comunicación. Con este antecedente, este texto tiene como objetivo presentar, en primer lugar, la importancia del proceso narrativo en nuestras vidas cotidianas y cómo este se relaciona con las narrativas transmedia, definir sus principales características y elementos para que el lector tenga un primer acercamiento sobre este tema. En segundo lugar —a través de la metodología cualitativa— se realiza una revisión bibliográfica sobre las diferentes experiencias de aplicación de la narrativa transmedia en diferentes asignaturas dentro de las carreras de comunicación en Latinoamérica. Una de las primeras conclusiones que trae este texto es que es posible aplicar las narrativas transmedia de diversas maneras en las enseñanzas de comunicación.

Necesidad de contar historias: narración, emociones y ficciones

El término *storytelling* es un anglicismo que, traducido al español, se refiere a la capacidad de contar historias a través de diversos medios con un objetivo claro: persuadir. En la sociedad actual, contar historias sirve para alcanzar diversos objetivos, por ejemplo: informar, educar y entretener. En ese marco, el *storytelling* utiliza recursos retóricos, emocionales y culturales para alcanzar sus fines.

El arte de contar historias goza de vitalidad porque el ser humano, desde tiempos remotos, tiene la mente organizada, inconscientemente, de forma narrativa, lo que posibilita una mejor manera de clasificar y procesar la información (Pérez, 2005). En la misma línea de reflexión, algunos autores señalan que las historias son herramientas propicias y potentes para transmitir conocimientos, conservar la cultura y ofrecer diversos puntos de vista (Rosales y Roig, 2017). El teatro griego antiguo, las ceremonias de adoración a los dioses en Egipto y las danzas tradicionales con máscaras de las poblaciones del oeste africano del Sahara representan las diversas formas de contar historias alrededor del mundo (Handler, 2014) y, al mismo tiempo, son formas de organizar la realidad y la vida de esas culturas.

En la misma línea, Padovani (2014) expresa que la mente narrativa es la manera en la que el hombre toma consciencia y da sentido a su propia existencia; con ella expresa y rememora la experiencia de vida sobre eventos naturales y las cosas que aún no tenían sentido para él. La narración, entonces, está ligada a procesos de formación de la identidad y la personalidad del ser humano. En ese sentido, incluso los estudios asociados a los mitos (Cassirer, 1968), ritos y religiones (Eliade, 2015) trabajan con el pensamiento narrativo.

¿Por qué es tan poderoso el pensamiento narrativo? En el ensayo “Sobre el lugar de la narrativa en la enseñanza”, Jackson (2012) explica que su poder radica en el factor transformador. El proceso de crear o ser parte de un relato provoca una conexión entre mente y cuerpo e

implica cambios en los estilos de vida. Según Bruner (2013), las grandes narrativas, más que pedagógicas, son subversivas. En otras palabras, cuando la persona utiliza la narrativa para autodefinirse, siempre ocurrirán cambios a nivel interno y externo. Bruner (2013) dice que “la narrativa crea realidades tan irresistibles como para modelar la experiencia no solo de los mundos retratados por la fantasía, sino también del mundo real” (p. 24). La motivación de esa transformación se puede identificar en el conflicto o la ruptura. De esta manera, se entiende que:

[...] la narrativa se puede concebir como el arte de la representación de procesos de cambio, entendidos en un sentido amplio: situaciones nuevas, sucesos inesperados, deseos sobrevenidos que impulsan acciones imprevistas, conflictos que rompen el equilibrio para una determinada comunidad, etc. En cierto modo, no hay nada tan significativo en nuestras vidas como los cambios, lo que éstos pueden acarrear y las diferentes maneras de afrontarlos, y en este sentido, una de las funciones psicológicas primordiales de la narrativa debe de consistir, efectivamente, en proporcionarnos un <<laboratorio>> donde representar o ver representados todo tipo de procesos de cambio, irrupciones de la novedad y rupturas de lo <<canónico>> o lo previsible. (Pérez, 2015, p. 29)

Un aspecto particular que debe tenerse en cuenta, según Pérez (2015), es la forma de contar la narración. Observar la disposición de la narración es reflexionar sobre su poder persuasivo, teniendo en cuenta que su organización no es neutral. Es decir que lo relevante no solo es el tema que se presenta, sino cómo se lo presenta. Es tan importante el contenido como la forma, y la selección de las formas para un contenido específico depende de las intenciones del narrador.

Otro aspecto interesante de las narrativas es que están asociadas a la búsqueda de soluciones o alternativas. Pérez (2015) considera que “la narrativa promueve constantemente la búsqueda de la coherencia y cohesión entre diferentes agentes, acciones y sucesos” (p. 30). A modo de ejemplo, mientras se lee o mira un relato de ficción, en la mente del espectador ocurre un proceso en el que se predicen sucesos y se dibu-

jan alternativas; con los datos recogidos, se intenta visualizar el final (Bordwell, 1996). Se lleva a cabo, de forma inconsciente y sin mayor esfuerzo intelectual, un ejercicio de prospectiva sobre las cosas que podrían ocurrir. En ese marco, “algunos investigadores no dudan en colocar las competencias narrativas entre las ventajas competitivas que permitieron la supervivencia de nuestra especie” (Scolari, 2013 p.16).

Boyd (citado en Pérez, 2015) utiliza el concepto de flexibilidad cognitiva para explicar que toda narración desencadena una actividad cognitiva durante la que la mente busca y valora alternativas. La flexibilidad cognitiva, entonces, no es más que la capacidad de los seres humanos para pensar alternativas, ordenar o clasificar a través de esquemas mentales, plantear hipótesis sobre la situación de personajes o ambientes; en definitiva, es la creación subjetiva de mundos posibles respecto a una narración de la que se es partícipe.

En el sector de la publicidad, por ejemplo, ha sacado provecho de este recurso para generar mayores niveles de confianza en la relación con los clientes. En la actualidad, no basta con ofrecer un producto y exhibir sus valores funcionales, sino que se deben crear universos narrativos con significado para los posibles compradores (Atarama *et al.*, 2017; Caldera y Rodríguez, 2021). Frente a este poderoso recurso persuasivo, algunos autores como Salmon (2016) realizan duras críticas, alegando que el relato se ha convertido en un instrumento para imponer sentidos, controlar conductas y movilizar la opinión pública.

No obstante, más allá de este tipo de críticas, consideramos que la utilización del relato o el storytelling puede traer muchos beneficios al aula de una clase, porque ayuda a que el individuo sea parte del universo narrativo que se construye. La utilización correcta de la narrativa y la creación de relatos contribuye a que el estudiante viva una mejor experiencia educativa, donde se coloca en el papel de creador. Según Egan (2012), es necesario utilizar narrativas en la estructuración del currículum. Ingresar el relato en las aulas permite, por un lado, que el mismo estudiante modele su personalidad, que sea capaz de conocerse y valorarse; por otro lado, que identifique el relato del profesor

y, finalmente, que pueda relacionarlo con los relatos que están en la sociedad. Según Rosenthal (parafraseado en Rosales y Roig, 2017):

El relato es interactivo, usa palabras, usa distintas acciones como la vocalización, movimientos físicos y/o gesticulaciones para presentar una historia. Todos estos elementos permiten a los alumnos utilizar sus habilidades y conocimientos, ya que siempre que se cuenta una historia, el oyente explora nuevos mundos y escenarios, al tiempo que desarrolla habilidades de pensamiento crítico para conectarlos a su propio mundo y experiencias. (p.164)

En síntesis, el relato se convierte en un recurso muy importante para ciertas actividades dentro del salón de clases. Los profesores expertos como nóveles, por ejemplo, tratan de explicar los contenidos de las asignaturas apoyados en narrativas que vinculan los conceptos a introducir con la realidad cercana del estudiante. Así, logran romper con la linealidad de la clase, provocando una mayor participación.

Narrativa transmedia y sus características

La red, las plataformas y los dispositivos son, en la actualidad, el lugar donde ocurren las narraciones. Las instituciones y las personas crean y consumen relatos a través de los nuevos medios. Esto no cambia las temáticas de las historias, pero sí las formas de consumirlas. En ese contexto, aparece la conceptualización de las narrativas transmedia.

El término narrativa transmedia fue introducido por Marsha Kinder en 1992, pero fue Jenkins quien lo popularizó. Para Jenkins (2008):

La narración transmediática es el arte de crear mundos. Para experimentar plenamente cualquier mundo de ficción, los consumidores deben asumir el papel de cazadores y recolectores, persiguiendo fragmentos de la historia a través de canales mediáticos, intercambiando impresiones con los demás mediante grupos de discusión virtual, y colaborando para garantizar que todo aquel que invierta tiempo y esfuerzo logre una experiencia de entretenimiento más rica. (p. 31)

Existen historias que están en los medios de comunicación masivos y luego se trasladan a medios alternativos, y viceversa. Según Scolari (2013), la narrativa transmedia es la expansión del relato a través de diversos medios, que involucran a los usuarios dentro de la narrativa mediante diversas estrategias. Para Ardini y Caminos (2018), se trata de una tríada donde los elementos narración, tecnología y usuarios entran en un proceso de concurrencia y complementariedad. Se debe entender a la concurrencia como el espacio virtual o físico donde se reúnen las personas para la conversación, colaboración y participación, mientras que la complementariedad tiene que ver con el aporte de diversos puntos de vista sobre un tema en particular, que permite alejarse del discurso de la verdad única presente en la educación, los medios de comunicación y las empresas.

Lovato (2017) e Irigaray (2017) utilizan la metáfora de “puertas” o “entradas” a las diferentes historias que puede presentar una propuesta con estilo de NT: “La narrativa puede tener múltiples puertas de entrada y el usuario tiene el derecho de elegir libremente qué consumir. Este universo incluye remisiones entre plataformas, sincronización de una trama narrativa y diferentes experiencias posibles de usuario” (p.170). La presentación de opciones “a la carta” rompe con la linealidad clásica del relato y, a cambio, ofrece al usuario formatos, tiempos y lugares personalizados para su consumo.

Otros criterios extienden el tema de la narrativa transmedia considerando también los espacios de la ciudad; es decir: las calles, las plazas, los parques o las paredes se convierten en lienzos donde se pueden narrar historias. Según Lovato (2017), la NT “puede combinar perfectamente elementos del mundo narrativo que transcurran on y offline” (p.170). Bajo esta perspectiva, la apropiación de espacios públicos por parte de grupos sociales, los grafitis y los murales pueden convertirse en parte de un mundo narrativo.

A su vez, Ardini y Caminos (2018) también expresan que las narrativas transmedia pueden ocurrir en espacios fuera de lo digital:

Las escuelas, las organizaciones sociales, los espacios comunitarios. Todos los lugares concurridos por personas, que comparten problemas, historias, intereses. Lugares donde tienen lugar conversaciones en las que las personas hablan de aquello que les importa. Conversaciones que seguramente se repiten, con sus variantes, en ámbitos similares. Por lo tanto, conversaciones que valen la pena expandir, multiplicar, enriquecer, problematizar, con otras voces, otras miradas, otras experiencias. (p. 9)

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, la NT no debe ser pensada exclusivamente desde los medios digitales, sino como la conjunción entre diferentes formas de narrar que adquieren, a través de la tecnología, una dimensión más amplia. Las historias pueden o no seguir un esquema lineal. A modo de ejemplo, cabe mencionar el proyecto transmedia *Pregoneros de Medellín*, cuyo tema general gira alrededor de varios vendedores ambulantes de la ciudad de Medellín, Colombia. Para contar esas microhistorias, se han utilizado recursos digitales como documentales interactivos (Webdoc), exposiciones fotográficas, música y un kit de prensa. Cada uno de esos medios ofrecen experiencias diferentes.

Los diferentes medios utilizados deben ofrecer una experiencia autónoma-relacional (Costa, 2013). Si un lector o espectador llega a una plataforma, le debe quedar clara la historia que se cuenta, así sea de forma general y superficial. Sin embargo, solo a aquel que tenga el interés de navegar en profundidad, le serán revelados otros elementos que enriquezcan y den mayor significado al relato.

Otro de los pilares fundamentales dentro de la narrativa transmedia, que se ha mencionado anteriormente, es la audiencia activa. En ese sentido, Irigaray (2017) explica que:

El transmedia storytelling necesita que los actores participantes estén dispuestos a interactuar y formar parte de la trama, que tengan un pleno compromiso con la narración, ser <<ciudadanos>> que habiten y recorran las historias que no solo se desarrollan en escenarios virtuales, sino también en el territorio real. (p.131)

Al respecto, Costa (2013) apunta que “las historias dejan de ser contadas para ser escuchadas. Ya no ofrecen relatos, sino mundos y experiencias, donde todos tienen la opción de participar en calidad de co-creadores. Todos cuentan y todos (se) escuchan” (p. 562). Así, los productores transmedia tienen un cierto nivel de control sobre la narrativa, pero serán las audiencias quienes expandirán los relatos a través de sus diversas acciones, determinando cuánto tiempo se hablará de ellos.

El componente de la participación depende mucho del diseño, la valoración y la gratificación que el usuario da al relato. En ese sentido, algunos autores, entre ellos Levis (1997), sostienen que la capacidad de influencia directa en el relato o mensaje es una estrategia que provoca usuarios más activos (como, por ejemplo, en los videojuegos). En otras palabras, la capacidad de realizar un recorrido individual por el relato provocaría mayores niveles de gratificación. En la misma línea, según Costa (2013), “el nivel de inmersión en la historia es el desencadenante a su vez del fenómeno fan” (p. 563).

Los contenidos de la narrativa transmedia deben considerar las nuevas lógicas de consumo de los medios (tradicionales y digitales), teniendo en cuenta que se vive en una sociedad en la que “hay tiempo para todo y tiempo para nada”. El sujeto posmoderno realiza diversas actividades durante la mayor parte de su tiempo, entre las que solo existen pequeños espacios para el consumo de contenidos mediáticos. Por ende, ya no se puede pensar en formatos largos que resultan aburridos; los contenidos (sean o no narrativos) deben ser creados para los escasos espacios de ocio, teniendo en cuenta los hábitos de consumo mediático, los formatos narrativos y las características de cada dispositivo (Irigaray, 2017).

En el ámbito de la comunicación aplicada, la narrativa transmedia resulta primordial al ejercicio profesional en todas sus variantes: la comunicación publicitaria, el periodismo, la comunicación audiovisual, la educomunicación y la comunicación en las organizaciones. Y sobre esta última:

Contar una historia alrededor de una empresa de manera fragmentada, utilizando diferentes canales, es la manera más eficiente no solo de captar la atención del espectador sino también de conseguir que expanda la frontera de la interactividad. (Islas, 2017, p. 110)

Características de las narrativas transmedia

Dentro del ámbito de la narrativa transmedia, hay una serie de debates sobre las características principales de estas nuevas formas de contar historias. Se ha constatado que las características presentadas por Jenkins (2009) son las que más se trabajan y se citan, ya que son ideas sencillas que sirven al momento de diseñar y aplicar la NT en diversos campos. La caracterización propuesta por el autor se conforma con los siguientes puntos: expansión y profundidad; continuidad y multiplicidad; inmersión y extracción; construcción de mundos, serialidad; subjetividad y realización. A continuación, se pasará a explicar cada uno de estos aspectos.

Expansión y profundidad

La característica de la expansión hace referencia a que la historia no es lineal: el relato contado tiene la capacidad de ramificarse y expandirse por múltiples medios. Como explica Scolari (2013), en este momento las redes sociales son los principales instrumentos que permiten que el relato se expanda y que más usuarios o fans lo consuman; así, la historia tiene la posibilidad de seguir creciendo.

La profundidad es la capacidad de la historia de atrapar a la audiencia y generar en ella un efecto de búsqueda. Se trata de una invitación a no quedarse en la superficialidad del relato, investigar más y adentrarse en la trama. La estrategia del productor transmedia es ofrecer al usuario ciertos elementos dentro del relato para causar interés y dejar que la historia se vaya construyendo a medida que se recaba información. Como apunta Jenkins, los usuarios se convierten en cazadores y “su recompensa es lograr un conocimiento total del

mundo en el que tienen lugar los distintos eventos y acciones que representan el desarrollo del relato” (citado en Gallego, 2011, p.17).

Continuidad y multiplicidad

La continuidad hace referencia a que el relato que nace en un producto debe poseer una evolución coherente en otros. El tema de la continuidad, afirma Gallego (2011), está relacionado con el canon y la coherencia. Como se mencionó, la NT no cuenta la misma historia por diferentes medios, sino que se trata de historias diferentes con un hilo conductor general. En cada historia pueden aparecer nuevos personajes, se puede profundizar en otra línea dramática, cambiar los contextos, etc.; pero este aumento, cambio o profundización siempre debe obedecer al mismo universo narrativo de origen. El productor transmedia debe dar pautas generales o establecer reglas del juego para que los usuarios puedan crear universos narrativos alternativos coherentes con la obra.

La multiplicidad, en cambio, está en manos de los seguidores. Jenkins (citado en Gallego, 2011) afirma que “la multiplicidad es la posibilidad de acceder a versiones alternativas de los personajes o universos paralelos de las historias, como recompensa al conocimiento que se tiene sobre el material original” (p.18). Para clarificar este concepto, Gallego (2011) realiza una analogía con una receta de cocina en diferentes territorios: los productos pueden ser los mismos, pero el sabor será diferente, variará de región a región.

El concepto de multiplicidad también está muy relacionado con el término paratexto. Es decir, alrededor de un texto hay otros pequeños textos (paratextos) que toman ideas o significados del texto central. Como su prefijo indica, y según Rodríguez (2015), no se trata solo de textos paralelos, sino que el término hace alusión a lo clandestino, lo no regulado, lo usurpado. En otras palabras, son textos que están fuera del canon o no institucionalizados, cuya función es cuestionar, delimitar y quitar autoridad a los discursos dominantes. Por ejemplo,

el discurso político oficial ahora puede ser criticado, vilipendiado y tergiversado en las redes sociales. A estas acciones se las puede considerar como paratextos.

Inmersión y extracción

El contenido del texto narrativo debe ser interesante para captar la atención de los usuarios, lo que se traducirá en inmersión y extracción.

La capacidad de inmersión se refiere a las posibilidades que tiene el usuario de ingresar al texto narrativo y participar de él en diferentes formas. El ejemplo de los videojuegos ayuda a entender este concepto, ya que, en ellos, a través de avatares, se ingresa a la narrativa del juego. Otro ejemplo más actual sobre inmersión se puede encontrar en el capítulo “Bandersnatch” de la serie Black Mirror, en la plataforma Netflix. En ese capítulo, se ofrece al espectador la posibilidad de realizar un recorrido personalizado por el interior de la narrativa: a través del control remoto o el ratón del computador, debe hacer click en una de las dos opciones que se presentan en la pantalla, dando lugar a diferentes recorridos dentro del capítulo.

El concepto de extracción, en cambio, alude a aquellos universos narrativos cuyos objetos, personajes y ambientes se instalan en la cotidianidad. Los ambientes del universo narrativo de Harry Potter, por ejemplo, salen del texto para convertirse en un parque temático en Orlando, Estados Unidos. Otro ejemplo de extracción narrativa son los grupos denominados Otakus, que se disfrazan de diferentes figuras del mundo del anime y organizan eventos para mostrarse representando a sus personajes favoritos.

En síntesis, la inmersión es adentrarse en el texto narrativo y la extracción es sacar personajes, paisajes o situaciones del texto narrativo hacia el mundo exterior (Gallego, 2011).

Serialidad

Hay que pensar el universo de la narrativa transmedia en forma de serie. Es decir, en unidades que, una vez reunidas, ofrecen un sentido más amplio y profundo de la historia, lleno de matices y detalles que el usuario reconoce y agradece. A pesar de que existen piezas o fragmentos en forma de serie, hay que advertir que la historia no sigue una secuencia lineal, ya que se expande por diferentes medios, que se convierten en puertas de entrada al relato (Scolari, 2013). Como ejemplo de serialidad, se puede considerar a la producción audiovisual Encrucijada de la Cruz Roja Española. Se trata de una producción exclusivamente creada para YouTube, que tiene seis capítulos hasta la fecha. El hilo conductor de estas piezas audiovisuales es la época de confinamiento a causa de la pandemia por covid-19; sin embargo, las piezas son independientes, es decir que en cada cortometraje aparecen actores, situaciones y espacios diferentes.

Subjetividad

Se trata de la mirada de diversos personajes del relato. Cada personaje, como parte activa de la trama, puede poseer una forma distinta de mirar lo que está sucediendo. Desde la teoría narrativa, este tópico se relaciona con el punto de vista del narrador. Este tipo de herramientas sirve para salir de la monotonía de un relato, agregando interés, y quizá identificación, con algún punto de vista. Además, este recurso ayuda a que el espectador conozca detalles ocultos o profundice en el conocimiento de los personajes, ambientes o acciones (Scolari, 2013). Dentro de un producto transmedia, uno de los pilares es el relato, y existe la posibilidad de recrearlo o representarlo desde diversos puntos de vista. Esta característica ofrece que una misma historia pueda ser contada una y otra vez, pero siempre con algún elemento nuevo.

Pero la subjetividad no solo se genera desde el productor transmedia, sino también en la apropiación de las obras por parte de los fanáticos. Para ilustrar esta característica, se puede recurrir a la ex-

perencia que cuenta Jenkins (2008) sobre los fanáticos de Harry Potter. Son niños y adolescentes que reescriben la obra ofreciendo finales alternativos, destacando personajes secundarios, o añadiendo situaciones a los hechos ya conocidos. Más allá de las implicaciones legales que describe el autor, lo interesante es que una historia de éxito comercial sea reescrita por los fans. Esto va más allá del mero consumo de películas o videojuegos que ofrece la marca; la reescritura y la posibilidad de exponer el propio punto de vista de los escritores amateurs también provoca gozo y entretenimiento.

Co-creación

Las narrativas transmedia están íntimamente relacionadas con sus consumidores o fans: su participación y la realización de actividades ayuda a que se conviertan en embajadores del texto narrativo. Cuando los fanáticos ingresan al mundo narrativo y se sienten comprometidos con el texto, generan textos alternativos que comparten en las diferentes plataformas. La participación creativa puede ir desde simples comentarios hasta la génesis de nuevos personajes, la acción en otros tiempos o el planteo de finales alternativos.

Narración, emociones y ficciones usuarios: participación, interacción y experiencias

Como se ha mencionado en líneas anteriores, los contenidos de tipo transmedia poseen un componente primordial: la participación de la audiencia en la narrativa. Los términos que se utilizan para describir a este sujeto que participa son varios: usuarios, audiencias comprometidas (Acuña y Caloguera, 2012), fans (Jenkins, 2008), prosumidor (Toffler, 1981), pronet@rio (Moya, 2018) o EMIREC (Aparici y García, 2018). Ante esta diversidad, cabe resaltar que la nomenclatura más utilizada es la de prosumidor (sujeto activo que produce y consume en el marco del ciberespacio), aunque los investigadores suelen tener reparo en el uso de esta denominación porque haría referencia solamente al ámbito comercial (Aparici y García, 2018). En líneas generales, todos

estos términos nombran a un sujeto que, gracias a la utilización de la tecnología, es consumidor y productor de contenidos o informaciones en contraposición a un sujeto receptor pasivo, que era característico de los medios de comunicación masiva. Lovato (2017) afirma que la condición de sujeto activo y participativo está plenamente instalada en nuestras sociedades que viven en la cultura digital.

Si se parte, entonces, de la existencia de la figura del prosumidor, el engranaje donde hay que colocar atención es en el de los grados de participación; es decir, varios prosumidores podrían estar frente a un mismo contenido, pero su grado de involucramiento puede diferir por diversas razones. Lugo (2016) menciona que “los niveles de participación van desde leer y marcar como favorito, siguen por etiquetar, comentar, sustituir, compartir y en los niveles más altos: distribuir, escribir, colaborar, moderar, liderar” (p. 28). En ese sentido, lo ideal para las narrativas transmedia es encontrarse con prosumidores que tengan un involucramiento alto, aunque eso no siempre ocurre.

Dicks (citado en Lugo, 2016) analiza la participación respecto al contenido y evidencia que existen diferentes niveles: el 75 % es una audiencia pasiva, el 20 % son jugadores y solo el 5 % son creadores de contenido. Otro punto de vista plantea que existen tres estados de involucramiento y, dentro de ellos, existirían cinco niveles: atención, evaluación, afecto, compromiso y contribución (Pratten *et al.*, citados en Lugo, 2016). En la actualidad, esto se refleja en las redes sociales como Facebook, donde se puede simplemente revisar un contenido sin reaccionar, colocar alguna emoción, comentar el contenido o producir contenido propio con distintos fines (por ejemplo, reforzar un mensaje, dar otro punto de vista o burlarse). En todas esas acciones se observan diferentes grados de participación.

Asimismo, para Bartle, mencionado por Pratten (2011), los niveles de participación van desde la baja hasta la alta intensidad, a través de las siguientes denominaciones: *achievers* (gustan de retos y alcanzar metas); *socializers* (interacción a través de la propia iden-

tividad, juegos de roles, etc.); explorer (buscadores); y killers (aquellos que prefieren molestar y dominar).

Desde la perspectiva de Acuña y Caloguerea (2012), en cambio, los grados de participación se clasifican como estados, que van de menor (1) a mayor (5):

- Estado 1 – El usuario consume contenido.
- Estado 2 – El usuario interactúa con el contenido.
- Estado 3 – Interacciones individuales en la red como agregados.
- Estado 4 – Interacciones individuales en la red como uso social.
- Estado 5 – Los usuarios se entregan socialmente. (p. 38)

Aunque la cantidad de niveles de participación y sus nomenclaturas varían de un autor a otro, lo que sí es evidente es la identificación de grados de involucramiento del prosumidor respecto a la narrativa que se le ofrece. Este tipo de datos ayuda a explorar la dinámica de la producción transmedia y sus líneas de acción. Sin embargo, algunos autores recalcan que los usuarios que participan activamente creando contenidos (prosumidores en toda la extensión de la palabra) son grupos muy reducidos, expertos en la temática, que piden mayores gratificaciones y experiencias (Acuña y Caloguerea, 2012). En todo caso, cabe preguntarse: ¿qué significa un mayor involucramiento del prosumidor? Según Rodríguez y Molpeceres (2015), la implicación se da cuando los usuarios, al participar, pueden modificar el relato o generar contenidos propios relacionados con las historias y tienen la posibilidad de acceder a una interacción real con los existentes de la narración (escenario, personajes o acciones).

Un prosumidor que se siente involucrado con el contenido se convierte en creador de productos comunicativos que ayudan a la difusión, la recomendación, la buena imagen, los comentarios favorables y la co-creación de contenidos con otros usuarios o con los dueños de la misma franquicia (Acuña y Caloguerea, 2012).

Algunas propuestas sostienen que, para que haya participación de los usuarios, es necesaria la creación de espacios de interacción. La producción de contenidos dentro de la narrativa transmedia les debe ofrecer diferentes alternativas de espacios donde transcurre una acción. A decir de Matt Locke (citado en Acuña y Caloguerea, 2012), se deben considerar seis espacios de interacción ofrecidos por la tecnología; estos espacios se clasifican en: espacios secretos, espacios grupales, espacios públicos, espacios de representación, espacios de participación y espacios de observación. La elección de uno u otro dependerá de la dinámica de la producción transmedia.

Existen diversas maneras de generar compromiso o implicación por parte de las audiencias. Una de ellas, según Pratten (2011), es gestionar de forma estratégica las etapas de descubrimiento, experiencia y exploración. Cada una de estas etapas, en palabras de Pratten, pasa por el contenido planificado y estructurado; es decir, se trata de informar o explicar al usuario la existencia de niveles, el contenido y los objetivos a conseguir en cada etapa. El autor considera que, a pesar de que hay una preferencia por lo audiovisual, la invitación hacia el contenido debería contemplar los cinco sentidos.

Metodología

Esta investigación de enfoque cualitativo, donde se realizó un tipo de investigación documental, donde se revisó los principales estudios que hagan referencia al estudio de la narrativa transmedia en el marco de las enseñanzas de la comunicación social.

Se parte del hecho de que las narrativas transmedia son aplicables al ámbito de la educación. Diferentes autores (Pence, 2011-2012; Osorio, 2014; Molas, 2018) sostienen que la narrativa transmedia dinamiza los diferentes procesos educativos:

- Rompe con la linealidad de una clase tradicional.
- Permite una participación activa de los estudiantes.
- Docente entra en una dinámica de transformación constante.

- Resolución de problemas de manera colaborativa.
- Se desmarca de la canonicidad de los textos para dar una interpretación alternativa.
- Permite un aprendizaje situado y significativo.
- Vinculación de emociones y experiencia al proceso educativo.

Además de lo mencionado, todo proceso de narrativa transmedia en el terreno de la educación tiene fases comunes (Acuña y Caloguera, 2012; Scolari, 2013; Lugo, 2016; Lovato, 2017), por ejemplo:

- Investigación y análisis.
- Diseño.
- Producción y difusión.
- Evaluación.

Con estos antecedentes y más el marco teórico de referencia se traza un camino para seleccionar investigaciones que hagan referencia a la narrativa transmedia en el ámbito de las enseñanzas de comunicación en Iberoamérica, entre los años 2015 y 2021. En ese lapso se han identificado estudios y aplicaciones de la narrativa transmedia en asignaturas como: Medios y Audiencias (Campalans, 2015), Educación y Comunicación (Grandío, 2016), comunicación organizacional (Farinango, 2018), Comunicación Multimedia (Bron, 2019), entre los principales.

Las investigaciones que se presentan en el apartado de resultados se describe el estudio, aspectos puntuales sobre la narrativa transmedia en esa asignatura y las conclusiones más relevantes de cada trabajo.

Resultados

Campalans (2015)

El siguiente trabajo se ubica ya en el ámbito de los estudios de la comunicación. En el documento “Docencia y aprendizaje transmedia: una experiencia”, Carolina Campalans (2015) explica cómo transformó

una asignatura de nivel universitario (Medios y Audiencia) en una clase transmedia en el grado de periodismo y opinión pública. Sus fundamentos conceptuales se enmarcan en el conectivismo, la narrativa transmedia y la convergencia digital. La metodología aplicada es un estudio de caso.

A decir de la autora, el objetivo principal al promover esta alternativa pedagógica fue buscar un “aprendizaje en red y apoyar un alto grado de involucramiento de los estudiantes con respecto al conocimiento sobre dichas materias” (Campalans, 2015, p. 95). Así, intenta abandonar por un momento el modelo pedagógico lineal o bancario. A partir de los contenidos de Medios y Audiencia, se planificó la asignatura con criterios de transversalidad y secuencia que la ubicaron dentro del concepto de transmedia. Al revisar el estudio, se evidencia que hay una secuencia y, por ello, se interpreta que existe un proceso de serialización, aunque la investigadora no haga mención a esa categoría.

Otro argumento de la autora para la elección de la narrativa transmedia es: “consideramos que una estructura narrativa transmedia podría ofrecer varias ventajas y resultaría congruente con respecto al enfoque conectivista y enactivo que quisimos imprimir al curso de Medios y Audiencias” (Campalans, 2015, p. 97). Además, expresa que esta experiencia ha querido replicar otras que ocurren verdaderamente en el ámbito laboral de los medios de comunicación digital. Hay que advertir que este estudio se enfoca en el terreno del periodismo.

El aprendizaje actual requiere de comunicación en términos de coordinación y acciones para procesar la información. En este ensayo, el estudiante participa de una red de información, conocimiento y aprendizaje pensada previamente con base en lo significativa que pueda resultar cada red (Campalans, 2015).

Una de las conclusiones que arroja este estudio, que resulta útil para el presente trabajo, menciona que la práctica habitual en medios digitales está llevando a que los usuarios sean sujetos que producen

y consumen contenidos, aunque muchos de esos sujetos no tienen consciencia de ello. Además, puntualiza que, dentro de este ejercicio, se observaron algunas características del conectivismo porque ha generado la conformación de redes de conversación y trabajo (Campalans, 2015).

Lo anterior confirma que las narrativas transmedia pueden aplicarse en la titulación en comunicación y periodismo. Esta investigación hace el esfuerzo de vincular los conocimientos del aula con las prácticas profesionales que están relacionadas directamente con el uso de medios digitales. Además, esta estrategia de aprendizaje permite identificar un fuerte componente de trabajo colaborativo en red.

Algunas dificultades encontradas, según la autora, fueron, por un lado, el choque con el modelo lineal de clase instalado en los propios estudiantes; y, por otro lado, el hecho de que la aplicación de esta estrategia demanda más tiempo por parte del docente y menos tiempo para la profundización en los alumnos.

Grandío (2016)

La cuarta investigación a la que se hace referencia pertenece a María del Mar Grandío y se denomina “El transmedia en la enseñanza universitaria: análisis de la educación mediática en España”. Este estudio es de especial interés porque la autora describe las necesidades de formación en el campo de la narrativa transmedia, sus reflexiones se ubican en el marco de la educación superior y, además, se concentran en el ámbito de las ciencias sociales, la educación y la comunicación.

A partir de este trabajo, se evidencia la importancia de la alfabetización transmedia en los programas de grado de educación y comunicación en España. La autora expresa que “dada la relevancia que están tomando las narrativas transmedia, la tendencia hace pensar que poco a poco el transmedia irá cobrando también más relevancia dentro de los estudios universitarios” (Grandío, 2016, p. 99).

Hay que puntualizar que la propuesta de análisis de Grandío se refiere, en un primer momento, a las alfabetizaciones mediáticas; posteriormente llega a lo que se podría nombrar como transmedia. Desde su punto de vista, la alfabetización mediática sería una condición previa a la adquisición de las competencias transmedia. En ese marco, considera que “es necesaria una mirada holística a la alfabetización mediática que integre también las particularidades propias del transmedia” (Grandío, 2016, p. 98), que no se centre únicamente en criterios instrumentales y tecnológicos.

Luego de exponer las conclusiones de su trabajo, Grandío apunta algunas ideas para ir en dirección de una alfabetización transmedia en los programas universitarios de educación y comunicación. La autora menciona que, en el grado, se debe considerar un mínimo de formación en alfabetización transmediática. “Dependiendo del enfoque y espíritu de los diferentes centros, podría plantearse una asignatura directamente relacionada con las narrativas o proyectos transmedia” (Grandío, 2016, p. 99). Esto es algo que, hasta el momento, no se ha puesto en práctica en la formación de los estudiantes.

Por otra parte, para una eficiente formación de los docentes en las narrativas transmedia, se requieren reflexiones y acciones que impliquen procesos de producción (creación) y difusión, con variedad de expresiones artísticas, y que, además, se reconozca la diversidad cultural de los estudiantes en los contextos actuales (Grandío, 2016). Para fundamentar esta necesidad, Grandío se sostiene, al igual que otros estudios, en la propuesta de Ferrés y Pistelli (2012) sobre la competencia mediática, que ofrece dimensiones para el análisis y la expresión, y, sobre todo, indicadores para evaluar su desarrollo (ya sea en docentes o en estudiantes).

La investigadora señala que la creación y co-creación serán elementos fundamentales para la adquisición de competencias mediáticas y transmediáticas. La narrativa transmedia “fomenta la creatividad del alumno y el trabajo colaborativo, de ahí que sea pertinente la rea-

lización de dinámicas grupales que les permitan diseñar contenidos transmedia de manera colaborativa” (Grandío, 2016, p. 99).

Las ideas que se extraen de esta investigación y que son de utilidad para nuestra propuesta son: la posibilidad de construir un proyecto de clase transmedia, la valoración de procesos que implican producción y difusión de contenidos, y la consideración de la co-creación entre estudiantes y profesores.

Sánchez y Albaladejo (2018)

El tercer estudio que se quiere destacar es *Transmedia Storytelling an Teaching Experience in Higher Education*. Esta investigación fue llevada a cabo por Sánchez y Albaladejo, con estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad Católica de Murcia. Los proyectos transmedia tuvieron diferentes fases, en forma individual y grupal, para la retroalimentación y la producción de piezas comunicacionales (Sánchez y Albaladejo, 2018). Desde lo teórico, el trabajo se fundamenta en el conectivismo y en el aprendizaje basado en proyectos (ABP).

Algunas conclusiones relevantes que se relacionan con esta tesis son:

- Los proyectos transmedia fomentan en los estudiantes el espíritu creativo y una mejor experiencia educativa, generan mayor motivación y favorecen la relación entre los conocimientos previos y el contexto.
- A través de las características transmedia (por ejemplo, multiplicidad y extracción), el estudiante desarrolla y profundiza nuevas perspectivas sobre los temas tratados.
- El estudiante, a través de la creación de piezas comunicativas con características transmedia, obtiene conocimientos, habilidades y competencias académicas y profesionales que demanda la sociedad actual (Sánchez y Albaladejo, 2018).

Farinango (2018)

La cuarta investigación para revisar pertenece a Farinango (2018), quien relaciona los estudios de comunicación organizacional con aprendizajes basados en proyectos (ABP) y narrativas transmedia (NT). A través de la combinación de estos elementos, busca dinamizar una clase que se caracteriza por la memorización y la teorización, proponiendo una alternativa donde se conjuguen proyectos, narrativas y tecnologías. Las reflexiones del autor se encaminan hacia el desarrollo de las nuevas narrativas digitales que reclama el contexto social y económico de la profesión. Aunque no se plantea de forma explícita, el objetivo a largo plazo es la búsqueda del desarrollo de las competencias digitales en el campo de la comunicación organizacional.

El ejercicio inicia con la separación de fases: análisis, diseño y expresión. En el análisis se tocan Temas como el estudio de la situación y el acercamiento etnográfico. La fase del diseño contempla los objetivos, el público y la creación de relatos. Finalmente, en la fase de expresión, se encuentran actividades como la creación de arte y productos, difusión e integración, resultados y evaluación.

Luego de la ejecución del proyecto, el autor comparte los principales hallazgos y dificultades:

- La clase, a través de un proyecto transmedia, fue pensada para fortalecer la parte pragmática de la materia. Se identificó una resistencia inicial a la metodología, pero se culminó con el entusiasmo de los estudiantes.
- Se identificaron competencias profesionales que aún están bastante débiles, como la ortografía, la escritura creativa y las habilidades tecnológicas.
- El proyecto transmedia se ejecutó en dos meses, un tiempo muy corto para explorar todas sus posibilidades (Farinango, 2018).

Luego del proceso de investigación, previa planificación y ejecución del proyecto, se exponen otras conclusiones:

- Se valora la creación de historias o relatos como mecanismos para dinamizar la clase (en este caso, en la asignatura sobre comunicación organizacional).
- La metodología narrativa transmedia sirve para el desarrollo de aprendizajes significativos y competencias digitales, y para observar en la práctica los vacíos (en términos de conocimiento y herramientas) que poseen los comunicadores organizacionales cuando ejecutan proyectos.

A pesar de tener un tiempo reducido (dos meses) para la ejecución del proyecto, se lograron abordar los diferentes componentes de la narrativa transmedia. Sin embargo, queda por explorar la categoría de participación en mayor profundidad (Farinango, 2018).

Bron (2019)

Otro de los estudios que tienen relación con esta investigación es el llevado a cabo por Maximiliano Alberto Bron en 2019. Su tesis “Comunicación transmedia y educación” explica que los aprendizajes basados en proyectos colaborativos (ABPC) son las mejores estrategias para trabajar comunicaciones de tipo transmedia.

El análisis de Bron (2019) es de enfoque cuantitativo, ya que realiza un estudio cuasi-experimental para reconocer los cambios que ocurren luego de la implementación de actividades de comunicación digital y narrativas transmedia. Las técnicas utilizadas para la recolección de los datos fueron cuestionarios, entrevistas, evaluaciones y observaciones.

La hipótesis general que plantea el autor ha sido demostrada. Ha comprobado que los estudiantes de la asignatura Comunicación Multimedia, luego de la utilización de ABPC, registraron cambios favorables en su autodirección de aprendizajes (Bron, 2019).

A nivel educativo, en el marco del salón de clases, Bron (2019) menciona que el ABPC desarrolla las siguientes competencias: trabajo en equipo; búsqueda y tratamiento de la información; gestación de

estrategias creativas; mejoras en las habilidades sociales de los estudiantes; análisis de las diferentes audiencias; uso de tecnología y redes digitales; transferencia y construcción de conocimientos a partir de proyectos en comunicación digital.

Algunas conclusiones que se desean rescatar de este trabajo son:

- El ABPC implica cambios estructurales dentro de las dinámicas de clase, lo que provoca el replanteamiento y la modificación de prácticas culturales en los modos de recepción.
- El ABPC resulta la mejor estrategia para trabajar proyectos de comunicación digital y narrativas transmedia.
- El ABPC favorece el desarrollo de las futuras competencias profesionales para insertarse en el mercado laboral (Bron, 2019).

Farinango (2021)

Este estudio se denomina ABP Transmedia aplicado a la asignatura de Comunicación en las organizaciones. Se trata de estudio tipo descriptivo y exploratorio, con la participación de 60 estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. La aplicación de este proyecto de narrativa transmedia en la asignatura de comunicación organizacional se llevó a cabo durante un semestre en dos cursos.

El estudio presenta los resultados de una aplicación de la metodología que el autor ha denominado ABP Transmedia que tiene siete puntos: presentación del proyecto, investigación, mundo narrativo, plataformas, participación, cronograma y autoevaluación. Como se puede observar en estos puntos hay elementos que hacen relación directamente a la narrativa transmedia como son: mundo narrativo, plataformas y participación.

Una primera conclusión destacada de este trabajo es que la utilización del relato dentro de la asignatura de comunicación organizacional dinamiza la clase, donde se evidencia mayor participación

entre los estudiantes que conforman el grupo para realizar el proyecto. Una segunda conclusión relevante de este trabajo es que la variable de participación entre estudiantes y profesores posee los índices más bajos dentro de experiencia educativa. Finalmente, este estudio considera que los estudiantes no tienen competencias fuertes para el desarrollo de producción y materializar las ideas que plantean en sus proyectos.

Conclusiones

El relato es un recurso que ha acompañado al ser humano desde su evolución, ya que permiten, por ejemplo, en el campo de la educación adquirir, transferir y transformar los conocimientos.

La narrativa transmedia es un recurso que se ha aplicado de manera creativa y eficiente en el mundo de la publicidad y la producción audiovisual. Aunque las experiencias de aplicación de la narrativa transmedia en educación superior aún son escasas se puede observar que ayuda a romper y cuestionar los modelos de enseñanza- aprendizaje que se fundamentan en la memorización de la información y el conocimiento.

Los estudios analizados demuestran que la narrativa transmedia se puede aplicar en la enseñanza de la comunicación. Los beneficios de esta estrategia de enseñanza son: rompe con la linealidad de una clase tradicional, pone en práctica conceptos trabajados en clases, vincula las tecnologías digitales de manera transversal para resolver problemas concretos, hay mayor participación entre docente y estudiante, genera mayor creatividad y trabajo colaborativo entre los compañeros.

Las características principales que se logran analizar en los estudios presentados son: expansión (Farinango, 2018), profundidad (Bron, 2019), multiplicidad (Sánchez y Albaladejo, 2018; Bron, 2019), extracción (Sánchez y Albaladejo, 2018), y serialidad (Campalans, 2015).

Algunas dificultades que se han identificado en la aplicación de esta estrategia de enseñanza son: mayor tiempo de dedicación del

docente para planificar y evaluar este tipo de actividades, tiempos muy reducidos para analizar el impacto y poca participación entre estudiantes y públicos beneficiarios de los proyectos.

La aplicación de la narrativa transmedia en las enseñanzas de la comunicación debe ser desde el inicio del semestre. No se puede hablar de un componente práctico aislado y que solo sea al final del semestre. Su planificación implica reflexionar sobre un problema a identificar y resolver con los estudiantes, aplicarlo en una realidad concreta, buscar actores claves, producir contenido comunicativo, socializar los contenidos y evaluar.

Referencias bibliográficas

- Acuña, F. y Calogueria, A. (2012). *Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia para múltiples plataformas*. Facultad de Comunicaciones, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Aparici, R. y García, D. (2018). Prosumidores y emirecs. Análisis de dos teorías enfrentadas. *Comunicar*, 71-79. <https://bit.ly/3sG0WAT>
- Ardini, C. y Caminos, A. (2018). *Contar (las) historias*. Mutual Conexión. <https://bit.ly/3FXQYho>
- Atarama, T., Castañeda, L. y Frías, L. (75-96). Marketing transmedia: análisis del ecosistema narrativo de la campaña publicitaria Leyes de la amistad de Pilsen Callao. *Revista científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*. <https://bit.ly/3R0Puth>
- Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Paidós.
- Bron, M. (2019). *Comunicación transmedia y educación: El Aprendizaje Basado en Proyectos Colaborativos como método de aprendizaje en comunicación digital* (tesis doctorado). URJC. <https://bit.ly/469NDXe>
- Bruner, J. (2013). *La fábrica de contar historias*. Fondo de Cultura Económica.
- Caldera, J. y Rodríguez, G. (2021). La narrativa transmedia en la publicidad: el caso de “Lego”. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, 45-59.
- Campalans, C. (2015). Docencia/Aprendizaje transmedia: una experiencia. *Razón y Palabra*, 43-55. <https://bit.ly/3MJ1IUx>
- Cassirer, E. (1968). *El mito del Estado*. Fondo de Cultura Económica.
- Costa, C. (2013). Narrativas Transmedias Nativas: ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso.

- Historia y Comunicación Social*, 561-574. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44349
- Egan, K. (2012). Narrativa y Aprendizaje. Una travesía de inferencias. En H. McEwan y K. Egan, *La narrativa en la enseñanza, el aprendizaje y la investigación* (pp. 169-180). Amorrortu.
- Eliade, M. (2015). *Lo sagrado y lo profano*. Paidós.
- Farinango, L. (2018). Narrativas Transmedia en la enseñanza de la comunicación organizacional. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 63-74. <https://bit.ly/40Ie3ym>
- Farinango, L. (2021). ABP Transmedia aplicado a la asignatura de Comunicación en las organizaciones. *Revista Andina de Educación*, 21-27. <https://bit.ly/3MOhNIH>
- Gallegos, A. (2011). *Diseño de narrativas transmediáticas*. Universidad de Caldas.
- Grandío, M. (2016). El transmedia en la enseñanza universitaria: análisis de la asignatura de educación mediática en España (2012-2013). *Palabra Clave*, 85-194.
- Handler, C. (2014). *Digital Storytelling*. Focal Press.
- Irigaray, F. (2017). El documental en las narrativas transmedia y la territorialidad expandida. En R. Aparici y D. García, *Sonríe, te están puntuando* (pp. 129-144). Gedisa.
- Islas, O. (2017). McLuhan y la publicidad transmedia. En F. Irigaray y D. Reno (comps.), *Transmediaciones: creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas* (pp. 95-120). La Crujía.
- Jackson, P. (2012). Sobre el lugar de la narrativa en la enseñanza. En H. McEwan y K. Egan, *La narrativa en la enseñanza, el aprendizaje y la investigación* (pp. 25-51). Amorrortu.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture*. Paidós.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Robinson, A. y Weigel, M. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture*. MacArthur Foundation. <https://bit.ly/3MKRjrt>
- Levis, D. (1997). *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Paidós.
- Lovato, A. (2017). Guion y diseño de contenidos para la postconvergencia. En A. Roberto, & D. García, *¡Sonríe, te están puntuando!* (pp. 165-180). Gedisa.
- Lugo, N. (2016). *Diseño de narrativas transmedia para la transalfabetización*. (Tesis doctorado). Universidad Pompeu Fabra. <https://bit.ly/3sIZde9>
- Molas, N. (2018). *La guerra de los mundos*. OuterEdu.

- Moya, E. (2018). Prosumo, swarming y transmedia. Hacia un nuevo concepto de stakeholders. *Icono 14*, 25-50. <https://bit.ly/47fGgPe>
- Ossorio, M. Á. (2014). Aplicación de la narrativa transmedia en la enseñanza universitaria en España: Aprendizaje colaborativo, multiplataforma y multiformato. *Revista Internacional de Tecnología, Ciencia y Sociedad*, 25-38. <https://bit.ly/49zFyhx>
- Padovani, A. (2014). *Escenarios de la narración oral*. Paidós.
- Pence, H. (2011-2012). Teaching with transmedia. *Journal of Educational Technology Systems*, 131-140. <https://bit.ly/47CLZi5>
- Pérez, O. (2015). *El arte del entretenimiento*. Laertes.
- Pratten, R. (2011). *Getting started in transmedia storytelling*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Rodríguez, I. y Molpeceres, S. (2015). Hacia un nuevo modelo de construir, transmitir y compartir narrativas. Estudio de caso de Panzer Chocolate. En R. Rodríguez y V. Tur-Viñes (coords.) *Narraciones sin fronteras. Transmedia storytelling en la ficción, la información, el documental y el activismo social y político* (pp. 81-98). Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Rodríguez, R. (2015). El cuento de nunca acabar: precuelas y secuelas de la narración transmedia. En R. Rodríguez, V. Tur-Viñes (coords.), *Narraciones sin fronteras* (pp. 21-40). Cuadernos Artesanos de Comunicación 81.
- Rosales, S. y Roig, R. (2017). El relato (digital storytelling) como elemento narrativo en el ámbito educativo. *Notandum*, 163-174.
- Sánchez, J. y Albaladejo, S. (2018). Transmedia storytelling and teaching experience in higher education. *International Journal of Contemporary Education*, 52-63. <https://bit.ly/3uedtfm>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia*. Deusto.
- Toffler, A. (1981). *La tercera ola*. Círculo de Lectores.

Reflexiones metodológicas sobre las prácticas comunicativas mediáticas desde la perspectiva de género

Mariana Alvear Montenegro
Universidad Central del Ecuador
mealvear@uce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-8349-643X>

Zaida Almeida Gordón
Universidad Central del Ecuador
zvalmeida@uce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-1203-5350>

Introducción

Los discursos públicos se convirtieron en formas de No decir, y este universo de significados y nociones no dichas, de creencias en la jerarquía y en la desigualdad inherente de los seres humanos van incubándose en el sentido común (Rivera, 2010, p. 20).

Esta propuesta plantea un camino metodológico que recorra los flujos silentes del abordaje noticioso sobre las mujeres y los cuerpos e identidades feminizadas, en tal sentido, poder dirimir los relatos acerca de su opresión sistemática. Por lo tanto, Situarse en el silencio, no es ubicarse fuera de los discursos, sino en la otra parte de ellos, desde una metodología que abra todas las capas de la opinión pública y sus confrontaciones históricas e ideológicas en el plano de los contenidos periodísticos.

Cornejo y Rufer (2020) citan a Bajtin para hablar de la *condición dialógica en el marco de la horizontalidad en la producción de sentido*, mismo que requiere:

Tomar en serio la condición dialógica de la investigación, lo cual implica partir de, al menos, dos nociones: la conflictividad situacional y la dilución del sujeto soberano del discurso. No se trata de que “escucho a otro” frente a mí (y entiendo, capto, genero empatía), implica necesariamente una desestabilización del lugar de enunciación y un reconocimiento de que, en esa condición fronteriza y liminal de la situación dialógica, yo también soy. (Cornejo y Rufer, 2020, p. 9)

Es así cómo, el objetivo de esta reflexión teórica-metodológica consiste en acercarnos a las intencionalidades editoriales, los procesos periodísticos y el análisis de los comportamientos mediáticos, mediante el co-diseño de instrumentos de análisis que permitan estudiar las experiencias históricas y actuales del discurso periodístico. Sea este construido como disciplinador social y una herramienta de poder, o por el contrario como la configuración de una praxis periodística articuladora de las luchas emancipadoras y feministas.

La simbiosis entre los medios de comunicación como objeto de estudio y las mujeres como sujetas

Los medios de comunicación comerciales o no lucrativos son productores de sentido, en tanto se materializan como un espacio de comunicación. Es decir, un proceso que se constituye mediante una red discursiva dicotómica, en medio de un campo simbólico e intersubjetivo que evidencia las tensiones por el poder. Lo cual, implica un ejercicio de investigación acerca de las *situaciones comunicativas* de las/os interlocutores, desde una visión por dentro y fuera de los medios de comunicación. Lo cual invita a la comprensión de los sistemas de organización social desde el terreno histórico y cultural.

Por lo tanto, el marco de esta propuesta converge en los estudios feministas como una perspectiva teórica-metodológica-política que permite mirar y cuestionar las propuestas lineales y dominantes del método científico, hacia un giro de carácter descolonizador del saber. El conocimiento —se considera— es el resultado de una interacción entre sujeto y objeto; pero, si uno de los términos de la relación (el sujeto: la

mujer) cambia, lo hace también el resultado de la interacción; y mayor será el cambio cuando ambos términos de la relación se transforman, como es el caso frecuente de las investigaciones realizadas por mujeres sobre problemas femeninos (Martínez, 2003, p. 52).

Entonces, esta apuesta dialéctica propone un ejercicio circular de la investigación:



En consecuencia, esta experiencia de investigación-acción, contribuye a la comprensión de la trama política y las relaciones de poder como parte de un proceso histórico-cultural en el cual existen complicidades sociales, así como también confrontaciones y transformaciones. En palabras de Fernández (2012) la autora menciona que:

Cuestionar las teorías que fundamentan el orden patriarcal es a su vez cuestionar una noción de ciencia neutral, libre de valores y el poder que engendra este tipo de conocimiento. Incluir la perspectiva de género contribuye a dicho examen, además de develar el lugar de las mujeres en la producción de saberes científico. (p. 89)

En ese sentido, la investigación feminista apunta a indagar las fisuras y el carácter relacional de los sistemas sociales de género, frente al relato que los acompaña desde los medios de comunicación. Además, es insoslayable recuperar a la mujer bajo la categoría de sujeta históri-

ca, como un ejercicio de desaprendizaje de los discursos legitimados por la hegemonía masculina y la revelación de sus arbitrariedades, desde una teoría crítica sobre el poder en el discurso y como discurso. Azpiazu (2014) citando a Wodak y Meyer sobre el análisis crítico de los discursos menciona que: “podría ser definido como fundamentalmente comprometido con analizar las relaciones de dominación, discriminación, poder y controles estructurales, tanto opacas como transparentes, que se manifiestan en el lenguaje” (pp.117-118).

Por lo tanto, hacemos referencia a formas de senti-pensar-investigar para traslucir al feminismo como propuesta teórica, metodológica y epistemológica de análisis. Conviene subrayar que, la comprensión de la mujer como sujeta histórica es reconocer que tras la invisibilización naturalizada desde el patriarcado, también hay un proceso de auto convocatoria y de reivindicación de un proyecto político. Es decir, construir una genealogía de mujeres en la historia de la cultura y del conocimiento, implica visibilizar su presencia, como una labor y una instancia en la que ella misma es, al mismo tiempo, objeto y sujeto, y una tarea que demanda la legitimación de las actividades intelectuales de las mujeres (Castro, 2016, p.148). En otras palabras, hablamos de sumar agencia a las sujetas de la investigación desde una categoría histórica y cómo se articula o desarma su tejido desde sus propias narrativas.

Parcialidades y redes discursivas

Hablar de red discursiva es una invitación a observar todas las intencionalidades editoriales implícitas en los hechos noticiosos, donde existen narrativas hegemónicas o contrahegemónicas a través de las cuales se reproducen sentidos como elementos constitutivos, por una parte, de la dominación masculina, los cuales contribuyen a una división jerárquica y sexual de la sociedad y, por otro lado, las narrativas anti patriarcales como parte de un proyecto emancipatorio de cambio. En concreto, una de las potencialidades del estudio de la narrativización de ciertos fenómenos sociales radica en la posibilidad de observar la

tensión entre narrativas dominantes que pueden servir para silenciar o invisibilizar historias que no encajan o salen de la norma y narrativas contrahegemónicas en las que se ponga en juego la visibilización y la creación de imaginarios y prácticas liberadoras (García y Montenegro, 2014, p. 100). Esto implica otras formas de entender el mundo.

Así, por ejemplo, comprender a los medios hegemónicos de comunicación desde el entramado de sus redes discursivas, contribuye a entender que estos enmascaran sus parcialidades respecto de la realidad mostrándola como universal y natural. Para ello se sirven de ciertos mecanismos que utilizan en la construcción de noticias (Gil, 2010, p. 50). En concordancia, Haraway reivindica la parcialidad y la responsabilidad como bases para la objetividad feminista. La verdadera noción de ser objetivo es ser parcial, específico y particular. Las miradas objetivas solo pueden venir desde una posición parcial encarnada y situada, lo cual no nos exime de la responsabilidad y los efectos que el conocimiento parcial produce (Gandarias y García, 2015, p.102).

Retomando a Regillo (1997, p.110), “La comunicación no es un mero instrumento neutro para dar forma a lo que ya existe, es una dimensión constitutiva de lo social”. Por lo tanto, las prácticas comunicativas son un circuito discursivo, que deviene de un proceso donde se puede evidenciar las parcialidades que toman los medios frente a los hechos noticiables. Para Ducrot (2009, p. 22), la objetividad es un componente del hecho periodístico, el mismo será necesariamente parcial, como lo es toda actividad desde el punto de vista cultural antropológico, entendida esa parcialidad no como aceptación de una parte en detrimento del todo, sino como una asunción de una posición propia del periodista o medio ante el complejo y multifacético entramado de hechos sobre los que trabaja la práctica periodística.

Metodología

La incorporación de una mirada de género, en las metodologías de investigación debe constituirse en un instrumento crítico de análisis, desde un marco conceptual que oriente el reaprender de conceptos

para identificar los sesgos y los roles de género que se expresan en ellas. Los aspectos metodológicos propuestos a continuación derivan de lo cualitativo, en tal sentido, partimos del análisis del contenido y análisis crítico del discurso, de tal forma poder comprender los comportamientos mediáticos tanto de empresas de comunicación, así como de medios alternativos y sus formas narrativas de expresión. Bajo ese marco, se busca identificar estrategias de análisis por categorías cualitativas, mediante el diseño colectivo de instrumentos como: el desarrollo de planillas de observación mediática y matrices de análisis.

Aspectos y estructura de los instrumentos

La propuesta de instrumentos está basada en el Método de la Intencionalidad Editorial (IE), mismo que posibilita observar los procesos y la praxis periodística, a la luz de diversas problemáticas. Desde este aporte se puede contemplar el comportamiento mediático desde un enfoque de género. De acuerdo con Ducrot la IE (2009, p.17) “es el conjunto de informaciones y reflexiones, fundadas, constatables y confirmables, según fuentes, que a su vez permiten descubrir qué discurso de clase o grupo se esconde detrás del discurso con pretensiones de validez universal”. Así, según el autor, permitirán brindarle al grupo de investigación, un mapeo de estas, la cual se vuelve una forma viable para establecer conceptos, valores y reinterpretaciones de la vida histórica de las mujeres y sus cotidianidades.

Las planillas de observación como génesis del estudio mediático

La planilla de observación tiene como objeto realizar un acercamiento inicial al medio estudiado, es la primera mirada a modo de ejercicio de interpelación, el cual nos permite caracterizar cada una de las piezas periodísticas a través de clasificar el nombre del medio, el género, la sección, la fecha de elaboración, el titular, el epígrafe, la síntesis de contenido como una breve reseña, la enumeración de las fuentes y actorías de prensa, la identificación de

actores y actorías sociales (principales y secundarios). Así como, las narrativas que sostienen la estructura social, cultural y política del medio, mismas que son entendidas como constructoras o de-structoras del discurso.

Por lo tanto, asumir la realización de las narrativas como un proceso interpretativo, de análisis, implica que estas no se presentan en la investigación como unos datos a ser codificados bajo la mirada de la investigadora, sino que se entienden como productos interpretativos en los que se pone en juego cierta mirada sobre el fenómeno de estudio, susceptible de dialogar con otras narraciones de la literatura académica (García y Montenegro, 2014, p. 72).

Por tal razón, el paraguas narrativo está compuesto también por *lo no dicho* como el texto implícito el cual devela los opacamientos intencionales o el ocultamiento deliberado. Conviene subrayar, entonces, que:

El silencio es un acto: se *está* en silencio, se *guarda* silencio. Se silencia aquello que no se quiere, puede o debe decir. El silencio aquí es imposición. Se calla sobre algo concreto, se *reduce al silencio*, a la nada. Un verso popular señala: “El silencio brutal implica olvido, que no sos pues nadie te ha pensado...”. En el silencio no se *es*. Después de la consigna de silencio, qué queda: la nada; la nada puede ser *el punto ciego*; puede decirse que la nada es como una especie de *vaciamiento del alma*. (Mendoza, 2009, p.145)

Y es precisamente cómo los hechos noticiosos pueden inferir en jerarquías históricas y culturales entre instituciones, sujetos y actorías, lo cual se ve reflejado en el nivel de censura sobre determinados temas. Por otra parte, la misma planilla ofrece un primer nivel de análisis sobre la imagen como marca editorial del medio y el diálogo o el clivaje social en la red discursiva implícita en determinada pieza periodística. Para ello será importante definir el nivel contextual, el nivel morfológico, el nivel compositivo y el nivel enunciativo de la o las imágenes, dependiendo del formato de la pieza a analizar.

Planilla de observación	No. 1	
Medio:	Género:	Sección:
Extensión de la pieza periodística:	Fecha:	
Epígrafe o antetítulo: -		
Titular:		
Síntesis de Contenido:		
Fuentes de Información:		
Identificación y caracterización de sujetos y actorías Sociales:		
Narrativa:		
Lo No Dicho:		
Análisis de la imagen:		
Composición:		

La matriz de análisis como estrategia de investigación

Este segundo instrumento es un avance más complejo de las categorías obtenidas en las planillas de observación, de tal forma se establece componentes conceptuales que servirán para reflexionar sobre la naturaleza misma del contenido y discurso periodístico con relación a las cuestiones de género. Ejercicio que posibilita establecer el quehacer periodístico y la línea política editorial del medio. Por lo tanto:

Se trata de una doble desnaturalización: desde la IE, respecto a la idea hegemónica y dominante de que el periodismo es “independiente y objetivo en tanto que neutral” y que, en consecuencia, estaría “por fuera” de lo político-ideológico (en cuanto a toma de posición) y, desde la perspectiva de género, respecto a los valores del patriarcado, las construcciones culturales, los mitos y estereotipos sexistas que, históricamente, le han negado a las mujeres la posibilidad de decidir y que han hecho de la subordinación y de la dominación masculina una *realidad natural*. (Gil, 2010, p. 59)

Estrategias de análisis de contenido						
Recortes de citas	Roles asignados		Recursos narrativos y estilísticos		Axiología de la imagen	Comportamiento mediático
	Relación Título Epígrafe Subtítulo	Fuentes de información (la selección de la fuente es amplia o delimitada)	Actorías sociales (Quiénes se convierten en personajes principales y secundarios)	Parcialidad Objetiva (Ocultamiento deliberado, el rol que un medio le otorga a determinado testimonio)		
	Juicios de valor (inferencia sobre la imagen)	Formas de observar (Cuál es la mirada del medio sobre el tema)				

Estrategia de análisis de discurso por categorías cualitativas										
Tratamiento de la información			Comportamiento histórico	Aspectos sociales	Aspectos culturales	Identidad ideológica	Línea política editorial			
Inclusión de temas (agenda temática, respecto al tema de estudio)	Exclusión de temas (qué temas relacionados al género no se convierten en noticia)	Jerarquización de temas	Presencia o ausencia de cifras o datos	Cerco editorial	Dimensión discursiva: (discursos dominantes, alternativos o impugna-dores)	Contextualización (qué implica la temática como fenómeno estructural)	Valores (Hegemónicos o contra-hegemónicos)	Elementos culturales implicados en la construcción de las piezas periodísticas	Caracterización de las condiciones ideológicas del medio	Establecer la línea editorial del medio ¿Cuál es el posicionamiento del medio estudiado respecto al hito investigado?

Una vez abierto el panorama general de las informaciones recopiladas, y además con el análisis de contenido que describe de manera general el orden de producción informativa, se da paso al análisis crítico del discurso como una herramienta que permite dilucidar los poderes en disputa. Es decir, se establecerá el escenario donde suceden los hechos noticiosos sobre el tema a investigar, sus diferentes tensiones y las narrativas que las sostienen. En tal sentido, hablamos de los valores en juego mismos que nos “llevarán a introducimos en un valor escénico, signado en términos de calidad por la complejidad, historia y cantidad de personajes que participan de una construcción periodística en tanto relato, las relaciones entre ellos y con temas relacionados” (Espeche y Brit, parr. 77, 2016).

Hacia una metodología feminista y descolonizadora del saber

El estudio de los medios de comunicación desde una perspectiva de género es un proceso que intenta romper con el androcentrismo y:

La supuesta neutralidad y objetividad de la razón de la que se habló durante siglos y que sirvió de base para la objetividad de la ciencia, la cual quedó al descubierto y mostró como en realidad había estado puesta al servicio de un sujeto hegemónico, el hombre blanco, capitalista y occidental. Siguiendo a Linda J. Nicholson (1990), todo lo que se nos ha presentado como aplicable a nivel universal ha sido válido solamente para el género masculino, y para ser más concretos, para el género masculino de una raza y clase particular. (Castro, 2019, p. 201)

Con todo esto, Alvarado (2016) nos invita a reflexionar sobre una epistemología descolonizadora y feminista, cuando hace referencia al trabajo intelectual en consonancia con el emocional, a modo de un circuito de reconocimiento del patriarcado. “Las pensadoras desde y para el Sur abocarnos a la descolonización de la teoría, a la desarticulación de los cánones, a irrumpir en los diálogos, a cuestionar las categorizaciones y desandar clasificaciones, a desestabilizar(nos) discursivamente”, lo que la autora denomina un *locus de enunciación colectivo* (p. 30).

Una de las contribuciones de las mujeres no-blancas al feminismo decolonial radica en el estar juntas unas con otras, un reconocimiento que asume que la vida que vamos a vivir dependerá de ciertas relaciones comunales entre no-todas. Un entre-nosotras tiene lugar a través del reconocimiento de las diferencias. Un pensar desde la praxis en una voz que es muchas voces. Ellas inauguran un pensamiento comunal y activan las posibilidades creativas. La apuesta de las mujeres no-blancas asume que un feminismo crítico implica construir círculos de significado y de reconocimiento que permitan la coalición. Si hubo algo que pudo destrozar la colonia fueron los lazos, los vínculos y relaciones entre las gentes, destrucción que obtuvo pensares, quehaceres, sentires comunales. Si hay algo que desquicia el orden colonial es la comunalidad. (Alvarado, 2016, p. 28)

En tal razón, es imperativa esta recuperación del yo colectivo, como experiencia metodológica que permita investigar-accionar hacia una reversión y acercamiento de la relación entre sujeto-objeto. Mariana Alvarado (2017) cuando habla de las epistemologías del sur, refiere al desarrollo de la conciencia intelectual desde el protagonismo femenino, el cual bien puede alimentar una historia capaz de atravesar la topología masculinizante. Ponerle palabras a nuestras experiencias como punto de vista no solo le pone nombre a nuestros terrores secretos, sino que descentra al patriarcado y desprende epistémicamente la jerarquía del orden falocentrado (p.165).

Por lo tanto, la apuesta descolonizadora es una invitación a reflexionar desde nuestras propias cuerpas sobre la problematización de la reproducción colonial de poder, del saber y del sentir, desde una metodología que centra su locus de enunciación en lo colectivo, estableciendo así una situación dialógica que desentraña la experiencia del quehacer investigativo feminista y la producción del conocimiento-otro.

Resultados

La revisión de la literatura pertinente a estudios del comportamiento o de los contenidos de los medios de comunicación y las empresas mediáticas respecto de las prácticas comunicativas con

perspectiva de género reflejan en primera instancia un escenario en el que históricamente las mujeres y los cuerpos feminizados han sido representados como objetos cosificados, sobre los cuales ha recaído, una suerte de mecanismos de reproducción *infinita* de estereotipos y roles dados por el sistema patriarcal, eurocéntrico, capitalista y racializado que propone y reproduce unas narrativas masculinas que aportan a la naturalización de esas múltiples violencias en contra de las mujeres y cuerpos feminizados.

María Isabel Menéndez (2004) menciona que, en la actualidad, es necesario mirar críticamente a la mayoría de los medios de comunicación tradicionales, cualquiera sea su naturaleza, y que esa mirada nos llevará a concluir que “las mujeres no existen”. Que dichos medios, enmarcados como están en un sistema patriarcal y dirigidos primordialmente por hombres, continúan exponiendo el quehacer del género masculino, los logros y la actuación de los hombres en las arenas política y económica, sociales. Para Menéndez, los medios de comunicación también juegan un papel importante contra las mujeres, al excluirlas de esos espacios (2004, p. 3).

En ese sentido, la propuesta metodológica que desarrolla esta investigación, se ha nutrido de experiencias investigativas previas que han posibilitado la identificación de estrategias metodológicas para observar y analizar la producción de contenidos comunicacionales en medios de comunicación a partir de su contenido y discurso, y a la vez se ha revisado también propuestas teórico-metodológicas provenientes de reflexiones críticas y feministas que ubiquen a la violencia contra las mujeres y cuerpos feminizados, por ejemplo como un problema de corte estructural e histórico que es necesario de analizar desde los espacios de reflexión académica, medios de comunicación y espacios educativos, como facultades de Comunicación Social y periodismo para interpelar no solo a la formación profesional, sino además, y con mayor énfasis a la producción de contenidos comunicacionales que propendan a una mirada crítica y con enfoque de género.

De esta manera, siguiendo a María Isabel Menéndez, estamos contribuyendo a la democratización del periodismo, así como a esa

propuesta de educación crítica con enfoque de género, práctica que es vital para nuestro tiempo. Tensionando, incluso, esa concepción tradicional y heteronormada basada en una idea de periodismo que todavía se ancla solo desde el poder (2004, p. 4). Además, fomentar una mirada crítica a la producción de contenidos comunicacionales, sobre todo al contenido y al discurso que se produce y reproduce en y desde los medios de comunicación, cuya postura tradicional recrea sistemas patriarcales, heteronormados y hegemónicos que no han logrado aceptar que la perspectiva de género es fundamental para transformar esas prácticas violentas sobre las mujeres y cuerpos feminizados.

En ese sentido, la selección del Método de Intencionalidad Editorial, según lo propone Ernesto Espeche (2009), nos permite abrir la discusión sobre el estudio del proceso periodístico que no puede abordarse sin poner en relación los campos simbólico y material, y su hacer (práctica) (p. 21). Por ello, la Intencionalidad Editorial se ubica en esta perspectiva metodológica de observación a la producción periodística y comunicacional de los medios de comunicación tradicionales y alternativos en el país (Ecuador).

La Intencionalidad Editorial, en tanto propuesta de modelo teórico y metodológico para el análisis del proceso periodístico se desarrolla con base en varias consideraciones epistemológicas, según lo indica Espeche:

- Una perspectiva filosófica holística que permite poner en relación todos los componentes del proceso periodístico (campo simbólico, campo de la materialidad y el propio hacer periodístico).
- Un enfoque teórico totalizador, anclado en la teoría marxista, y específicamente en la teoría de la hegemonía, que permite poner de manifiesto los mecanismos utilizados en el periodismo para el disciplinamiento social.
- La insuficiencia para el análisis integral del proceso periodístico de un corpus de producciones provenientes de distintos campos disciplinares. Debemos decir que en cada caso los aportes fueron significativos para

al desarrollo del campo específico desde donde se abordó, pero solo contribuyeron de manera parcial al entendimiento de un objeto que necesita, por su complejidad, de un desarrollo propio.

- Una búsqueda hacia la especificidad de una teoría del periodismo que, sobre sólidas bases filosóficas y teóricas, pueda encontrar en el propio hacer de los periodistas no solo un incentivo para la reflexión, sino una necesaria articulación entre el oficio y la academia. (Espeche, 2009, p. 30)

Parte de los hallazgos relevantes a los que se ha arribado luego de aplicar la Intencionalidad Editorial, como método de análisis de contenidos y discursos producidos y reproducidos en los medios de comunicación, observamos cómo esta metodología aporta en la identificación de nuevas actorías en clave femenina, sobre todo, que permitan la contextualización de las noticias, por ejemplo, esquivando el tratamiento sesgado y machista sobre los casos de violencia contra mujeres y cuerpos feminizados que presenta la prensa nacional analizada. Este hallazgo es relevante en la medida en que nos ha permitido identificar ciertos patrones de comportamiento en los medios de comunicación a nivel discursivo, pues en estos se nombra, cita y se da la voz a personajes que se “consideran relevantes o autorizados” a narrar, reconstruir y explicar las situaciones de violencia en contra de mujeres y cuerpos feminizados, dejando en un plano invisible o inexistente a las víctimas de estas situaciones.

Otro hallazgo que consideramos de relevancia es cómo la metodología nos ha permitido hablar de diversificación de fuentes, como algo primordial cuando se cuestiona la voz masculina y hegemónica que domina el quehacer periodístico y comunicacional de medios de comunicación que sostienen como legítimas y únicas a esas voces masculinas para narrar, reconstruir y representar la realidad. Este descubrimiento devela la importancia de las voces “otras” que narran desde otras posibilidades que logran humanizar más a las víctimas de situaciones de violencia, además que empoderan y configuran una

figura de sujetos que tienen la posibilidad de narrar(se) poniendo en crisis esa mirada patriarcal y hegemónica, por ejemplo.

Enfoques metodológicos utilizados y sus alcances

Siguiendo el método de las Intencionalidades Editoriales junto a las teorías feministas desde una perspectiva descolonizadora y anti patriarcal identificamos a la interseccionalidad como la posibilidad de diálogo y entrecruzamiento teórico-metodológico que nos han permitido observar la producción periodística y comunicacional en los medios de comunicación nacionales desde lo cualitativo, es decir desde esas prácticas de producción/reproducción de narrativas “oficiales” y hegemónicas. En tal sentido, el análisis del contenido y análisis crítico del discurso, como unidades de análisis nos permiten comprender los comportamientos mediáticos tanto de empresas de comunicación, así como de medios alternativos.

Las estrategias metodológicas de procesamiento de información revisada nos llevó a la construcción y diseño colectivo de instrumentos como: planillas de observación mediática, y matrices de análisis, que se pueden aplicar al estudio de cualquier medio de comunicación si se requiere hacer un análisis de medios desde la perspectiva de género e intencionalidad editorial, de hecho consideramos que estas herramientas aportan en tanto posibilitan la lectura y el análisis crítico de la producción periodística y comunicacional de los medios en tanto se requiera identificar los discursos reproducidos en estos.

En esta medida el alcance del enfoque teórico-metodológico aplicado se evidencia en la posibilidad de aplicación a futuras investigaciones sobre medios de comunicación y producción periodística y comunicacional a nivel nacional o regional, pues las planillas de observación y las matrices de análisis se proponen a manera de guía para la realización de análisis crítico de medios.

Conclusiones

Método y problemática: un diálogo fluido

La selección del método de análisis a partir de la intencionalidad editorial permite la discusión constante que se requiere para visibilizar los problemas alrededor de las múltiples violencias en contra de las mujeres y los cuerpos feminizados, que además de ser minimizados o espectacularizados se reducen a espacios informativos que reproducen estereotipos de género a partir de lecturas binarias de la realidad, misma que es reconstruida desde una mirada binaria, LGBTIQ+ fóbica y que toma postura desde el reforzamiento de las voces masculinas.

La relevancia y aporte de este método en los procesos investigativos refleja la necesidad de desnaturalizar desde el uso del lenguaje estereotipos y formas violentas de narrar los episodios de violencias en contra de las mujeres y cuerpos feminizados para que estas situaciones sean entendidas más bien como sucesos que deben ser reducidos y desnaturalizados, esto incluso tiene implicaciones a nivel político, desde la propuesta de estas investigaciones como análisis científicos que puedan servir de referencia para la formación no solo de periodistas y comunicadores, sino además de personal especializado en el estudio de las diversas formas de violencia contra las mujeres y cuerpos feminizados, como por ejemplo operadores de justicia, actores relevantes en tanto se convierten en fuentes oficiales al momento de reconstruir los sucesos periodísticos que hablen sobre casos de violencia en contra de mujeres.

En la propuesta metodológica, además, se busca revisar, comprender y visibilizar las consecuencias que conlleva un tratamiento mediático de las mujeres y cuerpos e identidades feminizadas, sus temas y problemas, desde el sexismo y la discriminación, según observamos, radica en que el periodismo y los medios en general, producen sentido social y/o, en términos de Gramsci (1971), sentido común, como lo exponen Valeria Hasan y Ana Soledad Gil (2016).

De tal manera que, como lo indican Hasan y Gil, cuando se analiza el discurso de los medios de comunicación y las empresas informativas, lo que se está analizando es la posibilidad de reproducción de esos estereotipos y prácticas culturales hegemónicas que sostienen unas representaciones heteropatriarcales de la “realidad” que, según Pierre Bourdieu (2003) fomentan la naturalización de los significados de género dañado cuenta del eficaz trabajo que a lo largo de la historia se han ido afinando, a partir de instituciones como la familia, la iglesia, el Estado, y ciertamente, los medios de comunicación. Es importante tener en cuenta que esta propuesta metodológica de análisis puede ser aplicada a las empresas mediáticas, así como a medios alternativos, pues la intención es observar las prácticas de producción periodística a partir del tratamiento de la información y las posibilidades de reproducción o re-construcción de las narrativas desde sentidos “otros” que ubiquen a las mujeres como auto-narradoras de sus vidas.

Hasan y Gil explican que el ejercicio de la violencia resulta una estrategia habitual de dominación de quienes ejercen el poder en un determinado sistema sociohistórico, para Rita Segato la violencia cruenta no es un arrebato sin sentido, sino que, por el contrario, tiene un fin disciplinador y vengador contra las mujeres. Es un acto que busca castigar a aquellas que se rebelan contra el orden hegemónico tradicional. Dice Segato:

El desacato de la mujer genérica, individuo moderno, ciudadana autónoma, castra al violador, que restaura el poder masculino y su norma viril en el sistema colocándola en su lugar relativo mediante el acto criminal que comete. (2003, p. 139 en Gil y Hasan, 2016, p. 270)

Desde esta perspectiva, entonces, se entiende la necesidad de considerar la cuestión de la violencia simbólica y mediática ya que, sin el control del campo simbólico cultural, la violencia cruenta no sería legitimada (Gil, 2012 en Gil y Hazan 2016, p. 270). Esta propuesta conecta entonces con la noción de Álvarez (2016) de despatriarcalizar y descolonizar todos los espacios y más los discursos en los medios de comunicación.

Estado del debate: Latinoamérica

La revisión de literatura sobre investigaciones en la región que se enfoquen en la producción comunicacional y periodística desde un enfoque de género y una mirada crítica que además dialoguen con el análisis de contenido y discurso de los medios de comunicación es una propuesta relativamente nueva que se va desarrollando con mayor énfasis a partir de finales del siglo pasado bajo la influencia de los estudios de recepción y estudios culturales que van a servir de referencia para observar las prácticas periodísticas y comunicacionales a partir de la identificación de sujetxs hablantes y de contextos socioculturales particulares como una posibilidad que aplica en otros contextos con realidades similares, teniendo en cuenta, además, la influencia de los estudios de género como matriz teórico-metodológica que han permitido articular miradas críticas sobre inequidades y violencias en contra de las mujeres y cuerpos feminizados y las narrativas alrededor de estas situaciones en los medios de comunicación.

Así encontramos a Alejandra Cebrelli, quien recoge algunas de las ideas y la propuesta desarrollada por María Gracías Rodríguez, respecto de sus trabajos en cuyas investigaciones revisa críticamente las representaciones mediáticas de la desigualdad y de la diferencia en el contexto argentino (2022), pero que bien pueden ser retomadas para la observación y análisis de la producción periodística y comunicacional de la región, sobre todo teniendo en cuenta algunas de las prácticas que se revisan y que presentan cercanías y coincidencias en Latinoamérica.

Cebrelli (2022) indica que, el estilo de Rodríguez apunta a poner en pie de igualdad los discursos de los grupos subalternos, objeto de sus reflexiones, con los de la hegemonía. Recordando que estas se centran en el análisis de los modos de procesamiento mediático de las categorizaciones sobre la desigualdad, para desmontar las operaciones de naturalización de la nominación y la delimitación de dichos sectores, que son así co-construidos en el mismo acto de su tematización por parte de los medios de comunicación.

Rodríguez entiende que la mediatización es un proceso dialéctico y disimétrico, en el cual los medios de comunicación participan de la circulación general de símbolos y de la atribución de valoraciones hacia el interior de las sociedades actuales. Indica la autora que, en ese proceso, se precipitan y se destilan elementos de la diferencia que sostienen las alteridades contemporáneas (Cebrelli, 2022).

Para Alejandra Cebrelli, Rodríguez advierte, sin embargo, que la imposición de los discursos mediáticos no es total: los significados, imágenes y narrativas de los medios de comunicación son permanentemente mediados por la experiencia vivida en el devenir cotidiano. Así:

El proceso de circulación cultural, donde intervienen medios, instituciones y sujetos, produce tanto carencias como excesos, restos como desbordes. Justamente es allí donde señala que los sujetos se apropian de una parte de esas representaciones, porque algo de su carga simbólica se libera en el mismo proceso de circulación. Por ende, si entre las prácticas de los sujetos y las representaciones de los medios existe una relación de incompletud constitutiva, en la articulación conflictiva entre RM y experiencias populares se construye un tipo particular de hegemonía que ella caracteriza como cultural (Rodríguez, 2011a). (Cebrelli, 2022, p. 326)

Esto referencia a la focalización de María Graciela Rodríguez sobre las representaciones mediáticas (RM) de sectores socialmente relegados que no construyen esas representaciones como tal sino más bien las que podríamos llamar “oficiales”. Esto permitió la identificación y relevancia en la observación de la relación asimétrica que instaura la cuestión del poder: los sectores poseedores de los recursos de producción representacional ponen en circulación imágenes y narrativas de aquellos que no los poseen según indica la autora (2014). Desde allí, y a partir del análisis previo de las retóricas y estrategias enunciativas que capturan y estetizan las alteridades al encuadrarlas en ciertos formatos, Rodríguez (2011a) entendió que los medios naturalizan, legitiman y co-producen la desigualdad. Como ya lo había adelantado,

desde su mirada, las RM ejercen una doble violencia sobre aquello que representan (Cebrelli, 2022).

Este es uno de los pocos puntos de tensión entre Cebrelli y Rodríguez, ya que Cebrelli considera que, en realidad, las RM ejercen múltiples violencias sobre lo representado pues todo signo la ejerce por definición. Las representaciones sociales (RS) en general (Cebrelli, 2022) constituyen signos altamente complejos, marcados por más de una ideología en su flotación. Para Laclau y Mouffe (2006), estas son el resultado de prácticas articuladoras dentro de una formación discursiva determinada que supone un campo surcado por antagonismos y, por tanto, fenómenos de equivalencia y efectos de frontera (Cebrelli, 2022, p. 326).

Siguiendo con la propuesta de Rodríguez y Cebrelli, es importante tomar en cuenta que las RS, pese a su parcial vacuidad, tienen una densidad ideológica que da cuenta de otras violencias sobre lo que refieren (Cebrelli, 2022). Al pensar en el problema de las RM, su funcionamiento se complejiza más aún, pues las violencias sobre lo representado se incrementan al referir al subalterno pues “se supone” que los “débiles” “no pueden” nombrarse a sí mismos, ni producir metadiscursos sobre sus prácticas (Cebrelli y Rodríguez, 2013).

Es pertinente indicar que la obra de María Graciela Rodríguez le dio a esta cuestión un desarrollo de peso para el campo de la Comunicación y Cultura en general y para el análisis de medios en particular. Pues, Rodríguez tomó como punto de partida la reflexión sobre las RS, indicando que una representación funciona como un articulador entre prácticas y discursos, una especie de mecanismo traductor, en tanto posee una facilidad notable para archivar y hacer circular con fluidez conceptos complejos, cuya acentuación remite a un sistema de valores y a ciertos modelos de mundo de naturaleza ideológica. Gran parte de la capacidad de síntesis de una representación se debe a su característica parcialmente icónica y, por lo tanto, su percepción y su significación son deudoras de algún tipo de imagen que la refiere y con la cual se identifica, esto nos ha parecido de gran relevancia en tanto,

al hablar de las Intencionalidades Editoriales, encontramos cercanías y diálogos al pensar en las RS y las RM como elementos fundamentales que posibilitan leer el contenido y el discurso periodísticos, ya que dan cuenta de las formas de representar social y mediáticamente las diferentes violencias de las cuales son objeto las mujeres y los cuerpos feminizados en casi toda Latinoamérica.

Esta cristalización, nunca absoluta, se suma a una circulación sostenida a lo largo de un tiempo que puede ser tan extendido que sus marcas de origen no sean conscientes ni significativas para los usuarios contemporáneos. Ese “espesor temporal” ancla las RS en la historia (Cebrelli y Arancibia, 2005). Desde allí, y considerando la condición maquina de los medios (Grossberg, 2012), Cebrelli, entre otras investigadoras del campo, deducen que las RM poseen un doble estatuto de espectacularización: a) una primera dimensión derivada de la relación que toda RS tiene con la sustitución y con lo icónico, lo que posibilita que redoble la presencia que exhibe; b) una segunda dimensión que resulta del funcionamiento mediático, que recoge una serie de representaciones flotantes, visibilizando lo naturalizado de la sociedad y la cultura, hasta fundar una ilusión de realidad que opaca todo el proceso productivo. Esa doble espectacularización, propia de las RM, fue el punto de partida para complejizar el problema de los efectos de realidad (María Graciela Rodríguez, 2011a), de visibilidad, de legitimidad y el problema de la producción de fronteras territoriales (Cebrelli, 2022, p. 327).

Esta propuesta de María Graciela Rodríguez, cuidadosamente recogido por Alejandra Cebrelli (2022), abre un acalorado debate sobre las formas de representación sociales y mediáticas que entran en juego en sus diversas dimensiones políticas y culturales, sobre todo al momento de observar las producciones periodísticas y mediáticas, lo que nos lleva a buscar y posibilitar conexiones con otras mujeres, académicas e investigadoras que en su momento presentaron propuestas necesarias para entender su contexto y la relación de las mujeres con la industria cultural, por ejemplo como lo hace Michèle Mattelart a finales del siglo XX e inicios del XXI.

Carlos del Valle en 2020, como parte de la compilación de reflexiones y recuperación de miradas críticas sobre la comunicación, recoge algunas de las obras de Mattelart sobre la crítica feminista del rol de la mujer en la Industria Cultural, trabajos relevantes en tanto Michèle Mattelart realiza una exhaustiva genealogía de los estudios de género, desde la perspectiva de una crítica feminista y una necesaria economía política crítica de la comunicación y la cultura, “Mujeres y medios. Memorias de un pensamiento crítico” y “Mujeres e industrias culturales: memorias de un pensamiento crítico”, de 2005 y 2007, son las obras que revisa Del Valle (2020, p. 105) y recoge algunas ideas fundamentales para entender que:

Las corrientes de análisis de los medios de comunicación que corresponden a esta nueva sensibilidad superarán el escollo de los análisis de contenidos de los programas mediáticos, que se contentaban con denunciar el sexismo enumerando las apariciones de papeles femeninos en las pantallas o en la prensa, calificando esas imágenes de ‘positivas’ o ‘negativas’ según éstas correspondieran a un perfil tradicional (negativo) o a un perfil de emancipación (positivo). Este tipo de crítica no decía nada, o decía muy poco, acerca del modo en que esas imágenes resultaban significativas (Mattelart, 2007: 45). (Del Valle, 2020, p.105)

Por esta razón Mattelart sostiene que se requiere un enfoque transdisciplinar, que permita comprender no solo los contenidos de los medios, sino también sus implicancias más profundas en la sociedad (Del Valle, 2020), este es un punto que se comparte en las investigaciones con enfoque de género y feministas sobre medios de comunicación y producción periodística, ya que nos remite al diálogo de campos y disciplinas sociales que permiten la configuración de lecturas críticas y miradas más agudas sobre los problemas sociales, culturales y hasta políticos que atraviesan a las mujeres y cuerpos feminizados que están en los medios, así por ejemplo:

La idea de que las ‘imágenes de mujeres’ pueden ser juzgadas en cuanto reflejos o distorsiones de la realidad será sustituida por otro enfoque que sostiene que los medios están profundamente implicados en la

definición misma de la realidad y en la construcción de la representación de las mujeres. (Mattelart, 2005, p. 38, en Del Valle, 2020, p.105)

La propuesta de Mattelart, según retoma Carlos del Valle es valiosa al sentar un precedente de diálogo y análisis transdisciplinar como una posibilidad de interconectar espacios como la cultura y su industria para mirar y tensionar la reconstrucción de la realidad a partir de cuestionar las posibilidades de existencia de esa realidad desde un proyecto hegemónico y unilateral que nombra y asigna desde los estereotipos.

Por otro lado, María Mercedes Palumbo, Laura Celina Vacca y Marcela Alejandra País Andrade en un breve, pero muy agudo documento reflexionan sobre, a lo que ellas denominan, nuestras metodologías críticas, haciendo referencia a las prácticas de intervención/investigación con perspectiva de género, este repensar que promueven las autoras argentinas deja entrever algunas sugerencias metodológicas que demuestran que la perspectiva de género aporta en la construcción de conocimiento que apuesta por situaciones y posturas situadas. En ese sentido, por ejemplo, se habla de la producción de conocimiento situado, que podríamos llamar “un pensar y un conocer situado”, que configura un elemento transversal a las perspectivas epistemológicas y metodológicas críticas contemporáneas de origen latinoamericano. La situacionalidad de la que hablan las autoras, da cuenta de la búsqueda por llevar adelante una producción de conocimiento que parte y toma en consideración los contextos geográficos, culturales e históricos concretos en los cuales se desarrolla. Esto ha sido parte de las coincidencias ubicadas entre P. Freire y O. Fals Borda que resultan fundacionales de la tradición en la cual se inscriben estas perspectivas críticas, Torres Carrillo (2020) enfatiza el carácter situado de sus obras (Palumbo *et al.*, 2022).

Como bien lo indican las autoras, la noción de conocimiento situado es retomada de Donna Haraway (1991), quien —desde las epistemologías feministas— propone especificar el punto de vista desde el cual se parte para aproximarse a una porción de la realidad;

punto de vista que se configura con base en el contexto, la subjetividad y los posicionamientos ético-políticos de quien investiga (Palumbo *et al.*, 2022). Este presupuesto ha sido hoja de ruta en la aplicación de las Intencionalidades editoriales como metodología de observación y análisis de los medios de comunicación en investigaciones propias previas,¹ en tanto nos ha permitido sostener una lectura crítica de la producción periodística de la prensa nacional desde un enfoque y postura política que cuestione no solo la producción misma, sino que además revise los procesos educativos y de formación de periodistas y comunicadores sociales, en tanto mediadores entre la realidad y los sucesos que se narran en los medios de comunicación.

De esta forma compartimos con las autoras la idea de que este conocimiento situado, como un axioma epistémico-metodológico compartido, puede ser observado en acto a través de sus prácticas donde comparten lecturas y referencias a estas epistemologías, desde donde interpelan las formas de producción de conocimiento. Por un lado, esta forma de posicionarse implica situar a quien investiga en las múltiples inserciones que conforman el contexto laboral, académico, militante y personal de su práctica. Resulta interesante vincular este pensar situado a la particular conformación del grupo, donde las trayectorias académicas se cruzan con militancias político-partidarias y de género(s), y en algunos casos con trabajos en el Estado asumidos desde lugares de protagonismo e intervención social. Por otro lado, supone situar a lxs investigadorxs en los contextos de lxs sujetxs de estudio desde un lugar asociado a la intervención (Palumbo *et al.*, 2022, p. 13).

La apuesta interdisciplinaria e intertextual es otro elemento que consideramos relevante, al igual que las autoras (Palumbo *et al.*, 2022), ya que la interdisciplina no solo remite al diálogo entre disciplinas académicas de origen que, esta apuesta teórico-metodológica enri-

1 Libro publicado en 2022: La violencia contra las mujeres en portada: una mirada al contenido y al discurso periodístico, desde la perspectiva de género en dos diarios de Ecuador, en <https://bit.ly/3ulBJBi>

queció las prácticas grupales de intervención/ investigación durante nuestro proceso de investigación previo y actual, además que nos ha permitido identificar y trabajar la intertextualidad que emerge en la pluralización de las fuentes de producción del conocimiento y en la reinención de los formatos de comunicación, divulgación y escritura científica sobre producción periodística y comunicacional. En ese sentido encontramos en la huella teórica, epistemológica y metodológica de las epistemologías feministas que acompañan la búsqueda por desafiar una racionalidad científica dominante, misma que otorga centralidad a la razón en detrimento de la emoción, la sensibilidad y la experiencia (Palumbo *et al.*, 2022).

Finalmente, revisamos la propuesta de Raquel Ramírez Salgado (2016) quien desde su artículo “Educación para los medios y feminismo: una articulación que posibilita el empoderamiento de las mujeres” revisa una propuesta metodológica que consideramos dialoga con la de las Intencionalidades Editoriales desde un enfoque de género, pues Ramírez Salgado propone que la Investigación Acción Feminista (IAF) tiene por objetivo poner en marcha procesos de transformación social. Consideramos pues, que este enfoque metodológico y político rompe con los mitos de la objetividad absoluta de la investigación, incluso, es pertinente que la persona que investiga esté involucrada con la comunidad o grupo social con el que trabajará, argumento que conecta con la propuesta del conocimiento situado de Haraway (1991).

Siguiendo a Ramírez (2016), es importante señalar que la IAF implica dar seguimiento a los resultados detonados tras el inicio de un proceso de producción de conocimiento y de toma de conciencia (Delgado, 2010). A partir de este eje de la IAF, la autora describe el trabajo realizado con un grupo de estudiantes de Comunicación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM), plantel Cuauhtepac, mujeres jóvenes que previamente habían sido alumnas de alguno de los seminarios impartido por Raquel Ramírez Salgado, profesora de asignatura en esa institución. Ramírez explica que todas las participantes habían mostrado interés previo sobre el feminismo

y sus implicaciones prácticas, éticas y políticas. Esto rompe con la visión tradicional en la investigación acerca del tipo de relación que debe establecerse entre quien investiga y quienes son informantes, es decir, se rompe con una relación distante y utilitaria, y se pondera a la cercanía como un recurso para llevar a cabo la investigación bajo términos éticos, políticos y comunitarios: “lo que te sucede también me importa” (Ramírez, 2016, pp. 64-65).

Por su parte, Ramírez explica que los grupos de autoconciencia feminista tienen su origen en el feminismo radical. Basados en el ensayo de Carol Hanisch (1970) y en la premisa “lo personal es político”, a través de los grupos de autoconciencia se hacía una problematización teórica y política de las condiciones de opresión de las mujeres, para sacarlas a la luz pública y transformarlas. Los grupos de autoconciencia no consistían en hablar de problemas individuales en una terapia, sino de opresiones colectivas (2016, pp. 64-65). En este sentido la propuesta de la pedagogía crítica feminista tiene influencia de la propuesta pedagógica de Paulo Freire, sin embargo, vale la pena señalar que el pedagogo brasileño no consideró al género como una categoría de análisis, y esto lo aclara la autora. Es por lo que la pedagogía crítica feminista, de acuerdo con la especialista Carmen Lukes (1999) consiste y toma en cuenta lo siguiente:

- a) Retomar el criterio de la educación popular sobre la idea de construcción colectiva del conocimiento: los saberes de todas y todos son valiosos.
- b) La horizontalidad no como una estructura sin orden y delegación de acciones, sino como una relación de sororidad y affidamento.
- c) Retomar el análisis de la cultura popular y de masas en los procesos de aprendizaje.
- d) Ver a la construcción de conocimiento como una acción política y transformadora.
- e) Pensar al género como una categoría de análisis y relacional, la cual dialoga con otras condiciones sociales. (Ramírez, 2016, pp. 65-66)

Ramírez concluye que, combinar la perspectiva de género feminista y la educación para los medios resulta aleccionador y útil porque a través del análisis del discurso de los medios de comunicación contamos con ejemplos puntuales sobre ejercicios de violencia y dominación (2016, p. 68). Esta propuesta conecta y dialoga articuladamente con las metodologías de análisis, observación de medios de comunicación, así como con las propuestas pedagógicas de formación profesional e investigación en ámbitos comunicacionales y periodísticos desde otras posibilidades críticas que dialogan desde trans e interdisciplinariedad dotando de rigor y valía científica a las propuestas que encuentran sentidos políticos y académicos en las militancias y metodologías feministas.

A modo de cierre

Aun cuando en el apartado anterior, se han identificado propuestas teóricas, metodológicas, epistemológicas críticas y feministas que miran en los procesos periodísticos y comunicacionales un espacio necesario de ser observado y recodificado, es importante tener en panorama que el enfoque de género y las propuestas feministas aún son miradas con recelo y prevención desde posturas académicas heteronormadas que siguen siendo las más usuales al momento de ubicar y generar investigaciones y producción científica.

Sin embargo, el aporte de estas propuestas feministas, críticas y militantes es relevante en la medida en que van ubicando otrxs sujetxs dentro de los procesos investigativos, así como promueven la diversidad de voces que tienen la posibilidad de generar y aportar en el proceso de producción de conocimiento desde sus espacios de lucha, militancia, resistencia y crítica de las sociedades actuales.

En este sentido, entonces es necesario reconocer y alentar la circulación de este y todas las investigaciones y escritos que apuesten por pedagogías, metodologías, teorías y epistemologías que provengan desde Latinoamérica y que se ubiquen dentro de las teorías feministas, pues estarán asegurando un balance en cuanto a la proliferación de

miradas críticas y periféricas sobre los procesos políticos, sociales y culturales en clave de género, esto entonces animará la discusión sobre la producción periodística y comunicacional respecto de los contenidos y los discursos de los medios de comunicación así como de las empresas mediáticas tradicionales y alternativas, en una sociedad altamente machista, patriarcal y violenta cuyo fin es reproducirse y legitimarse desde la desigualdad y el silencio.

Finalmente, las metodologías de análisis de la comunicación nos muestran cambios y giros relevantes en las últimas décadas, sobre todo si se piensa en la despatriarcalización y descolonización de las narrativas mediáticas a partir de la co-construcción de estrategias metodológicas que ubiquen nuevas actorías sociales y en dimensión política que reconfiguren la posibilidad de pensar no solo la producción periodística sino que además dialoguen con las propuestas pedagógicas feministas y latinoamericanas.

Referencias bibliográficas

- Alvear M., Angulo, N. y Almeida, Z. (coord.) (2022). *La violencia contra las mujeres en portada: una mirada al contenido y al discurso periodístico, desde la perspectiva de género en dos diarios de Ecuador*. Editor Instituto de Investigación en Igualdad de Género y Derechos. Universidad Central del Ecuador. <https://bit.ly/3ulbJBi>
- Alvarado, M. (2016). Epistemologías feministas latinoamericanas: un cruce en el camino junto-a-otras pero no-junto-a- todas. *Religacion. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 1(3). Quito-Ecuador.
- Alvarado, M. (2017) Experiencia y punto de vista como aperturas epistemológicas para una historia de las ideas de las mujeres del Sur. *RevIISE - Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 9(9), 157-167
- Azpiazu, J. (2014). Análisis crítico del discurso con perspectiva feminista. En Irantzu Mendia Azkue, Marta Luxán, Matxalen Legarreta, Gloria Guzmán, Iker Zirion, Jokin Azpiazu Carballo (eds.), *Otras formas de (re)conocer. Reflexiones, herramientas y aplicaciones desde la investigación feminista* (pp. 111-125). <https://bit.ly/3QIwYo3>

- Castro, M. (2016). La mujer como sujeto y objeto de estudio en la historia de las ciencias sociales en México, pp. 145-171. *Tempo Social, revista de sociología da USP*, 28(3)
- Cebrelli, A. (2022). María Graciela Rodríguez: Representaciones mediáticas de la desigualdad y de la diferencia. En García Vargas A., Díaz Larrañaga N. y Kejval L. (eds.), *Mujeres en la comunicación argentina*. Tomo 1. Friedrich Ebert Stiftung FES COMUNICACIÓN. Buenos Aires Argentina.
- Cornejo, I. y Rufer, M. (2020). *Horizontalidad Hacia una crítica de la metodología*. CLACSO.
- Del Valle, C. (2020). Michèle Mattelart. Hacia una crítica feminista del rol de la mujer en la industria cultural. En C. Rodríguez, C. Magallanes Blanco, Marroquín Parducci A. y Rincón, O. *Mujeres de la Comunicación*. (pp.101-108). Friedrich Ebert Stiftung FES Comunicación. Bogotá.
- Delgado, G. (2010). Conocerte en la acción y el intercambio. La investigación: acción participativa. En N. Blazquez (coord.), *Investigación feminista. Epistemología, metodología y representaciones sociales* (pp. 197-216). UNAM.
- Ducrot, V (2009). Agencia periodística del Mercosur (APM): un caso de articulación entre organizaciones sociales, redes y medios de comunicación. En *Conceptos y fenómenos fundamentales de nuestro tiempo*. UNAM
- Espeche, E (2009). La investigación de los procesos periodísticos Enfoques teóricos e insuficiencias disciplinares. En Ducrot, V., *Intencionalidad editorial. El sigilo y la nocturnidad de las prácticas periodísticas hegemónicas* (pp. 20-30). <https://bit.ly/3SE18vf>
- Espeche E., Brite N. (2016). *Sistema para la producción periodística desde el método Intencionalidad Editorial*. wordpress.com. <https://bit.ly/3sywokj>
- Fernández, L. (2012). Género y ciencia: Entre la tradición y la transgresión. En N. Blazquez, F. Flores y Maribel Ríos (coords.), *Investigación feminista Epistemología, metodología y representaciones sociales*. Universidad Nacional Autónoma de México, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias, Facultad de Psicología.
- García, N. y Montenegro, M. (2014). Re/pensar las producciones narrativas como propuesta metodológica feminista: experiencias de investigación en torno al amor romántico. *Athenea Digital. Revista de Pensamiento e Investigación Social*. <https://bit.ly/3QEUmTf>

- Itziar Gandarias, I. y García, N. (2014) Capítulo 5, Producciones narrativas: una propuesta metodológica para la investigación feminista. En I. Azkue, M. Luxán, M. Legarreta, G. Guzmán, I. Zirion y J. Azpiazu (eds.), *Otras formas de (re)conocer. Reflexiones, herramientas y aplicaciones desde la investigación feminista*. <https://bit.ly/40Istym>
- Gil, A. (2010). Género y posicionamiento político/editorial en los medios de comunicación hegemónicos. *Revista Estudios Culturales*, 6, 47-62. Universidad de Carabobo, Estudios Culturales.
- Haraway, D. (1991). *Ciencia, cyborgs y mujeres: la reinención de la naturaleza*. Ediciones Cátedra, Madrid, 1995.
- Hasan, V. y Gil, A. (2016). La Comunicación con enfoque de género, herramienta teórica y acción política. Medios, agenda feminista y prácticas comunicacionales. El caso de Argentina. *Revista de Estudios de Género La Ventana*, 43, enero-junio, 246-280.
- Hernández, A. (2018). “Hasta que la dignidad se haga costumbre”: Performatividad, subalternidad y restauración en los casos de doña Jacinta, Teresa y Alberta, *Estudios del discurso*, 4(2). <https://bit.ly/3R1JxvY>
- Martínez, M. (2003). Epistemología feminista y postmodernidad. *Cinta moebio*, 16, 50-55. *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*. <https://bit.ly/3uqpmPl>
- Mendoza, J. (2009). Dicho y no dicho: el silencio como material del olvido. *Polis*, 5(2), 121-154. <https://bit.ly/3ugflnY>
- Menéndez, M. (2004). *Agencias de género: comunicadoras en el mundo*. AMECO, Asociación de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación. Madrid.
- Molina, C. (2020). *Los medios de comunicación y el discurso disciplinante: Análisis del doble femicidio de turistas argentinas en Montañita, Ecuador*. <https://bit.ly/3R1wXfd>
- Luke, C. y Gore, J. (1999). Mujeres en el medio académico: Estrategia, lucha, supervivencia. En Marisa Belausteguigoitia Rius y Araceli Mingo, *Géneros prófugos: feminismo y educación* (pp. 369-389).
- Palumbo, M., Vacca, L. y País Andrade, M. (2022). Repensando nuestras metodologías críticas: prácticas de intervención/investigación con perspectiva de género(s). *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 29, 1-32. <https://bit.ly/46hlH3B>
- Ramírez Salgado, R. (2016). Educación para los medios y feminismo: una articulación que posibilita el empoderamiento de las mujeres. *Communication Papers- Media Literacy y Gender Studies*, 5(10), 59-70. Girona (Catalunya). Universitat de Girona.

- Reguillo, S. (1997). Ciudad y Comunicación Densidades, Ejes y niveles. *Diálogos de la Comunicación*, 47. <https://bit.ly/49FZDCU>
- Rivera, S. (2010) *Ch'ixinakax utxiwa: una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores*. 1a ed. Tinta Limón.
- Rolnik, S. (2019). *Esferas de la insurrección*. Tinta Limón
- Rodríguez, M. G. (2022). *Representaciones mediáticas de la desigualdad y de la diferencia*. En García Vargas A., Díaz Larrañaga N. y Kejval L. (eds.), *Mujeres en la comunicación argentina*. Tomo I. Friedrich Ebert Stiftung FES COMUNICACIÓN. Buenos Aires Argentina.

Parte II
Trayectorias y análisis de casos

Todo es causal: inteligencia artificial como mecanismo para reforzar arquetipos

Marco López-Paredes
Observatorio de Comunicación (OdeCom)
Pontificia Universidad Católica del Ecuador
mvlopez@puce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-7853-5564>

Andrea Carrillo-Andrade
Observatorio de Comunicación (OdeCom)
Pontificia Universidad Católica del Ecuador
acarrillo745@puce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-0779-6991>

Introducción

“Teatro de ópera espacial”, de Jason Allen, abrió el debate sobre la autoría de imágenes digitales tras ganar el Concurso de Arte Digital (Colorado, Estados Unidos), habiendo utilizado la plataforma Midjourney. Esta plataforma utiliza inteligencia artificial para generar —en cuestión de minutos— imágenes “inéditas”, a partir de descripciones textuales. Este tipo de tecnología se basa en el reconocimiento de patrones matemáticos a partir del big data que colecciona de autores y usuarios. Así, si la tecnología es usada para la generación de imágenes en un mundo cada vez más visual, cabe recordar la famosa primera ley de la tecnología de Melvin Kranzberg: “La tecnología no es ni buena ni mala; ni es neutral”. Surge, entonces, la pregunta de esta investigación: ¿qué arquetipos son reforzados en las plataformas de ilustración que utilizan inteligencia artificial? Para contestarla, se hace una exploración acerca de la formación de arquetipos y su función en el storytelling empleado en las ilustraciones creadas por inteligencia artificial.

Arquetipos y su función en la creación de historias

Adolfo Bastian (Giraldo, 1961), estudiando la psicología de los pueblos, fue el primero en poner de relieve la existencia de ciertas ideas primitivas universalmente difundidas. Este sería el punto de partida para lo que Jung denominaría inconsciente colectivo, que se relaciona directamente con la formulación de arquetipos. De acuerdo con Jung (1970), el inconsciente colectivo se refiere a un lugar de reunión de contenidos olvidados y reprimidos de naturaleza universal. Tiene contenidos y modos de comportamiento iguales en todas partes y en todos los individuos: los arquetipos. Así, por ejemplo, Lévy-Bruhl (en Jung, 1970) usaba este concepto para hablar de las figuras simbólicas de la cosmovisión primitiva; en cambio, en las doctrinas tribales se refieren a fórmulas conscientes que se transmiten a través de la tradición, como en los mitos y las leyendas. No obstante, Usener explica que los arquetipos pueden resurgir en todo tiempo y lugar sin que haya alguna influencia migratoria exterior. Esto es parte de la teoría de la Gestalt, dada la preformación inconsciente en las estructuras (Giraldo, 1961). Por ello, los arquetipos resultan útiles en la elaboración de cualquier historia dado que las conexiones y representaciones se forman de manera inmediata: “El arquetipo representa esencialmente un contenido inconsciente, que al concienzializarse y ser percibido cambia de acuerdo con cada conciencia individual que surge” (Jung, 1970, p. 12).

Asimismo, Becker y Neuberg presentan una teoría de los arquetipos. Afirman que son estructuras mentales (patrones de percepción, memoria, y acción), que están en consonancia con la teoría de la narrativa y la literatura. Los investigadores afirman que esto ocurre dado que los arquetipos son una consecuencia de la dinámica evolutiva y la experiencia personal (en Green *et al.*, 2019). Ahora bien, en consonancia con esta aproximación, (Fitzgerald *et al.*, 2020) evidencian que los lectores responden a las narrativas en la misma manera independientemente de si están etiquetados como “hecho” o “ficción”. De hecho, Aristóteles habla de la mimesis praxeos o representación de la

vida humana, que es lo que permite al espectador realizar el proceso de recepción de una obra.

En literatura, un arquetipo se refiere a un personaje, acción, tema, símbolo, escenario o situación fácilmente identificables por el lector, dado que representan los patrones universales de la naturaleza humana y dan forma a la estructura de una historia, que se intuye gracias a la inconsciencia colectiva de la humanidad. De hecho, en una carta de Julio Cortázar a Ana María Hernández, Ph.D., en literatura comparada, el escritor reclama: “me gustaría que algunas de las cosas que he escrito, por lo menos, no estén sometidas a las huellas preestablecidas por el inconsciente colectivo” (Bernández y Álvarez, 2012). Lo dice una vez que la estudiosa enfrenta que la obra de Cortázar responde al itinerario del héroe y a la estructura de los mitos y arquetipos, ya que las historias están determinadas por estructuras primordiales e influencias literarias. Asimismo, Christopher Booker, periodista y autor inglés, a partir de estas definiciones, presentó siete arquetipos en las historias: superar al monstruo, pasar de la pobreza a la riqueza (en el más amplio sentido), la búsqueda del héroe, el viaje, situaciones comedia, tragedia (historias sin final feliz), y el renacimiento del héroe (D&AD in association with Creative SkillSet & FutureLearn, n.d.).

Imágenes: historias y arquetipos

De acuerdo con Giraldo Ángel (Giraldo, 1961), “la imagen y la representación psíquica traducen, hasta cierto punto, un mismo fenómeno mental”. Asimismo, “la identificación con los personajes es un mecanismo a través del cual los sujetos experimentan e interpretan una narración desde dentro, como si los acontecimientos que se relatan les estuviesen ocurriendo a ellos mismos” (Igartua, 2008, p. 43).

En este sentido, las imágenes son útiles solamente en la medida en la que son reconocibles, pero, a su vez, son codificadas de acuerdo con una convención social. Por ello, el significado que una imagen pueda tener como tal no es inherente a las imágenes y los objetos en sí o no se traducen literalmente, sino que operan como signos de los

que podemos ser o no conscientes gracias a este inconsciente colectivo. Alex Potts (1996) escribió que las imágenes y los objetos son no solo mediados por las convenciones, sino que el significado es activado en gran medida por la cultura.

Dentro de la ilustración, uno de los retos fundamentales es transmitir una historia dentro de la imagen a través de la composición. Para Berguer (1976), “la composición responde a uno de los anhelos esenciales del espíritu, el de coherencia, y a una aspiración profunda de nuestro ser, que es la de constituir una realidad de la que sea autor el hombre” (p. 140). En este sentido:

El proceso de composición es el paso más importante en la resolución del problema visual. Los resultados de las decisiones compositivas marcan el propósito y el significado de la declaración visual y tienen fuertes implicaciones sobre lo que recibe el espectador. (Dondis 1976, p. 33)

Por lo tanto, Jones (en Giraldo, 1961) define la imagen como:

Una forma mantenida indefinidamente en el inconsciente y que a menudo se identifica con personas distintas del sujeto. De acuerdo con esto sería un sincretismo representativo, o como lo apuntaba mi maestro R. De Saussure una ruta hacia el camino de la ilusión representativa. (p. 131)

Midjourney, principal plataforma de ilustración a partir de la inteligencia artificial se presenta a partir de dos conceptos: *inteligencia artificial* y *arte*. El primer concepto lo define como “la teoría y el desarrollo de sistemas informáticos capaces de realizar tareas que normalmente requieren la inteligencia humana, como la percepción visual, el reconocimiento del habla, la toma de decisiones y la traducción entre idiomas” (Midjourney, 2022, s/p). En cambio, el arte es “la expresión o aplicación de la imaginación y la habilidad creativa humana, típicamente en una forma visual como la pintura o la escultura, produciendo obras que se aprecian principalmente por su belleza o poder emocional” (Midjourney, 2022, s/p).

Resalta la relación que hace con los sentimientos, en una concepción muy similar al *storytelling*, que una vez más, encuentra su base en los arquetipos. De hecho, cuando se habla de *storytelling* (y, en todo caso, de cualquier proceso de interpretación) se entra en un territorio dual, a la vez individual y social, que es más bien como el mar que va y viene, que no se está quieto. Para Andy Cameron, las historias que el hombre crea dan una identidad a la existencia y evidencian la manera en que cada cultura se percibe a sí misma y al mundo (Saavedra-Bautista *et al.*, 2017).

Inteligencia artificial (IA)

En palabras de Lasse Rouhiainen:

La inteligencia es la capacidad de las máquinas para usar algoritmos, aprender de los datos y utilizar lo aprendido en la toma de decisiones tal y como lo haría un ser humano. Sin embargo, a diferencia de las personas, los dispositivos basados en IA (...) pueden analizar grandes volúmenes de información a la vez. Asimismo, la proporción de errores es significativamente menor en las máquinas que realizan las mismas tareas que sus contrapartes humanas. (Rouhiainen, 2018, p. 17)

La inteligencia artificial se basa en el aprendizaje automático (en inglés, *machine learning*). Se trata un aspecto de la informática en el que los ordenadores o las máquinas tienen la capacidad de aprender sin estar programados para ello. Así, las máquinas aprenden no solo a partir de las consultas que se hacen, sino de la forma en que se los utiliza y, con una misma tecnología, son capaces de ofrecer una experiencia al usuario personalizada. Un mecanismo base para el desarrollo de la inteligencia artificial es su uso en el juego; históricamente, se ha alimentado y entrenado a las máquinas a partir de la competencia en juegos como ajedrez, *Jeopardy* o *Go* contra humanos. En junio de 2018, la empresa OpenAI anunció que su IA había conseguido ganar a varios equipos humanos en el juego estratégico multijugador Dota 2: “la compañía entrenó a los jugadores de IA jugando entre ellos mismos y estos fueron capaces de obtener conocimientos y habilidades en

un día para los que un ser humano necesitaría ciento ochenta años” (Rouhiainen, 2018, p. 32).

La inteligencia artificial contempla tres tipos de tareas: dominios formales, dominios técnicos y dominios cognitivos. En la primera fase, la IA pretende solucionar problemas. Lo hace a través de modelos de búsquedas (algorítmico o heurístico). En una segunda fase, el dominio técnico se refiere al conocimiento científico-técnico y, finalmente, el dominio cognitivo intenta comprender el funcionamiento del cerebro humano y sus funciones cognitivas (razonar, oír, hablar, o incluso las emociones) para emular dichos procesos con modelos computacionales (Malagón, n.d.).

La tecnología usada en la generación de imágenes se sustenta en redes neuronales artificiales (Artificial Neural Networks, ANNs); se utilizan para una variedad de tareas, y, por ejemplo, recopila conjuntos de datos de imágenes como diferentes razas de perros, entrenar una red neuronal en las imágenes y, luego, si proporciona una nueva imagen de un perro, dará una puntuación estadística sobre qué tan cerca la nueva imagen coincide con el modelo, entonces, mostrará qué raza de perro es la imagen (Adams, 2019). En otras palabras, la inteligencia artificial se alimenta de un repositorio cuyo modelo privilegia el *mainstream* en el sentido en que reconoce con facilidad lo más consumido, por lo que la minoría queda subrepresentada.

Metodología

Esta investigación tiene un alcance descriptivo; en este sentido, pretende describir el reciente fenómeno de la inteligencia artificial para modificar y crear imágenes desde plataformas que dan la impresión de “programar” ilustraciones de diferentes estilos, pero que se basan en algoritmos y el ordenamiento básico a partir del uso de palabras clave en las que se sustentan los buscadores de Internet. Así, a partir de comandos que pueden ser complejos o muy simples, se generan imágenes profesionales en cuestión de segundos. En *Los bárbaros* (Baricco, 2010) explica que los buscadores tuvieron que enfrentarse a

su principal problema: el ordenamiento de la información antes que su recopilación. De ahí que los creadores de Google, Larry Page y Sergei Brin, solucionaron esto a partir del uso de etiquetas, cuyo principio se sustenta en la lógica de la repetición —que a su vez profundiza las brechas para las minorías— y sus interrelaciones. Esta base de ordenamiento es el objetivo de esta investigación, ya que se parte de la hipótesis de que estos generadores de ilustraciones reproducen una cultura *mainstream*, teniendo en cuenta que la cuna de la inteligencia artificial está en San Francisco, Estados Unidos.

Para responder a la pregunta de investigación ¿qué arquetipos son reforzados en las plataformas de ilustración que utilizan inteligencia artificial?, se aplicó una investigación cualitativa en dos etapas. En una primera, se procedió a recolectar datos a través de un muestreo no probabilístico y, en una segunda, se hizo una entrevista a la ilustradora Paola Karolys para el procesamiento de los datos. Por lo tanto, llevó a cabo una observación no participativa para explorar las plataformas Midjourney, Craiyon y DeepAI y determinar sesgos de representatividad y sistémicos. Se optó por esta metodología ya que la observación no participativa consiste en registrar el comportamiento en el entorno habitual del sujeto.

No obstante, vale resaltar que la inteligencia artificial está sustentada tanto la teoría de la información “clásica” (Shannon) como la algorítmica. Ajitesh Kumar (Kumar, 2022), autor en *Data Analytics*, explica que la teoría de la información es el estudio de cuánta información está presente en las señales o datos del entorno. La inteligencia artificial se trata de extraer estas informaciones a partir de los datos que luego, que se utilizan para construir los modelos. Así, la teoría de la información comienza con la idea de que esta cantidad se puede medir por el número mínimo de bits necesarios para describir la observación. Pero mientras que la teoría de Shannon considera métodos de descripción que son óptimos en relación con alguna distribución de probabilidad dada, la teoría algorítmica de Kolmogorov adopta un enfoque no probabilístico diferente: cualquier programa de com-

putadora que primero calcule (imprima) la cadena que representa la observación y luego termine, se considera una descripción válida (Grunwald y Vitanyi, 2008). En todo caso, se resalta que la observación se realizó sin intervención para observar el comportamiento tal como ocurre de forma natural.

Tras la recolección de datos no probabilístico se generaron matrices para analizar las imágenes en su significante (composición de la imagen) y significado (interpretación), según las definiciones clásicas propuestas por Saussure:

La lengua como un sistema de signos interdependientes, en los que el valor de cada término resulta solamente de la presencia simultánea de los otros. La palabra forma parte de un sistema y está revestida no solo de una significación, sino también, y sobre todo, de un valor. (Saussure, 2008, p. 146)

Saussure (2008) explicita que, “en lugar de ideas dadas de antemano, hay que considerar los valores que emanan del sistema” (p. 147) lo que está en estrecha relación con la teoría jungiana de los arquetipos:

En la lengua, cada término o elemento tiene un valor correspondiente por su oposición con los otros términos. Los valores dependen de una convención inmutable: los principios de la semiología. Además, son relativos, ya que la relación entre la idea y el sonido es arbitraria, y son negativos porque la relación entre los signos lingüísticos de un sistema se define de forma negativa, ya que un signo es lo que otro no es. (Saussure, 2008, p. 147)

Esto sin decir que esta investigación entienda a los significados como arquetipos, sino más bien en el sentido de que: el análisis de los símbolos, en su función semiótica y en la descripción de Jung permite comprender dos modos de conducta simbólica que trazarían:

1. Un macrocosmos de significaciones universales, universo del discurso con apariencia de invariante por su tiempo psicológico lento, de tan generalizado, cuyas normas o pautas serían las imágenes arquetípicas de Jung universales,

- impersonales, de origen inconsciente y comunes a todas las razas y épocas (...)
2. El microcosmos de los modos de representación de cada cultura. Variante evidente, sus significados estarían normados (diacrónicamente), por los arquetipos jungueanos a los cuales se sumarían los factores de cambio, propios de la dinámica de todo fenómeno cultural (Sager 1967, p. 10).

La investigación se complementa a través de una entrevista semiestructurada dado que esta técnica de recolección de datos permite averiguar hechos no observables fundamentales para la comprensión de los arquetipos, como: significados, motivos, puntos de vista, opiniones, insinuaciones, valoraciones, emociones, etc. Asimismo, a partir de esta conversación, se puede comparar y contrastar aproximaciones de los investigadores y de una experta en el tema particular. Así, la petición de entrevista a la ilustradora Paola Karolys se sustentó en que la profesional tiene experiencia en estudios e ilustraciones históricas andinas, uno de los arquetipos que se estudian en esta investigación. Karolys ha trabajado en múltiples proyectos editoriales, ilustrando tanto para obras literarias (cuentos, novelas, poesía, etc.), como para textos educativos, revistas de divulgación temática e institucionales, afiches, publicidad. Junto con su hermano Gabriel Karolys, en 2009, obtuvo el primer premio en el concurso “Darío Guevara Mayorga” por las ilustraciones del libro *Imágenes del Bicentenario*.

Unidades de análisis

La selección de las plataformas en las cuales se explorarían los resultados se determinó en función de la misma lógica algorítmica a partir de palabras clave. Se utilizó el muestreo no probabilístico por bola de nieve. Es decir, a partir de la búsqueda en blogs de tecnología y arte, se revisaron las plataformas que más se nombraban y que tenía versión gratuita o de prueba. Esta decisión está motivada en el hecho de que el fenómeno AI ha sido concebido en la técnica boca en boca para publicitarlo; sin actividades de marketing explícito. Así, los resultados más repetitivos fueron Midjourney, Craiyon y DeepAI.

Cada plataforma se corrió en su versión gratuita y se exploraron los comandos (*prompts*) en inglés: *doctor* (doctor/a), *nurse* (enfermero/a), *secretary* (secretario/a). Posteriormente, en la plataforma Midjourney se corrieron los comandos *Europe* (Europa), *Latin America* (América Latina), *European girl studying* (niña europea estudiando) y *Latin America girl studying* (niña latinoamericana estudiando). La exploración se hizo únicamente en esta plataforma dado que es la única que permitió más resultados gratuitos, pero, además, porque es la plataforma de la que más se está hablando en los blogs de tecnología.

El uso de palabras clave en inglés resulta beneficioso para la investigación porque, al evitar el uso del género en los sustantivos, se pueden explorar tendencias de representación y subrepresentación. Se seleccionaron estas profesiones dado que el objetivo es la prueba de los arquetipos y, en este caso, se basa en profesiones históricamente catalogadas como masculinas y femeninas para probar si es reproducido por estas inteligencias. Así, mientras una enfermera está catalogada dentro de las labores de cuidados —concepción pensada para las mujeres—, un doctor es pensado en el ámbito de la salud. De hecho, en 2018, este inconsciente colectivo respecto a la asociación de las profesiones con el género y el arquetipo del héroe fue probado en un enigma viral donde la eminencia en cirugía es la madre de un joven (La Vanguardia, 2018). En un segundo caso, se pretende probar las aproximaciones a la cultura y el fenómeno cultural que desarrolla Jung en sus fundamentaciones del inconsciente colectivo.

Midjourney

Es un laboratorio independiente fundado por el estadounidense David Holz. Esta tecnología se basa en *text-to-image*; lo que significa que es capaz de crear imágenes a partir de texto. Desde su interfaz se crean cuatro opciones por cada comando que se ingresa. Esta inteligencia se abrió al público en julio de 2022 y su uso se volvió controversial en septiembre, cuando “Teatro de ópera espacial”, obra de Jason Allen, abrió el debate sobre la autoría de imágenes digitales

tras ganar el Concurso de Arte Digital (Colorado, Estados Unidos), habiendo utilizado esta plataforma.

Midjourney solo se puede utilizar mediante un bot en el Discord oficial del proyecto, en una especie de chat colaborativo donde se debe ingresar la búsqueda presidido de **/imagine**, lo que da la sensación de que el usuario está programando su trabajo. De acuerdo con el blog de generative AI (Yubin, 2023), Holz no concibe a Midjourney como un chatbot, sino más bien como un recipiente, un vehículo para la mente. Sin embargo, no se tiene información precisa acerca de los antecedentes y el entrenamiento de esta inteligencia; se especula que extrae imágenes y texto de Internet para describirlos, usando millones de imágenes publicadas para entrenamiento (Dieter, 2023).

Craiyon

Craiyon, desde su misma plataforma se presenta como “anteriormente DALL-E mini, es un modelo de IA que puede dibujar imágenes desde cualquier mensaje de texto”; explica que su modelo aprende conceptos a partir de imágenes: “cada vez que ingrese un aviso, creará imágenes únicas basadas en su conocimiento actual e intentará combinar los conceptos de su aviso de una manera creativa”. Es muy explícito al advertir que su modelo base se entrenó con datos sin filtrar de Internet, limitados a imágenes con descripciones en inglés. No se utilizaron textos e imágenes de comunidades y culturas que usaban otros idiomas. Por lo tanto, “esto afecta todos los resultados del modelo, con la cultura blanca y occidental afirmada como predeterminada” (Dayma *et al.*, 2021, s/p).

DeepAI

Se autodefine como “un generador de imágenes AI”. Crea una imagen desde cero a partir de una descripción de texto. Utiliza IA para comprender sus palabras y convertirlas en una imagen única cada vez. Su fundador, Kevin Baragona, firmó la petición para pedir

que se haga una pausa el desarrollo de la IA, dado que afirma que es una tecnología “disruptiva”: “lo más probable es que tenga capacidades de razonamiento tan avanzadas que se asemejarán a las del cerebro humano con lo cual es demasiado disruptiva para el momento actual” (Bloomberg en Español, 2023). Baragona acepta la ausencia de protocolos entre todas las empresas de inteligencia artificial, lo que supone una falta de transparencia en su desarrollo:

Creo que esta tecnología es tan poderosa que no importa quién la posea, tampoco importa en qué país tenga sede. El problema es que se está construyendo en primer lugar. Esta es una tecnología tan increíblemente poderosa que comencé a llamarla el arma nuclear del software. (Bloomberg en Español, 2023)

Resultados

Scolari (2023) explica la inteligencia artificial a partir del uso de traductores en la recopilación de *Dire quasi la stessa cosa* de Umberto Eco (2000). Resalta que la tecnología que se basa en comandos apunta a convertirse en una enciclopedia por sobre un diccionario. La diferencia radica en los contextos: la IA no debe leer cada palabra en sí misma, sino en su relación con el resto:

El pasaje del diccionario a la enciclopedia es fundamental en la teoría interpretativa de Umberto Eco: no es suficiente conocer el significado de cada signo para comprender el sentido de una expresión. Las «selecciones contextuales» nos sitúan en una red semántica abierta, en permanente transformación, formada por una trama densa de reenvíos. (Scolari, 2023, s/p)

Para continuar con la metáfora que sugiere el académico, el paso del diccionario a la enciclopedia se da a través del análisis y procesamiento de datos que son recolectados a partir de cada interacción; son alimentados a partir de los usos humanos. Sin embargo, uno de los mayores reproches desde los enfoques feministas se basa en la explotación de datos, el colonialismo y la falta de transparencia de la IA (Amrute, 2019). Los datos, en la actualidad, son considerados

como un bien que puede ser explotado por empresas y estados. De hecho, esta tecnología utiliza datos masivos del pasado para predecir comportamientos y adaptarse al futuro; se habla de que dichos datos se han convertido en prescriptivos en la medida que condicionan las acciones de los seres humanos. Por lo tanto, los límites entre el pasado, el presente y el futuro se vuelven más difusos porque las acciones que se generan (presente) son modeladas, por lo que el futuro de la sociedad también puede serlo.

Según Sareeta Amrute, profesora adjunta de Antropología en la Universidad de Washington, “la mayoría de las veces, los diseñadores de sistemas técnicos comienzan con un usuario estándar [en mente] y, al hacerlo, ponen en marcha patrones de discriminación que están ocultos por la suposición de neutralidad del sistema” (Amrute, 2019). Por lo tanto, un peligro fundamental radica en pensar que la IA es neutral al suponer que los datos se generan en iguales cantidades desde todos los puntos del mundo y que estos son procesados de la misma manera.

En cuanto a la conceptualización de los arquetipos, Paola Karolys cuestiona y explica los límites en esta aproximación psicológica:

Hay una limitación y es la generalización de las formas de vida en todos los continentes. En investigaciones históricas, los mitos fundacionales son muy diferentes, pero cuando los europeos acercan [traducen] estas historias a los suyos surgen las adaptaciones.

Dichas adaptaciones, por supuesto, respetan la construcción arquetípica occidental. De hecho, Karolys explica que, por ejemplo, el arquetipo del héroe sustentado en los mitos europeos no debería existir dentro del mundo indígena dado que los indígenas no tienen este deseo de destacar por sobre el resto, sino que su concepción de vida es mucho más comunitaria. No obstante, dado el proceso de mestizaje y la penetración de medios de comunicación, para cualquier habitante resulta comprensible el mito del héroe, a pesar de que no sea una representación fiel de su cultura o su historia. Por lo tanto, el

riesgo de lo que la ilustradora cataloga como la “generalización de la falacia” es que “los elementos [en la ilustración] quedan desprovistos de los significados”, porque esta inteligencia no es capaz de reconocer la evolución histórica de los símbolos y por eso los simplifica para generar una imagen cuya cualidad principal es que es fácilmente reconocible.

Los datos que se muestran a continuación fueron recolectados entre el 9 y el 15 de enero de 2023.

Arquetipos profesionales

El informe de UNESCO respecto a la representación de género recolectó entrevistas con expertas en inteligencia artificial. Así, explicita que ante la pregunta de si existen instrumentos o principios normativos de IA que aborden con éxito la igualdad de género, Daniela Braga, fundadora y CEO de DefinedCrowdo, explicó que las prácticas actuales en cuanto a la preocupación por la búsqueda de la igualdad eran insuficientes; mientras que para Rediet Abebe, Junior Fellow de la universidad de Harvard, son inexistentes. Asimismo, Sara Kassir, analista de investigación, pymetrics, explica que “es necesario formalizar los estándares legales, de modo que términos como “ético” y “imparcial” se definan formalmente” (UNESCO 2020, p. 12).

En este sentido, la igualdad de género no es una preocupación en el desarrollo de esta tecnología, sino que se enmarca en el principio de justicia, que viene a ser un concepto muy amplio y no direccionado a disminuir las brechas de género y frente al que, además, no hay una definición unificada.

El informe de UNESCO advierte que vale la pena considerar las lecciones de esfuerzos anteriores sobre género y tecnología. Resalta que “cuando el género se hace explícito y cuando se deja implícito, debe ser deliberado y reflexivo” (UNESCO, 2020). La tabla 1 procesa los resultados obtenidos al generar el prompt *doctor*, *nurse* y *secretary*.

También importa dónde se hacen las referencias explícitas. Por ejemplo, ¿la igualdad de género está en una lista larga, está en

un preámbulo, está en el cuerpo principal de principios y en su implementación? Referencias vagas y generales y ubicación donde hay pocos “dientes” o enfoque directo, o, por el contrario, donde está en todas partes y, por lo tanto, en ninguna, el riesgo que el género recibe.

Tabla 1
Arquetipos profesionales

	Midjourney	Craiyon	DeepAi
Doctor			
Nurse			
Secretary			

La ilustradora e historiadora Paola Karolys explica que los arquetipos pueden tener distintos contenidos. Agrega que esta teoría puede ser tan extendida de hecho porque se basa en los vacíos que existen en las culturas; lo cual facilita la clasificación y proliferación de arquetipos. Resalta que la ilustración hace un uso racional de símbolos, alegorías, pero resalta que también hay algo intuitivo, emocional. En la contraposición médico/enfermera, destaca que hay más riqueza interpretativa en el caso del doctor. En el caso de Midjourney —de estilo onírico y artístico— muestra no solo un hombre joven, sino uno

viejo y al menos uno de ellos está ubicado en un escenario que hace alusión a la tecnología. Además, las expresiones faciales demuestran tono de seguridad e incluso resulta imponente. En contraste, el arquetipo de enfermera es una mujer únicamente joven, sin escenario y con una expresión más de sumisión. Esto, a pesar de que, por ejemplo, tanto enfermera como doctor usan el estetoscopio y el uniforme, que resultan ser los íconos de la medicina. En una lectura más profunda se puede afirmar que, a pesar de que se reconocen habilidades similares en ambas profesiones, la tecnología no las valora de la misma forma. Craiyon, plataforma que ha sido denunciada por falta de representatividad, mantiene el problema de la brecha de género; sin embargo, tiene más riqueza en cuanto al lenguaje corporal cuando se mira los resultados de la dicotomía doctor/enfermera.

Más allá de que resalta que al ingresar comandos, en principio, neutros, los resultados muestran brechas en el género, no conciben la construcción histórica de las profesiones. La palabra *secretaria* se deriva de *secreto*, dado que son los encargados de manejar información que puede llegar a ser confidencial. Por lo tanto, la posición de secretario va más allá de una alusión a estar sentado en un escritorio, cosa que no se toma en cuenta con el prompt *secretary*. Los resultados son mujeres jóvenes, sexualizadas y atadas a un escritorio, en tono desafiante, en el caso de Midjourney, pero se repite en Craiyon: “usamos elementos simbólicos como detonante, que generalmente son aceptados, pero el nivel de significación debe ser más profundo” (Karolys, 2023).

La plataforma DeepAi muestra más posibilidades tanto en estilos como en actores. Es la única plataforma que concibe, por ejemplo, que un doctor sea alguien usando un terno, que tiene relación con la evolución de los estudios donde doctor no se refiere únicamente al personal de la salud. En el caso de enfermera, también hay más riqueza en su base de datos, dado que es capaz de mostrar la evolución de esta profesión a lo largo de los años. Sin embargo, no está libre de la denuncia de la brecha de género.

Representación étnica y cultural

De acuerdo con la Unión Europea, la inteligencia artificial (IA) se refiere a sistemas que muestran un comportamiento inteligente analizando su ambiente y tomando acciones con algún grado de autonomía para lograr objetivos específicos. Esto concluye que los sistemas de inteligencia artificial (IA) intentan imitar el comportamiento humano; sin embargo, la mayor parte del trabajo sobre IA no toma en cuenta que el comportamiento humano está intrínsecamente moldeado por los contextos culturales en los que están inmersos, los valores y creencias que tienen, y las prácticas sociales que siguen. Así, dado que estas tecnologías se conciben y desarrollan principalmente en un puñado de países, incorporan los valores y prácticas culturales de estos países o, incluso, resignifican la cultura de los otros a partir de su hegemonía. Incluso, “los datos que se utiliza para entrenar los modelos tampoco representan equitativamente la cultura global y su diversidad. Por lo tanto, surgen problemas cuando estas tecnologías interactúan con sociedades y culturas diversas, con diferentes valores y prácticas interpretativas” (Prabhakaran *et al.*, 2022, p. 1).

Como se examinó en el apartado “Unidades de análisis”, la inteligencia artificial es una tecnología que se desarrolla en el Norte global, lo que puede traducirse en que sus contenidos no sean una muestra, sino una interpretación de cada comando. Karolys, en referencia a la representación étnica y cultural destaca que “la historia es algo que está en continuo desarrollo; ningún programa debería desentenderse de eso”. Para probar la construcción de los arquetipos en este sentido, se ingresaron los comandos *Europe*, *Latin America* y *European girl studying* y *Latin America girl studying*. Los resultados se exhiben en la tabla 2.

Al presentar los resultados de la primera fila a la entrevistada Paola Karolys, la profesional resalta que, por ejemplo, la concepción de Europa muestra un progreso y una riqueza cultural y narrativa que no se equipara con los resultados arrojados en la búsqueda de América Latina: mientras las imágenes de Europa se preocupan por contar

una historia, América Latina se reduce a una concepción netamente de naturaleza, donde incluso los personajes son mimetizados con la naturaleza, eliminando cualquier rastro de cultura. De hecho, desde la antropología norteamericana se discute la dicotomía naturaleza y cultura y fue ampliamente aceptada debido a los estudios de George Perkins Marsh en su libro *Man and Nature: Or, Physical Geography as Modified by Human Action*. En este sentido, al reducir a Sudamérica a su naturaleza, simbólicamente se llega a desconocer la cultura que posee.

Tabla 2
Arquetipos en la representación étnica y cultural

Europe	Latin America
<p><i>European girl studying</i></p>	<p><i>Latin American girl studying</i></p>

En la segunda búsqueda, sobre mujeres estudiando, para Karolys destaca el hecho de que en las expresiones faciales son más bien de tristeza, en especial en el caso latino. La ilustradora es consciente de que el repositorio de donde se alimenta esta inteligencia es todavía limitado y se refiere, por ejemplo, a los emoticones que tienen muchas más posibilidades interpretativas, pero cuya evolución requirió años de usos y necesidades para apoyar a la comunicación no verbal a la que se puede limitar la mensajería instantánea. Asimismo, destaca que todas las niñas llevan un “estilo maya, caribeño y no tienen en cuentas las mezclas”; hay un error porque se nos ve como “solo mestizos”. Contrasta con las posibilidades europeas, donde se exhibe más posibilidades: fenotipos, tiempos y espacios. De hecho, una de las ilustraciones europeas tiene un escenario que refleja que está acompañada o un lugar dedicado al estudio, mientras que en el caso latino el estudio se concibe en completa soledad.

A un alto nivel (Prabhakaran *et al.*, 2022) explican que se distinguen dos formas en que la cultura interactúa con los sistemas de IA: en el desarrollo y en el uso. El proceso de desarrollo de la interfaz de los sistemas de IA con la cultura se basa tanto en los datos como en los recursos que capturan el comportamiento humano moldeado culturalmente, así como a través de la cultura normas y valores encarnados por los propios desarrolladores e investigadores. Si se tiene en cuenta, además, que todas estas tecnologías se presentan al público a través de un chatbot que traduce palabras en imágenes, se hace más evidente la domesticación cultural a partir del idioma:

Los sistemas que están entrenados o pre-entrenados en datos web pueden capturar varias modalidades de comportamiento humano, incluyendo el uso del lenguaje y las imágenes, lo que implícitamente cuece en varios aspectos culturales que luego influir en las aplicaciones posteriores. Dado que el lenguaje y los símbolos, la ontología y la axiología, juegan un papel crítico en el desarrollo de sistemas de IA, por ejemplo, a través de “etiquetas” en los datos, y cómo “conocimiento”, se construyen la “objetividad”, la “realidad/verdad” y los “objetivos del sistema”, las normas culturales de los desarrolladores e investigadores de IA también infunden de manera generalizada los sistemas de IA. (Prabhakaran *et al.*, 2022)

Asimismo, los sistemas de IA y las tareas que esta realiza se apegan a la cultura para las que fueron creados en formas que se adhieran a las expectativas moldeadas culturalmente, y cómo interactúan con otros seres humanos.

Por ejemplo, las tareas interpretativas están intrínsecamente moldeadas por la cultura en la que están inmersos, incluyendo no solo las dependencias cultural-lingüísticas de tareas como inferir emoción, sentimiento, ofensa, pero también imagen y símbolo, interpretación —incluyendo gestos, expresiones faciales, imágenes tabú incluyendo pornografía y violencia, y denotaciones y connotaciones de símbolos—. Cuando los supuestos culturales y las normas que se integran en los sistemas de IA durante su desarrollo están en desacuerdo con las normas culturales y expectativas de los ecosistemas culturales objetivo, vemos rupturas y fallas tales como malas interpretaciones o tergiversaciones culturales, que colectivamente llamamos incongruencias culturales. (Prabhakaran *et al.*, 2022, p. 2)

Conclusiones

El valor de esta investigación radica en la relación conceptual entre arquetipos y significados desde la teoría lingüística, para el análisis de la inteligencia artificial, lo que la convierte en un estudio original y actual. No obstante, presenta limitaciones desde su implementación metodológica debido a la naturaleza de las unidades de análisis. Así, las imágenes que se estudiaron se recolectaron en enero 2023; sin embargo, debido a la alta penetración de estas tecnologías, nuevos usos y apropiaciones y a su entrenamiento en machine learning, es probable que las imágenes creen en un futuro (incluso en diferencia de minutos) sea muy diferente; lo que perjudica a la posibilidad de la replicabilidad y comprobación del estudio. Sin embargo, se han sentado métodos de análisis y procesamiento de datos para el estudio de este fenómeno.

En contraste, una de las fortalezas de este estudio cualitativo es que procura la búsqueda de profundidad en los significados del fenómeno en estudio y que respeta el método científico, procurando

eliminar la subjetividad en la interpretación de datos. De esta manera, la investigación explica que la teoría de los arquetipos se sustenta en un inconsciente colectivo que se nutre de la naturaleza universal y que se transmite a través de la tradición; esta teoría se basa, por ejemplo, en los mitos y explica las preocupaciones y soluciones que el ser humano ha propuesto. De manera directa se relaciona con la concepción del *homo narrans*, dado que los arquetipos son fundamentales en la construcción de historias para generar espacios fácilmente identificables para el receptor. De hecho, (Jenkins, 2010) afirma que:

El significado se transmite a través de los medios a través del gesto, el espacio, el color, el sonido, la actividad y la agencia. Creo que una de las razones por las que estas experiencias son tan convincentes es que nos permiten acceder más directamente a nuestra conciencia prelingüística de *homo ludens*, ya que podemos interactuar con ellas de manera lúdica. Por supuesto, luego damos un paso atrás y hablamos de ello, lo que involucra nuestra conciencia discursiva de *homo narrans*. Entonces tenemos *ludic narrans*, cuentos lúdicos. (Jenkins, 2010, s/p)

De hecho, el extracto anterior podría incluso explicar por qué los albores de la inteligencia artificial están en el desarrollo de máquinas que compiten en juegos contra seres humanos. Ahora bien, cuando los arquetipos son divulgados a partir de una inteligencia artificial cuyo procesamiento de datos no es transparente, surgen nuevas consideraciones. En primer lugar, se requiere de una ética de la inteligencia artificial que sea capaz de cumplir con los principios de la bioética, dado que los datos que colecciona son obtenidos de seres humanos que alimentan esta tecnología bajo un uso casi “mágico” —en el sentido en que hay falta de transparencia en la recolección y procesamiento de datos—. Así, desde sus bases se debe preocupar por la beneficencia, no-maleficencia, autonomía y justicia. Sin embargo, los colectivos resaltan que dados los índices de penetración y los posibles usos que se pueden desprender de esta tecnología, la búsqueda de equidad también debe ser considerada. El informe de la UNESCO, por ejemplo, solicita que la tecnología busque evitar daños, aumentar la visibilidad y contribuir al empoderamiento. En esta misma línea de ideas, denuncia

que la falta de diferenciación y la posibilidad de extender el concepto de equidad al de justicia invisibiliza la posibilidad de considerar las luchas sociales. Con esta afirmación concuerda la entrevistada:

Y no sabemos de dónde salen las imágenes o el repositorio base para estos programas de IA, pero se notan limitaciones aún, prejuicios, estereotipos (no solo arquetipos). Eso llama la atención... ¿Un programa analiza, calcula, toma todos o aleatoriamente los datos gráficos de internet y los traduce matemáticamente, estadísticamente, para sacar conclusiones sobre las cosas y sus atributos y así poder ubicarlas en categorías? ¿O alguien, un grupo (inteligencia humana) participa también en la consolidación de la información, con la estructuración de la base de datos? ¿El material de esa base de datos es general o el restringido?

De esta manera podríamos saber, por ejemplo, de dónde vienen las limitaciones. Una cosa es que un programa evalúe los datos gráficos mundiales. Si hay brecha de género, es porque estadísticamente, a nivel mundial, prevalece la brecha de género. Si se mantiene la idea de América como un lugar salvaje, natural y no cultural, es que prevalecen las mismas nociones conceptuales racistas, eurocentristas, que discriminan, etc. del siglo XV, no se ha superado ideas colonialistas, imperialistas, etc. Porque el programa solo lee lo que la gente está poniendo mayoritariamente...

Esto está en consonancia con la tercera ley de la interfaz que en realidad conforma un ecosistema. Scolari advierte que “las leyes de la interfaz excluyen cualquier teoría heroica de la invención: toda innovación es el resultado de una red de interacciones entre actores humanos y tecnológicos” (Scolari, 2018, p. 47). Esta ley advierte que las interfaces mantienen un fecundo y conflictivo intercambio entre ellas. Por lo tanto, la sociología de los medios nos obliga a pensar en las jerarquías que pueden existir en dichos ecosistemas. Maigret (2003) clasifica a los medios en tres grupos:

Cultos, medios y populares. Afirmo que la estética de los medios populares se reduce a un “gusto por lo necesario”, a una subordinación de la forma a la función, a una adhesión ingenua a los contenidos, a una simple conformidad. (p. 212)

Los sistemas potentes de IA, debido a la cultura en la que se han desarrollado, potencian estas diferenciaciones e imponen una visión del mundo desde la distinción, lo cual aumenta las brechas existentes. La declaración reciente de OpenAI con respecto a la inteligencia general artificial establece que “En algún momento, puede ser importante obtener una revisión independiente antes de comenzar a entrenar sistemas futuros, y para los esfuerzos más avanzados para acordar limitar la tasa de crecimiento de la computación utilizada para crear nuevos modelos”. Los mismos fundadores de estas inteligencias advierten que “las imágenes generadas por el modelo pueden incluir estereotipos perturbadores y dañinos en las clases protegidas; características de identidad; y grupos sensibles, sociales y ocupacionales” (Dayma *et al.*, 2021, s. p.). Además, el modelo solo se puede utilizar para generar imágenes basadas en texto en inglés, lo que limita la accesibilidad del modelo para personas que no hablan inglés y contribuye potencialmente a los sesgos en las imágenes generadas por el modelo.

A partir de búsquedas metódicas, se observa que la generación de inteligencia artificial desde Norteamérica y Europa, tanto en el estilo como en el contenido, se sustenta en el *mainstream*, aumentando las brechas en la comprensión de la diversidad del mundo. Se concluye que las tecnologías, incluidos los datos en sí, incorporan valores y suposiciones humanas y, por lo tanto, dan forma o restringen los comportamientos en función de esas posibilidades.

Referencias bibliográficas

- Adams, N. R. (2019). *How Artificial Intelligence Works*.
- Amrute, S. (2019). Of Techno-Ethics and Techno-Affects. *Feminist Review*, 123(1), 56-73.
- Baricco, A. (2010). *Los bárbaros*. Anagrama.
- Berguer, R. (1976). *El conocimiento de la pintura*. Noguer.
- Bernández, A. y Álvarez, C. (eds.) (2012). *Cartas 1977-1984*. Alfaguara.
- Bloomberg en Español. (2023, April 4). *Fundador de DeepAI: la IA generativa es demasiado disruptiva*.

- D&AD in association with Creative SkillSet, & FutureLearn. (n.d.). *The Seven Story Archetypes*. Brand Storytelling: How to Use Narrative to Sell.
- Dayma, B., Patil, S., Cuenca, P., Saifullah, K., Abraham, T., Lê Khắc, P., Melas, L. y Ghosh, R. (2021). *DALL-E Mini*.
- Dieter, B. (2023). *Midjourney: todo lo que necesitas saber sobre el artista de IA*. Reviews.
- Dondis, D. A. (1976). *La sintaxis de la imagen*. G.G.
- Fitzgerald, K., Paravati, E., Green, M. C., Moore, M. M. y Qian, J. L. (2020). Restorative Narratives for Health Promotion. *Health Communication*, 35(3), 356-363. <https://doi.org/10.1080/10410236.2018.1563032>
- Giraldo, J. (1961). Imagen, símbolo y arquetipo. *Revista Colombiana de Psicología* 6(2), pp. 131-147.
- Green, M. C., Fitzgerald, K. y Moore, M. M. (2019). Archetypes and Narrative Processes. *Psychological Inquiry*, 30(2), 99-102. <https://doi.org/10.1080/1047840X.2019.1614808>
- Grunwald, P. D. y Vitanyi, P. M. B. (2008). *Algorithmic information theory*. Cornell University.
- Igartua, J. J. (2008). Identificación con los personajes y persuasión incidental a través de la ficción cinematográfica. *Escritos de Psicología*, 2(1), 42-53.
- Jenkins, H. (2010). *Ludic Narrans: Drew Davidson Talks Cross-Media Communication (Part One)*. Pop Junctions.
- Jung, C. G. (1970). *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Paidós.
- Kumar, A. (2022). *Information Theory, Machine Learning & Cross-Entropy Loss*. Data Analytics.
- La Vanguardia. (2018). *El cirujano era la madre*. La Vanguardia.
- Maigret, É. (2003). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Fondo de la Cultura Económica.
- Malagón, C. (n.d.). *Introducción a la inteligencia artificial*.
- Midjourney. (2022). *Midjourney: Art in the Age of Artificial Intelligence*.
- Potts, A. (1996). Sign. En Robert S. Nelson y Richard Stiff (eds.), *Critical Terms for Art History*. University of Chicago Press.
- Prabhakaran, V., Qadri, R. y Hutchinson, B. (2022). Cultural incongruencies in Artificial Intelligence. *First Workshop on Cultures in AI/AI in Culture*.
- Rouhiainen, L. (2018). *Inteligencia artificial 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro futuro*. Editorial Planeta.
- Saavedra-Bautista, C., Cuervo-Gómez, W. O. y Mejía-Ortega, I. D. (2017). Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora. *Revista Científica*, 28(1), 6-16. <https://bit.ly/49EtMSY>

- Sager, N. (1967). Inmutabilidad y mutabilidad del símbolo: Planteo para una comprensión semiológica del símbolo de Jung. *Revista de Psicología*, 4, 93-104.
- Saussure, F. (2008). *Curso de Lingüística General*. Losada.
- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz. Diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa Editorial.
- Scolari, C. (2023, February 7). *Inteligencia artificial, entre el deseo y el miedo*. CCCBLAB.
- UNESCO. (2020). *Artificial Intelligence and Gender Equality: Key findings of UNESCO's Global Dialogue*.
- Yubin. (2023). *David Holz | Biography, Midjourney Founder & CEO*. Tuts.

¿Nuevos modelos o viejas historias?: la representación de las masculinidades en el manga yaoi

María José Gutiérrez Guzmán
Instituto de Investigación en Igualdad, Género y Derechos
mjgutierrez@uce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8452-8379>

Introducción

En las últimas décadas del siglo XIX el modelo instado de feminidad y masculinidad del Japón de la posguerra se ha modificado. Este modelo tenía su base en la propuesta nacional de la reconstrucción social y económica desde la familia heterosexual. La propuesta era encabezada por el “*salaryman* —empleado de cuello blanco de las grandes corporaciones y las oficinas gubernamentales y la *sengyoshu-fu*— ama de casa de tiempo completo” (Mandujano 2021, p. 125). Los principales correlatos comunicacionales se hallaban en las industrias audio visuales del *trendy* drama y las industrias del manga, que al ser “contenidos característicamente coyunturales reflejan las tendencias sociodemográficas en sus personajes principales” (p. 126).

El *salaryman* se mantuvo hasta 1990 como la personificación de lo masculino en el Japón industrial, según Mandujano (2021) era el “heredero del samurái de la época feudal y del soldado de los tiempos de guerra” (p. 126). La llegada de la estabilidad económica y el aumento de la exigencia de los niveles educativos superiores desarmaron el modelo instalado como proyecto nacional y abrieron paso a una nueva generación de modelos.

La evolución de los actos estéticos y la forma en la cual representan el cuerpo se ha modificado según el tiempo y el lugar; por lo que

es de vital importancia profundizar en las diversas representaciones “modernas” de cuerpos abyectos, ajenos o que, no suelen ser parte de las narrativas y dan acceso a dicha representación; como el manga *yaoi*.

La industria del manga para finales de los 90 e inicios del 2000 empezó a construir una nueva línea narrativa mediante la distribución dentro y fuera del país del *yaoi*. Según Herbertsdóttir (2018) “este particular género llamado boys love es enormemente popular en las secciones de la industria del manga y anime pasando de los \$5.5 billones en el mercado” (p. 3). Así, el manga *yaoi* coloca como protagonista a dos hombres solteros, que no quieren o no saben cómo conseguir una pareja, que dan fuerza a sus carreras laborales, a sus experiencias educativa o de crecimiento personal. Al finalizar la historia, ellos inician una relación sexo-afectiva de carácter homosexual. Los personajes principales *seme* y *uke* se colocan como modelos novedosos de la representación y la masculinidad.

La representación de los modelos de género es uno de los principales medios de socialización y construcción de lo masculino y lo femenino. Este producto de la mass media edifica una expresión de carácter estético y discursivo de las masculinidades dentro de un momento de redefinición de los valores de género.

El objetivo principal es realizar un análisis de las representaciones de las masculinidades en *Saijou Takato* y *Azumaya Shunta*, diez primeros tomos del manga *Dakaretai Otoko 1-i ni Odosarete Imasu*. Estructurado en dos grandes momentos: a) el paso a la prohibición de la imagen homoerótica en Japón: de la era Edo a la era Meiji, retomando la trayectoria histórica-estética de la imagen homoerótica, y la lógica de censura, desnudez y abyección; b) las representaciones de lo masculino en una narrativa que traslada la lógica de la posesión del objeto de deseo a un “otro masculino”. El diseño metodológico se centra en conjugar la descomposición semiótica McCloud (1995) donde a la imagen o ilustración en secuencia se la analiza por las viñetas de Tebeas, junto al análisis de la representación Jodelet (1986) que

materializa e integra significaciones complejas y estructurales como la vivencia masculina en imágenes contextuales.

Bajo la mirada crítica de los estudios de las masculinidades trabajó con las categorías de “masculinidades de dominación” Jablonka (2020), “mascaras masculinas” Gil Calvo (2005), “homosexualidad” Guash (2006) y “representación” Jodelet (1986) y Sambade (2018). El bagaje teórico permite analizar las masculinidades representadas en los personajes *Saijou Takato* y *Azumaya Shunta* en los diez primeros tomos del manga *Dakaretai Otoko 1-i ni Odosarete Imasu* como una reivindicación de la mirada masculina de carácter dominante. Cuyas cualidades están asociadas a la figura del héroe, fuera de la mirada del héroe como figura de las narrativas de acción.

Metodología

El diseño metodológico de este trabajo es de carácter cualitativo bajo la lectura de la descomposición semiótica del comic en su lenguaje dentro de la viñeta: imagen o ilustración y texto. Entendiendo al comic y por ende al manga como “ilustraciones yuxtapuestas y otras imagen en secuencia deliberada con el propósito de transmitir información y obtener una respuesta estética el lector” (McCloud, 1995, p. 9).

La descomposición semiótica propone realizar una lectura crítica a la narrativa del comic, donde a la imagen o ilustración en secuencia se la analiza por las viñetas de Tebeas que, “fraccionan no solo el tiempo sino también, el espacio ofreciendo un ritmo mellado y sincopado de momentos discontinuos, pero cerrado que nos permite conectar esos momentos y construir mentalmente una realidad continua y unificada” (McCloud, 1995, p. 67). Es decir, las viñetas serán analizadas como piezas individuales de una secuencia visual donde se observan: el espacio que ocupan, las líneas vivas, lo narrado y los vacíos de la hostería, en el cual como menciona McCloud es el lector el que participa de la interpretación del hecho. Para lo cual, se aplica el método de Erwin Panofsky (1992) sobre iconología, que, propone un análisis integral de la obra como reflejo cultural de una época y

cuyo significado intrínseco o contenido se descubre distinguiendo el objeto de interpretación, el acto de interpretación y el principio centrador de la interpretación.

Tabla 1
Sistematización del método de Panofsky

Objeto de interpretación ¿Qué voy a analizar?	Acto de interpretación ¿Cómo analizar?	Principio controlador de la interpretación ¿En qué contexto profundizar?
Contenido temático primario o natural	Descripción pre-iconográfica	Historia del estilo
<i>El mundo de lo visible</i>	<i>Descripción de su composición y elementos.</i>	<i>Contextos previos del estilo o maneras en que se expresaron el objeto de interpretación.</i>
Contenido temático secundario o convencional	Análisis iconográfico	Historia de los tipos
<i>El mundo de la imagen y su historia</i>	<i>Descripción de los elementos, composición en el marco histórico.</i>	<i>Momentos de cambio, ruptura o no del estilo del objeto de interpretación con el marco histórico de su análisis.</i>
Significado intrínseco	Interpretación iconográfica	Historia de los síntomas culturales o símbolos en general
<i>El mundo de lo simbólico</i>	<i>Interpretar el significado de los elementos y que sostiene, refutan, naturalizan, etc.</i>	<i>El abordaje epistemológico, teórico, cultural en el que se aborda el tema o conceptos del objeto de interpretación.</i>

Nota. Panofsky, 1998.

La descomposición semiótica junto al análisis de la representación observaba los elementos de aporte a la narrativa de carácter textual: onomatopeyas, diálogo y texto acompañante. Estos elementos aportan a la caracterización de las masculinidades desde la expresión discursiva. Se analiza con apoyo de las propuestas de la construcción de la representación de Jodelet (1986): objetivización y anclaje. Donde la objetivización contextualiza y materializa una idea abstracta como el temor, el amor, el deseo sexual, etc., es “reabsorber un exceso de sig-

nificados materializándolos” (p. 481). El proceso de anclaje se refiere a la “integración cognitiva del objeto representado dentro del sistema de pensamientos preexistentes y a las transformaciones derivadas de este sistema” (p. 486).

La propuesta metodológica nos permite entender no solo al objeto de análisis como un espacio de visualidad y configuración estética; sino como un espacio de representación, una ventana que asocia los elementos visibles con su valor simbólico y con ello su fuerza en el marco histórico. No solo es la descripción elemental lo que se ve, sino de aquello que no se ve, pero se sostienen como concepto.

Figura 1

Dakaretai Otoko Ichii ni Odosarete Imasu



Nota. Capítulo 10. Hashigo, 2010.

Ejemplificando, (figura 1) las viñetas en su conjunto dan la secuencia de una narración, en el caso el “posible beso”, que no se ve, entre *Takato* y *Shunta* narrado desde una viñeta de Tebeas o una viñeta que completa la secuencia. Pero, que, acompañada del elemento textual “*Saijou* –san ¿Por qué estás haciendo esa expresión?” (Hashigo, 2010) y las onomatopeyas “ah” dan una caracterización narrativa, que

trabaja una secuencia de primeros planos, planos detalles de un cuerpo fragmentado en un momento específico, el homoerótico. Profundizaré en los análisis de esto en los siguientes epígrafes.

Así, las interpretaciones de este trabajo son de carácter cualitativo y están enfocadas en dar respuesta a la representación de las masculinidades de los personajes principales dentro de la consolidación de su relación sexo afectiva en los primeros diez tomos.

El paso a la prohibición de la imagen homoerótico en Japón: de la era Edo a la era Meiji, retomando la trayectoria histórica-estética de la imagen homoerótica, y la lógica de censura, desnudez y abyección

La Venus de Botticelli es tan bella como desnuda está. Pero es tan hermética, tan impenetrable como bella. Dura es su desnudez: cincelada, escultural, mineral. (Didi- Huberman, 2005, p. 19)

La prohibición de la imagen homoerótica en Japón del *shunga* y el traslado de su estética responde a un paradigma de cambio social, histórico y epistemológico sobre la concepción de la desnudez/desnudo. Para entenderlo es necesario recordar las dos grandes eras del Japón que a mi criterio sostienen las bases del *yaoi*, la era Edo (1603-1868) y la era Meiji (1868-1912).

La era Edo se caracterizó por ser una época de consolidación de la paz en Japón, que tras una serie de grandes guerras internas logra unificar todo el territorio japonés en manos de los *Togukawa*. Para el siglo XVII, los *Togukawa* constituyen una era sostenida en cuatro pilares esenciales:

- Un sistema filosófico budista en el que las prácticas sexuales era entendidas como una expresión de la vida social y los bonzos o mojes budistas no podían mantener relaciones sexuales con mujeres.

- Un sistema económico sostenido en la división de feudos, cuyo principal sustento económico era el agro porque las políticas internas se dedicaron a normar el transporte, mercados interno y comercio externo. Y el aumento de progreso de impuestos al campesinado (Ohno, 2006).
- Una política de aislacionismo y proteccionismo nacional para el comercio y la filosofía religiosa establecida entre 1633-1639. Esta miró como factor desestabilizador a la filosofía cristiana y al ingreso de productos externos para el comercio, por lo que prohibió los viajes e ingreso de extranjeros al país, exceptuando Holanda y China (Ohno, 2006).
- El establecimiento de Edo como ciudad capital y con ello la estructuración de ciudades-castillos que colocaba a los *daimios*, administradores de tierras en la escala la pirámide social, *samuráis*, clase militar; las órdenes religiosas, *hyakusho*, agricultores, *shokunin*, artesanos, *chonin*, comerciantes y *hinin*, proscritos (García, 2000).

La caída de la era Edo tuvo como contextos dos desastres naturales: 1703 el terremoto de *Genroku* y cuatro años después la erupción del monte *Fuji* que aumentaron la desigualdad y la hambruna y dieron como paso una serie de rebeliones. Esto provocó críticas por considerar el aislacionismo una salida al comercio, pero en 1842 se abolió y aumentó la presión de los países occidentales para entrar en la bahía japonesa.

En ese marco se establece la era Meiji conocida como la era de modernización de Japón, donde “más forzados por las circunstancias externas que elegidos por voluntad los japoneses o sus autoridades (...) inicio la incorporación de la sociedad japonesa al sistema internacional europea” (Sarquis, 2018, p. 8). Para esto es necesario revisar los mayores cambios estructurales del Japón —era Meiji:

- Nuevo régimen civil y penal de inspiración francesa que decreta al sintoísmo como el sistema filosófico, por lo que se separó a las órdenes religiosas del ámbito político y que a

su vez se vio determinado por la importación de la sexología occidental. Finalmente, estableció un parlamento con cuatro principios: asambleas deliberativas, medicación de las clases sociales, de costumbre por leyes, sistema de educación.

- El cambio de un sistema feudal a la modernización de un capital industrial retomando las tierras de los *daimos* para el emperador. Implantando el *yen* como moneda única, una reforma agraria (1873) que terminó con el régimen feudal y colocó al comercio y la inversión extranjera como fuentes esenciales de financiamiento del Japón Meiji.
- El establecimiento de un político de expansionismo apoyada con una política militar que llevó a Japón a establecer colonias en Corea y buscar la expansión en Oriente.

Con esta lectura general es necesario enfocarnos en las representaciones y vivencias de la práctica del homoerotismo en ambas eras siendo que, la era Edo cuenta con una amplia documentación de Círculos de conocedores del amor entre hombres, es decir espacios de diálogo, aprendizaje y arte. Según Saikaku (2018) en su libro *El gran espejo del amor entre hombres*, las prácticas homoeróticas de bonzos, samuráis y señores de la tierra eran entendidas como sublimes de ser descritas. Pues, no solo eran un lógico narrativo en la vida cotidiana y religiosa, sino contaban con una fuente mitológica tras ellas. Saikaku sitúa esta fuente como el origen del amor homosexual en una relectura del *Nihon shoki*, el segundo libro más antiguo de Japón del año 720 que describe el periodo de los dioses y el origen del mundo.

En el mito no reinterpretado Izanagi e Izanami descienden a una isla llamada Onogoro-shima y edifican un altar, no están seguros de cómo mantener el coito y conversan sobre ¿cómo están hechos sus cuerpos? Izanami menciona que una parte de su cuerpo no ha crecido y está cerrada en una referencia a su vagina y útero; mientras Izanagi cuenta que una parte de su cuerpo está totalmente formada y ha crecido demasiado en referencia con su pene. En ello Izanami propone mantener el coito y da a luz deidades deformes. Al indagar

la razón las divinidades responden que el coito debe ser propuesto por Izanagi, siendo el quien hable primero e inicie la acción. Tras ello logran procrear a siete deidades (ocho islas principales de Japón).

Ahora, el mito reinterpretado menciona que al no saber cómo mantener el coito Izanagi e Izanami se inspiran en un pájaro que agita su cola ante ellos; y siendo que el castigo se da en la relación heterosexual el coito anal es impugnable de castigo y bien visto. De hecho, Saikaku bautiza a Japón como “Seirei koku o «país de las libélulas», derivada, según él, del hecho de que estos insectos se aparean por atrás, la postura que el escritor reserva para la práctica del coito homosexual” (López de la Llave, 2011, p. 5).

Así, la era Edo cuenta con una proliferación del amor entre hombres como parte esencial de las áreas del arte y el conocimiento a través de *shungas*, o imágenes de primavera, el teatro *kabuki* o los poemas era basto. Los *shungas* serán el objeto de nuestro análisis pues “representan distintas formas de actividad sexual. Los más antiguos tratan del sexo de trabajadores sexuales (masculinos o femeninos) con sus clientes varones. Hay imágenes de sexo heterosexual tanto como homosexual” (Hare, 2013, p. 51). Lo que, permitirá tener un vasto repertorio de imágenes u grabados sobre el homoerotismo y cuya médula son las diversas formas de interacción con ellas a lo largo de más de un siglo. Se caracterizaban por representar no solo corporalidades completas, cuerpos anchos, cabellos oscuros, rasgos faciales alargados y ojos rasgados; sino que la escena permitía encontrar actos visibles del homoerotismo sea penetración, besos o caricias (tabla 2). Y cuyo escenario respondía al estilo en auge del *ukiyo-e*, mundo flotante. El *ukiyo-e* es una reproducción de la naturalidad de la vida cotidiana enfocada, pero en interacción con la naturaleza y lo fantástico provocando que los escenarios subordinen los detalles y se enfoquen en crear una atmósfera viviente basada en un solo elemento.

Los *shungas* se presentaban como estampas individuales o libros seriados, que contarán las travesías de samuráis, bonzos o actores ka-

buki; quienes solían aparecer en escenas donde interactuaban o eran observados pasivamente por un tercero (figura 2 y 3).

Figura 2
Sin título



Nota. Sukenobu, 1716.

En esta imagen, estampa de carácter individual, los cuerpos juegan a la pulsión del tacto erótico sin alcanzar la descripción de un cuerpo desnudo. Los personajes definidos en colores brillantes resaltando del fondo interactúan entre ellos al mismo tiempo. Dos hombres con las cabezas rapadas un samurái a la espera del té, un kabuki y una oirán quienes se besan a sus espaldas. Una escena de la vida cotidiana en las casas de té *Kagemajaya*, donde se brindaban servicios sexuales a las clases altas. Por el contrario, el *Libro de encuentros*, libro de estampas seriadas muestra la historia de un samurái que en su recorrido mantiene encuentros homoeróticos con diversas personas jóvenes (artistas o letrados); la gran diferencia de este seriado es el juego de la pulsión del tacto donde se denotan cuerpos en actos de penetración.

Figura 3
Libro de encuentros



Nota. Masanobu, 1764.

Como se observa las expresiones de representación homoerótica eran bastas de y una respuesta a los modelos socioculturales de la época; siendo que estas presentan hombres de mayor edad o rango en actos de penetración o seducción con jóvenes. La expresión homoerótica era una más de las vivencias de la sexualidad, integrada al arte y la práctica espiritual.

Por el contrario, con la llegada de la era *Meiji* y la adaptación jurídica-estatal y, por ende, social y cultural de nuevos modelos morales y sociales occidentales se empezará “[L]a importación de la sexología europea y norteamericana, [donde] las prácticas homosexuales empezaron a ser interpretadas a través del nuevo código de una sexualidad pervertida” (López de la Llave, 2011, p. 3). Esta reevaluación tuvo un impacto significativo en el tema central abordado en este capítulo: el homoerotismo. Los intercambios culturales entre Japón y Occidente durante la era Edo se posicionaron como precursores de los acontecimientos en la era Meiji. Como menciona Peña (2000) estos encuentros fueron interpretados desde la perspectiva del pecado y la desnudez. San Francisco Javier comentó: “fornican públicamente, sin tener ninguna vergüenza; todos tienen mozos con quienes pecan, y así lo confiesan, diciendo que no es pecado” (Peña 2000, p.65). Con el advenimiento de la era Meiji y la adopción del proceso de modernización, se desencadenó un cambio epistemológico en torno a las estampas eróticas conocidas como shunga. Anteriormente integradas al arte, la belleza y el erotismo de la vida cotidiana, estas obras pasaron a ser consideradas obscenas, lo que promovió la disolución de los círculos que apreciaban el amor entre hombres.

Tamagawa (2018) defiende que la clave de la desintegración y el ingreso de los sistemas heteronormativos y patriarcales en Japón fue la definición del confucianismo y el código civil ambas con adaptaciones occidentales que definían roles basados en el género. Así, se proponía que las mujeres se convirtiesen en madres y los hombres en padres y trabajadores asalariados. Una lógica que no abordaremos en esta sección, pero dio paso a la figura de padre ausente y madre educadora, esencial en la siguiente sección. “Los padres japoneses brillan por su ausencia tanto física como psicológica. En lugar de ser egoístas o negligentes, la mayoría de las familias japonesas reconocen a los padres como buenos proveedores, debido a otra imagen predominante” (Tamagawa, 2018, p. 6).

Pero, la censura del *shunga* trajo consigo el retorno del estilo *ukiyo-e* o mundo de lo sublime del arte *shunga* y la corporalidad estética de la contemplación del desnudo proponiendo así nuevas formas de representar el homoerotismo. Siendo que, los cuerpos aparecerían en actos de contemplación caracterizados por una piel blanqueada, cuerpos delgados u esbeltos, cabellos lizos de colores, ojos anchos occidentalizados, eliminación del falo, la penetración, la caricia de la escena por lo que esta queda sin movimientos enfocados en un escenario sublime natural o fantástico (véase tabla 2).

Ahora, el *yaoi* retoma la lógica estética del *ukiyo-e* aplicada tras la era *Meiji* occidentalizando el cuerpo y el rostro visibles, así como la lógica de lo sublime sobre el escenario; por otro lado, del *shunga* influye en su trama narrativa colocando al homoerotismo en el centro de la misma, y jugando con la lógica de lo que se ve o no. Esto responde a la investidura ideológica del pudor sobre el cuerpo y su gestualidad de carácter occidental; hablamos del juicio fenomenológico sobre la desnudez. Didi Huberman (2005) propone entender la separación ideológica del cuerpo por la mirada de lo estético; el cuerpo desnudo es contemplativo no cuenta con movimiento, ni expresa el ingreso al mundo de lo erótico y el goce, mientras que el cuerpo en desnudez se lanza al goce de lo abyecto, cuenta con movimiento desde la pulsión del contacto corporal cuyo “objetivo inmediato tanto de la aproxima a un tanto de la aproximación agresiva como de la aproximación tierna al objeto” (Didi- Huberman, 2005, p. 33) Por lo que, podemos afirmar que tanto el *shunga* como el *yaoi* son espacios de representación abyecta pues se lanza a mostrar la pulsión del tacto inmediato, el movimiento de la desnudez (véase tabla 2).

Tabla 2

Comparativa visual de la representación homoerótica: shunga, ukyio-e, yaoi

Shunga	Ukyio-e	Yaoi
		
<p>Hiroshige, imagen shunga, (1840). Imagen de Hiroshige</p>	<p>Takato Yamamoto, bad habbit, (2002). Imagen de Takato Yamamoto</p>	<p>Dakaretai Otoko Ichii ni Odosarete Imasu. Capítulo 2 (Hashigo 2013)</p>

¿Qué sucede con el cuerpo que vive el goce abyecto en el manga *yaoi*? El cuerpo sufre una lógica de segmentación para jugar con el cuerpo desnudo y el cuerpo en desnudez a través de las viñetas. El cuerpo desnudo se muestra sin ropajes visibles “materiales”, torsos desnudos, etc. Pero, en acto contemplativo (figura 3), mientras que el cuerpo en desnudez se centra en la fragmentación del mismo cuerpo, pero delineado como objeto de posesión de deseo. “La creencia de que los elementos omitidos en una obra de arte forman parte de esta, al igual que los elementos presentes ha sido especialidad de Oriente durante siglos” (McCloud, 1995, p. 82). La clave será entonces el acto homoerótico para la demostración de la masculinidad en la narración de los actos posteriores y previos.

Figura 3

Dakaretai Otoko Ichii ni Odosarete Imasu



Nota. Capítulo 8. Hashigo, 2010.

Las representaciones de lo masculino en una narrativa que traslada la lógica de la posesión del objeto de deseo a un “otro masculino”

Hacerse hombre consiste en enmascararse, pues la masculinidad siempre es una máscara: una prótesis extracorpórea de naturaleza fálica, en tanto que metáfora de la erección a la que alude. De esta forma, revestirse con la máscara de la virilidad equivale a fingir un imposible estado de erección permanente. Y por eso desenmascarar a un hombre equivale a desarmarle, a castrarle, a emascularle.

Pero, además, hacerse hombre también exige escoger unas máscaras y rechazar otras, eligiendo entre ellas libremente: trágicamente. (Gil-Calvo, 2005, p. 15)

La masculinidad en la lectura inicial de los estudios de las masculinidades coloca a lo masculino en negación de lo femenino cuyos procesos de consolidación se da bajo un proceso de socialización y validación del modelo de lo masculino hegemónico. Frente a esta, las críticas realizadas por Gil Calvo (2005) propone entender a lo masculino no como la contraposición de lo femenino, sino como una mascarada. Una sucesión cambiante de rituales, identidades o papeles cuyas características son sociales, culturales e historias y que deben ser representadas en los escenarios de lo público y privado como parte del ejercicio del poder.

De tal manera, el análisis de las representaciones de lo masculino se convierte en un desenmascaramiento de dichas interpretaciones teatrales sobre estas máscaras. Como afirma Jablonka (2020), las masculinidades no tienen un modelo hegemónico, sino por el contrario diversas formas de expresión cuya cualidad común es la imposición o dominación. Es decir, la expresión del poder masculino mediante la cualidad de lo viril, siendo la virilidad demostrada y exhibida “a través de una serie de objetos que confieren a su propietario una cualidad [...]” (Jablonka, 2020, p. 86).

Gil Calvo (2005) propone que la cualidad viril se da bajo una serie de máscaras que interpretan los sujetos según el rol del: héroe, monstruo o patriarca y que es dentro de estas que se le entregan las caracterizaciones. Esta “dramaturgia ritual” (Gil-Calvo, 2005, p. 18) precisa de un escenario de ritualización que se identifica con los oficios y las profesiones relacionadas con la lucha, la aventura, el deporte o que proporcionan al máximo la expresión de una cualidad. Es decir, propician condiciones para jugar el rol según el eje de competencia masculina: esfera del poder (lucha competición, cualidad maximizada) —eje del héroe, esfera del capital (propiedad y dominación) —eje del patriarca y esfera del deseo (descontrol) —eje del monstruo.

Saijou Takato y *Azumaya Shunta* se colocan en la narrativa bajo la máscara de los héroes, poseedores de una característica única que los permite reflejar su virilidad. Son quienes logran edificar la matriz heroica pues, “el héroe se auto realiza desarrollando al máximo sus propias capacidades, y en ello tanto en cantidad o extensión como en calidad e intensidad, desarrollando cada una en su máximo grado de perfección” (Gil-Calvo, 2005, p. 87).

Tabla 3

Características de los personajes principales Saijou Takato y Azumaya Shunta

Caracterización	Saijou Takato	Azumaya Shunta
Actividad profesional	Actor	Actor
Experiencia profesional	20 años	3 años
Edad	28 años	18 años
Logro inicial en la trama	Nominado como el hombre #1 más deseado en el mundo del espectáculo por cinco años seguidos.	Colocado como el hombre #1 más deseado en el mundo del espectáculo. Arrebatando el lugar a Saijou Takato.

Nota. Hashigo, 2010.

Pero, como menciona Gil Calvo (2005), el héroe no es solo aquel que ha demostrado un proceso de autorrealización y cualidad al grado de perfección; como *Takato*, como lo demuestra la escena inicial del primer capítulo: “Estar clasificado en el primer puesto de los más deseados es la gloria de todo hombre en la industria del espectáculo quiere. Yo Saijou Takato, he mantenido y protegido ese lugar pos-5 años. Es correcto 5 años seguidos, por 5 largos” (Hashigo, 2010); si no, aquel que realiza pruebas de heroísmo, es decir, acciones fuera de los límites normas de la vida cotidiana. Y donde la aventura pone el juego su control, su dolor.

Lo que la aventura pone en juego no es tanto la vida como la dignidad personal. Y si parece que te juegas la vida es porque te estás jugando la propia identidad por la que te reconocen los demás. (Gil-Calvo, 2005, p. 92)

De ahí que la masculinidad heroica de *Shunta* se coloca en el escenario bajo una serie de actos performativos que demuestran su valía como el primer puesto del hombre más deseado, al conseguir el papel protagonista dentro de una producción con *Takato* y en varias escenas se enfrenta con el talento actoral al mismo (figura 4).

Figura 4

Dakaretai Otoko Ichii ni Odosarete Imasu



Nota. Capítulo 2. Hashigo, 2010.

En estas escenas, las características ilustradas de *Shunta* colocan su rostro con facciones más fuertes, por el contrario, *Takato* es ilustrado con sonrojos y expresiones faciales menos fuertes. A su vez, la narración se acompaña con personajes secundarios que validan el acto heroico de *Takato*. “No seas devorado Saiku-chan” (Hashigo, 2010).

El héroe es una amorcara que no puede ser auto reconocida o auto validada, por el contrario, debe ser conseguida y aceptada mediante la ovación de otros. Por lo cual, expresa Gil Calvo (2005): en una historia podrán haber más de dos héroes que conjuguen sus habilidades y a los que se les designe una tarea a ser demostrada en escenarios que modifiquen por completo sus vidas mismas. Pues, el héroe no será el triunfador, pues el punto no es que triunfe o fracase en demostrar sus cualidades; sino que aspire y permanezca en él, el deseo de vencer. Es movido por la necesidad de notoriedad en cuanto más inalcanza sea el triunfo. Esto incluye los ritos de paso y demostración a jóvenes de la experiencia de la lucha (Gil Calvo, 2005, p.92).

En el caso de *Takato*, las escenas en las cuales es ilustrado con los rasgos fáciles de severidad, ojos y cejas fruncidas, mientras que los personajes que interactúan con el (*Shunta o Ayagi*) son ilustrados con sonrojos, expresiones finas o desconcierto corresponden al rito de paso de la enseñanza.

Como se puede ver las escenas a continuación (figura 5).

Figura 5

Dakaretai Otoko Ichii ni Odosarete Imasu



Nota. Capítulo 2 y 6. Hashigo, 2010.

Dichas escenas suelen estar acompañadas de frases como “¿Con quién crees que compartes la materia de tus escenas? Es mejor que no me tomes a la ligera fácilmente pierdo respaldar a un novato como tú” (Hashigo, 2010) o “si el actor principiar es abrumado por el impulso será problemático Ayagi-kuna” (Hashigo, 2010).

Jablonka (2020) propone entonces entender que no existe un modelo de lo masculino, sino por el contrario una masculinidad de dominación que se “difracta en una multitud de estereotipos colectivos” (Jablonka, 2020, p. 92) en los cuales el hombre se reconocería viril. Para ello propone la categoría de la masculinidad de la ostentación.

La masculinidad de la ostentación trabaja desde la exhibición de una cualidad (actoral) y que en relación con la máscara heroica debe “fanfarronear, hablar en alto, correr riesgos excesivos para mostrar de qué madera estamos hechos” (Jablonka, 2020, p. 92). De ahí, que, estos ritos de paso de la heroicidad de *Takato* son expresados desde el fanfarroneo en escenas donde demuestra los años de experiencia y sustenta sus habilidades actorales, teatrales o de manejo del escenario. Y que, a su vez, responden al proceso de iniciación o aprendizaje de lo masculino. Donde, los jóvenes aprenden los códigos de género de que no se limita a la posesión de la femenino, ritos de iniciación sexual. Sino que, adquieren de manera colectiva códigos y habilidades para identificar “a los verdaderos hombres de los otros, cobardes, gallinas, miedosos, pusilánimes y demás” (Jablonka, 2020, p. 99). A la vez, que adquieren máscaras específicas para jugar el rol que se les entrega.

Por otro lado, la ostentación, que, *Shunta* demuestra en exhibir el deseo, fuerza y riesgos excesivos en las escenas donde la narrativa coloca en peligro a *Takato*, o expresa posesión sobre él. Por el contrario, en la mayoría de las escenas *Shunta* es ilustrado acompañado de alas de ángel o expresiones de alegría casi infantilizadas. Como se demuestra a continuación (figura 6):

Figura 6

Dakaretai Otoko Ichii ni Odosarete Imasu



Nota. Capítulo 2 (Hashigo, 2010) y Capítulo 8 (Hashigo, 2010).

A este punto, se verifica que la presentación de la masculinidad de estos personajes es de carácter heroico y ostentoso, más, la potencia simbólica de la masculinidad en los personajes *Takato* y *Shunta* determinadas y validadas por sus cualidades: fuerza, experiencia, belleza, etc. corresponde al orden de género. Por lo cual, no representan un gran cambio, en cuanto a las transformaciones de la representación de las masculinidades, las caracterizan con cualidad sobresalientes, solteras y carreras o trabajos altamente calificados.

Pero, la lectura se profundiza si, a estos elementos los entendemos desde las representaciones del orden de género que más allá de una asignación biologicista, recaen sobre la dominación del cuerpo. Dicha dominación se afianza en el manga *yaoi* dentro del plano de la sexualidad. En el cual la narrativa propone transformaciones del modelo tradicional de la masculinidad asignada a la consolidación de las familias heterosexuales.

El análisis a las masculinidades dentro de la relación homosexual de los personajes *Takato* *Shunta* es detenerse en los ritos de carácter colectivo homosocial, en el que se afianza en escenarios grupales de contexto igualitario, donde “los hombres desarrollan allí amistades

fundadas en las partidas de cartas, canciones, invitaciones a beber, negocios e inclusive fiestas” (Jablonka, 2020, p. 98) a los escenarios homo eróticos en los cuales se da posesión al cuerpo y la expresión del deseo.

El escenario de las invitaciones a beber, donde los grupos de actores, producción, etc. se juntan de manera igualitaria se convierten en los preludios de la iniciación masculina, pues en ellos se reafirma la posesión del cuerpo, mediante la expresión del deseo. En el caso de la relación entre *Shunta* y *Takato* el escenario de bebidas coloca a *Takato* como el hombre borracho que termina en casa de *Shunta* y es violado. Mientras que, en el caso de *Shunta* y *Ayagi* este escenario vuelve a colocar a *Takato* en el plano de la ebriedad, donde termina en una habitación de hotel siendo abusado por *Ayagi*; pero debido a una llamada de *Shunta* no se concreta la violación.

Si bien, he de decir que este ensayo no abordará a profundidad la realidad de estos escenarios de estatización y naturalización de la violencia sexual. Sí los utilizaré como punto de partida para entender la propuesta del imperativo heterosexual de Butler (2002). Dicho imperativo da significaciones sociales y políticas provocando que la norma narrativa sea la heterosexualidad normativa. La heterosexualidad normativa “opera en la producción de los contornos corporales o en la fijación de los límites de la inteligibilidad corporal” (Butler, 2002, p. 41).

La fijación de estos límites se traslada de tal manera al *yaoi* en sus elementos semióticos verbales y de las imágenes que representan dentro de las escenas, pues como propone Guash (2006), la masculinidad no es ajena a la homosexualidad, por lo cual en estos escenarios homo eróticos también se pone en juego la demostración de la cualidad viril desde la imagen del maricón.

El maricón (en tanto que macho viril y, por ello, supuestamente activo) se adecua bien a las expectativas de género [...] posee los marcadores de género (roles, apariencia y actitud) prescritos para un hombre; pero desafía la norma que prohíbe a los hombres desearse entre sí. (Guash, 2006, p. 126)

De ahí, que *Takato* mantenga escenas de carácter sexual con *Shunta* negando al momento el deseo o placer en las escenas consensuadas. Estas escenas son trabajadas con color tenue, haciendo hincapié en la memoria de actos pasados. A su vez, suelen ir acompañadas de frases como “¡así es! Yo absolutamente no lo acepto”, “en ese momento solo fui influenciado por el flujo de ese idiota”, “no te dejes llevar ángel pervertido” (Hashigo, 2010).

Mientras que, como observa Sambade (2018) en los escenarios de representación en los massmedia se coloca la necesidad de identificar el deseo con base en mujeres y hombres, fortaleciendo la figura del modelo hiper virilidad del homosexual. Basados en “la construcción física del cuerpo evolucionado hasta convertirse en modelos hegemónicos de la masculinidad basados en el concepto de belleza. Es decir, los hombres comenzaron a posicionar como objetos de deseo” (Sambade, 2018, p. 33). Hombres capaces de ostentar y ofrecer placer mediante la posesión erótica, libres de utilizar su cuerpo para la violencia y la exaltación del deseo.

Figura 7

Dakaretai Otoko Ichii ni Odosarete Imasu



Nota. Capítulo 2 (Hashigo, 2010).

Bajo este marco se da el análisis crítico de las principales escenas sexuales entre *Takato* y *Shunta* (figura 7). En ellas las ilustraciones se enfocan a dar seguimiento a las expresiones de placer de *Takato*, acompañándolas de onomatopeyas como: “ah” “Temblor” “Golpe”, y ventas que ocupan 2/3 partes de la escena. Dentro de ellas preponderan el rostro de *Takato*. Mientras que *Shunta* tiene mayor apoyo textual que ilustrado con frases como “eres tan lindo Takato san” “parece que estás a punto de venirte” “lo encontré, tu dulce lugar” (Hashigo, 2010).

Figura 8

Dakaretai Otoko Ichii ni Odosarete Imasu



Nota. Capítulo 2 (Hashigo, 2010).

El tomo finaliza con la decisión de *Takato* frente a la pregunta realizada por *Shunta* “Eres tu Takato-san, que está haciendo que me gustes tanto, y me seguirás gustando más y más de aquí en adelante. Voy a llegar a quererte cada vez más Takato-san. ¿Qué vas a hacer tú?” (Hashigo, 2010). Tras este cuestionamiento *Takato*, quien en la lectura del imperativo heterosexual y la cultura contemporánea de la mas-

culinidad gay es el personaje trasladado al rol de la femineidad, al ser el que es poseído por *Shunta* demostró nuevamente la potencialidad de la figura del maricón con máscara de héroe al realizar un acto de carácter heroico (figura 9).

Figura 9

Dakaretai Otoko Ichii ni Odosarete Imasu



Nota. Capítulo 8 (Hashigo, 2010).

Bajo la lectura de Gil Calvo (2005), el acto de *Takato* al aceptar su amor y posterior relación con *Shunta* es de carácter heroico, pues, no son más que representaciones escénicas cuyo resultado es decisivo en la identidad y futura ida. Se constituye en una acción arriesgada:

[A] ponerse a prueba el héroe corre riesgos: el piloto puede perder la vida al chocar en la carrera, el homosexual puede perder su empleo al salir del armario. Lo esencial es que la acción heroica ha de realizarse al enfrentarse a laguna clase de riesgo. (Gil-Calvo, 2005, p. 98)

Resultados

Las masculinidades representadas por los personajes *Saijou Takato* y *Azumaya Shunta* en los diez primeros tomos del manga *Dakaretai Otoko 1-i ni Odosarete Imasu* reivindican una faceta masculina de carácter dominante. Pues, si bien no responden a la lógica del modelo nacional de lo masculino, el *salaryman*, sí entregan una multiplicidad de elementos que le dan cualidad viril.

Dichas cualidades están asociadas a la figura del héroe, fuera de la mirada del héroe como figura de las narrativas de acción. El héroe es en estas representaciones la figura que permite darles el valor de lo viril al enfrentarse a escenarios peligrosos, decisiones decisivas y responder a la exigencia del mundo creado en la narrativa. Bajo esta lectura, los personajes presentan un nuevo tipo de masculinidad heroica no asociada a la lectura del héroe masculino occidental (Marvel, DC Comics), sino a una realidad heroica enfrentada a la vivencia del amor entre hombres. Para aportar, mayor fuerza a la demostración de esta cualidad viril, los personajes son datos de acompañantes ilustrados y textuales que refieran a sus logros. Sea, la experiencia y desarrollo de una habilidad única (actoral), su fuerza física o su capacidad de convertirse en cuerpos de deseo.

Finalmente, en el ámbito de la representación de las masculinidades en cuanto a la relación sexo afectiva propone dos componentes críticos: la afirmación de la masculinidad dentro de una relación y la reivindicación del amor entre hombres. En el primer elemento, las narrativas reafirman una masculinidad de comunicación trabajada desde el imperativo heterosexual, es decir la posesión y control sobre el cuerpo, que en este carácter de ser feminizado. Pero, que, en caso del manga analizado, es únicamente feminizado en el espacio del escenario del deseo homo erótico, mientras que es afirmado como viril en las escenas colindantes.

De esta mirada que, como surja la propuesta crítica de dar una nueva lectura al amor entre hombres, pues durante los diez tomos, co-

rrespondiente a la consolidación y formalización de la relación entre *Takato* y *Shunta* no existe en las viñetas de manera textual o ilustrada la afirmación a palabras como “homosexual”. Por ende, solo ilustra escenas de la consolidación de pareja entre los personajes principales. Elimina este carácter recursivo, usado en la mayoría de las propuestas de comic “No estoy enamorado de un hombre” y toma elementos de negación del deseo.

Conclusiones

El manga *yaoi*, es un producto mass media que dentro del análisis de las representaciones de la masculinidad abre varios hilos del debate que en este ensayo no se ha tocado pero que, permiten reflexionar sobre los “nuevos discursos”. Pues, en su narrativa los protagonistas son dos hombres homosexuales, que a lo largo de los tomos instalan una relación sexo afectiva.

Es en este espacio donde, los análisis deben profundizarse pues, los temas recurrentes a la violación, acoso y hostigamiento se ilustran y acompaña desde la estética y el imperativo de amor romántico. Por lo cual, eliminan la posibilidad contra discursiva inicial de la propuesta. No con ello, elimino que esta producción transforme la representación de las masculinidades en Japón; siendo que irrumpe la lógica del proyecto nacional de la familia heterosexual. Sino, por el contrario, insto al lector a tomar este trabajo para realizar una crítica, y a su vez en mí una autocrítica sobre lo no abordado en este análisis.

Referencias bibliográficas

- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los limites materiales y discursivas del sexo*. Paidós.
- Didi- Huberman, G. (2005). *Venus rajada*. Traducido por Juana Salabert. Losada Artes y Artistas 1. Losada.
- García, O. (2000). *El período Edo. Sociedad y cultura popular urbana*. Real Academia de Bellas Artes de San Fernando.
- Gil-Calvo, E. (2005). *Máscaras masculinas: héroes, patriarcas y monstruos*. Anagrama.

- Guash, O. (2006). *Héroes, científicos, heterosexuales y gays. Los varones en perspectiva de género*. Barcelona.
- Hare, Th. (2013). La condición del sujeto en el arte erótico de Japón. En *Formas de eros: Ensayos sobre arte y erotismo* (pp. 39-59). Málaga.
- Hashigo, S. (2010). *Dakaretai Oroko Ichii ni Odosarete*. 7 vols. Asuka Ciel.
- Herbertsdóttir, B. (2018). *Boys love comics as a representation of homosexuality in Japan*. Japanskt mál og menning. <https://bit.ly/3sFXUg5>
- Hiroshige, U. (1840). *Shunga*.
- Jablonka, I. (2020). *Hombres justos: Del patriarcado a las nuevas masculinidades*. Anagrama.
- Jodelet, D. (1986). La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales* (pp. 470-94). Paidós.
- López de la Llave, C. (2011). Azaleas entre rocas: el amor homosexual en la literatura japonesa. *Kokoro: Revista para la difusión de la cultura japonesa*, 4, 2-17.
- Mandujano, Y. (2021). Series televisivas como espacio de negociación de la feminidad, la masculinidad y las expectativas sociales en el Japón contemporáneo. *México y la Cuenca del Pacífico*, 10(28), 121-41.
- Masanobu, O. (1764). *Libro de encuentros*.
- McCloud, S. (1995). *¿Cómo se hace un cómic? el arte invisible*. 1.ª ed. Ediciones B S.A.
- Panofsky, E. (1998). *Estudios sobre iconología*. Alianza Editorial.
- Peña, Á. (2000). *San Francisco Javier, Apóstol de las Indias*. Bible Gate Way.
- Saikaku, I. (2018). *El gran espejo del amor entre hombres: Episodios entre samurai, monjes y actores*. Traducido por Amalia Sato. 2º.
- Sambade, I. (2018). Masculinidades, cambios sociales y representación en la cultura de masas. *Brocar*, 42, 292-322.
- Sarquís, D. J. (2018). La modernización de Japón durante la era de la restauración Meiji. *Revista de Relaciones Internacionales de la UNAM*, 131.
- Sukenobu, N. (1716). *Sin título*. Shunga.
- Tamagawa, M. (2018). Coming out of the closet in Japan: an exploratory sociological study. *Journal of GLBT Family Studies*, 14(5), 488-518. <https://doi.org/10.1080/1550428X.2017.1338172>

Audiencias, pantallas y televisión: medicaciones en la televidencia local chilena

Carolina Rodríguez Malebrán
Universidad de La Serena-Chile
crodriguez@userena.cl
<https://orcid.org/0000-0002-7642-7559>

Cristian Muñoz Catalán
Universidad de La Serena-Chile
cmunoz@userena.cl
<https://orcid.org/0009-0007-9972-9756>

Introducción

Las audiencias han sido estudiadas desde diferentes perspectivas teóricas, no obstante, en este trabajo, interesa abordar posturas que tengan relación e implicancia con el fenómeno de la comunicación, la cultura y las audiencias, que en definitiva son ejes esenciales del pensamiento de Jesús Martín-Barbero.

Primero el cine, luego la televisión, medios de comunicación que permiten conectar al ciudadano común con su territorio, ciudad, región, país. Claramente, el cine desde una posición más integral o amplia y la televisión desde lo cotidiano y doméstico (Pereira, 2015). En este nuevo ecosistema digital, las actuales audiencias han incorporado formas de comunicación, en medios y/o soportes cada vez más segmentados y democratizados, gracias a internet y a las redes sociales (Rodríguez- Breijó y Gallardo-Camacho, 2021). Surgen así nuevos actores relevantes desde la ciudadanía, quienes resignifican los contenidos de terceros y paralelamente producen sus propios contenidos, tomando relevancia lo nuestro, lo propio y lo local. Al respecto el autor indica:

Hay nuevas tensiones estratégicas que fuerzan a los medios a cambiar, tensiones entre su predominante carácter comercial y el surgimiento de nuevas figuras y expresiones de la libertad e independencia, entre sus tendencias a la inercia y las transformaciones que imponen los cambios tecnológicos y algunas nuevas demandas de los públicos. (Martín-Barbero, en Pereira, 2015, p. 72)

La televisión ha sido objeto de estudios a lo largo de su historia, desde que se consolida tras los primeros años venideros a la finalización de la Segunda Guerra Mundial. Su penetración y consumo en todo el mundo, pese a las periódicas crisis de credibilidad, financiamiento u otras vicisitudes que ha debido enfrentar, la mantienen como un medio muy consumido (Rodríguez *et al.*, 2017), siendo las audiencias de niños, niñas y adolescentes unas de las que más participa aún de este visionado (Rodríguez *et al.*, 2016). Incluso en tiempos de pandemia la televisión ha significado mucho más que entretenimiento para los escolares, transformando la televisión educativa en una salida positiva para llevar contenidos curriculares y escolares a quienes no pueden asistir a sus escuelas debido al coronavirus y más aun representando una alternativa real para los sectores rurales sin acceso a internet (UNESCO, 2020; Carrión *et al.*, 2022). En el contexto de esta investigación, se ahondará con mayor profundidad en la noción de televidencia de Orozco (1996; 2018), quien le ha otorgado un estatus diferente a las audiencias frente a la televisión:

Lo contado en la pantalla debe inspirar a las audiencias a rehacer, cambiar y recrear las situaciones vistas, de tal manera que les permita situarse como los “hacedores” y “protagonistas” de nuevas historias que podrían cobrar realidad, y donde ciudadanos concretos de la audiencia podrían ser sus héroes y heroínas. (Orozco, 2018, p. 22)

Orozco y Miller agregan que:

La televidencia —el proceso de ver televisión— esa práctica cotidiana de interacción con la pantalla televisiva, tiene varias implicaciones en la vida diaria en términos de actividad y emoción, y es el escenario del compadrazgo histórico entre la televisión y sus audiencias. (Orozco y Miller, 2017, p. 111)

Parece importante en esta reflexión y definición de conceptos, destacar la forma en que esa audiencia ha evolucionado en su vínculo con el entorno. El vínculo territorial de las personas con pueblos, ciudades o barrios representa un factor preponderante al momento de investigar a los medios de comunicación y las audiencias. El respeto a la identidad propia es un valor asumido en contextos de diversidad cultural e incluso reconocido como un patrimonio a proteger (Boix y Pereiro, 2017).

Para esta investigación las 'audiencias locales' corresponden a quienes viven fuera de la Región Metropolitana, donde se sitúa la capital Santiago de Chile. En general, las estadísticas y estudios más recientes indican que este tipo de audiencias tienen una opinión positiva de sus medios locales televisivos.

La encuesta del Consejo Nacional de Televisión de Chile, desde ahora CNTV, sobre medios regionales y locales de 2017, arrojó que del 100 % de los encuestados un 87 % reconoce al menos dos programas de su televisión local o regional, en tanto, en 2014, el mismo CNTV consultaba a los participantes del estudio si conocían algún canal regional o local en su ciudad, un 37,6 % contestó positivamente y un 62,4 % declaró no conocer ningún canal local en su entorno. Asimismo, la satisfacción general con estas televisoras en el 2014 fue de un 42 % y en 2017 de un 60 %, lo que evidentemente demuestra que el interés aumentó. No obstante, en 2021 se genera una baja importante de la satisfacción llegando solo a un 20 % (CNTV, 2021).

Arriagada *et al.* (2015) realizaron un estudio de representación medial con audiencias de regiones de Chile. En sus resultados destacan, por ejemplo, un fuerte sentido de pertenencia con su televisión local de las personas de Antofagasta y Concepción. La investigación de carácter cualitativo arrojó que el consumo de televisión local es complementario a la TV nacional. Sobre la representatividad geográfica, los autores indican lo siguiente:

Se refiere a los niveles de representación de la periferia respecto del centro, específicamente cómo las audiencias de la periferia (es decir, de

las regiones) se sienten poco representadas, y muchas veces estereotipadas, en los contenidos y discursos producidos y distribuidos por el centro (Santiago) para el resto del país. (Arriagada *et al.*, 2015, p. 69)

En tanto el CNTV (2021) concluyó que existe mayor satisfacción con la televisión local entre las audiencias que viven en el sur del país. Es importante señalar que, desde lo emocional, las audiencias dicen no sentirse representadas con la televisión nacional, surgiendo un sentimiento de exclusión, en lo que se refiere a los medios de Santiago y al contrario logrando mayor empatía hacia sus medios locales (Arriagada *et al.*, 2015). Este tipo de canales de televisión reciben el nombre de televisoras de proximidad, proceso comunicacional donde existen experiencias compartidas entre audiencias, territorio y medios (Martori, 2019).

Fuente-Alba (2017), al respecto, indica que hay personas que habitan comunas más pequeñas —no en las cabezas provinciales— que demandan una mayor atención: “tienen una necesidad de referencia enorme, pues, muy pocas veces figuran en las pantallas de los medios” (p. 318). En este mismo sentido, otro estudio de Rodríguez *et al.* (2017), quienes investigaron el consumo mediático de escolares en la Región de Coquimbo, destaca que los niños y niñas se sentían poco representados en la pantalla nacional.

En el ámbito del desarrollo local, también las televisoras son evaluadas positivamente al valorar el hecho de mostrar en pantalla los emprendimientos productivos que permitirían promover el turismo y la gastronomía de la zona, en coordinación con los municipios locales (Rodríguez y Mohammadi, 2022). En este mismo sentido, lo más valorado por las audiencias en materia de televisión local a nivel país, fue su aporte al desarrollo de la ciudad o territorio (CNTV, 2021).

Por otra parte, en tiempos de cuarentena por covid-19, los medios locales a nivel latinoamericano, aportaron con sus diversas pantallas a la educación de escolares, principalmente para familias sin acceso a internet y en situación de vulnerabilidad que vieron en la televisión tradicional una solución momentánea (Carrión *et al.*, 2022).

Cabe indicar que estas características positivas de la televisión y medios locales en Chile, no debe apartarse de la necesaria reflexión acerca del sistema mediático, la concentración e invisibilización de la televisión local (también llamada de proximidad), sumada a políticas públicas que no favorecen la subsistencia de esta parte del sistema medial chileno (Rodríguez y Mohammadi, 2022).

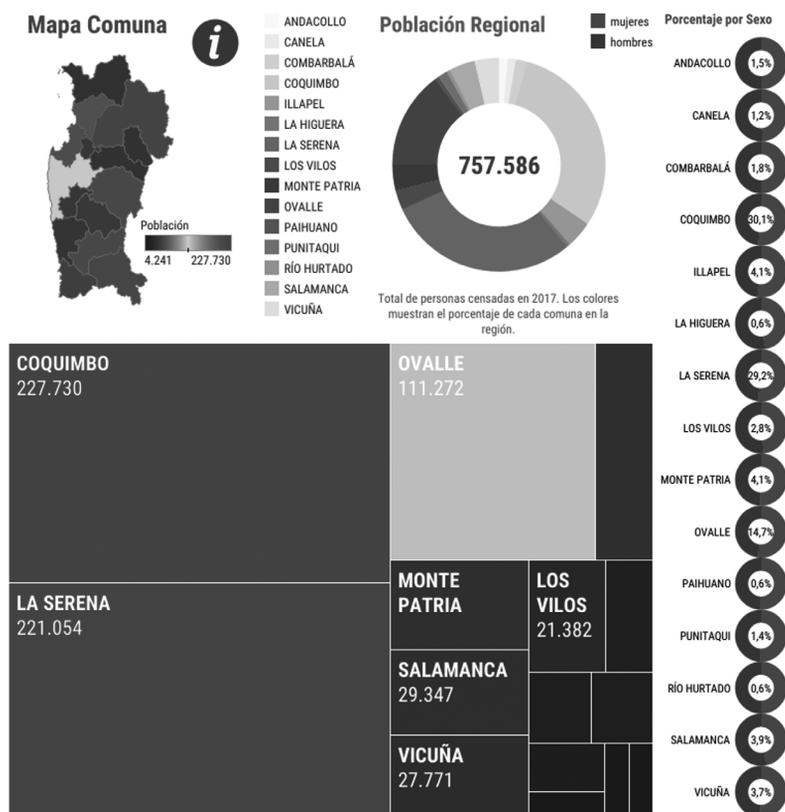
Esta investigación analiza los procesos de televidencia de audiencias locales, vinculados a los medios televisivos de proximidad de la Región de Coquimbo, en el contexto de la implementación de la Televisión Digital en Chile. Se plantea —como anticipación de sentido— que las televisoras de la Región de Coquimbo son medios de proximidad que permiten ampliar la polifonía de voces a través de sus contenidos, convirtiéndose en cajas de resonancia de diversas organizaciones sociales que no tienen cobertura a nivel nacional.

Descripción contextual

Esta investigación se concentra en la Región de Coquimbo situada en el denominado norte chico de Chile, cuya superficie abarca aproximadamente 40 580 km². Se trata de una zona semiárida, cuyo relieve contempla la cordillera de Los Andes, cordillera de la Costa y valles transversales con orientación oriente-poniente. Sus principales cuencas hidrográficas corresponden a los ríos Elqui, Limarí y Choapa, que dan nombre a las tres provincias de la región: Provincia de Elqui; Provincia de Limarí; Provincia del Choapa, y 16 comunas: Andacollo, Coquimbo, La Higuera, La Serena, Paihuano, Vicuña, Combarbalá, Monte Patria, Ovalle, Punitaqui, Río Hurtado, Canela, Illapel, Los Vilos y Salamanca, las que corresponden a la división política administrativa de la Región de Coquimbo.

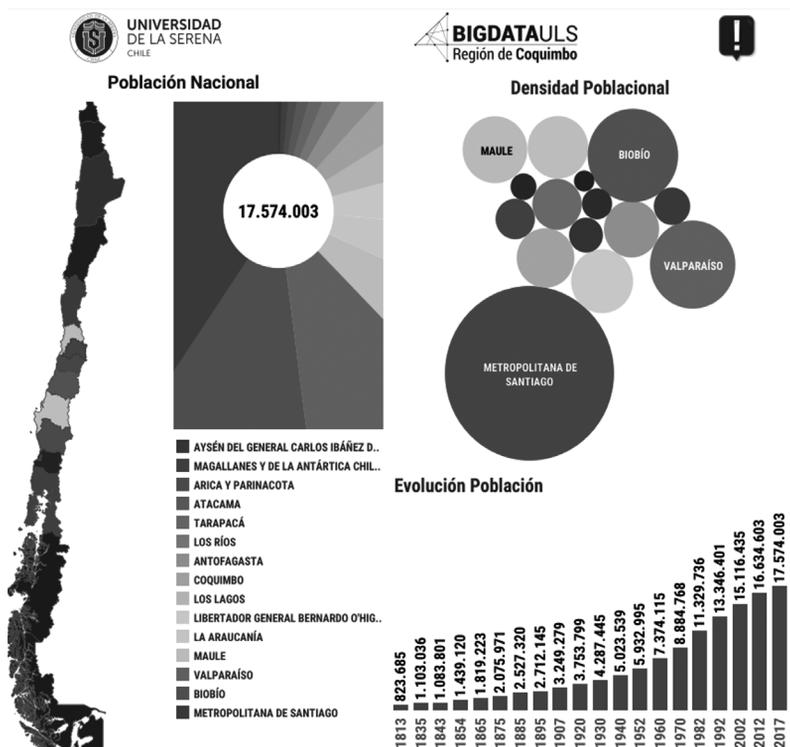
Como muestra la figura 1, su población total regional es de 757 586, según el Censo 2017, de un total de 17 574 003 que corresponde a la población total de Chile (figura 2).

Figura 1
Descripción demográfica Región de Coquimbo-Chile



Nota. Big data ULS de La Universidad de La Serena, Chile, 2021.

Figura 2
Descripción demográfica de Chile



Nota. Big data ULS de La Universidad de La Serena, Chile, 2021.

De los 240 307 hogares existentes en esta región de Chile, el 81,2 % habita en zonas urbanas y el 18,8 % se ubica en zonas rurales. La región cuenta con 2490 localidades rurales. Una característica de las comunas y localidades que corresponden al sector rural es la falta de infraestructura y servicios básicos, es así que solo el 66 % de esos hogares rurales cuenta con red pública de agua potable, el resto se abastece de pozos o norias, suministro a través de camiones aljibe, mientras que un 5 % está indeterminado (INE, 2017).

En cuanto a productividad, las actividades económicas más relevantes en esta región son la minería, la agricultura y el turismo.

La ciudad de La Serena, capital regional, y Coquimbo, la segunda más importante de la región, son las que más habitantes poseen en la Región de Coquimbo y, por ende, las que cuentan con más medios de comunicación.

Si bien no existe un registro formal de medios de comunicación de la Región de Coquimbo, sin embargo, existe la publicación “Periodismo en la Región de Coquimbo 1828-1927”, que permite situar, por ejemplo, los inicios de los medios en la zona, en el año 1828 con el periódico “El Minero”, en tanto, las ciudades de La Serena, Coquimbo, Ovalle, Illapel y Vicuña son las que contaron con esta actividad periodística y medios escritos a partir del siglo XIX (Canihuante, 2019).

No obstante, llama la atención la falta de estudios o registros formales que den cuenta del número o tipo de medios de comunicación en el siglo XX o lo que va del siglo XXI en esta parte del país.

En este apartado, las cifras entregadas son producto de un catastro personal efectuado en el contexto de esta investigación, con apoyo de periodistas en ejercicio pertenecientes al gobierno regional.

El punto de partida: abordaje teórico/metodológico

Existen dos grandes líneas desarrolladas en Latinoamérica en relación con la Comunicología, principalmente a través de Jesús Martín-Barbero. Estas, según lo indica Valencia y Magallanes (2016), se resumen de la siguiente forma: 1) la noción de mediaciones que considera y pone en valor aquellas prácticas cotidianas, diversas e identitarias de profunda riqueza social y cultural que se entretajan en redes y asociaciones, muchas de ellas territoriales; 2) la que relaciona dichas prácticas comunicativas con el modo de ser, actuar o decir de las audiencias, apelando a toda la creatividad de quienes viven en ese territorio, cuya praxis va mucho más allá de un público o un medio de

comunicación, vistos como meros instrumentos. La idea central para comprender la Teoría de las Mediaciones está en el hecho de concebir el proceso comunicativo en su dimensión relacional (comunicacional), de intercambio (cultural) y de negociación (política).

La definición de audiencia en este trabajo tiene su punto de partida en las tradiciones contemporáneas iniciadas por autores como Hall (2004), Morley (2018) y Jensen (2020), las que visualizan a sujetos activos que decodifican e interpretan y, en el caso de la televisión, que le imprimen un color especial a ese sonido y a esa imagen (Igarzábal, 2021). Por tanto, la concepción de audiencia se toma en directa relación con los medios de comunicación. Las reflexiones de Hall (2004) refieren a que la producción del mensaje está influido por rutinas específicas técnicas, profesionales, ideológicas o preconcebidas de la audiencia —la acepción de significados e ideas— aunque desde una perspectiva más cercana a la de la economía política de la comunicación, podríamos incluir además otros aspectos, tales como la propiedad del medio, financiamiento o ubicación geográfica; todas ellas forman parte fundamental de la creación de contenidos y de la intención de dicho contenido. Como lo menciona Igarzábal (2021), “las audiencias establecen procesos de identificación con los contenidos audiovisuales” (p. 317).

La comunicación social, vista desde lo colectivo, ha permitido, desde la perspectiva de Martín-Barbero, dar otro estatus a la cultura popular, pasando del teatro al melodrama en novelas escritas primero, luego en la televisión y así en tantas otras prácticas culturales que antes habían sido negadas o invisibilizadas (Marroquín, 2018, p. 66), contenidos que son parte del ADN latinoamericano.

Es necesario investigar teniendo presente “la interacción y el papel activo de los sujetos en la decodificación y apropiación de los significados culturales” (López, 2022, p. 235). El autor hace hincapié en la polisemia de los mensajes y en contextos sociopolíticos que inciden en los procesos de interpretación. El poder acumulado en los sistemas de medios de comunicación, ampliamente concentrados en nuestro

como sur (Becerra y Mastrini, 2017), tienen mucho que decir en esta relación con las audiencias y, en consecuencia, con la insatisfacción de parte del público que consume medios o que deja de consumirlos.

Hall se refiere a su propuesta de tres tipos de lecturas que realizan las audiencias respecto de un mismo mensaje, estas son: la lectura preferente, la negociada y la oposicional (Tortajada y Willem, 2019). En la preferente o dominante la audiencia está totalmente de acuerdo con el mensaje recibido, en la negociada el telespectador, por ejemplo, se percata de la ideología preferente del emisor, puede ser un noticiero tendencioso, y se entrelazan con las propias preferencias de la audiencia. Por tanto, quien recibe el mensaje acuerda o negocia aceptar lo que convenga según gustos e intereses. En tanto, la lectura oposicional se refiere a que el receptor está consciente del contenido significado dominante del mensaje y se rehúsa a él, demostrando su total desacuerdo y rechazando el mensaje (Hall, 2004; Frankenberg, 2011).

El punto de convergencia desde la reflexión teórica entre los estudios de recepción y la Teoría Latinoamericana de las Mediaciones tiene que ver con el propósito de conocer y comprender a las audiencias desde escenarios más complejos e intersubjetivos, lo que genera un entrelazado con otros abordajes, ya sea teóricos y/o metodológicos, que permitan realizar investigaciones responsables analizando las audiencias como parte de un fenómeno social, en contextos culturales diversos y mediadas por un sinfín de realidades, historias de vida y concepciones anteriores. Lozano (2021) explica que:

La educación no solo ocurre en la escuela, por el contrario, son diversas instituciones, mediáticas incluidas, quienes configuran los tejidos de sentido y universos de significaciones en los que se negocian símbolos y se perfilan modos de ser, estar y pensar en el mundo. (p. 36)

Cuestión que ha sido refrendada por Cabrera (2021) al investigar a las audiencias en tiempos de cuarentena por covid-19.

La articulación entre lo micro y macrosocial al momento de analizar las audiencias en sus procesos integrales de comunicación,

permite abordar de mejor forma el campo de estudio en contextos específicos. Esta cuestión parece ser fundamental en los escenarios políticos actuales, respecto a las televisoras de proximidad que se encuentran insertas en territorios con identidades afianzadas y en contextos nacionales complejos y dinámicos (Rodríguez y Mohammadi, 2022), prueba de ello fue el estallido social chileno de octubre de 2019.

Hoy en día es insoslayable que se estudie la televisión, por ejemplo, fuera de un sistema de empresas de medios de comunicación con propietarios concentrados en monopolios o duopolios comunicacionales. Asimismo, no podemos analizar los medios sin tener en cuenta al contexto social, político y hasta sanitario de un país, región o territorio, porque todo confluye e influye en el proceso de audienciación (Orozco, 2018).

Metodología

El foco en lo cualitativo: generando nuevas miradas

La investigación empírica sobre la televisión y sus audiencias que utilicen métodos cualitativos no es habitual en Chile. La entidad que asume esta labor es el CNTV, no obstante, el trabajo investigativo sobre audiencias en regiones y en territorios específicos, todavía está despegando, más aún si se refiera a estudios cualitativos. Una simple revisión del sitio web del CNTV¹ evidencia que el número de estudios que utilizan métodos cuantitativos supera a los que poseen técnicas cualitativas o mixtas. De todas maneras, en este ámbito de estudio, ya sea, utilizando métodos cuantitativos o cualitativos, si nos comparamos con otros países como México o Brasil, la falta genérica de conocimiento en esta temática no es coincidente con los estudios que desde hace décadas se realizan en diferentes regiones o provincias autónomas de España y en el resto de América Latina.

1 Revisar en <https://cntv.cl/estudio-repositorio/>

Las audiencias construyen significados con la televisión, por lo tanto, es la investigación cualitativa la más indicada para enfrentar este tipo de incógnitas, más aún cuando el objeto de estudio es cambiante y forma parte de un particular contexto social (Herrera, 2018).

La realidad de cada medio de comunicación local y, principalmente, de la televisión es diferente: dependiendo de la comuna, de la propiedad, de la cobertura, del personal que labora, del tipo de señal, etc. Paralelamente, las personas, vistas como audiencias, se diferencian por la edad, estrato socioeconómico, género, situación laboral, historias de vida, etc.

La recepción mediática, por ejemplo, considera de manera integral las prácticas cotidianas de comunidades culturales específicas, las que deben estudiarse en su contexto social y discursivo. Para su estudio se proponen preferentemente metodologías cualitativas o mixtas (Jensen, 2020), con el objetivo de conducir estudios enfocados en la articulación de estrategias de producción de sentido.

Producción de información

En el estudio que se hace mención, se utilizaron las siguientes técnicas cualitativas:

Entrevista en profundidad que se aplicaron a los productores y encargados de contenidos de los medios de televisión local de la Región de Coquimbo y grupos focales en el caso de las audiencias.

Se aclara al lector, que si bien se explica el proceso metodológico con ambas técnicas. En la sección de resultados, por temas de espacio, se describen parte de los hallazgos en relación con los grupos focales.

Las entrevistas en profundidad fueron consideradas debido a que se entrevistó a cada productor y encargado de contenidos de los medios locales que están ubicados en la Región de Coquimbo, pero en diferentes comunas, algunas de ellas muy distantes entre sí (corres-

ponden a comunas rurales). Tal es el caso del canal ATV de Andacollo, y el Canal 6 de Andacollo, que se encuentra en la comuna del mismo nombre en la Provincia de Elqui, el Canal 5 Los Vilos que se encuentra en la Provincia del Choapa, y los canales locales de Illapel y Salamanca. Se trata de medios de comunicación con estructuras diferentes, todos privados, salvo, el canal ATV de Andacollo cuya dependencia es municipal. Estos medios emiten sus contenidos a través de señal abierta o de cable, además de distribuir contenidos a través de redes sociales como Facebook.

Piza *et al.* (2019) indican que la entrevista cualitativa se caracteriza por ser manejable, más íntima, abierta y la información que se logra obtener es más amplia y profunda. Por lo tanto, el resultado de estas entrevistas permitió vincular y triangular las unidades de análisis con lo indicado por las audiencias en los grupos focales.

Descripción de las entrevistas en profundidad

Las entrevistas en profundidad estaban organizadas inicialmente para ser aplicadas a los productores encargados de contenidos, sin embargo, de las siete entrevistas, cinco participantes resultaron ser los propietarios del medio y a la vez encargados de los contenidos, solo un entrevistado era el encargado de la programación, que fue el caso del periodista del medio televisivo adscrito a la Municipalidad de Andacollo cuya jefatura corresponde al alcalde del gobierno local municipal, además fue el único profesional universitario que participó en la muestra. Otros tres entrevistados, declararon tener estudios a nivel técnico en el área audiovisual, una de ellas, señaló haber trabajado en el área audiovisual de Televisión Nacional de Chile hace más de 15 años atrás. Por último, dos entrevistados, declararon adquirir los conocimientos técnicos-audiovisuales de manera autodidáctica, cabe señalar que, según Rodríguez *et al.* (2020), “la televisión de proximidad de la Región de Coquimbo, es preferentemente privada y en un menor porcentaje son iniciativas de los gobiernos municipales” (p. 112). En esta investigación, de los siete entrevistados, uno corresponde a la te-

levisora municipal y el resto son productores/propietarios de medios privados. Las entrevistas fueron realizadas de manera presencial por los autores en las ciudades de La Serena, Andacollo, Los Vilos, Illapel y Salamanca pertenecientes a la Región de Coquimbo, Chile.

Sobre los grupos focales

Recordemos que la significación y resignificación de los contenidos desde la televisión hacia sus audiencias y viceversa, implica una compleja relación entre ambos. Orozco (citado en Franco y González, 2011), señala que esta relación (TV-audiencias) se explica en tres momentos:

1. Construcción de los significados por parte de la institución televisiva.
2. La proposición de significados dentro de determinado producto cultural.
3. La interacción entre los receptores y los significados propuestos por la televisión.

Precisamente, el grupo focal permitió obtener antecedentes respecto al punto 2 y 3 Franco y González (2011) han destacado. Se ha querido utilizar la técnica de grupo focal, debido a que el investigador espera dirigir la discusión a cómo ven ellos a su televisión local, cuáles son sus vivencias, si se sienten o no partícipes de ese medio local, si se sienten o no reflejados en lo observado y cuáles son sus expectativas respecto a la Televisión Digital.

Se realizaron en total cinco grupos focales de ocho personas cada uno, integrado por cuatro mujeres y cuatro hombres, mayores de 18 años; se aplicaron los siguientes criterios para conformar cada grupo: Edad (personas mayores de 18 años). Género (50 % de hombres y 50 % de mujeres por grupo), sobre el estrato socioeconómico, ningún integrante corresponde a personas de los estratos más altos en Chile, sino que, en términos oficiales planteadas por el Instituto Nacional de Estadísticas, corresponde a la denominada Clase Media. En tanto, un 80 % de los participantes realizan alguna actividad remunerada,

formal o informal y un 20 % efectúa labores hogareñas (coincide que son mujeres). Solo cuatro participantes son profesionales universitarios: se trata de dos profesores, uno pronto a jubilar pero que está activo laboralmente en una universidad de la zona, el segundo ya jubiló y no realiza actividades laborales formales, además de una periodista que no se encuentra trabajando por estar al cuidado de su pequeño hijo y de un psicólogo que se desempeña en un servicio público.

Participa una persona que es integrante del gobierno local de una de las comunas donde se efectuaron los grupos focales (cargo de concejal), además de un dirigente vecinal ya con varios años de experiencia como presidente de su agrupación social. Por otra parte, hay tres participantes con cierta experiencia en el área de las comunicaciones, uno de ellos, ha sido locutor de festivales locales en décadas anteriores, el otro es un joven menor de 30 años que realiza labores técnicas en una radioemisora local y por último una persona que se encuentra sin trabajo formal, que tiene estudios incompletos en la carrera de comunicación audiovisual (a ellos se suma la periodista antes mencionada). Asimismo, en el reclutamiento para los grupos focales, se tuvo cuidado de incorporar a personas que declaran ver frecuentemente la televisión local de su ciudad, al menos dos o tres veces por semana.

Los grupos focales se llevaron a cabo en la ciudad de La Serena, Provincia del Elqui, capital política-administrativa de la Región de Coquimbo y la ciudad más poblada en la región. Otro grupo focal se materializó en la ciudad de Andacollo, capital de la comuna rural del mismo nombre, que se caracteriza por ser una zona de explotación minera a pequeña y gran escala y un territorio culturalmente muy atractivo por las muestras religiosas y tradición centenaria de la fiesta de la Virgen del Rosario de Andacollo. Además, es una de las comunas con más altas tasas de pobreza en la zona norte de Chile (Agostini *et al.*, 2008). Un nuevo grupo focal se realizó en la ciudad de Los Vilos, que pertenece a la comuna del mismo nombre: Los Vilos. Está situada en la Provincia del Choapa, es un pequeño balneario con una

caleta de pescadores cada vez más disminuida. Otra característica de Los Vilos —también considerada comuna rural— es la presencia de una empresa de la gran minería que extrae sus productos desde el yacimiento “Los Pelambres” —ubicado en la comuna de Salamanca hacia el interior de la Provincia del Choapa— hasta el puerto Punta Chungos, situado a dos kilómetros del corazón de la ciudad de Los Vilos. Para la elección de este grupo focal, se tuvo en cuenta, además, que Los Vilos es la comuna más alejada del centro político-administrativo de la Región de Coquimbo.

El cuarto grupo focal se aplicó en la ciudad de Illapel, comuna rural del mismo nombre, también muy alejada geográficamente de la capital regional (La Serena), ubicada en una zona de valles transversales de difícil acceso, al interior de la provincia del Choapa. Al igual que Los Vilos y Salamanca, existe una importante influencia en su desarrollo socioeconómico de la gran minería, aunque también se desarrollan actividades agrícolas. Al igual que gran parte de las comunas rurales de la Región de Coquimbo, la sequía de la última década ha mermando la calidad de vida principalmente de las personas que habitan en pueblos y villorrios de la comuna, las que principalmente se dedican a la agricultura.

La muestra

Se utiliza una muestra no probabilística, por cuotas, ya que, se incluyen, tanto en el caso de los grupos focales como de los entrevistados, participantes de cinco comunas de la Región de Coquimbo, Chile. Para determinar la muestra, que corresponde a las entrevistas en profundidad de los representantes o encargados de contenidos de los medios televisivos locales, se tuvo en cuenta los siguientes criterios incluyentes a la hora de seleccionar los medios televisivos en las respectivas comunas:

- Medios de televisión con cobertura de señal de emisión local o comunal.

- Medios de televisión de las tres provincias de la Región de Coquimbo.
- Medios de televisión cuya emisión sea a través de señal abierta o por cable.
- Medios de televisión de propiedad pública o privada.

A su vez, se tuvo en cuenta los siguientes criterios excluyentes:

- Medios de televisión que forman parte de una cadena nacional de señal abierta. Tal es el caso de Televisión Nacional de Chile Red Coquimbo.
- Los medios de televisión locales, que cumplieran con criterios incluyentes son: los encargados de contenidos de: Canal ATV de Andacollo, Canal 6 de Andacollo, Canal 5 de Los Vilos, Canal Chile Vive Elqui de La Serena y Coquimbo, Canal TV 2 Choapa y Canal de Salamanca.
- Sobre los grupos focales se procuró reclutar a voluntarios que declararan ver televisión local frecuentemente o bien ocasionalmente. Todos los participantes tenían residencia hace más de diez años o bien eran oriundos de las ciudades de La Serena, Coquimbo, Andacollo, Los Vilos, Illapel y Salamanca.

Estrategia de análisis

Como estrategia de análisis, se opta por el análisis de contenido, muy utilizada en el estudio de medios de comunicación y sus mensajes. En sus inicios, el análisis de contenido fue direccionado a investigaciones cuantitativas, sin embargo, con el paso de los años, al incorporarse otras áreas disciplinarias en su uso, como la Sociología y la Psicología, se buscó que el análisis de contenido conformara una perspectiva más profunda —no meramente descriptiva— sino interpretativa (Cáceres, 2003). Según Díaz (2018), “El estudio cualitativo apela a una observación próxima y detallada del sujeto en su propio

contexto, para lograr aproximarse lo más posible a la significación del fenómeno” (p. 124).

Sobre las categorías de análisis, se tuvo en cuenta el marco teórico (Categorías y subcategorías deductivas) para definir una parte de ellas. Sin embargo, el mayor peso en la categorización fueron las emergentes (inductivas). Para el análisis propiamente tal, se utilizó el software Atlas ti 9, siguiendo los pasos propuestos por Flores-Kanter y Medrano (2019), con el fin de lograr una mayor sistematización y transparencia en el análisis, facilitando la codificación. Cabe indicar que hubo categorías y subcategorías que fueron ajustadas en sus definiciones apriorísticas, y reglas de análisis, tal como lo indica Cáceres (2003), “las reglas cambian como cambian los constructos del investigador cualitativo sobre el problema estudiado” (p. 64). En el paso a paso, y constante revisión de los datos, emanaron subcategorías emergentes que surgen a través de la codificación inductiva. Por temas de extensión, en este texto, se describirán los resultados en relación con dos categorías: a) Audiencias y televisión nacional; b) Televidencia local, en el caso de los grupos focales.

Resultados²

Audiencias y televisión nacional

Orozco y Miller (2017) indicaron que la televisión está lejos de extinguirse y reconocieron que es un medio en transición y en convergencia con otras pantallas, que enfrenta cambios importantes en su relación con las audiencias, cuestión que es vista por estos autores como una oportunidad de “reinención” de las audiencias en este contexto de transformación de la televisión como medio. En este sentido, para poder comprender aquella reinención de la que hablan Orozco y Miller (2017), debemos adentrarnos en el proceso de “estar siendo audiencias” (p. 23). Las audiencias locales de la Región de Co-

2 Debido a temas de espacio se presentarán los hallazgos respecto a grupos focales.

quimbo por primera vez son escuchadas en sus preferencias, gustos o expectativas, también en sus críticas y demandas comunicacionales.

Iniciando con la relación de las audiencias locales con la televisión nacional, las preferencias son variadas y van desde lo informativo, misceláneo, cultural y de entretenimiento.

Algunos de los canales de televisión nacionales nombrados en cuanto a preferencia de consumo mediático fueron CNN Chile, Mega, Televisión Nacional de Chile³ y el canal La Red, todos de cobertura nacional.

El género entretenimiento fue uno de los mencionados como de gusto habitual. En concreto hubo participantes de dos grupos focales que destacaron el programa “Pasapalabra”⁴ emitido en el canal privado Chilevisión, aunque las mismas audiencias catalogaron a “Pasapalabra” como un espacio de corte educativo más que de entretenimiento, lo que coincide con lo expuesto por Rodríguez *et al.* (2017) sobre el interés de las audiencias por temáticas de corte educativo en la TV.

Sobre aspectos más concretos del consumo se declaró que el horario predilecto para ver la televisión es desde las 19 horas, extendiendo el visionado hasta las 23 horas, franja que coincide con las noticias en Chile que se emiten desde las 21 en los medios nacionales. Las audiencias, al ser consultadas, indicaron ver en la noche noticieros nacionales y también los locales. Existen otros hábitos de consumo en cuanto a horario, que tienen que ver con situaciones de contexto familiar. Por ejemplo, hubo personas que manifestaron ver bastante televisión porque estaban sin trabajo, también hubo un número importante de mujeres que señalaron ver televisión en la mañana. Sobre el visionado colectivo o individual, las situaciones son variadas.

Hubo declaraciones sobre ver televisión en compañía de un familiar enfermo (adulto mayor) que tenía encendido el televisor

3 TVN único canal de televisión público que existe en Chile.

4 Pasapalabra es un tipo de programa de concursos que nace en España, aunque la versión española está basada en el programa británico “The Alphabet Game”. El formato ha sido exportado a Chile y Argentina.

todo el día y además hubo respuestas que tuvieron que ver con gustos diferentes, dentro del mismo grupo familiar, que deriva en un visionado individual: “Yo veo solo televisión. Tenemos incompatibilidad de televisión con mi señora. Ella ve novelas, cosas, esto, ¿cómo se llama?, teleseries. Y yo no veo. Tenemos que separarnos de cama” (Mariano, grupo focal de Los Vilos).

Es evidente que persiste el visionado de estos canales, pese a las críticas e insatisfacción que se describen en estudios a nivel nacional (57 % de insatisfacción, según estudio del CNTV en 2017). Esto coincide con varios autores y otros estudios sobre consumo mediático (Orozco, 2018; Fernández, 2018).

Un hallazgo interesante es el reconocimiento de programas asociados a rostros de televisión como “Pancho Saavedra”,⁵ periodista que actualmente conduce el programa “Lugares que hablan” y que en lo medular recorre Chile de sur a norte mostrando tradiciones, personajes típicos y parajes poco conocidos, en un tono de cercanía y sano humor, así lo expresó un participante: “Este muchacho de Canal 13, ‘pescó’ las maletas y se fue a recorrer Chile y le ha ido bastante bien... el Pancho Saavedra. Yo creo que Andacollo necesita eso” (Fabián, grupo focal de Andacollo).

En este caso, se declara una preferencia por la temática abordada y su conductor, pero, además, hay una mayor expectativa de contar con este tipo de género que podría ser catalogado como educativo/cultural en su propia televisión local (Rodríguez *et al.*, 2017).

La proximidad cultural no es uniforme entre las audiencias, existiendo factores diversos que generan diferencias, no obstante, hay reconocimiento a elementos territoriales a nivel local, región y país, refrendando lo señalado por Boix y Peiró (2017) y por Fuente-Alba (2017) respecto a la necesidad de representación.

5 Francisco Saavedra Guerra, periodista y conductor de televisión chileno. Conductor del programa de Canal 13 “Lugares que hablan”.

Cabe señalar que este contenido “Lugares que hablan” se emite en Canal 13 (medio privado), en horario *prime* de alta audiencia y ha permanecido por varias temporadas al aire, lo cual es un acierto en materia de programación, y no solo aborda aspectos culturales, también se mezcla la empatía del conductor al entrevistar a los protagonistas sobre sus historias de vida, dificultades, desafíos y demandas sociales. El programa centra su producción fuera de la Región Metropolitana, por ende, fuera de Santiago de Chile.

En otro punto y como se indicó anteriormente, la televisión ha ido perdiendo su sitial preferente ante el público. Las audiencias se han ido transformando y empoderando al cuestionar los medios y sus contenidos, como lo indica Rincón (2020). Es posible detectar esta postura del autor en las opiniones que expresan los participantes de los grupos focales al momento de referirse a las noticias. A esto se suma lo indicado por Hall (2004) y Tortajada y Willem (2019), respecto a lecturas opositivas, sobre todo en la cobertura de la televisión nacional a hechos superfluos o que involucra a ciertos rostros televisivos o bien de corte policial. Así lo expresa un participante:

Ojalá la mayor cantidad de sangre en una información, porque, según ellos, ‘vende más’. Lo que dice la señora Anita, la farándula. ¿;A mí qué me interesa la vida de Lucho Jara!? ¿;Qué me interesa la vida de la Patty Maldonado!? (Fabián, grupo focal de Andacollo)

Televisión Nacional de Chile (TVN), único canal público chileno, es un caso que debe ser abordado en esta discusión. Hubo algunas menciones desde las audiencias locales, a la hora de abordar el tema informativo, pero fueron opiniones tangenciales y poco decidoras. Al contrario, cuando se critica el sensacionalismo, la falta de representatividad de los medios televisivos nacionales en su conjunto, TVN forma parte de este conjunto de invectivas. Queda de manifiesto que los vaivenes legales a los que ha sido expuesta la TV pública chilena tienen sus consecuencias en las audiencias locales. La débil posición de TVN es aún más preocupante, al ser un medio de carácter público, cuyo objetivo, entre otros, es la representación de la diversidad nacional

y regional del país, además de ser un medio garante del pluralismo informativo (Sáez, 2020).

Televidencia local

El grado de empatía hacia la televisión local (medios ubicados en las comunas de Illapel, Salamanca, Los Vilos, Andacollo, La Serena y Coquimbo, del norte de Chile) es relativamente alto ya sea por los contenidos de proximidad emitidos en cada canal de televisión, por los rostros locales que en muchas ocasiones corresponden a sus propios vecinos o por el hecho de valorar la labor comunicacional que se realiza en el medio en particular.

Las audiencias locales declaran abiertamente tener vínculos más estrechos con su medio de comunicación local (contenidos, programación) y sus rostros televisivos. Este nexo está mediado en algunas ocasiones por recuerdos pasados, como recordar a personas que ya han fallecido o bien, recordar hechos acontecidos en el territorio, pero en épocas anteriores (Martín-Barbero, 2015). Muchas de estas mediaciones no solo se relacionan directamente con la televisión local, sino también con la televisión nacional, ya sea de manera positiva como también de manera negativa. También hay hallazgos interesantes que no se relacionan directamente con la televisión como medio de comunicación, sino con hechos políticos, como la dictadura o el retorno a la democracia y además otros acontecimientos colectivos del pasado, como un festival local, que se menciona desde el recuerdo de uno de los participantes.

Una de las anécdotas más cercanas, que me provocan mayor sensibilidad, es la actividad que se realizó del año pasado, que se denominó ‘Disco Patrimonial’, que fue una recopilación de canciones de un festival que se hacían en Andacollo, en la década del ‘70, ¿no es cierto?, de los 80’s, del ‘Festival Minero’. Todas estas canciones, que eran de autores andacollinos, fueron reeditadas, hoy en día, con cantantes locales y se hizo un evento, en el centro “Tabancura” y fue televisado y hasta hoy día todavía lo pasan y yo cuando lo veo, no quiero ser

autorreferente, ni mucho menos, pero cuando lo veo, me da mucha emoción porque me veo. (Fabián, grupo focal de Andacollo)

Martín-Barbero fue precursor en analizar la vinculación de las audiencias, los medios y sus contenidos desde otras miradas, menos simplistas y más articuladas. La resignificación del público está mediada por ideas, sueños, vivencias pasadas, señala Martín-Barbero (2015). Orozco (1996; 2018) retoma esta reflexión en su noción de ‘mediaciones individuales’, incorporando además en este tipo de mediación la emocionalidad de las audiencias. La unidad de análisis que se muestra a continuación explica lo indicado por ambos autores.

Antes era una necesidad imperiosa, por lo menos en el barrio en que yo vivía, que había un par de televisores en la cuadra. Entonces había un vecino de buena voluntad que abría sus puertas y todos veíamos las series de la época y eso era significativa para nosotros la televisión. Pero, a través del tiempo e inmediatamente salto a la actualidad, ha ido perdiendo esa vigencia que tenía en mí y la he ido reemplazando de acuerdo a mis necesidades. (Luis, grupo focal de La Serena)

Dentro de lo que plantea Orozco (2018) y Orozco y Miller (2017), la mediación individual, entre otros aspectos, incluye la edad de los individuos. En el caso anterior se trata de un hombre mayor que supera los 60 años y que, en su relato, retrocede varias décadas en su relación con la televisión. Este vínculo parece ir más allá de una mera relación tecnológica, siendo precisamente el eje principal de la denominada “televigencia”, proceso que no está circunscrito al momento mismo del visionado. Asimismo, Boix y Peiró (2017) habían expresado el vínculo emocional con los territorios, estos nexos poseen cargas culturales que acompañan y supeditan intereses, rutinas y preferencias.

La siguiente unidad de análisis explica lo anterior:

Yo, puedo decir, soy el hijo de quien inició el primer canal comunal en Andacollo, que era ATV Televisión en ese tiempo, con las primeras transmisiones. Entonces, era mi papá el que transmitía y ver esos cambios, ver a mi papá en la tele a esa edad, que dieran una noticia

de Andacollo... (se emociona, no termina la frase). (Alex, grupo focal de Andacollo)

La noción de mediaciones de Martín-Barbero (2015) plantea que la audiencia construye o reasigna un sentido a experiencias vividas. En este caso, la experiencia vivida es la de reconocer al padre en televisión frente y detrás de la pantalla, haciendo referencia a hechos ocurridos hace bastantes años cuando empezó a operar el canal local de la comuna de Andacollo en la década del 80. Volviendo a la edad como factor relevante al momento de la mediación individual, el integrante anteriormente citado, “Alex”, es el único que está en el rango etario de 20 a 30 años. De ese grupo focal, no obstante, viaja al pasado y rememora un hecho relacionado con su padre y la televisión local.

Luis, quien fue citado en el párrafo anterior, de igual forma va al pasado, aunque varias décadas más atrás, cuando recién empezaba a masificarse el aparato televisivo en Chile, a fines de los 60 e inicio de los 70. Luis y Alex viven en ciudades diferentes, pertenecen a rangos de edad muy distintos, oficios o trabajos totalmente opuestos, no obstante, reconocen vínculos entre la televisión y sus vivencias.

Esta descripción coincide con la conceptualización presentada por Orozco (2018) sobre la noción de “mediaciones múltiples”, al analizar los vínculos entre sujeto/audiencia, televisión y contenido. Este enfoque resalta un proceso en el que diversos factores como la edad, el género, la etnia, el nivel educativo, la religión, las preferencias, los gustos, las sensibilidades y los intercambios simbólicos, entre otros, influyen y contribuyen a la dinámica observada.

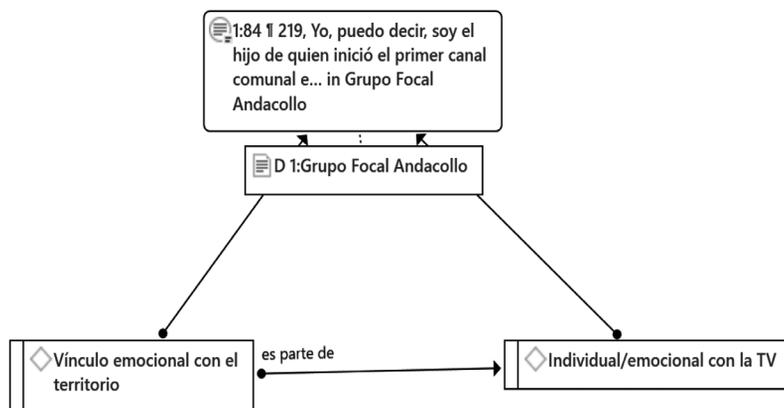
Siguiendo con los resultados, y para clarificar al lector, se muestra a modo de ejemplo, la relación entre la cita antes descrita del grupo focal de Andacollo, que fue codificada en dos subcategorías (ver figura 3).

En lo que respecta a la discusión sobre la estrategia de análisis, Cáceres (2003) señala que la exclusividad es una de las características que debiese tener el análisis cualitativo de contenido (a nivel de categorización). No obstante, al referirse a las categorías o subcategorías

emergentes, aquello es complejo y poco pertinente, más aún en el área de la investigación social.

Figura 3

Relación entre subcategorías



Nota. Con base en software Atlas ti/9.

Conclusiones

Las audiencias locales siguen consumiendo y prefiriendo ver la televisión nacional chilena, pese a las críticas realizadas a los contenidos emitidos y a las líneas editoriales.

Las audiencias locales declararon ver contenidos misceláneos, como matinales y algunos programas sobre farándula, aunque de manera paralela, indicaron que este tipo de contenidos son de poca relevancia, superfluos y banales. No obstante, se desprendió de las voces de los participantes que ven más televisión nacional de la que reconocen.

Se concluye que es un gran error seguir con la tendencia a programar contenidos catalogados de entretenimiento, que aborden temáticas de farándula sin relevancia alguna para la ciudadanía. Más que empatía, este tipo de contenidos genera rechazo en una audiencia

local que a todas luces está demostrando su empoderamiento, como lo menciona Rincón (2020).

Estos resultados sugieren que hay interés genuino de la televisión local por tener acceso a contenidos informativos en la televisión nacional, pero el tratamiento de las noticias y las pautas informativas que los medios replican en pantalla se transforman en focos negativos para las audiencias locales.

Es interesante detectar que las audiencias locales declararon abiertamente el interés por ver contenidos del género informativo, tanto a nivel nacional como local. Sin embargo, las críticas hacia la televisión nacional fueron reiterativas y persistentes en todos los grupos focales, cuando de noticias se trató. Esto demuestra que hay necesidad de 'estar informado', pero este interés no es debidamente canalizado o satisfecho por los medios televisivos.

Sobre las características del consumo de televisión local, una primera conclusión fue la confirmación acerca del interés y del consumo de las audiencias locales de contenidos que aborden temáticas sobre su entorno, cuestión que va en sintonía con lo desarrollado en la discusión bibliográfica.

Un segundo punto tuvo que ver con qué tipo de contenidos son los más demandados y vistos. En este sentido, al igual que en el consumo de televisión nacional, las noticias locales representaron el contenido preferido. Si hay un incendio o un accidente de tránsito en la ciudad, las audiencias quieren verlo en su televisión local y, ojalá, en directo o con la mayor instantaneidad posible. Son contenidos informativos que no compiten en ningún caso con la televisión nacional, ya que se trata de hechos noticiosos locales. Salvo que acontezca algo fuera de lo común, cuya connotación sea nacional y en dicho caso —en contadas ocasiones— la ciudad, provincia o región hace noticia y aparece a nivel nacional.

Las audiencias declaran que la aparición de sus territorios en la televisión nacional, acontece generalmente cuando ocurren he-

chos policiales. A modo de ejemplo, en un grupo focal se mencionó un incendio que tuvo consecuencias fatales y dos niños fallecieron. Esta representación policial, a través de las noticias en los medios nacionales, de sus ciudades o territorios, fue algo que molestó a las audiencias, ya que, cuando ocurren hechos de otro tipo, que pongan en valor aspectos culturales, sociales, políticos, etc., rara vez se emite como noticia en los espacios informativos nacionales. Tomando este último punto, se ratificó la percepción entre las audiencias locales de que están siendo subrepresentadas en la televisión nacional y por ende claman por una mayor y mejor visibilidad de sus territorios tanto en la televisión nacional como en la TV local.

Del párrafo anterior se concluye que la televisión local podría explotar este espacio de comunicación, teniendo una audiencia cautiva que los valora y demanda mejores contenidos de proximidad. A ello se suma que no deben competir por *rating* o estar al arbitrio de empresas privadas que ofrecen servicios de medición 'minuto a minuto' del porcentaje de audiencia, como le sucede a la televisión nacional con el *people meter*.

Se detectó un vínculo muy interesante entre las audiencias locales con sus propios territorios, premisa que fue una anticipación de sentido de este trabajo de investigación. Este nexo se comprobó a través de tres factores: a) la crítica y la resistencia al centralismo comunicacional de la TV chilena, evidenciadas por las audiencias locales, las que se canalizan de buena forma hacia su propia televisión, que los conecta con ese territorio, tradiciones y lugares reconocidos; b) expectativas por ver contenidos de proximidad no solo de temáticas sobre sus ciudades, sino también de lugares geográficamente más amplios, como comunas, provincias o la misma Región de Coquimbo; c) gran parte de las demandas sociales que subyacen a las opiniones de las audiencias rodean sentimientos de pertenencia, ansias de descentralización y desarrollo local.

Vileños, andacollinos, serenenses valoraron con ahínco sus entornos. Reconocieron aspectos culturales que los identifican y que

en varias ocasiones son parte de los contenidos emitidos a través de las pantallas de su televisión local o de proximidad.

Acerca de las limitaciones del estudio, se sugiere ampliar la muestra incorporando a otras regiones del norte y sur del país, con el fin de comparar el vínculo entre las televisoras locales y sus audiencias en otros contextos territoriales/geográficos, en la misma línea sería interesante abordar a los medios locales de zonas rurales en comparación con las zonas urbanas, dado que quienes viven en comunas más alejadas de las grandes ciudades, podrían valor aún más a sus medios locales (situación de Andacollo e Illapel).

Desde lo metodológico se insiste en los enfoques cualitativos, pese a las complicaciones que puede generar a los investigadores por los recursos que ello implica.

Referencias bibliográficas

- Arriagada, A., Correa, T., Scherman, A. y Abarzúa, J. (2015). Santiago no es Chile: brechas, prácticas y percepciones de la representación medial en las audiencias chilenas. *Cuadernos. info*, (37), 63-75.
- Becerra, M. y Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015: nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Observacom <https://bit.ly/412zGYu>
- Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: Una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas*, II, 53-82. <https://bit.ly/3p0XxKT>
- Carrión, F., Suing, A. y Ordóñez, K. (2022). La información en la televisión andina durante la Covid-19. *Visual Review*, 11(1). <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3631>
- Consejo Nacional de Televisión de Chile. (2017). IX Encuesta Nacional de Televisión. <https://bit.ly/3SLyGHZ>
- Consejo Nacional de Televisión de Chile. (2021). X Encuesta Nacional de Televisión. <https://bit.ly/46kDfMt>
- Fernández, F. (2018). Chile. En Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. y Nielsen, R. K. *Digital news report*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://bit.ly/46f2a45>

- Franco D. y González, R. (2011). 'El televidente no nace, se hace'. A más de 20 años de Televisión y producción de significados, de Guillermo Orozco. *Razón y Palabra*, (75). <https://bit.ly/49FG9hw>
- Hall S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 9, 215-236. <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0404110215A>
- Herrera, C. D. (2018). Investigación cualitativa y análisis de contenido temático. Orientación intelectual de revista *Universum. Revista general de información y documentación*, 28(1), 119. <http://dx.doi.org/10.5209/RGID.60813>
- Instituto Nacional de Estadísticas. (INE). (2017). Censo de población y vivienda. <http://www.censo2017.cl/>
- López, J. (2022). Movimientos sociales y comunicación: una integración más allá de determinismos tecnológicos. *Sociológica (México)*, 37(105). <https://bit.ly/47feeU4>
- Lozano, J.C. y Frankenberg, L. (2011). ¿Lecturas críticas y oposicionales de películas de Hollywood por jóvenes mexicanos: el caso de Ángeles y Demonios? *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 9(18), 165-184. <https://bit.ly/4aw6VJA>
- Marroquín, A. (2018). *De los medios a las mediaciones. Orígenes y diálogos posteriores*. PortalComunicación.com. <https://bit.ly/3QIgfRQ>
- Morley, D. (2018). La política de la teoría y el método en los estudios culturales. En Julián F. Henriques, David G. Morley y Vana Goblot (eds.), *Stuart Hall: conversaciones, proyectos y legados* (pp. 47-53) Goldsmiths Press.
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*. Universidad Iberoamericana.
- Orozco, G. (2018). La múltiple audienciación de las sociedades contemporáneas: desafíos para su investigación. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(1), 13-25. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6274>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2020). La educación en tiempos de la pandemia de Covid-19. <https://bit.ly/49liZr6>
- Pereira, J. (2015). *Televisión y construcción de lo público*. Cátedra UNESCO de comunicación. Pontificia Universidad Javeriana. <https://bit.ly/40Jp2Yc>
- Rodríguez-Brejón, V. y Gallardo-Camacho, J. (2021). Retos de los estudios de audiencia en la era digital y la cultura de la convergencia. En N.

- Quintas-Froufe y A. González-Neira (coords.), *Los estudios de la audiencia: de la tradición a la innovación. 1*. Editorial Gedisa.
- Rodríguez, C., Altamirano, M. y García, M. (2016). Televisión educativa y desastres naturales: estudiantes chilenos y sus profesoras valoran uso del video educativo en el aula. *Actualidades investigativas en Educación*, 16(2), 24. <https://doi.org/10.15517/aie.v16i2.23926>
- Rodríguez, C. y Mohammadi, L. (2022). Poder político y económico en la televisión local: mediación institucional en canales regionales chilenos. *Comunicación y Medios*, 31(46), 40-53. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.67039>
- Rodríguez, C., Núñez Núñez, V. y Astudillo, E. (2017). Consumo televisivo y audiencias infantiles: un estudio cualitativo con estudiantes chilenos-Chile. *Comuni@cción*, 8(2), 105-115. <https://bit.ly/44fOom>
- Sáez, Ch. (agosto de 2020). *Medición del pluralismo informativo en la TV chilena*. Pluralismotv.org. <https://bit.ly/49II3PS>
- Tortajada, I. y Willem, C. (2019). Creación de significado online: recoger las voces de los y las fans de series televisivas. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, (42), 99-112. <https://doi.org/10.5944/empiria.42.2019.23252>
- Valencia, J. y Magallanes, C. (2016). Prácticas comunicativas y cambio social: potencia, acción y reacción. *Universitas Humanística*, (81), 15-31. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uh81.pccs>

Medios de comunicación evangélicos más allá de lo religioso: dispositivos mediáticos de gubernamentalidad¹

Verónica Calvopiña Panchi
El Churo Comunicación
institucional: kinorax@yahoo.com
<https://orcid.org/0009-0006-9942-834X>

Introducción

“Siempre agradeceré por lo que Jehová me da. Gracias y mil veces gracias, mi Dios amado” este era el mensaje de agradecimiento que Gloria enviaba por chat durante una transmisión en vivo de la Radio HCJB en su cuenta de la red social Facebook, durante el evento anual Misión Compartida de 2020. HCJB es uno de los primeros medios de comunicación y radios establecidas en Ecuador y uno de los medios pioneros en ser administrados por iglesias evangélicas en el mundo.

El evento anual de Misión Compartida consiste en una jornada de recaudación de fondos que realiza esta radio en diciembre, cuando conmemora su aniversario de creación. El evento dura cuatro días, en los cuales se suspende la programación habitual de la radio y todos los locutores hacen un programa especial de 12 horas ininterrumpidas, en los cuales, leen mensajes, oran, ponen música, comparten anécdotas y, sobre todo, dan lo que ellos llaman testimonio sobre cómo la radio cambió sus vidas o cómo es importante para las y los oyentes. La au-

1 Artículo inspirado en la tesis de maestría: “Dispositivo mediático del Ethos Evangélico: un análisis de las estructuras mediáticas evangélicas en Ecuador y su proyecto comunicativo”.

diencia envía agradecimientos a Dios por las bendiciones recibidas en ese año y a cambio, ofrecen una contribución económica.

Este artículo se propone analizar cómo el testimonio mediático expresa el funcionamiento de un dispositivo mediático de gubernamentalidad (Salazar, 2017), en este caso, evangélico. La categoría de dispositivo mediático permite pensar el medio de comunicación como una red cuya racionalidad se corresponde a un sistema económico capitalista que, influye en la construcción de imaginarios o imágenes sociales basadas en la discriminación y exclusión. En lo relacionado a los medios de comunicación evangélicos, el presente artículo analizará qué tipo de gubernamentalidad se buscan producir. Para ello, primero explicará cómo en los medios evangélicos espectacularizan la fe y dentro de estos, cómo la Radio HCJB mediatiza los testimonios que se dan durante el evento denominado Misión Compartida, para luego, analizar cómo estos se inscriben dentro de un dispositivo mediático, desplegado por las iglesias evangélicas.

Metodología

El estudio de los medios de comunicación evangélicos ha estado ausente de la investigación en comunicación, que principalmente se ha centrado en los medios privados. De otra parte, están los medios alternativos, pensados en contrapartida al modelo privado. Este binarismo no ha permitido ver la multiplicidad de propuestas comunicativas (Rodríguez, 2009), y ha dejado de lado el análisis de otro tipo de medios como los religiosos, que ocupan un espacio significativo en la región; y, que incluso en el caso evangélico han creado modelos propios de comunicación. Sin embargo, en la investigación sobre los medios evangélicos se mantiene una mirada funcionalista que entiende dichos medios como herramientas de las iglesias evangélicas para explicar el avance de las mismas, pero sin profundizar en el proceso comunicativo.

El trabajo de tesis *Dispositivo mediático del Ethos Evangélico: Un análisis de las estructuras mediáticas evangélicas en Ecuador y su*

proyecto comunicativo, retoma esta discusión y se plantea analizar los medios de comunicación evangélicos como dispositivo mediático de gubernamentalidad. Esta categoría fue trabajada por Milton Salazar (2017), que parte del pensamiento foucaultiano, y explica las estructuras mediáticas y las redes de poder global en las cuales está inserto un medio de comunicación y cómo éstos buscan conducir o cambiar la conducta y valores de su audiencia. La idea de dispositivo mediático de gubernamentalidad explica cómo estos medios se corresponden a un sistema económico capitalista, cuya racionalidad está pensada en el deseo y el consumo.

Para el estudio de los medios de comunicación evangélicos como dispositivo mediático de gubernamentalidad se partió de la pregunta inicial: ¿por qué las Iglesias Evangélicas concentran medios de comunicación? En este marco se realizó durante meses, un seguimiento y escucha de los medios de comunicación evangélicos (etnografía on line) en radio y televisión existentes, inicialmente de Quito. Esta etapa inicial dio pistas para identificar los medios relacionados con las iglesias evangélicas y permitió diferenciar y caracterizar los tipos de medios que se desarrollaron en el país. Posteriormente, este estudio se centró en HCJB, el primer medio evangélico en Ecuador, donde se analizó cómo el testimonio mediatizado, presente en la programación, expresa el funcionamiento de un medio de comunicación evangélico como dispositivo mediático de gubernamentalidad. Dichos testimonios mediatizados responden a una determinada racionalidad, que su vez, construye un ethos evangélico específico, enmarcado en el modelo de iglesia evangélica actual.

Producto de este momento inicial tenemos:

Momento inicial: los tipos de medios de comunicación evangélicos

La transmisión mediática y espectacularizada del culto es una idea extendida cuando hablamos de medios y del tipo de comunicación promovido por la Iglesia evangélica. “El “pastor-animador”, el discurso estridente, los aplausos recurrentes y los cantos entonados

con mucho ritmo. Una puesta en escena con características de la actuación televisiva” (Pérez, 2016, pp. 101-102), explica Rolando Pérez al referirse a esta forma de comunicación, promovida inicialmente por los tele-evangelistas² estadounidenses a partir de los años 60 y que posteriormente, se popularizó en América Latina. En otras palabras, un pastor que da su sermón en medio de una tarima con luces, pantallas, música, dentro de un gran escenario abarrotado de gente, mientras sostiene en una de sus manos un micrófono y con la otra, gesticula e invita a los fieles que lo escuchan, a levantar los brazos como muestra de alabanza. Todo esto transmitido mediante la televisión.

Así, está la Iglesia Universal del Reino de Dios, caracterizada por el uso entremezclado del marketing de bienes religiosos (Silveira Campos, 2000), medios de comunicación y la Teología de la Prosperidad (Semán, 2019). Esta manifestación comunicacional se corresponde con los principios del neopentecostalismo, corriente a la que se adscribe la IURD. Las prácticas religiosas de esta corriente promueven los milagros, la prosperidad económica y la presencia del Espíritu Santo en las vidas de los fieles como parte de la Teología de la Prosperidad y la guerra espiritual (Semán, 2019). Esta iglesia ha penetrado en la región a través de programas televisivos como Pare de Sufrir³ donde se presentan testimonios de personas con problemas económicos o adicciones, superadas con la fe en Dios o llamados milagros. Los testimonios hacen énfasis en que la persona cambie su estilo de vida con el fin de recibir bendiciones y prosperidad.

Sin embargo, esta no es la única forma de comunicación de los medios de la Iglesia evangélica. Gloria Miguel (2015) anota que se trata

2 Se conoce como tele-evangelistas a los líderes evangélicos, principalmente de la Iglesia evangélica de EE.UU., quienes se convirtieron en estrellas de programas de radio y televisión; produciendo sus propios programas o estableciendo sus propias empresas de comunicación. El modelo fue exportado con éxito a Latinoamérica, donde se consumieron varios de estos programas y donde, además, pastores locales comenzaron a formar sus medios de comunicación (Assmann, 1987).

3 Este programa se transmite a nivel continental.

de “un conjunto de manifestaciones comunicacionales heterogéneas” (Miguel, 2015, p. 97); es decir, la Iglesia evangélica apela a diversas formas de comunicar lo religioso, algunas de ellas, se inscriben lejos de la identificación a una determinada iglesia o denominación. Pérez (2016) menciona que, esta diversidad de productos usados por las iglesias evangélicas contempla:

Programas mediáticos de consejería espiritual, el reposicionamiento de los tele-evangelistas, las comunidades religiosas que se construyen en las redes sociales, las ritualidades cívico-religiosas, los santuarios de devoción masiva, las industrias de la música religiosa en todas sus variedades. (Pérez, 2016, p. 96)

En el caso de la IURD a más de programas como Pare de Sufrir o La Hora del Milagro también realiza producciones televisivas⁴ basadas en historias bíblicas, que no son solo consumidas por los fieles de esta iglesia, sino por un público diverso. De allí que, Gloria Miguel (2015) explica que, en los últimos años, las iglesias evangélicas han ingresado en la industria cultural, creando “servicios parecidos a los de la sociedad envolvente, pero separados por una frontera axiológica y doctrinal” (Miguel, 2015, p. 98); ingresando en campos como el entretenimiento o la música, compitiendo con producciones comerciales, pero distinguiéndose por su contenido, al que denominan cristiano.

Dentro de la comunicación cristiana, dice Gloria Miguel (2013), están los programas y medios con mensajes cristocéntricos donde el mensaje bíblico es central, pero también están otros contenidos más cotidianos y cercanos a la vida diaria que se relacionan con textos bíblicos; vinculando lo religioso con el entretenimiento. Esta comunicación está orientada a la evangelización y conversión del público no creyente, pero también ofrece innovaciones a los fieles de la iglesia. De otro lado, también las redes transnacionales que forman medios evangélicos, principalmente radiales, que construye territorios evangélicos de interlocución que se adscriben de acuerdo con la producción de una red de medios.

4 Están las telenovelas Moisés o Los Diez Mandamientos.

En este sentido, en Ecuador, encontramos Radio HCJB, un medio se identifica dentro de la comunicación “cristocéntrica”, más no religiosa. Para Jhon Varela, uno de los locutores de la radio, lo cristocéntrico se manifiesta al hablar de esperanza, de la familia y de la vida integral de las personas, temas en los que los productores radiales hacen énfasis en la relación con Dios. De allí que el slogan del medio sea Esperanza para la Familia:

Si yo quiero seguir el ejemplo de Jesús como el top de mi referencia en la vida. Si uno conoce la vida de él, sabe exactamente que él es una persona que se preocupó de todas las áreas de la persona. Entonces yo pienso que va conectado y me hace responsable a la vez.⁵

Segundo momento: HCJB, una radio cristocéntrica no religiosa

La investigación se realizó durante la pandemia de la covid-19, por lo que los objetivos de la investigación cambiaron sustancialmente, obligando a que, en gran parte, la investigación se centre en un medio: radio HCJB, donde se realizó una observación participante durante meses. La investigadora visitó en varios momentos el medio, entrevistó a sus locutores, estuvo en sus eventos, siguió la programación del medio a través de la señal FM y por redes sociales. Esta información le permitió registrar no solo sus actividades sino también sus alianzas y estructura mediática; es así que tenemos que:

Radio HCJB o Radio Hoy Cristo Jesús Bendice nació como parte de una agencia misionera, que veía en la radio una oportunidad para ampliar la difusión del evangelio.

El trabajo de esta misión inicialmente se centró con comunidades indígenas de Ecuador y de a poco también en países principalmente de Europa del Este. Hoy en día, la misión es encabezada por

5 Jhon Varela, productor del programa HCJB ¡Qué mañana! Entrevista realizada por Verónica Calvopiña, 30 de septiembre 2019.

una organización llamada The World Radio Missionary Fellowship⁶ o TWRMF, con sede en EE.UU., que administra la radio HCJB, el hospital Vozandes, con sedes en Quito y Shell y se mantiene otros proyectos sociales en comunidades indígenas.

Inicialmente esta radio difundía su señal en onda corta, lo que le permitió llegar a varios países del mundo. Luego sus emisiones fueron a través de señal satelital, y en los últimos años, el internet. Esta radio se caracterizó por difundir su programación en varios idiomas, siendo esta una estrategia para mantenerse en distintos países; pero también, apoyó la creación de medios evangélicos propios de grupos e iglesias (Vásconez, 2015), lo que convierte al medio en un referente de la comunicación evangélica.

Las iglesias evangélicas que llegaron a Ecuador a inicios del siglo XX instalaron campamentos misioneros en comunidades indígenas de la Sierra y Amazonía, bajo la idea de “ayudar a los indígenas, a entrar en el siglo XXI” (Andrade, 2010, p. 8). Este trabajo lo realizaron con el beneplácito de los gobiernos y autoridades de turno, quienes veían en el proyecto misionero, una forma de fomentar valores entre la gente. Así, por ejemplo, la radio HCJB y otras radios religiosas consiguieron el favor político para ampliar su frecuencia. En concreto, sobre HCJB, Marlene Vásconez (2015) menciona:

Miembros del Congreso del Ecuador apoyaban la idea de la creación de radios cristianas en las zonas fronterizas, “pues consideraban que esto ayudaría a evitar que la juventud del Ecuador se corrompiera más. (Vásconez, 2015, p. 48)

En sus primeros años, Radio HCJB realizó producción radiofónica en kichwa, siendo de los primeros medios en Ecuador en utilizar este idioma. También acompañó a otras iglesias evangélicas para la

6 En su página web <https://www.twrmf.org/nosotros/>, se menciona como objetivo: “Trabajar en sociedad con cristianos en: Medios, Salud y Educación”.

creación de radios en las comunidades indígenas,⁷ capacitó a locutores de la propia comunidad y difundió su producción en varios idiomas para radios a nivel mundial. En otras palabras, la HCJB impulsó un modelo de agencia misionera a través de la radio, donde se aseguró que los contenidos del medio permitieran la evangelización. En los últimos años, la radio ha incursionado en la producción propia de largometrajes cristianos que se proyectan en cines nacionales y en la difusión de música cristiana. Este trabajo se ha intensificado por la relación del medio con productoras cinematográficas y musicales, tanto de Ecuador como de otros países. De manera que HCJB no solo es una radio, sino que como lo señala Gloria Miguel (2013), este medio forma parte de “circuitos mediáticos transnacionales” (p. 37) que permite una “circulación transnacional evangélica” (p. 38).

A pesar de que las producciones se muestran en distintos tipos de medios y no solo en la radio, estas se distinguen por su mensaje cristocéntrico. En el caso de la radio, la mayoría de los programas se producen en el formato radiofónico de la radiorevista. Así, de lunes a viernes se producen y transmiten cinco radiorevistas, dirigidas a la familia, a mujeres y jóvenes específicamente, donde se hacen entrevistas en vivo, se producen historias pregrabadas y se pasa música cristiana de diferentes géneros; música producida por grupos que forman parte de la industria musical ecuatoriana e hispanohablante cristiana, circuito en los que la radio está inserta.

Las entrevistas que se realizan en los programas de la radio se hacen a personajes cercanos a la Iglesia Evangélica, de organizaciones o redes de la comunidad cristiana.⁸ Estos personajes se presentan como

7 Una de estas radios fue Radio Colta, fundada en 1965 en el cantón Colta de la provincia de Chimborazo, con una población mayoritariamente indígena, perteneciente a la Nación Puruwá. Fue la primera radio con programación en idioma kichwa. Según Andrade (2010), la radio tendría un papel importante para la conversión evangélica y cambio de valores de la comunidad.

8 En el análisis realizado al programa HCJB ¡Qué mañana! se pudo determinar que, 1) De las cinco entrevistas analizadas entre la semana del 16 al 20 de septiembre, tres tienen que ver con la relación de pareja, una sobre la masculinidad, y una

terapeutas, psicólogos o consejeros familiares, aunque algunos sean pastores. El contenido comunicacional del medio se complementa con la imagen que proyectan sus locutores y productores: “El locutor debe estar convencido de esa esperanza”.⁹

Por ello, en sus programas, contenido en redes o conferencias en vivo, hacen constantemente referencia a testimonios o anécdotas personales o familiares que dan cuenta de sus valores evangélicos y su fe; hablan de cómo sus palabras impactan en la audiencia: “Ella había entrado a la U porque nosotros contamos que habíamos entrado a estudiar tarde”.¹⁰ Los locutores tienen distintas edades y según sus características hacen su programa; así, los locutores jóvenes hacen el programa para público joven en la tarde; mientras que los locutores de mediana edad, les hablan a los padres, a las mujeres, a las amas de casa y enfatizan en la crianza de los hijos; los locutores de mayor edad, que son un matrimonio de varios años, le hablan a la familia en general.

Todo esto que se emite en la radio, es nombrado por María Cristina Mata y Silvia Scarafia (1993) como discurso radiofónico. En otras palabras, el discurso radiofónico son los elementos sonoros, lingüísticos, musicales y los modos expresivos, que involucran los géneros, recursos y formatos que se usan en la radio. De allí que se puede decir, que el discurso radiofónico le habla a la familia, sus programas se dirigen a sus distintos miembros, principalmente, padres e hijos. Busca formar una comunidad que se sienta identificada y que esta se sienta parte de la radio.

más, sobre la lectura. El resto de los segmentos de todos los programas les hablan a los hijos, a las madres, pero siempre haciendo énfasis en la vida en familia.
2) Los entrevistados son en su mayoría hombres adultos, casi todos pastores evangélicos, que son presentados como terapeutas familiares. Están relacionados directamente con la iglesia evangélica, y algunos de ellos representan a espacios que funcionan dentro de las instalaciones de la misma radio.

9 Jhon Varela, productor del programa HCJB ¡Qué mañana! Entrevista realizada por Verónica Calvopiña, 30 de septiembre 2019.

10 Frase mencionada en el video promocional Jimmy&Fercho. Misión Compartida HCJB 2019.

Tercer momento: ¿Discurso religioso o ethos evangélico?

Pero este estudio no solo se interesa en el discurso radiofónico de HCJB, sino que hace un análisis sociológico de su discurso, partiendo de la premisa de que el medio forma parte de un dispositivo mediático de gubernamentalidad, por lo que, a partir del análisis de uno de los programas más significativos de este medio: Misión Compartida, veremos con más detalle cómo el discurso radiofónico de este medio transmite un ethos evangélico.

Misión Compartida es un evento de recaudación de fondos, también conocido como maratón radial o el teletón¹¹ que se realiza en el aniversario de HCJB, en diciembre. Mónica Humeres (2019), quien estudia los teletones en Chile durante la dictadura de Augusto Pinochet, menciona que más que un programa de recolección de fondos, el teletón puede entenderse como un “dispositivo de gestión del bienestar social de la población” (p. 3) porque promueve patrones de consumo y la privatización de la gestión de lo social, instalando a su vez, la idea de la solidaridad frente a los problemas sociales y de un valor monetario para los ámbitos de la vida. El teletón dice, se convierte en un dispositivo de gubernamentalidad, que crea vínculos sociales, implanta una forma de consumo/ contribución, que, a la vez, legitima un proyecto neoliberal, donde la empresa privada se dan a conocer y se muestran cercanas.

Para Imbert (2003), este formato responde a la espectacularidad e hipervisibilidad que caracteriza a los medios de comunicación donde todo es visible, incluso lo privado y lo íntimo. Los medios son capaces dice, de crear sus propias representaciones, donde los espectadores se ven proyectados en la pantalla y se identifican emotivamente, pero donde, además, pueden modelar sus modos de sentir. William Beltrán

11 Los maratones o teletones consisten en un programa especial de varias horas de duración que se transmite por radio o televisión donde se busca recolectar contribuciones económicas para una causa específica. El productor televisivo estadounidense Jerry Luis es considerado pionero del teletón.

(2013) define a los teletones y maratones radiales en los medios de comunicación evangélicos como “largas jornadas mediáticas en las que se incentiva a los fieles a intercambiar bendiciones divinas por donaciones económicas” (Beltrán, 2013, p. 146).

Pero si en los medios de comunicación hegemónicos, el teletón se vincula con un proyecto económico neoliberal, en los medios evangélicos en cambio, estos programas se relacionan con la Teología de la Prosperidad, que difunden las iglesias pentecostales y neopentecostales evangélicas. Los fieles aportan dinero, esperando recibir una bendición proporcional a lo entregado. En el teletón para Silveira (2000), puede mirarse claramente, la articulación entre medios de comunicación, teología de la prosperidad y marketing.

En el caso de Misión Compartida, este evento consiste en un programa radial con programación ininterrumpida que se realiza durante cuatro días, alcanzando según cifras de la radio, 52 horas de transmisión, en las cuales, se incentiva a la audiencia a contribuir económicamente con el medio como una forma de retribuir las bendiciones recibidas durante ese año. Antes de la pandemia, el evento de Misión Compartida consistía en realizar el programa de radio maratónico, junto con la recaudación de fondos mediante la radio. La radio también realizaba en el patio de la estación y en uno de sus auditorios, una casa abierta, donde recibe a sus oyentes y los acerca con varios de los proyectos vinculados con el medio y la fundación que lo encabeza. También se realizaba un concierto con bandas y músicos cristianos.

En 2019, el medio produjo dos spots en video publicados en la red social Facebook, donde se presentaba a dos oyentes hablando del papel de la radio en sus vidas. Estos videos eran pregrabados y, por tanto, no espontáneos y grabados en un escenario que la radio podía controlar. Mostraban a la persona ubicada en el centro de un fondo blanco y hablándole directamente a la cámara, mientras aparecen elementos a su alrededor que grafican lo que cuenta. En unos de estos videos se escucha y mira a Rossana Vargas, quien se presenta como oyente del medio y al músico Abraham Flores del grupo VAES, uno de

las bandas de música cristiana que se promocionan en el medio.¹² En ambos videos, estos personajes recalcan el impacto de la radio en sus vidas, mediante frases como: “HCJB ha sido un pilar fundamental”,¹³ “Era sentir a la conductora que estaba a mi lado y que me conocía”.¹⁴ También asocian a la radio con la idea de familia y de amigo: “La siento como mi familia”.¹⁵

El estudio de este programa y de la radio se hizo mediante una observación participante, en la cual, la investigadora visitó en varios momentos el medio, pero además siguió su programación como oyente, lo que permitió dar cuenta de las interacciones que se producen entre los locutores y la audiencia. Como parte de esta observación al programa Misión Compartida de 2019, se pudo conocer cómo funcionan todas las actividades que forman parte de este evento, a más de observar el programa en vivo.

Así, la Casa Abierta es el primer espacio que el oyente conoce al ingresar a la radio durante este evento. En este espacio se promocionaban entre otras cosas, escuelas y organizaciones misioneras que funcionan dentro del complejo arquitectónico¹⁶ del cual es parte la radio. En los stands de las escuelas misioneras, jóvenes principalmente extranjeros cuentan lo que es ser misionero cristiano, y buscan animar a las personas a seguir sus cursos. “Formar obreros competentes para cumplir el plan divino de salvación entre las naciones”,¹⁷ dice la misión de uno de los centros que se promocionan.

12 Los videos mencionados se encuentran en: <https://bit.ly/3QJBkLx>

13 Frase mencionada en el video promocional Testimonio de Abraham Flores con HCJB. Misión Compartida HCJB 2019.

14 Frase mencionada en el video promocional Rossana Vargas oyente de HCJB. Misión Compartida HCJB 2019.

15 Frase mencionada en el video promocional Testimonio de Abraham Flores con HCJB. Misión Compartida HCJB 2019.

16 Las iglesias evangélicas se caracterizan por sus grandes instalaciones e infraestructura. Radio HCJB pertenece a una organización denominada The World Radio Missionary Fellowship o TWRMF. Esta organización mantiene unas instalaciones que ocupan una manzana.

17 Flyer recibido durante Misión Compartida. Diciembre 2019.

La radio, a más de las cabinas y estudios de producción radial, tiene oficinas administrativas y un par de auditorios donde realiza foros, conversatorios y otras actividades con su público. Estas actividades durante la pandemia pasaron a desarrollarse en lo virtual, logrando a través de las redes sociales, mantener una interacción con el público. En uno de estos auditorios es donde se desarrolla el programa de Misión Compartida; es decir, la radio sale de la cabina donde habitualmente se realizan las transmisiones en vivo. El auditorio elegido simula un teatro pues tiene una tarima donde están los locutores, quienes llevan la puesta en escena. Sobre la tarima, previamente se ha colocado una mesa de locución con micrófonos y audífonos donde un grupo de tres locutores del medio se rotan por turnos para transmitir en vivo el programa, a través de la señal FM de la radio, y desde hace un par de años, en redes sociales.

Mientras que, en la parte de abajo hay sillas desde donde el público observa cómo se realiza el programa de radio y conoce a los locutores. En una de las esquinas del auditorio, también se disponen varios cubículos, desde donde el personal del medio atiende las llamadas telefónicas que entregan donativos y bendiciones. En una pantalla, atrás de los locutores se proyecta la meta económica a alcanzar ese año y en el transcurso de los días se ve cómo avanza la recolección de fondos. Asimismo, el personal del departamento de marketing de la radio atiende a las personas que llegan a preguntar sobre la contribución económica en otra de las oficinas. El oyente hace una corta fila, cuando es atendido, el personal de la radio le habla de las formas de contribuir económicamente, le ofrece facilidades de pago, le preguntan por su situación económica y se interesan por saber la forma en qué se hará su contribución. El valor mínimo en 2019 era de 20 dólares mensuales a ser depositados en la cuenta de la radio.

El programa es un momento de cercanía entre el oyente y el medio; la audiencia puede conocer a los locutores y compartir con ellos plegarias, mensajes, cantos, alabanzas durante este programa. La interacción con la gente ocurre en tres niveles durante este programa:

uno, la transmisión mediante la señal FM de la radio, donde se oye la voz de los locutores y se pone música. Los locutores leen los mensajes que llegan a la red social WhatsApp o a Facebook, también recuerdan permanentemente momentos vividos con la audiencia o palabras que alguien les dijo sobre lo importante que la radio es en sus vidas, pero no se escucha la voz directa de las y los oyentes dando ese testimonio. El otro nivel son las transmisiones en vivo mediante redes sociales. El público puede ver a los locutores hacer el programa y a momentos, el locutor interactúa “mostrándoles la radio” y creando la sensación de estar allí.

Un tercer nivel es la interacción con el público asistente al evento, quien mira sentado cómo se hace el programa, pero luego interviene, cuando el locutor baja de la tarima, se toman fotos con ellos, los abrazan, cantan y oran juntos. En cualquiera de estos momentos, los locutores y demás miembros de la radio simulan ser una familia, y durante el programa de Misión Compartida hacen permanentemente énfasis en cómo la audiencia puede formar parte de ellos, de su familia. Es un mensaje que se repite permanentemente.

Uno de los momentos más emotivos es el cierre de la transmisión de Misión Compartida, cuando se hace un recuento de lo recaudado, se agradece a la gente que contribuyó ese año y a la audiencia. En 2019, se transmitieron por Facebook, los últimos 12 minutos del programa. En este tiempo, aparece la directora de la radio confirmando la cifra recaudada y señala las metas y actividades que el medio ha realizado en ese año y lo que se proyecta para el nuevo. De fondo, otro de los locutores toca el piano, las luces del auditorio bajan. Sin embargo, lejos de ser un informe de gestión, la directora usa un tono de voz bastante suave, como orando. Es un discurso emotivo, más que financiero: “Fue un tiempo de lágrimas, sonrisas, de reconocer una vez más nuestra dependencia en Dios”. Más que solo agradecer a la audiencia y a los contribuyentes, se agradece a Dios: “Le damos todo el honor y la gloria, al único Dios verdadero”.

Posteriormente, una de las locutoras, la de mayor edad, retoma este discurso y el mismo tono de voz para destacar, según dice la obra

de Dios en la radio: “Somos la radio que se ve, se ve que Dios camina con nosotros... Hemos vivido convencidos en su promesa. Yo sé muy bien los planes que tengo para ti y para HCJB, afirma el Señor; planes de bienestar y no de calamidad”. Mientras los locutores hablan, el público asistente se pone de pie, tal como si lo hiciera en el templo mientras el pastor ora. Otro de los locutores involucra a la audiencia, en un supuesto compromiso que Dios le ha encomendado junto con la radio:

Voy a hablar de tu meta junto a HCJB. Se trata de cumplir una misión, traer personas a Jesús. Ese es nuestro propósito, pero también es el propósito de Dios para tu vida... Tú misión y la nuestra como HCJB tiene un significado eterno. No podrás hacer otra cosa, como ayudar a las personas a establecer una relación con Dios.

Otra de las locutoras propone una oración, que se proyecta en la pantalla: “Queremos alabarte”, y ora mientras levanta una de sus manos. Este momento termina con una frase que ratifica el agradecimiento a la audiencia, pero también la idea de la bendición: “Confiamos en el Señor, y también confiamos en su pueblo para nuestra provisión y bendición, y nosotros seguiremos haciendo lo mismo, un instrumento del Señor para bendición de miles de personas. Gracias por ser parte del Ministerio de HCJB. Qué el Señor continúe bendiciendo tu vida”. Al final, la luz del salón se intensifica nuevamente y los locutores bajan de la tarima para cantar junto con los asistentes. Algunos tienen los ojos cerrados, se toman la mano o abrazan con alguien cercanos, levantan su mano en señal de alabanza.

Posteriormente, en Facebook, la radio colocó un spot de agradecimiento a la audiencia por el dinero recolectado: “Este esfuerzo conjunto que lo hacemos de corazón entre tú, HCJB y Dios, nos permite compartir cada día a millones de personas más ánimo, sonrisas, fe, ternura, amor y esperanza”. Este mensaje no solo agradece por las contribuciones, sino que además buscó justificar que estos fondos se usen, por un lado, para las actividades de la radio, pero también para su trabajo misionero y evangelizador, destacando nuevamente la necesidad de que el medio siga existiendo.

Misión Compartida durante la pandemia

Antes de la pandemia de la covid-19, la radio tenía una limitada presencia en redes sociales, los programas se emitían principalmente por la frecuencia radial de HCJB y eran pocos los locutores de la radio que hacían contenidos en redes sociales. Se hacían pocas transmisiones en vivo por video y el rostro de los locutores no destacaba. Sin embargo, la pandemia cambió no solo con la realización de programas y eventos en línea, sino que también aceleró la transformación de HCJB en un multimedia; es decir, en un medio capaz de producir contenido audiovisual para diferentes plataformas. Así, la radio fortaleció la transmisión de sus programas en redes sociales, a través del video e inició también la producción de podcast y conversaciones en vivo por Instagram (Instagram lives), dirigido a un público más joven.

Uno de estos eventos realizados en línea fue la conferencia: Re-conociendo a mi adolescente, emitida por Radio HCJB en medio del confinamiento por la pandemia de la covid-19. Esta conferencia sería la primera que el medio realizó vía internet. En la presentación, uno de los locutores del medio, quien impartía la charla decía:

Para nosotros es una gran alegría, en medio de estas circunstancias de estar en casa, el poder brindarte herramientas, pautas específicas, basadas en la experiencia, en los principios bíblicos para que la relación con tu adolescente sea mejor.¹⁸

Este tipo de charlas son constantes en la radio y son realizadas por los mismos locutores, de manera que fortalecen el discurso de sus programas y extienden su papel de locutor- terapeuta, ya que como vimos anteriormente, más que solo hacer un programa de radio, en estos espacios se hace énfasis en cómo sobrellevar la vida familiar y cotidiana bajo preceptos guiados en la Biblia y en Cristo.

18 Conferencia: Re-conociendo a mi adolescente. Transmisión en Facebook de Radio HCJB.

El programa Misión Compartida se mantuvo en 2020, a pesar de la pandemia y se realizó del 9 al 13 de diciembre. Adicionalmente, se realizaron seis transmisiones en vivo en Facebook, entre 20 y 45 minutos, donde se presentaban dos locutores de la radio hablando en relación con lo que Dios da la vida de las personas y cómo estas se lo retribuyen, haciendo alusión a la contribución económica que la radio pide a sus oyentes durante esas transmisiones. Paralelo al programa de Misión Compartida también se realizó en la plataforma de Facebook, el HCJB Fest live el 12 de diciembre, con música en vivo; evento que reemplazó al concierto que la radio realiza para sus oyentes a fin de año.

A diferencia de la edición 2019 de Misión Compartida, en esta el público solo participó mediante mensajes en redes sociales, que eran leídos por los locutores durante las transmisiones y aparecían como imágenes durante el programa. La mayoría de estos mensajes eran saludos y bendiciones para las y los locutores de la radio. Aunque parecían programas improvisados y en algunos casos, era la primera vez que el locutor hacía este tipo de programas en video, la conversación giraba sobre un tema en específico; así, un programa hablaba sobre la protección de Dios o sobre el amor de los oyentes para la radio o sobre el sacrificio para con la radio. Estos temas se los trataba a partir de una anécdota que contaba uno de los locutores. Estas anécdotas se trataban sobre algo que les había pasado a ellos en su vida cotidiana, como la muerte de una mascota o de un familiar. En este caso, reflexionaban sobre su relación con Dios y cómo este hecho les hizo renovar su fe.

Las anécdotas de los locutores también eran sobre su encuentro con algún oyente que dejó su contribución con el medio. En cambio, en estas historias, destacaban alguna cualidad que encontraban maravillosa en esta persona: una condición física, económica, su edad, sus condiciones de vida. Detallaban el encuentro físico con esa persona: cómo los abrazó, los buscó o identificó. Destacaban también la relación de esa persona con el medio, ponderando el cariño que la persona tenía con el locutor o cómo la radio lo apoyó con su mensaje en un momento específico. Así mismo, destacaban su entrega económica,

señalándola con un sacrificio, como algo heroico o que simboliza su amor con el medio:

Me pregunta ¿tú eres Tamy Torres? se me lanza al cuello y comienza a llorar me dice: *No tienen idea de lo que significan para mí*. Ella venía de provincia, vivía en un cuarto sola, cuando comenzó a escuchar HCJB y ella mencionó que estaba a punto de quitarse la vida, sentía que nadie la amaba, cuando escuchó que había un Dios que dio la vida por ella, que la amaba y eso la levantó. Por ese mensaje que escuchó en las ondas radiales, ella seguía con vida. Tú ves cómo Dios usa la radio como instrumento para salvar vidas.¹⁹

Los enunciados utilizados por los locutores en su discurso ahondan en el vínculo afectivo con la audiencia y en la relación con Dios. A pesar de ser un programa que se dio en el marco de la pandemia por la covid, hay pocas alusiones a este evento: “Hemos vivido un año de enfermedad, crisis económica, pérdida, soledad”, pero se evita nombrar la pandemia desde la tragedia o el sensacionalismo, sino más bien, cuando se lo hace es para recalcar un discurso alusivo a cómo Dios provee, brinda y da bendiciones: “Dios pone en el corazón, vivimos cosas complicadas, en la familia, pero Dios nos rescata y nos salva de esas aguas”. De manera que se recurre a la pandemia para impulsar un discurso en torno a la salvación y a la gratitud para con Dios, permitiendo a la vez, insertar un enunciado que permita hablar de la retribución económica con la radio.

Para ampliar el estudio del discurso presentado por la radio durante el programa Misión Compartida, se usará el conjunto de procedimientos de análisis de Gutiérrez (2019). En primer lugar, tenemos el análisis de posiciones discursivas. Para este autor, este análisis permite responder a la pregunta ¿en nombre de quién habla el grupo?, que además asegura, responde a la pregunta foucaultiana del “autor como principio de agrupación del discurso, como unidad y origen de sus significaciones, como foco de sus coherencias” (Foucault, 1996, p. 30).

19 Frase mencionada en la transmisión en Facebook de HCJB durante el programa Misión Compartida 2020.

Los enunciados a analizar son parte de una de las transmisiones en Facebook de Misión Compartida en 2020. Me interesó profundizar en el discurso de este medio en pandemia, justamente para mirar cómo se presentó el tema y cómo se relaciona con el evento y lo que este implica:

Hoy es el día de cómo Dios nos ha protegido; también en el área de noticias, nosotros hemos sentido la protección de Dios desde un principio que comenzó esta pandemia. Antes, durante y ahora, Dios nos ha estado protegiendo. Y a usted, amigo, amiga, Dios lo ha protegido.

Para nosotros ha sido importante dejarnos abrazar por el amor de Dios, por la presencia del Señor. Todo esto que hemos vivido como que ha querido darnos un poquito de temor, un poco de miedo y sin tu duda, tú también debes haber pasado por ese proceso, pero es bueno saber que la protección de Dios está con nosotros, todos los días. Entonces, tus hijitos, tu mamá, tu papá, tu familia, a pesar de lo que ha sido esta emergencia y las noticias. No hemos querido difundir malas noticias, pero es necesario dar a conocer la verdad, la información. No ha causado un poquito de miedo, de angustia, pero volver a la palabra de Dios, nos recuerda que él siempre está con nosotros donde quiera que vayamos aún en medio de este tiempo difícil, de esta pandemia. Ha sido fundamental en este tiempo, hemos trabajado desde casa y hemos visto la provisión y la protección de Dios...

Tú te encontraste con un niño que vino a apoyar esta misión compartida

¿Sabes? Ese niño me sacudió mucho. En la mañana, nos visitó un niño de nueve años que decidió no conectarse a clases virtuales y le dijo a la profesora que no va a poder conectarse porque tiene una cita con misión compartida. Lo que me impactó de él es su fe porque a pesar de que su mamá está sin trabajo, él vino a dar de lo que su padre le da en la mensualidad, pero él dijo, yo me quiero involucrar. Nueve años, ese niño y me sacude porque yo le dije: ¿Tal vez tienes miedo? ¿Te provoca miedo el venir acá a HCJB por el tema del distanciamiento, del cuidarnos? y me dijo: No. No tengo miedo porque mi Dios me protege, protege a toda mi familia y en él estoy seguro. Y a mi sacudió porque muchas veces nosotros tenemos todo y a veces, nos enojamos

y pensamos que Dios no está con nosotros, que no nos provee, que no nos protege y esto nos permite aumentar nuestra fe. Y yo dije: Señor perdóname, porque este niño que tú estás usando, lo usas de instrumento para aumentar mi fe, para renovar mi amor hacia ti.

En el análisis de las posiciones discursivas, Gutiérrez (2019) sugiere prestar atención a expresiones que dejen una huella lingüística de una posición social. A continuación, se seleccionan las siguientes frases del texto anterior “Lo que me impactó de él es su fe porque a pesar de que su mamá está sin trabajo, él vino a dar de lo que su padre le da en la mensualidad, pero él dijo, yo me quiero involucrar” En esta frase, ya ubicamos que la historia involucra a una familia con necesidades económicas, pero que, motivados por su fe, el hijo de la familia contribuye con la radio. Esta historia permite a sus relatores contar que a pesar de la difícil situación que una familia pueda vivir, su fe hace que aún puedan estar comprometidos con la radio, lo que se muestra como ejemplo. Es decir, se destaca su acción y se la pone de ejemplo para los otros oyentes, en dos sentidos. Primero, para decir que Dios está con la familia a pesar de la adversidad y, aun así, hacen la ofrenda. Y dos, se destaca su acción como heroica y, por tanto, digna de ser replicada y admirada por los demás. Así lo podemos cuando en las siguientes frases:

- *...Nosotros hemos sentido la protección de Dios desde un principio que comenzó esta pandemia...* Los locutores primero establecen una relación de nosotros, la radio, y ustedes la audiencia; luego recalca que la radio y ellos tienen la protección de Dios
- *... Todo esto que hemos vivido como que ha querido darnos un poquito de temor, un poco de miedo y sin tu duda, tú también debes haber pasado por ese proceso, pero es bueno saber que la protección de Dios está con nosotros, todos los días...* Durante Misión Compartida se hicieron cortas referencias a la pandemia y las que se hicieron evitan hablar desde la tragedia. En esta frase, por ejemplo, se reconoce el temor que se pudo vivir, pero inmediatamente se recalca la idea

del Dios protector y del Dios proveedor, que va a prevalecer en este diálogo.

- ... *Le dijo a la profesora que no va a poder conectarse porque tiene una cita con Misión Compartida...* Se presenta al niño protagonista de la historia, como una persona comprometida con el medio, y se destaca como una hazaña el hecho de que no asistió a clases por ir al evento. Con esta frase, también se presenta la relación de confianza entre el niño y la radio, quien es capaz de contarle esto a la locutora.
- ... *Lo que me impactó de él es su fe porque a pesar de que su mamá está sin trabajo, él vino a dar de lo que su padre le da en la mensualidad, pero él dijo, yo me quiero involucrar...* Nuevamente caracteriza al personaje como una persona de fe. También explica la situación de su familia, que permite destacar aún más su compromiso y su entrega a la radio.
- ... *Nueve años, ese niño y me sacude...* Se destaca la edad del niño como un factor que da más valor a su acción. La locutora también nombra su reacción para describir lo que le significó esta acción para ella, y darle mayor importancia.
- ... *No tengo miedo porque mi Dios me protege, protege a toda mi familia y en él estoy seguro...* La locutora detalla la reacción del niño, repitiendo supuestamente, las palabras exactas que usó. En estas palabras, dichas por el niño, se recalca nuevamente lo dicho por los locutores y la idea base del programa.
- ... *Este niño que tú estás usando, lo usas de instrumento para aumentar mi fe, para renovar mi amor hacia ti...* El niño es presentado ahora como un instrumento, como un ejemplo para la audiencia, de que, pese a la situación económica, pueden donar a la radio, pues Dios proveerá.

Si bien inicialmente se reconoce la acción del niño, luego esto pasa a segundo plano, cuando en la historia se ubica al niño como un instrumento de Dios, algo que Dios usa para enseñarles a los demás a tener fe. La locutora busca reflejarse en el niño y aprender de su acto

para según dice, revivir su fe en Dios y ponerlo de ejemplo para los demás oyentes.

Un segundo análisis es el de las configuraciones narrativas (Gutiérrez, 2019) que permite polarizar posiciones del texto para ponerlo en relación con su contexto. En este caso, al analizar el texto encontramos una relación locutora/oyente, en función de la entrega de una donación económica o de una muestra de amor para la radio. El oyente digno de resaltar, de mencionar en un testimonio y de formar parte de la familia de HCJB, es el que entrega una donación, pero a la vez, hace un sacrificio; quien sufre, pero se sobrepone a la adversidad. En contraposición está el oyente que no entrega la donación, al cual se busca convencer y para ello, se lo interpela con testimonios como el analizado, para lograr su contribución. La radio y el locutor en cambio se presentan como un espacio bendecido, protegido por Dios y del cual, el oyente quiere formar parte mediante su contribución. La radio construye el discurso de la prosperidad y de la esperanza para mostrarse como un espacio que gestiona y soluciona los problemas, dudas de sus oyentes, está siempre para ellos y los acompaña, guía; razón por la que es merecedora de sacrificio y amor de los demás.

Resultados

Radio HCJB como dispositivos mediáticos de gubernamentalidad

En los medios de comunicación evangélicos existentes en Ecuador tenemos medios más cercanos al tele-evangelismo estadounidense o iglesia electrónica y medios evangélicos indígenas, cada uno con sus características propias. El primer tipo de medio está vinculado con las iglesias evangélicas pentecostales y neopentecostales que se caracterizan por la construcción de mega templos y la concentración de medios de comunicación, pero también por la articulación de redes de medios. Los medios evangélicos indígenas fueron inicialmente, fundados por misiones, pero tras su salida, la administración de los

medios de comunicación pasó a manos de asociaciones de indígenas evangélicos (Andrade, 2010). Posteriormente, estas asociaciones se multiplicaron y fundaron iglesias kichwas evangélicas, que se vincularon con iglesias pentecostales internacionales y buscan tener su propio medio de comunicación.

Ahora, este tipo de medios de comunicación no se pueden analizar sin tomar en cuenta la iglesia a la cual pertenecen y el contexto en que se desarrollan. Así, por ejemplo, en Colta-Chimborazo, la misión creó Radio Colta,²⁰ cuyo contenido hacía énfasis en un discurso religioso y en valores cristianos. De manera que para Andrade (2004), la radio permitió el cambio de un ethos indígena, a uno evangélico. El uso de la radio por parte de las misiones evangélicas no se puede entender de manera individual, separado del resto de instituciones como hospitales o escuelas instaladas en las comunidades indígenas y que también cumplieron su rol en la conversión al evangelismo, y en el cambio de ethos como reseña Andrade (2004). Con la salida de los misioneros extranjeros, la administración de la radio se trasladó a las comunidades, y pasó a ser un enlace entre los migrantes y sus familias.

La radio para la misión evangélica era parte de las estrategias que puso en marcha para acercarse a las comunidades. Estas estrategias también contemplaron la construcción de despensas, hospitales, escuelas y otros servicios que, hasta ese entonces, las comunidades no disponían. En suma, la misión buscaba no solo la difusión del evangelio sino también una mejora del cuerpo y del alma indígena; lo que a la larga significó su conversión a la creencia evangélica pero también su acercamiento a principios occidentales (Andrade, 2004).

Volviendo al caso de la Radio HCJB, este medio también fue fundado por una misión evangélica, que creó paralelo a sus insta-

20 Esta radio fue fundada en 1961 con el nombre de Radio Colta, ahora funciona bajo el nombre de Radio La Voz de AIIECH, su concesión y administración responde la Asociación de Iglesias Indígenas Evangélicas de Chimborazo. <http://lavozdeaiiech.org.ec/>

laciones radiales, un hospital en Quito que todavía se encuentra en funcionamiento. Así mismo se ha articulado con servicios educativos y médicos provenientes de la comunidad evangélica, que funcionan alrededor del medio. Esta articulación entre escuela, hospital y radio responde a los objetivos de la The World Radio Missionary Fellowship²¹ o TWRMF, pero es a la vez, una característica propia de las iglesias evangélicas. Tanto las agencias misioneras como las mega iglesias del pentecostalismo construyen a su alrededor toda una infraestructura o servicios que le permitan llegar a la gente, más allá de lo eclesiástico.

Pablo Semán (2019) señala que el agrupamiento de servicios ya sean educativos, mutuales o de producción cultural es un rasgo propio del pentecostalismo, que permite el proselitismo y le da densidad al mundo evangélico. De allí que, la presencia de las iglesias evangélicas está en lo educativo, la sanidad, lo mediático, el entretenimiento, lo editorial, lo musical; se expande y fortalece. En el caso de la Radio HCJB, a más de los servicios médicos y educativos también se encuentran otros como terapeutas, psicólogos u orientadores, vinculados con las iglesias evangélicas, que son constantemente entrevistados por la radio y que constituyen su principal fuente de consulta, pues se enfocan y refuerzan el discurso de la radio, centrado en hablar de valores y principios de vida acordes con el cristianismo. Es decir, los medios de comunicación evangélicos no actúan como espacios aislados o paralelos a las iglesias evangélicas, sino que iglesias y medios configuran una red donde sus discursos y acciones se complementan y en conjunto con los otros servicios promovidos por el evangelismo, llenan y acaparan el espacio social.

Susana Andrade (2010) por ejemplo, analiza cómo la misión evangélica en Colta usó:

La radio, las predicaciones, la capacitación de líderes, la presentación de películas, medios que exaltaron el estilo de vida, la moral, las normas

21 En su página web <https://www.twrmf.org/nosotros/>, se menciona como objetivo: “Trabajar en sociedad con cristianos en: Medios, Salud y Educación”.

y los valores de los misioneros americanos y rechazaron los elementos andinos que obstaculizaron los proyectos de evangelización y el consecuente cambio cultural. (p. 8)

Si bien esta autora describe al uso de la radio o la capacitación como estrategias, hay que mencionar que no fueron aisladas ni individuales, sino que se desarrollaban acorde con los objetivos de la iglesia que, en ese momento, no solo buscaba la difusión del evangelio sino la difusión de un modelo de vida occidental como símil del modelo de vida cristiano. De manera que, como asegura Andrade (2010), la presencia de la radio cambió el ethos indígena en las comunidades de Colta, Chimborazo. Este cambio de ethos se dio tanto por los discursos que promovía la radio, pero también por la imagen y el estilo de vida que proyectaban sus locutores y misioneros. De allí que, el dispositivo produce subjetividad; es un “productor de sujetos- sujetos a un orden del discurso cuya estructura sostiene un régimen de verdad” (García Fanlo, 2011, p. 7).

En términos foucaultianos, podemos decir que el uso de la radio y otras estrategias de evangelización, implementadas por la misión estadounidense en Colta, forman parte de unas prácticas pastoriles evangélicas que, a su vez, están inscritas en un dispositivo religioso. La racionalidad del dispositivo religioso y de estas prácticas iban acordes con la visión desarrollista y racista del entonces Estado ecuatoriano y de las misiones evangélicas estadounidenses. Bajo esta visión, el dispositivo ponía en marcha técnicas gubernamentales que intentaban dominar y cambiar la conducta y estilo de vida de las comunidades indígenas. Así, por ejemplo, los hospitales instalados por la misión a más de curar las dolencias físicas se preocupaban por el alma indígena mediante la evangelización: “cuando usted cree en Dios se sana el cuerpo y el alma” (Andrade, 2004, p. 164). Luego, los pacientes daban testimonio de su recuperación como una forma de difundir el mensaje de la iglesia.

Pero, además, la radio en sí misma, se configura como un dispositivo mediático de gubernamentalidad (Salazar, 2017) pues mediatiza las prácticas pastoriles evangélicas e implementa técnicas de gobierno

que, como observa Andrade (2010), contribuyen en un cambio de ethos en los convertidos. Dichas prácticas y técnicas están presentes tanto en el discurso radiofónico, pero también en la relación locutor oyente. La difusión del evangelio mediante la radio no se da por un discurso religioso que replique versículos bíblicos o los cultos sino porque también permite hacer visibles y masificar los testimonios de fe, de conversión y prosperidad gracias al evangelismo.

Los dispositivos para Foucault se inscriben en relaciones de poder; es decir, se readecuan conforme a estas relaciones por lo que pueden variar en sus objetivos y estrategias. En lo que respecta al dispositivo mediático de gubernamentalidad implementado por las iglesias evangélicas, este se ha ido modificando en el tiempo, de acuerdo también con los diferentes momentos del evangelismo. Así, la Radio HCJB inició como un medio instalado por una misión evangélica que apoyó el trabajo de evangelización en comunidades indígenas de Ecuador y en países no occidentales. Ahora, en cambio, el dispositivo mediático responde más a una lógica de industria cultural, inserto en un circuito de producción radial, musical y cinematográfico.

Si bien, desde sus inicios la radio aborda temas como educación, política, noticias, música, liderazgo y organización (Andrade, 2010), y su discurso radiofónico se caracteriza por su mensaje cristocéntrico, también se puede mencionar que ahora más que un cambio de ethos se busca fortalecer y reafirmar un estilo de vida cristiano, donde la radio brinde certezas y ayude a gestionar los problemas cotidianos de su comunidad. De allí que el locutor a más de dar testimonio, como lo vimos en el análisis del programa Misión Compartida, juegue también un rol de coaching o guía y que al igual que sus entrevistados, reproduce el discurso de prosperidad. Por lo que la radio hace énfasis especial en remarcar la relación locutor- oyente como una relación afectiva, cercana, familiar, de necesidad permanente.

Conclusiones

El estudio de medios de comunicación se ha centrado principalmente en los medios privados y en los comunitarios o alternativos, pero ha dejado de lado el análisis de otro tipo de medios como los religiosos, que ocupan un espacio significativo en la región y que, desde una definición legal;²² es decir, según la legislación de cada país, pueden ser tanto privados como comunitarios. Esta suerte de doble identidad surge por las características propias de los medios en América Latina, donde muchas de las radios comunitarias fueron creadas por iglesias católicas y evangélicas, identificadas entonces con la Teología de la Liberación, que veían a la radio como una forma de desarrollo y alfabetización para las comunidades principalmente rurales e indígenas (López Vigil, 2015). Esta situación ha hecho que muchos medios fundados por estas iglesias sean entendidas como comunitarias sin una mayor problematización de su identidad u objetivos.

Para Clemencia Rodríguez (2009), el binarismo entre la comunicación alternativa y hegemónica no ha permitido ver la multiplicidad de propuestas comunicativas, cuya identidad está en constante cambio. Una de estas propuestas podría ser la que trabajan los medios comunicación que surgen a partir de las iglesias evangélicas. En Ecuador, la mayor parte de medios evangélicos tienen una concesión de frecuencia comunitaria, debido a que las primeras experiencias de este tipo de medios fueron implantadas por misiones o agencias misioneras, algunas de corte más progresista, principalmente en comunidades indígenas durante el siglo XX. Estos medios se desarrollaron a la par de

22 Al hablar de definición legal, nos referimos a la distinción entre tipos de medios que se hace en la legislación de ciertos países. Así, a los medios con finalidad de lucro y cuya administración proviene de empresas o grupos económicos, se los conoce como medios privados. Mientras que, a los medios administrados por grupos sociales sin finalidad de lucro, se los llama medios comunitarios. Sin embargo, esta no es la única definición. Los estudios sobre comunicación hechos en Latinoamérica se han preocupado ampliamente por analizar la definición identitaria de los medios comunitarios, en contraposición de los privados (Gumucio, 2009; Calleja, 2009).

las experiencias comunicativas de la Teología de la Liberación. Dichas experiencias ponían en marcha programas de desarrollo económico, alfabetización, apoyo agrícola, entre otros programas que forzaron la idea de que la comunicación desde la iglesia es cercana al cambio social y, por tanto, alternativa o comunitaria.

Rolando Pérez (2017) distingue dos propuestos y modelos de comunicación evangélica en América Latina: el modelo de mediatización proselitista, que buscaba la difusión del evangelio aprovechando los cambios tecnológicos, donde ubica a los medios fundados por las misiones evangélicas y a los tele-evangelistas; y el modelo ecuménico de la comunicación caracterizado por una construcción de la comunidad. A estos dos momentos, también añade un nuevo modelo, que lo denomina de apropiación de lo público, donde los grupos más conservadores del evangelismo buscan construir su legitimidad para la difusión de sus creencias. Es así que, a Ecuador en los años 90, con la neoliberalización en las políticas de comunicación y la expansión de las frecuencias FM, llegarían a cadenas mediáticas privadas, pero también evangélicas, de corte más conservador, que mantienen una concentración de frecuencias de radio y televisión y se asientan más bien en las principales ciudades, distando de las anteriores experiencias.

Para el estudio de este modelo, se propone la idea de dispositivo mediático de gubernamentalidad entendido como una red de “discursos, tecnologías, racionalidades y prácticas” (Salazar, 2017, p. 194) que conducen y direccionan acciones, desde un ethos, que en el caso de los medios privados se basa en el deseo. El dispositivo mediático de gubernamentalidad, que hace referencia a “Una red de poder global que conduce las conductas de los sujetos a través de los medios masivos de comunicación” (Salazar, 2018, p. 96). Esta red impone imágenes y visiones del mundo pensadas bajo una racionalidad capitalista y colonial. Salazar (2018) identifica que el dispositivo mediático tiene un lado económico marcado por la concentración de medios y otro lado más ideológico, donde produce una determinada verdad.

Esta categoría se nutre de los conceptos de dispositivos y de gubernamentalidad, propuestos por Foucault. Pero, además, recopila los aportes de Deleuze (1990), quien asegura que los dispositivos de la sociedad disciplinaria, estudiados por Foucault, fueron reemplazados por dispositivos de control, donde se incluyen los medios de comunicación. Estos dispositivos ya no buscan el disciplinamiento y corrección de la persona, sino que lograr que esta se gobierne a sí mismo, interiorizando comportamientos, produciendo capacidades y fabrican libertad (Salazar, 2017); el mismo individuo es quien se vigila y autocontrola.

Daniel Beltrán (2017) y Salazar (2018) comparten la idea de *sociedad de control*, formulada por Deleuze (1990) para enmarcar la categoría de *dispositivo mediático*. Según esta perspectiva, los medios permiten que la gente interiorice normas de comportamiento, por lo cual, el control y el gobierno de sí viene desde el mismo individuo. En este tipo de sociedad, el poder es aquel que puede decir, y este poder define su propio régimen de enunciación. De allí que, para Salazar (2018), el dispositivo sea: “Una red que conecta epistemes, discursos, tecnologías, racionalidades y prácticas que pueden conducir, disciplinar, gestionar o controlar acciones” (p. 96).

Los medios de comunicación son los dispositivos propios de la sociedad de control (García Fanlo, 2011). La noción de dispositivo estaría dada por la capacidad del medio en procesar a los nuevos sujetos consumidores de la sociedad del espectáculo. Este dispositivo produce subjetividad; es un “productor de sujetos, sujetos a un orden del discurso cuya estructura sostiene un régimen de verdad” (García Fanlo, 2011, p. 7). Este dispositivo mediático despliega una tecnología noopolítica que gobierna el deseo, mediante la “construcción de opinión pública, imaginarios, percepciones, miedos, odios” (Salazar, 2017, pp. 199-200). De tal manera que, el deseo es estimulado por los medios y se expresa a través de las imágenes, la construcción de opinión, imaginarios, entre otras percepciones, que permite a su vez, la formación de públicos: “que son constantemente incitados a

consumir un mundo inventado, un medio ambiente-mercancía con su respectivo estilo de vida” (Salazar, 2017, p. 201).

Para Salazar (2017), el dispositivo mediático tiene una racionalidad capitalista y racista, mientras que la forma de gobierno que proyecta es a través del manejo del deseo. Pero esta racionalidad se explica como propia de los medios de comunicación privados; lo cual, no significa que esta se extrapole o sea la misma en el dispositivo mediático evangélico. Como señala García Fanlo (2011), para hacer comprensible el dispositivo es necesario “establecer sus condiciones de aparición en cuanto a acontecimiento que modifica un campo previo de relaciones de poder” (p. 2), puesto que el dispositivo está situado históricamente.

En este análisis se mostró cómo los medios de comunicación adscritos al evangelismo no son meras herramientas de difusión del evangelismo, vistos desde una concepción funcionalista de la comunicación, sino que se estructuran como parte de un dispositivo religioso, pero a la vez, mediático que despliega prácticas que buscan reafirmar un modelo de vida cristiano. A partir del testimonio de prosperidad mediatizado se intentó expresar el funcionamiento de un dispositivo mediático de gubernamentalidad, articulado con las iglesias evangélicas.

Este dispositivo mediático articula una relación saber-poder en la cual funciona el testimonio mediatizado. El locutor a través de una práctica discursiva es quien define qué tipo de ofrenda y contribución es digna de exponer en la radio, de ser presentada como un sacrificio y una demostración de amor y, por tanto, merecedora de la bendición. Dicha relación saber-poder produce un sujeto que busca cumplir con el modelo de vida cristiano que la radio presenta como verdadero. En la producción de este sujeto no solo interviene la radio, sino también los servicios articulados con la iglesia, sus instituciones o sus espacios de entretenimiento donde también se replica el modelo de vida cristiano.

Así mismo, se vio cómo el carácter religioso en un medio de comunicación no pasa por un discurso radiofónico que replique un

acto de adoración per se, sino que más bien, es la mediatización de las prácticas pastorales evangélicas que ponen de manifiesto experiencias o testimonios de fe que muestren sacrificio y entrega que, a la vez, permitan ser vistos como ejemplos del cambio o de la intervención del medio y de la iglesia sobre la vida de ese oyente. En este testimonio se pone en evidencia una relación saber-poder que, en este caso, es ejercida por el locutor de la radio que es quien puede nombrar la experiencia digna de tener una bendición, que cumple con ciertas características en el modelo de vida cristiano, así como de amor a la radio y que, por tanto, sirve de ejemplo para la audiencia para ratificar su compromiso.

El medio de comunicación es parte de un dispositivo mediático donde se encuentran servicios, instituciones, empresas musicales, editoriales o cinematográficas también evangélicos o cristianos que llenan el espacio social y que son difundidos por el medio pues se presentan como necesarios para dar solución y gestionar la vida diaria de los oyentes. Los mismos funcionan como una red cuya racionalidad en este momento, tiende a la expansión y globalización del modelo de vida cristiano.

Referencias bibliográficas

- Andrade, S. (2004). *Protestantismo indígena. Procesos de conversión religiosa de Chimborazo, Ecuador*. Ediciones Abya-Yala.
- Andrade, S. (2010). Ethos evangélico, política indígena y medios de comunicación en el Ecuador. *Revista Cultura y religión*, 4(1).
- Assmann, H. (1987). *La Iglesia Electrónica y su impacto en América Latina*. Departamento Ecuménico de Investigaciones, DEI.
- Beltrán, W. (2013). *Del monopolio católica a la explosión pentecostal*. Colombia: Centro de Estudios Sociales.
- Beltrán, D. (2017). Redes sociales virtuales como dispositivos. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 30, 105-123.
- Foucault, M. (1996). *El origen del discurso*. Ediciones Endymión.
- García Fanlo, L. (2011). ¿Qué es un dispositivo?: Foucault, Deleuze, Agamben. *A Parte Rei. Revista de Filosofía*.
- Gutiérrez F. (2009). Los estilos discursivos. En *Análisis sociológico del sistema de discursos*, CIS, Cuadernos Metodológicos. Madrid.

- Humeres, M. (2019). “Gane usted y ayude a la Teletón”: mecanismos neoliberales en la gestión del bienestar. *Convergencia*, 26(81).
- Iglesia Universal. (2021). *Revista Universal*, 25. <https://bit.ly/49EgCp8>
- Imbert, G. (2003) El Zoo Visual. De la televisión espectacular a la televisión especular. España. Gedisa.
- IURD. (julio, 2021). La Hora de los Milagros. Transmisión en Facebook Live Radio Ecos de Cayambe. <https://bit.ly/3sDvTFW>
- López Vigil, J. (2015). *Pasión por la radio*. Quito. Primera Edición. Artes gráficas Silva
- Mata, M. C. y Scarafia, S. (1993). *Lo que dicen las radios*. ALER. RN Industria Gráfica
- Miguel, G. (2013). Producción mediática y religiosidad. Dinámicas transnacionales de las comunicaciones evangélicas. *Religiao e Sociedade*, 38-56.
- Miguel, G. (2015). Medios de comunicación y cultura evangélica: Perfiles mediáticos y vinculaciones transnacionales de las comunicaciones evangélicas. *Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires*, 96-101.
- Pérez, R. (2016). Mediatización de la religión en la periferia urbana en el Perú. *PLURA, Revista de Estudos de Religião*, 94-110.
- Pérez, R. (2017). Del difusionismo proselitista a la interlocución pública: Las transiciones comunicacionales del protestantismo latinoamericano. En H. Fernando Bullón y Nicolás Panotto (eds.), *¿Hacia dónde va el protestantismo en América Latina?: Una visión multidisciplinaria y prospectiva a los 500 años de la Reforma* (pp. 471 - 490). Kairos.
- Programa Misión Compartida. Radio HCJB, del 9 al 13 de diciembre 2020. Página de Facebook. Radio HCJB <https://bit.ly/3QJBkLx>
- Radio La Voz de AIIECH. Asociación de Iglesias Indígenas Evangélicas de Chimborazo. <http://lavozdeaiiech.org.ec/>
- Rodríguez, C. (2009). De medios alternativos a medios ciudadanos. Enciclopedia de los medios de los Movimientos Sociales. Newbury Park: Sage Publications. Traducción del inglés al español por Emma Cristina Montaña R.
- Salazar, M. (2017). Dispositivo mediático de gubernamentalidad. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 16, 187-206.
- Salazar, M. (2018). Resistencias mediáticas e imágenes de la gubernamentalidad. *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 16, 93-110.
- Semán, P. (2019). ¿Quiénes son? ¿Por qué crecen? ¿En qué creen? Pentecostalismo y política en América Latina. *Nueva Sociedad*, 26-46.
- Silveira Campos, L. (2000). *Teatro, templo y mercado*. Ediciones Abya-Yala.

The World Radio Missionary Fellowship. <https://www.twrmf.org/nosotros/>
Treré, E. (2020). Activismo mediático híbrido. Centro de Competencias en Comunicación para América Latina, C3 FES.

Vásconez, M. (2015). *Causas, determinaciones y efectos de los cambios en la comunicación de la Radio HCJB desde 1990*. Universidad Andina Simón Bolívar.

Video promocional Testimonio de Abraham Flores con HCJB. Misión Compartida HCJB 2019. Página de Facebook. Radio HCJB <https://bit.ly/3QJBkLx>

Video promocional Rossana Vargas oyente de HCJB. Misión Compartida.

Entrevista

Entrevista a Jhon Varela, productor del programa HCJB ¡Qué mañana! Verónica Calvopiña, 30 de septiembre 2019.

Desarrollo de la identidad de marca para el emprendimiento 'Arrakachitas' en la vereda La Tigrera, Cajamarca, Tolima, Colombia

Lorena del Rocío Núñez Mejía
Corporación Universitaria Minuto de Dios, rectoría
Tolima y Magdalena Medio
lorena.nunez@uniminuto.edu
<https://orcid.org/0000-0001-6624-804X>

Camilo Preciado Gómez
Corporación Universitaria Minuto de Dios, rectoría Tolima y Magdalena Medio
camilo.preciado@uniminuto.edu
<https://orcid.org/0000-0003-0199-0045>

Introducción

Asabio: unidos en contra de la extracción minera

Asabio es la Asociación Agropecuaria Biorgánica una agrupación campesina compuesta por productores de frijol, arracacha, café, pimentón, entre otros. La organización está conformada por 25 familias que se dedican a la agricultura y al cuidado del medioambiente. Este colectivo se caracteriza por su participación en la defensa de su territorio, particularmente en contra de los proyectos mineros que se han propuesto en el lugar.

La estrategia de Asabio para la búsqueda del desarrollo sostenible de los hogares y el territorio, consiste en implementar procesos técnicos, como el avistamiento de aves, el ecoturismo y procesamiento de la arracacha para dar valor agregado a este tubérculo insignia, ya

que este tiene la posibilidad de transformarse en varios productos, no solo comestibles.

Este proyecto de investigación permitió la generación de una marca territorial que vinculó los elementos propios de los habitantes de Cajamarca de resistencia social medioambiental y defensa del territorio, como una alternativa económica que representa los ideales de la comunidad.

Cajamarca es uno de los 47 municipios que pertenecen al departamento del Tolima, es conocida nacionalmente como la “Depensa Agrícola”, producto de su ubicación estratégica en el Cañón de Anaime, que se caracteriza por las riquezas naturales y la capacidad de producción de diferentes productos. A pesar de la calidad de lo sembrado en las montañas cajamarcunas y la ubicación estratégica del municipio, situado sobre la Vía Panamericana, en el trayecto que unifica al departamento del Tolima y el Quindío, Además de ser líderes en producción de arracacha en Colombia, los campesinos de esta zona del país, cuentan también con cultivos de:

Café, frijol, arveja, habichuela, maíz, papa, fruta de clima templado y frío como tomate de árbol, curuba, granadilla, mora, uchuva, breva, naranja, etc. Es el primer productor departamental de hortalizas. También produce colicero, pimentón, banano, plátano, etc. De igual manera la lechería y ganadera hacen parte importante en el desarrollo de su economía. (Gobernación del Tolima, 2019)

Esta capacidad agrícola, se ve reforzada con la apropiación de estrategias que preservan la capacidad de la tierra para su uso y la conservación de la biodiversidad por parte de los campesinos que han vivido a través de los años en las montañas que conforman el Cañón de Anaime, lugar ubicado a más de 2800 metros sobre el nivel del mar, altura especial para el desarrollo de la actividad agrícola y desde donde se genera la mayor productividad en el municipio. Estas expresiones de defensa del medioambiente se encuentran arraigadas en los pobladores del municipio, quienes se esfuerzan diariamente por

utilizar agroquímicos y sembrar cosechas con alto nivel nutritivo, para brindar valor agregado a su trabajo. Así lo expresa Bernaín Vargas, integrante de Asabio:

La clave y lo concebimos muchos campesinos aquí en Cajamarca, es que gracias a Dios tenemos tierras muy fértiles, de cenizas volcánicas, un excelente clima y calidad del agua, y con humildad lo decimos, la valentía de su gente, porque no tenemos tierras mecanizadas, todo lo hacemos manualmente. Son de tres mil a cuatro mil hectáreas que se siembran de arracacha anualmente.

No obstante, los campesinos se han visto perjudicados por el bajo costo de la compra de la carga, que se encuentra por debajo del valor de producción, pese a que el municipio está sobre la vía panamericana que es una arteria vial para Colombia, pues une el Puerto de Buenaventura, es decir, el pacífico colombiano con la capital de la república, Bogotá.

Esta problemática que afrontan los arracacheros de Cajamarca, también la viven otros campesinos que se dedican al cultivo de otros productos. Por otro lado, es importante mencionar el proceso de resistencia social que representó la consulta popular en contra del proyecto minero a cielo abierto, de la multinacional Anglo Gold Ashanti, realizada el 26 de marzo de 2017.

A la pregunta de si ¿Está usted de acuerdo, Sí o No, ¿con qué en el municipio se ejecuten proyectos y actividades mineras?, 6.165 personas de las 6.296 que votaron dijeron que No, mientras que solo 76 dieron un voto afirmativo, con un censo electoral de 16.312 personas. (Portafolio, 2017)

Con una decisión contundente representada por el 97,9 % de la población votante, Cajamarca le dijo no a la minería y a la mina que se plantea desarrollar a cielo abierto en el terreno conocido como La Colosa. Los habitantes del municipio, inconformes con la presencia de la filial de AngloGold Ashanti, bajo el nombre de Sociedad Kedahda S.A., sumado al incremento del costo de vida que representó este tipo

de actividad y el riesgo de perder cuencas hídricas; promovieron una campaña en defensa del territorio que terminó contagiando a diferentes poblaciones colombianas, que utilizaron este mecanismo democrático para conservar las riquezas propias de las regiones.

Como resultado de la investigación se desarrollaron espacios de formación en emprendimiento, manejo de redes sociales para el fortalecimiento en el uso de herramientas para la creación de apuestas y emprendimientos rurales. De este proceso se obtuvo la marca Arrakachitas, snacks de arracacha orgánica, una propuesta de Harrison Vargas, quien tenía 15 años de edad al iniciar la propuesta. Esta marca se caracteriza puesto que posee unos valores corporativos que indican los cimientos de la propuesta desde la misma raíz de los valores humanos de un determinado territorio. Los símbolos más representativos de esta propuesta son las montañas del Cañón de Anaime, la Palma de Cera y el Loro Orejiamarillo.

Marca territorial, resistencias sociales y transmedia

El soporte teórico que permite el desarrollo de la propuesta académica se basa en marca territorial, resistencias sociales y elementos digitales abordados desde la transmedia. El territorio se puede comprender como una construcción social, donde intervienen diferentes factores que están relacionados con la identidad, término que puede ser explicado como el cúmulo de rasgos o características que definen a un individuo o a una comunidad en conjunto, son los elementos que identifican a una población y la resalta por encima de las demás. Es un criterio de unicidad, que tiene en cuenta cada una de las relaciones sociales e interpersonales que se dan dentro de una demarcación geográfica (Bustos Velazco y Molina Andrade, 2012).

De acuerdo con lo anterior, los procesos de defensa del territorio están orientados a preservar lo que sus habitantes consideren fundamental o lo que es inmutable para el desarrollo natural de una región, en este caso Cajamarca Tolima. Estos elementos que representan la identidad cajamarcuna son vitales para el desarrollo de la

marca territorial, es un concepto de marketing que busca brindar valor agregado a las características de un lugar, a través de la optimización de los elementos simbólicos, para así dar paso a una construcción publicitaria que reúna en un solo discurso lo que representa a una comunidad, con el fin de optimizar procesos sociales, económicos, políticos y culturales.

La Marca Territorial, Marca de Ciudad o City Branding, tema principal que ocupa este proceso se enmarca alrededor de la búsqueda que en las sociedades actuales hay para definir, posicionar y dar a conocer la identidad de una ciudad que le permita ser competitiva en la oferta productiva de un país.

Para el proyecto se analizaron marcas territoriales nacionales e internacionales, que dieran cuenta de la importancia que tienen estos procesos en la implementación de estrategias productivas que apuntan más a la creación de una estrategia publicitaria y turística de una ciudad. Es por ello, que se eligieron tres ciudades de impacto internacional como Nueva York, París y Londres. También se analizaron las propuestas de ciudades referentes en el país, como es el caso de Medellín y finalmente, se hizo un acercamiento a estrategias de municipios pequeños e intermedios que tienen características y necesidades similares a las que tiene Cajamarca, y que hayan utilizado la Marca Territorial como estrategia para la promoción del perfil productivo.

Este concepto que abarca tanto lo económico como lo social, va más allá de una denominación turística o el carácter productivo de una ciudad, se busca con ésta que se pueda determinar el presente y el futuro del lugar, la proyección a lo que desea convertirse y lo que desea ser. Sobre esto, Heredero y Chaves (2015), afirman que “Una marca ciudad ha de sintetizar un concepto, un modelo urbano determinado que para tener éxito necesita establecer con sus públicos vínculos emocionales que le permitan adaptarse a largo plazo a sus necesidades” (p. 68).

También Muñiz y Cervantes afirman que la Marca Territorial puede determinar incluso las obras públicas que se realizarán en aras de posicionar la ciudad en el espectro mundial. Ejemplos sobre este aspecto podrían considerarse:

Nuevos aeropuertos (Hong Kong) o ampliaciones (Barajas, Madrid); puertos (Yokohama); nuevos museos (Guggenheim de Bilbao, Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia; Museo Picasso de Málaga) o reformas de los existentes (Louvre de París). (Muñiz y Cervantes, 2010, p. 127)

En el mundo, los ejemplos más significativos están en las grandes metrópolis París, Nueva York y Londres, las cuales a través de los años han generado una identidad tan significativa que incluso llegan a ser referentes para el país mismo y para sectores de la economía regional. En el caso de París:

La estrategia para la creación de la marca ciudad ha sido la priorización de la oferta cultural como atributo esencial de la marca, tal y como se recoge en el informe “40 ans de Tourisme a Paris”. (Heredero y Chaves, 2015, p.72)

De igual manera, la capital francesa ha establecido su Marca Territorial alrededor del estilo y la belleza, al igual que se destaca como la capital de la moda, gracias a que la ciudad gira en torno a este sector. Lo cual deja ver que el concepto de Marca de la ciudad hace que la ciudad produzca en pro de ese concepto, y no solo sea un eslogan turístico para atraer más visitantes. De lo que se trata es de una Marca Territorial que pueda servir de epicentro para que los demás sectores económicos orbiten alrededor de este concepto.

Otro destacado caso en el mundo es Nueva York:

La ciudad se promociona como un lugar lleno de energía y dinamismo (la ciudad que nunca duerme), de oportunidades, de color, luz y contraste. Una ciudad cosmopolita rebosante de diversión y diversidad (de barrios, de culturas, de actividades, de gentes, etc.): la capital del mundo. (Heredero y Chaves, 2015, p. 70)

Nueva York, al igual que París logró hacer que su Marca Territorial definiera el *modus vivendi* de sus habitantes. Las estrategias utilizadas en esta ciudad van desde la elección de un eslogan, hasta la creación de publicidad variada con “I love NYC”, que se volvió tan popular en todo el mundo. Lo anterior, incluso con las dificultades a nivel social y de seguridad que en algunas épocas la ciudad tuviera, Nueva York ha sabido mantener la conceptualización, lo cual ha generado réditos tanto en el sector público como privado, con lo cual es posible que una vez se genere la Marca Territorial, todos los sectores económicos pueden beneficiarse y al mismo tiempo, mantenerla y posicionarla. Por otro lado, es necesario abordar el concepto de resistencias sociales desde las perspectivas del medio ambiente, esto debido a la naturaleza social de Cajamarca y sus condiciones naturales. Como se señaló en los primeros apartados, este territorio es dueño de una experiencia social que unió a un gran número de personas frente a acciones que preservaran la vida. Esta es una de las premisas de la resistencia social planteada por el autor (Useche, 2016).

Por último, se debe destacar entre las grandes ciudades del mundo con una Marca Territorial a Londres. La capital británica ha logrado posicionar su Marca y “ser percibida como un destino ideal para el desarrollo profesional, la tendencia, la vanguardia y, en definitiva, las oportunidades y la innovación” (Heredero y Chaves, 2015, p. 73). La estrategia de esta ciudad inició con una caracterización tanto de las percepciones de los locales como los visitantes, los cuales dieron los parámetros necesarios para crear la Marca Territorial enfocada en el público académico y el sector creativo. Para estas tres ciudades construir la Marca Territorial ha logrado cohesionar a los ciudadanos en torno a unos valores tanto económicos como sociales y culturales, los cuales hacen que en un mundo globalizado puedan destacarse por sí mismas y por lo que representan.

En el caso colombiano, Medellín se destaca como una de las ciudades que ha logrado generar exitosamente su Marca Territorial en la misma senda que las grandes capitales. La actual marca “Medellín,

donde la creatividad florece” busca reafirmar el espíritu emprendedor de sus habitantes y resaltar eventos de ciudad como la Feria de las Flores y el Festival Internacional de Poesía” (Ayala, 2015). De igual forma, a partir del concepto de innovación, la capital antioqueña ha logrado generar una serie de movimientos económicos, sociales y culturales que la han consolidado como destino importante.

El caso de Medellín fue posible gracias a la realización de eventos culturales, académicos y de innovación de talante internacional, en los que se destacó la expresión: “Medellín la ciudad más innovadora del mundo”, logro que alcanzó en 2013, compitiendo con Nueva York y Tel Aviv. Para ratificarlo se gestó un plan de comunicaciones en las que a través de reportajes, entrevistas y documentales para los canales Discovery Channel, NatGeo y otros, lograron posicionar este concepto de Marca Territorial. Lo cual da cuenta, de la importancia que tienen los medios de comunicación en esta labor de posicionamiento de la Marca Territorial. También se destacan los ejercicios de posicionamiento de marca, realizados en ciudades como Palmira, en el Valle del Cauca e Ipiales en Nariño.

En el caso de Palmira, se han realizado desde 2003 aproximaciones a lo que sería una conceptualización de la ciudad como una marca que cubriera la necesidad de “generar acciones académicas y metodológicas para desarrollar un mecanismo que permitiera el diseño de un instrumento de gestión y promoción de la ciudad” (Bardillo, 2010, p. 98). De igual manera, se buscaba con la creación de esta marca generar un factor diferenciador frente a la capital del Valle, Cali la cual por su cercanía podría ser “obstáculo” u “opacar” la esencia del municipio de Palmira.

Se utilizó la estrategia de productividad en el sector agrícola, en particular a la caña de azúcar para posicionar aspectos relevantes en la promoción de la ciudad.

Como resultado se obtuvo que el concepto que más integraba y podría representar la ciudad era Tierra Fértil, que permitía en una sola idea

unir el concepto agrícola de la ciudad, su tradición cultural, pero permitiendo generar una promesa de fertilidad, de crecimiento y progreso. (Badillo, 2010, p.114)

Finalmente, se puede destacar los esfuerzos hechos en Ipiales, donde se buscaba principalmente con la conceptualización de Marca Territorial:

(...) estimular la imagen e identidad de la ciudad de Ipiales, como base para el reconocimiento urbano y posicionamiento nacional, se propuso la creación de una marca que otorgue diferenciación y notoriedad para la ciudad, determinando además que, la creación de una marca para la ciudad de Ipiales resulta pertinente por la ubicación geográfica, los lugares turísticos y el componente histórico y cultural, contribuyendo a fortalecer la dinámica urbana y el desarrollo turístico. (Arteaga *et al.*, 2019, p. 25)

En este caso, la creación de la Marca Territorial busca destacar el posicionamiento de los recursos naturales que posee la ciudad y transformar esta riqueza y diversidad en uno de potencializadores de la Marca.

El territorio se puede comprender como una construcción social, donde intervienen diferentes factores que están relacionados con la identidad, término que puede ser explicado como el cúmulo de rasgos o características que definen a un individuo o a una comunidad en conjunto, son los elementos que identifican a una población y la resalta por encima de las demás. Es un criterio de unicidad, que tiene en cuenta cada una de las relaciones sociales e interpersonales que se dan dentro de una demarcación geográfica. De acuerdo con lo anterior, se puede establecer que el territorio:

Es fruto de las relaciones sociales representado por sus interacciones, y comprensiones de todas las expresiones valorativas del espacio dotado de significado, donde la identidad se da en el sentido de apropiación con las interacciones que en él se dan. En tal sentido, en el territorio se dan todas las acciones de pensamiento y de interlocución entre la cultura, desarrollando procesos de construcción de la identidad en los

que se reconocen sus raíces históricas que junto a sus construcciones políticas definen el desarrollo económico de una cultura. (Bustos y Molina, 2012, pp.3-4)

De acuerdo con lo anterior, los procesos de defensa del territorio están orientados a preservar lo que sus habitantes consideren fundamental o lo que es inmutable para el desarrollo natural de una región, en este caso Cajamarca Tolima. Estos elementos que representan la identidad cajamarcuna son vitales para el desarrollo de la marca territorial, es un concepto de marketing que busca brindar valor agregado a las características de un lugar, a través de la optimización de los elementos simbólicos, para así dar paso a una construcción publicitaria que reúna en un solo discurso lo que representa a una comunidad, con el fin de optimizar procesos sociales, económicos, políticos y culturales:

Un país, una región o una ciudad deben antes de implementar estrategias de mercadeo territorial, analizar sus fortalezas, debilidades y ventajas con el fin de entender si los clientes y consumidores se sienten atraídos para visitar ese destino como una prioridad frente a otros destinos con menos fortalezas y características motivantes. (Barreto y Díaz, 2019, p. 20)

Uno de los retos más grandes que tiene la Marca Territorial, es la unión de estamentos necesarios para el desarrollo de la campaña, como líderes de opinión, medios tradicionales y digitales; empresas del sector público y privado; entidades estatales; Gremios federaciones, asociaciones y comunidades. Esta sinergia debe dar como producto la conclusión de un relato que defina la reputación del territorio o destino. Hay que tener en cuenta que este se plantea desde los valores de la comunidad, la calidad de las personas, la confianza al público objetivo, la singularidad de la experiencia y la traducción de los sentires propios para buscar reflejarlos y así representar las cosmovisiones identificadas.

Para esto, las autoras (Barreto y Díaz, 2019) plantean cuatro claves para el desarrollo de propuestas de marketing digital. Sostenibilidad, diferenciación, calidad de los factores productivos, diversificación. La

sostenibilidad tiene que ver con asegurar la producción de la campaña mínimamente a cinco años, debido a que concretará muchas visiones en un mensaje, es necesario preservar esta campaña en el tiempo y promover la apropiación por parte de los habitantes. La diferenciación tiene que ver con definir los elementos más representativos de un territorio e imprimirlos en lenguaje publicitario. La calidad de los factores productivos tiene que ver con la coherencia entre el discurso propuesto y la acción en el territorio. La apropiación del mensaje debe ser reflejada en la atención al público que sea captado. Por último, la diversificación está orientada hacia la disposición estratégica de los productos comunicativos para el posicionamiento de marca.

El estudio de las resistencias sociales y su impacto en las comunidades como apuestas que defienden la vida a través del trabajo desde las periferias o experiencias que defienden posiciones que se contraponen a pensamientos extractivistas y neoliberales. La resistencia social se enfoca en analizar nuevos inicios, formas de pensar y hacer el mundo desde las bases sociales. Estas nuevas dinámicas constituyen para Useche (2016) la micropolítica y deben nacer de las periferias, con argumentos filosóficos que permitan posteriormente trascender y concretarse en un movimiento masivo.

De esta perspectiva, los acontecimientos resistentes buscan alterar el orden establecido por las concepciones hegemónicas de poder económico, social y político, con el fin de que surjan las concepciones comunitarias, que en este caso se ve puntualizado con las iniciativas extractivistas de la multinacional Anglo Gold Ashanti. Para la resistencia social es necesaria la unidad comunitaria que debe existir para la apropiación de los ecosistemas que rodean a la comunidad para su uso productivo, comercial, biológico y humano. Muestra cómo a través de redes de apoyo entre los integrantes de la comunidad se transmiten saberes y enseñanzas para la continuación del proyecto de sostenimiento alimentario y el cuidado del medioambiente.

Ahora, otra de las líneas que se manejan en la investigación es lo transmedia que son relatos de ficción o de no ficción interrela-

cionados que están desarrollados en múltiples plataformas digitales. Una de sus características es la de guardar independencia narrativa, estos son los denominados universos narrativos que se enmarcan en diferentes formatos comunicativos o multimediales. Alberello (2013) replica la respuesta de Scolari, frente a la pregunta ¿qué son las narrativas transmedia? Scolari las define así: “un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión” (p. 247).

A diferencia de la multiplataforma, que es la replicación de un mismo producto para diferentes pantallas, el proceso transmedial hace referencia a desarrollar una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada desde la narración de historias que se encuentran inmersas dentro de un gran universo, teniendo en cuenta siempre la percepción de la audiencia y las dinámicas propias de destino del producto.

Transmedia es el proceso vanguardista de transmitir mensajes, temas o historias a una audiencia masiva a través del uso de forma ingeniosa y bien planificada de múltiples plataformas de medios y extensión de marca que crea una lealtad de la audiencia intensa y compromiso a largo plazo, enriquece el valor de contenido creativo y genera múltiples fuentes de ingresos (Pérez, 2015, p.19).

Es importante señalar que las narrativas transmedia son una herramienta para la consolidación de productos comunicativos que se enmarcan en lo multimedia (audio, texto, video, imagen) y su conjugación para la generación de experiencias únicas, que disten de las narrativas convencionales replicadas por los medios tradicionales. Contar situaciones, percepciones, emociones y lugares que hayan acontecido en la vida real, se convierte en un reto, pues se trata de dar belleza a la vida diaria.

Las nuevas formas de comunicación digital hicieron que el documental tradicional evolucionara hacia el llamado “documental interactivo”, un nuevo tipo de relato de base hipertextual (o sea no

lineal) donde el contenido se fragmenta y el consumidor debe navegar en una red de textos escritos, fotos, vídeos y grabaciones de audio. (Hipermediaciones, 2015).

En el diseño de la Marca Territorial es fundamental la implementación de las narrativas transmedia desde la perspectiva de la diversificación, es importante comprender las dinámicas digitales que en la actualidad se han visto optimizadas por las condiciones sociales producto de la pandemia. La generación de productos comunicativos con estéticas capaces de conectar a las personas, contribuyen a la función de la marca territorial de tomar los elementos que permitan identificar a Cajamarca como una tierra que es consciente del desarrollo y que priorice el cuidado de los recursos naturales como mecanismo de defensa de su territorio.

Metodología

El diseño metodológico de esta investigación es de carácter cualitativo y estuvo distribuida en dos fases que abarcan la estrategia metodológica de tipo descriptivo-analítico, esta se eligió porque permite el reconocimiento de los símbolos o representaciones de una comunidad o un territorio determinado. Además, brinda la posibilidad de analizar y reinterpretar lo identificado con la implementación de técnicas de recolección de información descriptiva y su impacto en una población.

Es importante señalar aquí que nuestro objetivo general de la investigación era: desarrollar una marca territorial con los elementos representativos de la lucha por la defensa del territorio en Cajamarca, Tolima, a partir de la implementación de narrativas transmedia, caso Asociación Agropecuaria Biorgánica Asabio y entre los específicos teníamos:

- Diagnosticar las actividades de resistencia social de los integrantes de la Asociación Agropecuaria Biorgánica Asabio del municipio de Cajamarca, para la construcción de la marca territorial.

- Vincular a los integrantes de la asociación Asabio en la creación de una escuela digital de medios que afiance los valores de la lucha de la defensa del territorio.

Por ello en este tipo de investigación se “utilizan criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando de ese modo información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (Badillo, 2010, p.103).

La estrategia metodológica elegida para analizar las expresiones por la defensa del territorio en Cajamarca Tolima fue el estudio de caso. Su elección obedece a su función de permitir la comprensión de fenómenos sociales que se dan en la cotidianidad desde reflexiones profundas. La recolección de datos y el análisis de la aplicación de los instrumentos, desde esta perspectiva, posiciona a la voz de los participantes como materia prima para comprender acontecimientos de forma exhaustiva.

El estudio de caso representa una herramienta muy útil de hacer investigación, ya que permite tener como resultado un enfoque holístico de una situación o evento en estudio, lo cual concede al investigador un abanico muy amplio de posibilidades para abordar un problema de investigación (Escudero *et al.*, 2008, p.10).

Participantes

Este proyecto se desarrolló en el municipio de Cajamarca con los integrantes de la Asociación Agropecuaria Biorgánica Asabio, que cuenta con 95 personas aproximadamente, cabe señalar que, a la hora de llegar a campo, no todos estaban dispuestos o no todos contaban con el tiempo para participar en los talleres, sumado a que llegó la pandemia y varios de los encuentros fueron virtuales y no contaban con la señal de internet.

Muestra

Identificando tres de las experiencias más significativas de un grupo de 15 personas conformados por cinco mujeres, cinco hombres y cinco jóvenes y niños.

Técnicas e instrumentos

Las técnicas y los instrumentos implementados pertenecen a la investigación cualitativa: observación, cartografía, encuestas, entrevistas semiestructuradas y talleres.

Observación y diario de campo

Se realizaron cinco visitas a campo, con el fin de apropiar el contexto y comprender las dinámicas sociales originadas en el municipio tolimense.

Cartografía social

Esta técnica analiza a partir de la ubicación geográfica las percepciones individuales y colectivas frente a problemáticas y fenómenos sociales.

Entrevista semiestructurada

Brinda la posibilidad al investigador de generar una conversación en la que se comprenden las historias de vida y por tanto las expresiones de defensa del territorio por parte de los campesinos de Cajamarca. Esencial para la producción del contenido artístico y cultural detallado en las fases.

Taller

Debido a que se generó a partir del concepto de marca, se utilizó un entorno digital con productos comunicativos que permitieron

el posicionamiento de Asabio y teniendo en cuenta la intención de implementar esta estrategia a mediano y largo plazo con otras organizaciones. Se realizaron diez talleres de producción sonora, gráfica y audiovisual, con el fin de formar a los integrantes de la asociación para que continúen fortaleciendo esta iniciativa.

Fase 1. Caracterización de las percepciones de los habitantes acerca de Cajamarca

De esta manera, se recopiló la suficiente información para comprender las diferentes percepciones de los asociados con respecto a los valores que ellos consideran mejor describen las realidades de las veredas donde habitan sus integrantes, en particular las que logran vincular a la comunidad en un mismo propósito.

También, dentro de la metodología está la Cartografía Social, la cual según los autores Habegger y Mancila citado en (Innovación Social Colectiva, n.d.):

Permite conocer y construir un conocimiento integral del territorio para que se pueda elegir colectivamente una mejor manera de vivirlo, desde una mejor comprensión de la realidad territorial, de cómo vivimos el territorio que habitamos y cómo construimos el futuro territorio que deseamos.

Autores como Carlos Duarte confirman que la Cartografía Social es ideal para conocer de cerca las disputas territoriales y la conformación de identidades sociales. Al respecto se refiere:

De este modo, las metodologías vinculadas a la cartografía social permiten articular en un enfoque multidimensional, el análisis de las relaciones de dominación, las disputas territoriales por los recursos, y la conformación de identidades sociales y culturales, por lo que se afirma que dichas tensiones y problemáticas están intrínsecamente relacionadas y mutuamente imbricadas (Duarte y Bolaños, 2017).

Asimismo, esta herramienta brindó como resultado la primera fase de la investigación, dado a que “el proceso de construcción de una marca territorio se inicia mediante la identificación de las razones por las que la ciudad o territorio necesita de ella” (Fernández-Blanco, 2012, p.7).

Este ejercicio de caracterización por medio de la Cartografía Social se realizó con dos grupos focales: uno con 15 integrantes de Asabio y el segundo con cinco jóvenes, cinco hombres y cinco mujeres para dialogar sobre la producción agrícola y la comercialización de productos y servicios.

Fase 2. Afianzamiento de los valores de la Marca Territorial

La segunda fase del proyecto se enmarca en la apropiación de los elementos de la cartografía y la caracterización, a través de la integración de la comunidad a la creación de la Marca, que se hizo a través de una serie de productos mediáticos bajo la narrativa transmedia. Para ello, se deben generar lazos de confianza con las comunidades de la asociación, es por eso que se creó una Escuela de Medios para integrantes de Asabio.

La Escuela de Medios no solo contó con talleres de creación de productos comunicativos, también se enfocó en temas relacionados con la defensa del territorio, el desarrollo sostenible y la preservación de los recursos naturales. Para la creación de productos comunicativos se contó con talleres de fotografía, video documental, escritura para la web. Esto se hizo a través de la participación de los estudiantes del programa de Comunicación Social de la UNIMINUTO sede Ibagué, pertenecientes a los grupos de estudio del Semillero de investigación 'Comedia'.

Por otro lado, en lo que se refiere a los temas de desarrollo 'glocal' y temáticas enfocadas a la defensa del territorio, se buscó que fueran los mismos activistas de las luchas ambientales que ha llevado a cabo los cajamarcunos, al igual que expertos en el tema los que aproximen

a la comunidad juvenil en continuar lo que sus padres y abuelos han venido realizando atrás.

Producto de esta Escuela de Medios, se generaron los diversos productos que desarrollan en la etapa siguiente del proyecto.

Fase 3. Producción transmedia

Finalmente, con los aportes de la Escuela de Medios, se empezó la creación del universo narrativo de la Marca Territorial, que brinda el camino para la creación de productos comunicacionales que enriquecieron y posicionaron la conceptualización de la Marca Asabio.

Todo el universo narrativo de la Marca Asabio se desarrolla en redes sociales, que es alimentada por los diferentes ciclos narrativos que se crean en formatos de video, fotográfico, sonido y escrito, dando mayor prioridad a los formatos en video y sonoros. De esta manera, no solo se puede ampliar y dar profundidad al universo narrativo creado, sino que se remarca el concepto de marca.

Gracias a la producción transmedia, se reconocen a los habitantes de Cajamarca no solo en consumidores de lo que será la marca, sino en prosumidores, que los convierte en creadores de ciclos narrativos propios y capaces de crear sus propios universos narrativos con respecto a la marca.

Resultados

Luego de visitar el territorio y tener contacto con representantes de la Asociación Biorgánica de Cajamarca Tolima, se decidió a partir de la estrategia metodológica, definir una experiencia que permitiera el cumplimiento de los objetivos iniciales. Es así cómo se decide trabajar con la familia de Bernaín Vargas, su familia la compone su esposa Martha Ángel y tres hijos. Ellos viven en la vereda La Tigra, en la finca denominada Bellavista, allí se siembra en su mayoría arracacha, entre café, frutas y demás productos sembrados implementando prácticas

orgánicas. Su hogar se encuentra en las montañas que llevan al Cañón de Anaime y se sitúa alrededor de los 3000 m s. n. m.

De esta experiencia se pueden identificar diferentes tipos de resistencias sociales, entre las que resaltan: cuidado al territorio, la mujer, el trabajo colectivo y la familia, surgen líneas de resistencias sociales de parte de estas personas que han hecho del campo su lugar para vivir dignamente, “la tranquilidad que uno tiene en el campo no se consigue en ninguna parte, pero es necesario que se valore el trabajo del campesino, que desde las ciudades sepan el esfuerzo que se hace para cultivar los productos”, afirma Martha Ángel agricultora, mientras resalta la importancia de proteger el territorio y socializar entre los agricultores la siembra limpia, que aunque no es fácil es posible.

El trabajo de la mujer en el campo es de vital importancia, el cuidado de los niños sigue siendo responsabilidad de las mujeres, quienes crían a los menores mientras se hacen cargo de mantener el hogar, con esto me refiero a transmitir los valores y procurar su conservación. “Si los padres le enseñamos a los más pequeños las bondades de la tierra, van a comprender que cuidarla hace parte de mantenerse con vida”, afirma Martha Ángel, integrante de Asabio.

El papel de la mujer ha sido fundamental en la conservación del hogar, en sostener la familia:

No se trata solo de hacer de comer, yo lo hago, pero salgo a sembrar a cosechar, tengo mi propia huerta de donde saco mis plantas medicinales y aromáticas, también hemos ayudado y luchado contra la llegada de la multinacional y evitamos que se iniciara la explotación. Es evidente que las dinámicas femeninas han evolucionado, que antes la mujer se dedicaba a labores domésticas ahora trabaja hombro a hombro con su compañero en las labores del campo.

“La mujer sale por la necesidad que hay en el campo, porque ahora los jóvenes prefieren salir, los chicos ya no quieren quedarse, los padres decían que salieran del campo para progresar y se fueron”, añade Martha.

Con respecto al cuidado de la tierra llama la atención que los cultivadores afirman que la presencia de AngloGold Ashanti y la Consulta Popular, a los habitantes Cajamarca les enseñó a cuidar su tierra, porque uno de los argumentos de la multinacional ante su defensa del proceso de extracción, es resaltar que el uso de los agrotóxicos utilizados en los cultivos, es más dañino a largo plazo para el terreno y los consumidores.

Hever Ariel Olivera, integrante de Asabio, señala:

Analizamos la situación y comprendimos que es cierto y fue así que hemos aprendido a multiplicar los microorganismos eficientes, ahora se sigue en el proceso de transición para que el campesinado comprenda que lo que vuela o camina no es plaga y que aprendan a convivir con el ecosistema y sacarle provecho, por ejemplo, la producción limpia implica que el cultivo de arracacha esté compartido con otros frutos y plantas que desvían a los insectos que pudieran afectar el cultivo.

Bernaín Vargas señala que los agricultores tienen muy claro que llegar a la ciudad en muchos casos es:

Ampliar el cordón de miseria de las ciudades, porque no se tiene como trabajar, pero si se va a estudiar es bueno, la idea es que se capaciten y vuelva a innovar en sus territorios, pero de manera consciente, de nada sirve el agrónomo que su única propuesta es graduarse para salir a vender agroquímicos.

Las resistencias sociales identificadas son expresiones territoriales que se construyen de forma colectiva. Así como Asabio en Cajamarca existen asociaciones y colectivos que trabajan por la defensa del medio ambiente. La familia de Bernaín Vargas refleja la filosofía campesina y la conexión que tiene el ser humano con la tierra que provee su sustento. Esta lógica es implementada en el diario vivir por Martha y sus hijos quienes son orgullosos de cumplir con la labor que denominan fundamental para la vida en las ciudades.

Esta identidad que representa una filosofía colectiva que se encuentra en las montañas Cajamarcunas se intentó trasladar a la

iniciativa de Harrison Vargas, primogénito de la familia Vargas Ángel. Este consiste en utilizar las arracachas que siembra de forma orgánica junto a su familia para lanzar al mercado los snacks de arracacha, proceso natural realizado en la finca. Conceptualmente la marca refleja los ideales que representan el pensamiento de su familia y su región, pues invita al consumo de uno de los productos representativos de la zona, estimula la participación de jóvenes en el trabajo del campo, invita al consumo de alimentos que no contengan agroquímicos, hace un llamado para el cuidado del medioambiente y es una experiencia de éxito que incentiva a habitantes de la zona a continuar con la transformación de la materia prima a innovaciones.

Harrison Vargas, el joven emprendedor, puntualiza:

Pese a que la arracacha es el producto insignia del municipio, a los niños no les gusta su consumo habitual, por eso un día me puse a pensar en cómo se podía aprovechar tanto fruto y junto con toda mi familia empecé a cortarla, salarla, freírla y vimos que quedaba deliciosa y así nació el snack de arracacha.

Arrakachitas es el nombre del emprendimiento y actualmente se encuentra en proceso de patente. Por medio de talleres de emprendimiento, fotografía, manejo de redes sociales y diseño gráfico se trabajó con la comunidad para fortalecer esta iniciativa, de esta forma se brindaron herramientas que permitiera la continuidad del ejercicio a pesar del fin del proyecto.

Finalmente, el producto Arrakachitas cuenta con la filosofía empresarial que incluye la misión visión, valores corporativos que se realizaron a partir del acercamiento de Harrison con la academia, en el que se identifica la identidad del agricultor cajamarcano y se define una marca producto de Cajamarca, apoyada en la resistencia del pueblo y en su mensaje profundo de volver la mirada al campo, al campesino y recuperar su tradición agrícola.

Conclusiones

Teniendo en cuenta lo anterior se concluye que los ejercicios de resistencia social que han efectuado por años los agricultores de Cajamarca, identificados en la experiencia de Asabio, se constituyen como elementos identitarios de una comunidad de carácter agrícola.

Estas características sociodemográficas fueron la materia prima para la construcción de la marca territorial a partir del deseo de conservación de las raíces y saberes agrícolas, estableciendo de esta forma un discurso que se opone a las lógicas extractivistas de las multinacionales.

Se hace necesario que la academia trascienda más allá de los escritorios y empiece a mirar a la zona rural, a repensar en campo en el sentido de que la agricultura, por lo menos en Colombia no es un negocio rentable, el campo vive en condiciones de miseria y atraso económico, educativo y comercial, las ventas tercerizadas o que incluyen a un intermediario, están empobreciendo al campesino, sumado a los costosos agroquímicos con los que tratan la tierra.

Ahora, también se hace imperativo que desde las universidades se trabaje la producción de cultivos limpios, dejando de graduar a profesionales en agronomía que salen a vender químicos y pocos se dedican a estudiar la tierra y producir alternativas para un cultivo sustentable, esta es solicitud de los cultivadores.

El campo es el espacio donde nacen las propuestas genuinas de cuidado a la naturaleza y es con esos saberes ancestrales que deben trabajar desde las facultades de las universidades, para aprender a escuchar la tierra y no solo explotarla y sacar sus frutos. La minería, aunque dañina y que no logró su desarrollo en Cajamarca, les dejó a sus cultivadores la mejor enseñanza, cultivar productos limpios, pese a que es muy complicado en el sentido de las capacidades, puesto que no se utiliza maquinaria, se usan las manos, manos de campesinos que están siendo empobrecidos por el comercio internacional y la nula mirada del gobierno a la tierra.

Los programas de comunicación social deben sacar a sus estudiantes de su zona de confort en las ciudades y utilizar las herramientas y conocimiento para involucrar a las comunidades, enseñarles a construir sus medios de comunicación y que sea desde estas que surja la verdadera comunicación popular.

Referencias bibliográficas

- Arteaga, A. L., Pianda, E. M. y Sandoval, X. A. (2019, enero-junio). City branding como estrategia de mercado para promocionar el turismo en la ciudad de Ipiales. *Tendencias*, 20(1), 22-52. <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.192001.106>
- Ayala, A. (2015, febrero 2). *City branding: herramienta de promoción turística e inversión para la ciudad de Santiago de Cali contenido*. <https://bit.ly/3R4Rctp>
- Badillo, M. E. (2010, enero-junio). Citymarketing en ciudades intermedias: caso Palmira. *Entramado*, 6(1), 98-125. 1900-3803.
- Barreto, S. y Díaz, E. (2019) Cartilla Marca territorial como estrategia de competitividad. Universidad Santo Tomás, Ediciones Usta. Tunja, Colombia. <https://bit.ly/3MQybbD>
- Bustos Velazco, E. H. y Molina Andrade, A. (2012). El concepto de territorio: Una totalidad o una idea a partir de lo multicultural]. XI INTI International Conference La Plata, 17 al 20 de octubre 2012, La Plata, Argentina. Inteligencia territorial y globalización: Tensiones, transición y transformación. En *Memoria Académica*. <https://bit.ly/3GbFqHj>
- Duarte, C. y Bolaños, F. (2017, noviembre 7). La Cartografía Social: herramienta de análisis a las conflictividades territoriales desde los saberes locales y colectivos. *La Silla Vacía*. <https://bit.ly/40GgCRr>
- Escudero, J., Delfín, L. y Gutiérrez, L. (2008). El estudio de caso como estrategia de investigación en las ciencias sociales. *Revista Ciencia Administrativa*, 7-10. Universidad Veracruzana. México.
- Fernández-Blanco, E. (2012). "La comunicación de las marcas territorio". IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Tenerife, España.
- Gobernación del Tolima. (2019). Municipio de Cajamarca.
- Gutiérrez, J. (2020). Los arracacheros cajamarcunos que cultivan sin agro-tóxicos y que defendieron el territorio. *El Nuevo Día*. <https://bit.ly/3urKHrG>

- Herederero, O. y Chaves, M. Á. (2015, julio). Las asociaciones “marca producto” y “marca ciudad” como estrategia de “city branding” Una aproximación a los casos de Nueva York, París y Londres. *Área Abierta*, 15(2), 63-76. https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2015.v15.n2.47857
- Hipermediaciones. (2012). Más allá de la ficción: el documental transmedia. Hipermediaciones. <https://bit.ly/49HbH6D>
- Innovación Social Colectiva. (n.d.). *Cartografía Social*. Innovación Social Colectiva.
- Muñiz, N. y Cervantes, M. (2010). Marketing de ciudades y “place branding”. *Pecunia*, 1(Extraordinario), 123-149. <http://dx.doi.org/10.18002/pec.v0i2010.767>
- Pérez, J. (2015). *Creando universos. La narrativa transmedia*. Universitat Oberta de Catalunya. España.

El rol de la gamificación. Comunicación interactiva y un modelo participativo en el contexto del covid-19

María Gabriela Coba Coronel
Universidad Central del Ecuador
mgcoba@uce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3388-4255>

Roberto Carlos Rosero Ortega
Universidad Politécnica Salesiana
rroseroo@ups.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-1404-5093>

Introducción

El crecimiento del escenario digital ha posibilitado que la comunicación dentro y fuera del aula, trabaje desde un punto de vista horizontal y bidireccional, para acentuar el conocimiento, más allá de un planteamiento jerárquico que discrimine a los oprimidos e indefensos (Freire, 1970), logrando así la fusión entre comunicación y educación, es decir una educomunicación. Esta educomunicación, se presenta en una continua transformación, a partir de la evolución tecnológica, por lo que está en una constante actualización. El propósito esencial de esta corriente es proporcionar a los individuos, varias destrezas y habilidades en la creación y desarrollo de conocimiento, desde una posición crítica y reflexiva (García Matilla, 2010). El escenario de la educomunicación se la debe entender como una metodología (De Oliveira, 2009), en la que el docente y el estudiante participen de forma conjunta para la creación y desarrollo de conocimiento, es decir que el aprendizaje no se termine, que sea una educación productiva, crítica y dialógica para el desarrollo de su vida académica y, sobre todo, personal.

En este contexto, el objetivo de los nuevos medios de comunicación, videojuegos, las redes sociales y las diferentes herramientas digitales, se han convertido en un espacio de participación y construcción de aprendizaje. Por lo tanto, es esencial reconstruir la metodología de aprendizaje acorde al escenario contemporáneo, donde el rol del estudiante no se presente como un ente pasivo de la información proporcionada por el docente, sino más bien, que sea un aporte al trabajo dentro del aula y, sobre todo, generar una cultura de participación.

La metodología de aprendizaje dentro de los medios de comunicación digital considerada para este estudio es la *gamificación inmersiva*, es decir considerar una inmersión desde un escenario lúdico en las aulas, donde el estudiante participa haciendo uso de los dispositivos electrónicos, interactuando e intercambiando conocimiento y experiencias para construir un aprendizaje colectivo, tanto con sus compañeros, como docentes. A partir de este principio, el estudiante deja de ser productor-consumidor y pasa a ser en emisor-receptor al mismo tiempo (EMIREC), (Cloutier, 1973). Bajo este contexto, la *gamificación* se convirtió en una herramienta valiosa para la enseñanza-aprendizaje en el entorno académico con la llegada de la pandemia del covid-19, dando lugar a que estudiantes y docentes, puedan desarrollarse metodológicamente desde la virtualidad.

A principios de 2020, el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, declaró al coronavirus covid-19 como pandemia, perjudicando así la continuidad de una educación presencial a nivel mundial. Bagozzi (2020) menciona que, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), a través de su ente para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), ha desarrollado la Agenda de Educación Mundial, donde se busca implementar hasta el año 2030, el acceso a la educación, a través de la cobertura de Internet, las herramientas tecnológicas y, sobre todo, desarrollar una cultura digital.

En el contexto del covid-19, podemos identificar como las tecnologías digitales han modificado y ayudado en varios de los aspectos

cotidianos de la vida como la movilidad, la logística, el transporte, el trabajo, el tiempo libre y sus contenidos de entretenimiento; y por supuesto la educación y, sus mecanismos de aprendizaje. En el ámbito académico, estudiantes y docentes se han acoplado al uso de las tecnologías digitales para aplicarlos y mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje; buscando el dominio de competencias, habilidades y destrezas tecnológicas acordes con las nuevas formas de interpretar el aprendizaje que varían y evolucionan en el contexto de la educación en intervalos de tiempo relativamente cortos.

Para Pierre Levy (2001), el conjunto de tecnologías genera actitudes, pensamientos y valores que se desarrollan en el ciberespacio, es así que, en el contexto del covid-19, el escenario educativo universitario ecuatoriano tuvo la necesidad de desarrollar competencias digitales para la enseñanza y el aprendizaje, que permitan la convergencia adecuada entre la generación actual de estudiantes y sus docentes, a través de mecanismos, recursos y didácticas que faciliten la producción del aprendizaje significativo y, generar una cultura digital.

Entre esos recursos se puede contar con la “*gamificación*” o “*gaming*”, entendida como lo define Gaitán (2013), a manera de una técnica que aplica juegos en el contexto educativo y profesional, con el fin de lograr mejores resultados en el aprendizaje de conocimientos, habilidades o acciones concretas, ya que su carácter lúdico facilita la interiorización del conocimiento aprendido mediante la diversión. Esta técnica ayudaría también a los docentes a desarrollar las competencias y destrezas digitales necesarias, para el trabajo pedagógico (Cabero y Ruiz, 2018).

Para los docentes universitarios, el concepto de “enseñar” dejó de representar la transmisión de conocimientos teóricos a corto plazo, para pasar a ser, la forma de ayudar a los estudiantes a adoptar cambios significativos para desarrollar un proceso de “aprender a aprender”, experimentando y aplicando los conocimientos, mediante actividades críticas y prácticas. Para lograr este propósito, se debían indudablemente, aprovechar los grandes depósitos digitales de información

disponible y las potentes herramientas basadas en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) (Torres, 2002).

La *gamificación* en términos de la práctica docente, es una técnica de aplicación didáctica diseñada para lograr o mejorar el aprendizaje, que se construye a través de un sistema basado en la lógica y la dinámica de los juegos. Esta forma de aprender se puede aplicar a cualquier ámbito y nivel de aprendizaje, para mejorar el rendimiento, aumentar los conocimientos, mejorar las habilidades o la ejecución de acciones concretas, entre otras ventajas, donde se vinculan los entornos digitales y educativos. Se puede aplicar en el aula a través de dispositivos móviles, tablets, ordenadores personales y artefactos didácticos específicos.

La *gamificación* es un concepto desarrollado por el británico Nick Pelling, diseñador y programador de software empresarial, el cual difundió este término para dar nombre a una realidad observada por él, según la cual la “cultura del juego” era una especie de revolución que estaba reprogramando la sociedad. Entre 2010 y 2011, los diseñadores de videojuegos Cunningham y Zichermann difundieron ampliamente en congresos y conferencias, la idea de aplicar la *gamificación* en varias actividades profesionales y educativas, donde explicaron que el término *gamificación* resalta la importancia de la experiencia lúdica en una actividad distinta al entretenimiento, al trasladar la concentración, la diversión y las emociones vividas por el jugador al mundo real.

Ante las preguntas ¿qué tan importante es el aporte de la tecnología en el aprendizaje desde el contexto del covid-19?, y ¿aportan las herramientas de *gamificación* al aprendizaje significativo en pandemia? Para contestar estas interrogantes hemos planteado algunos supuestos previos. En primer lugar, debemos asumir que el aprendizaje activo requiere que el estudiante no solamente participe, sino que tome el control de la actividad, proceso y ritmo de su propio aprendizaje. En segundo lugar, se necesita que el estudiante disponga de recursos, dispositivos y acceso a las redes de la Internet. Y como tercer punto, que el estudiante sienta la motivación y deseo para superar los retos de su formación y genere una cultura digital a través del conocimiento adquirido.

Las TIC han permitido la creación de una serie de herramientas digitales como organizadores gráficos, aplicativos, blogs, videos, juegos y podcasts. En definitiva, la *gamificación* educativa y las TIC, aplican el sentido del juego y el uso tecnológico en contextos formales de aprendizaje. Cualquier actividad realizada en el contexto de la *gamificación* educativa, busca trabajar objetivos específicos como la concentración del jugador o la fidelización del estudiante con el objeto del aprendizaje y para ello, debe crear un vínculo con el contenido que está trabajando, a la vez es la herramienta que usa el docente contra la apatía del estudiante.

Los proyectos de aprendizaje *gamificado* tienen como principal característica, una atractiva, divertida y cómoda experiencia del usuario, motivo por el que este se mantiene en el juego. Es por esto que el “*engagement*” (compromiso) o grado de interacción e interés de participación logrado por el estudiante, es uno de los puntos principales a pensar al realizar el proyecto. Mihaly Csikszentmihalyi citado por Valera (2013), menciona que el proceso del juego requiere de un flujo en el que el estudiante esté involucrado de forma placentera de tal forma que realice sus tareas por el único motivo de hacerlas.

Bajo las premisas propuestas se considera de importancia académica la irrupción creativa de herramientas de *gamificación* en el contexto de la educación superior en el Ecuador, no solamente en época de pandemia, sino que, sirva como una herramienta constante, sobre todo de la universidad pública, como aporte al desarrollo de proyectos de aprendizaje significativo, que redunden en la calidad y en la construcción de escenarios participativos de producción del conocimiento, donde estudiantes y docentes puedan encontrarse dentro los territorios digitales de la comunicación y la lúdica, generando así una cultura digital.

Ortiz cita un fragmento de *Horizon Report* (Johnson *et al.*, 2014), cuyas recomendaciones se fundamentan en tres años de aplicaciones de aprendizaje basado en juegos, en los que la *gamificación* fue el eje de la estrategia didáctica. En dicho informe se describe cómo se inte-

graron aspectos de la dinámica del juego en contextos formales para potenciar la motivación de los estudiantes, así como valores positivos usuales de los juegos, que se utilizan actualmente para el aprendizaje. La *gamificación* se aplicó en varias disciplinas, con objetivos orientados al aprendizaje, usando componentes sociales y simulaciones de algún tipo de experiencia real, que los estudiantes encontraron relevantes para sus vidas.

EMIREC como raíz de la gamificación

El objetivo de la educomunicación en los últimos tiempos está direccionado a educar a partir del uso de los medios de comunicación, donde la creación de propuestas alternativas nos ayude a transmitir mensajes no solamente con contenido educativo, sino que los mismos, nos presenten un escenario de reflexión y criticidad. Para Kaplún (1998), el ser humano, la comunidad y el sector social en general, tienen el derecho de ser partícipes de un proceso comunicacional, no solamente como prosumidores-consumidores, sino también como emisores-receptores. Esto ha conllevado a que se presente un giro en la cultura digital, un giro desde el uso de los dispositivos móviles, los cuales se convierten en unos mediadores de los emisores/receptores (EMIREC).

EMIREC es un término que propuso Cloutier en 1973, que se define como el “acrónimo que designa a la persona que debía ser capaz de recibir con carácter crítico los mensajes de los medios y de producir creativamente mensaje con los lenguajes mediáticos” (Correa *et al.*, 2017, p. 69), vinculando con la comunicación horizontal perteneciente a la Sociedad del Conocimiento. Desde el escenario educativo, la educomunicación no solamente debe trabajar desde la emisión de mensajes, actitud crítica y la recepción de la información, sino también abarcar el aspecto técnico para conllevar este modelo de participación hacia las aulas, donde es necesario una alfabetización digital, tanto del docente, como del estudiante. Esta alfabetización debe partir desde la capacitación del manejo de herramientas tecnológicas, hasta el escenario de las redes sociales.

La utilidad que le damos a las nuevas tecnologías de la información, son un mecanismo que potencia y enriquece el aprendizaje, tanto del estudiante, como del docente. Es por esta razón que, las instituciones de educación, sobre todo la superior, tienen como reto la alfabetización digital, desde un escenario múltiple y no solamente visto desde el punto técnico, sino a través de un uso seguro y apropiado de los nuevos medios de comunicación, a partir de una aplicación social, receptora y creativa para obtener un contenido educativo crítico y reflexivo.

La vinculación del emisor con el receptor y, por otro lado, el productor con el consumidor, son escenarios que plantean un nuevo reto metodológico para la educación, fomentando una cultura participativa entre estudiante y docente. A partir de este principio, podemos considerar que, dentro de la *gamificación*, la imagen del EMIREC recibe gran relevancia. Cuando aplicamos la *gamificación* en el aula, el estudiante es emisor del conocimiento, compartiendo no solamente con sus compañeros, sino también con su docente, donde este último se vale de la *gamificación* y del EMIREC para verificar y evaluar sus propios conocimientos, actitud y logros ante el aprendizaje y, aportaciones de otros compañeros, a partir de esa experiencia colaborativa. Esto permitirá al docente comprender el éxito o fracaso de la actividad planteada y así, modificar la práctica gamificada si el caso lo amerita. Ante este principio del EMIREC, el docente debe presentarse como facilitador y mediador para el escenario educativo y, que la práctica educocomunicativa genere entes desde una mirada reflexiva, crítica y comprometida con la sociedad en cualquier disciplina.

La gamificación como estrategia de aprendizaje

La *gamificación*, es una estrategia que busca motivar a los estudiantes para que su proceso de aprendizaje sea enriquecedor. Funciona como una herramienta con la que el docente podrá despertar el interés y la atención de los estudiantes, en un tiempo donde la tecnología se ha vuelto un distractor importante. Varios autores coinciden en que

la estrategia de *gamificación* permite mejorar la comunicación entre docentes y estudiantes y, la integración de una serie dinámicas con esta forma de aprendizaje, misma que aumenta la participación y el interés para involucrarse en su proceso de formación.

Desde hace años se han introducido aspectos lúdicos en todos los escenarios de nuestra vida (Escribano, 2013), es así que, se han originado ensayos de gamificar actividades en escenarios diferentes como, la educación, lo empresarial, el talento humano, entre otros. A partir de este principio, hallamos referentes de *gamificación* en diferentes contextos como los que citaremos a continuación. Ortiz (2018, párrafo 8) menciona en su artículo que: “Nike y el ejercicio físico, mediante su aplicación Nike+, Volkswagen y su Fun Theory para fomentar la seguridad vial, el sedentarismo o el cambio climático. En el mundo de las dietas, el programa Weight Watchers, busca hacer de la pérdida de peso una actividad más divertida y llevadera”.

En el ámbito empresarial se pueden mencionar estudios de caso como el de la consultora Deloitte Touche Tohmatsu Ltda., que ha introducido componentes de videojuegos en sus escenarios laborales, para implementar formas de competición y recompensa simulando juegos, logrando que las tareas, la formación de directivos, la presentación de datos y el trabajo creativo no se asemeje a un trabajo, donde las empresas de esta forma, buscan desarrollar un compromiso, tanto de los clientes, como de los trabajadores (Robledo *et al.*, 2013).

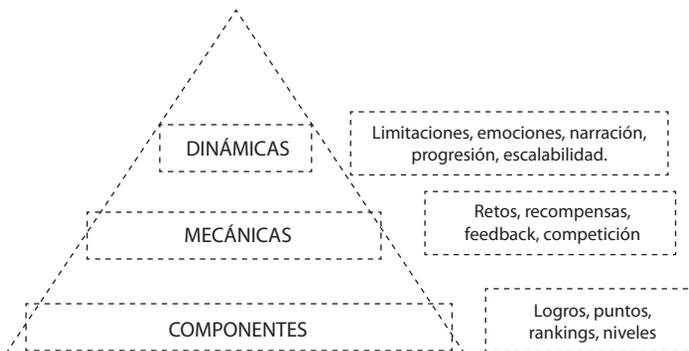
La enseñanza en medicina o en enfermería no se ha visto ajena en aplicar la *gamificación* mediante una intervención didáctica como es el uso de los simuladores, casos clínicos, narrativas o el uso de plataformas, donde el juego permite aprender o repasar conocimientos. (Oliva, 2016). Varios autores concuerdan que la *gamificación* es un factor importante para el proceso de enseñanza-aprendizaje y que ayuda a que los conocimientos sean producidos por los estudiantes de manera motivadora (Ortiz, 2018).

En este sentido, (Werbach, 2012, p. 4, citado en Ortiz, 2018) propone una estructura de la *gamificación* compuesta por dinámicas, mecánicas y los componentes, donde las dinámicas representan los conceptos lúdicos implícitos en el juego, las mecánicas son los procesos y reglas que provocan el desarrollo del juego y los componentes son las implementaciones específicas de las dinámicas y mecánicas: avatares, insignias, puntos, colecciones, rankings, niveles, equipos, entre otros.

La interrelación de los elementos mencionados es la que genera la actividad de *gamificación* como se muestra a continuación:

Figura 1

Pirámide de los elementos de gamificación



Nota. Werbach (2012, p. 5, citado en Ortiz, 2018).

En el contexto educativo la *gamificación* se aplica como técnica, didáctica y estrategia de aprendizaje en diferentes áreas y asignaturas para el desarrollo de actitudes y comportamientos colaborativos, y también para el desarrollo del estudio autónomo del estudiante en función del desarrollo de la experiencia de aplicación en la solución de problemas reales (Caponetto, 2014, p. 5, citado en Ortiz, 2018). *La gamificación* en la educación, consiste en establecer un sistema o proyecto didáctico contextualizado, con significatividad y con capacidad

transformadora del proceso tradicional de enseñanza- aprendizaje (Carolie *et al.*, 2016, p. 5, citado en Ortiz, 2018).

El desafío de la *gamificación* consiste en la construcción de juegos específicos y direccionados hacia un objetivo educativo, que implica el desarrollo de nuevas competencias de los docentes, donde los estudiantes necesitan sentir y entender que la educación actual realiza cambios significativos en torno a ellos y que los resultados de lo aprendido tienen valor, donde la gamificación como proceso lúdico y de aprendizaje al mismo tiempo, consigue elevar el nivel de motivación de los estudiantes para adquirir conocimientos nuevos de forma positiva. Además, ayuda a desarrollar su pensamiento crítico, a transformarse digitalmente, mejorar sus habilidades, destrezas lógicas y creativas, es decir desenvolverse comunicacional y lúdico en el escenario de la cultura digital.

Métodos y procedimientos

Esta investigación propone el diseño y desarrollo de un estudio mixto de la *gamificación* aplicada como estrategia didáctica para lograr el aprendizaje significativo de las técnicas de asepsia en quirófano, en estudiantes de la Carrera de Enfermería de la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad Central del Ecuador en el año 2021. Para Hernández (2014), los métodos mixtos representan un proceso de investigación sistemático, empírico y crítico que implica la identificación, ubicación, extracción y procesamiento de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta para realizar inferencias a partir de toda la información recabada y lograr una mayor y mejor comprensión del fenómeno. Para lograr esta vinculación se establecieron que elementos, tanto cuantitativos, como cualitativos intervendrían en el estudio y qué tipo de tratamiento es el que recibiría la información obtenida para cada caso.

Conforme el enfoque cuantitativo, este estudio fue planificado y ejecutado de forma secuencial y rigurosa en una sola fase. Se delimitó el estudio para aplicarlo a un grupo específico de estudiantes

con características compartidas. Además, se establecieron objetivos y preguntas de investigación en relación al marco y la perspectiva teórica de la *gamificación* y el aprendizaje (Hernández, 2014). Al finalizar esta fase el estudio permitió establecer un patrón predecible de la forma en que la *gamificación* actúa en el proceso del aprendizaje significativo en época de covid-19, que deductivamente ayuda a considerar o proponer más o nuevos elementos para el diseño de procesos de aprendizaje más completos y acordes con la realidad actual.

El enfoque cualitativo de la investigación permitió elaborar nuevas preguntas basadas en dudas o argumentos que surgieron en el proceso, donde la actividad indagatoria cualitativa tiene un carácter circular más que secuencial (Hernández, 2014, 9); el factor cualitativo a través de la observación y las opiniones de docentes con experiencia en *gamificación*, permitieron elaborar una descripción inductiva, que explica con mayor precisión, cómo funcionó la *gamificación* como didáctica para el aprendizaje significativo en universitarios del grupo investigado. La observación de los procesos aplicados a los estudiantes y los argumentos de las entrevistas realizadas a los expertos, permitieron establecer un diálogo flexible entre el marco teórico y la experiencia real con los actores, donde esta mirada interna e interpretativa del proceso permitió construir un escenario de análisis, en el cual tanto la docente investigadora como los estudiantes son actores del fenómeno del aprendizaje.

El enfoque de observación cualitativo permitió darle significado a lo que representa la didáctica de *gamificación* en el aprendizaje superior de la carrera de Enfermería de la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad Central del Ecuador, Facultad y Carrera con flexibilidad relativa ante procesos disruptivos y creativos de formación, ya que institucionalmente se practican símbolos de una educación superior rígida y vertical, provenientes de una tradición de cuatro siglos de prestigio.

La *gamificación* aplicada a la educación consiste en diseñar juegos para facilitar la interacción y participación del estudiante en

el proceso de aprendizaje significativo, logrando la retención y personalización del conocimiento y una sensación de satisfacción (Marín *et al.*, 2018). Para este momento de la investigación se desarrolló un instrumento de *gamificación* a manera de storytelling, relacionado con los contenidos oficiales de aprendizaje de la carrera de Enfermería, que los estudiantes cursaron en su escenario académico y asignatura durante el proceso de investigación, donde esta narrativa representó un juego de roles para facilitar la lectura de la guía técnica de aprendizaje, crear escenarios y personajes que interactúan en situaciones reales. Fue aplicado y posteriormente evaluado en dos momentos: 1. Los resultados del conocimiento obtenidos sobre el tema planteado a través de la *gamificación*; y, 2. Las características que posee el instrumento de *gamificación* en su estructura y relación con la aplicación a los estudiantes.

Se entiende por aprendizaje significativo a la articulación de las formas y mecanismos en que se adquieren y retienen grandes cuerpos de significado y conocimiento. Su teoría estudia el proceso de construcción de significados por parte de quien aprende, la naturaleza del aprendizaje, las condiciones para su producción, sus resultados y evaluación, es decir, aborda los elementos, factores, condiciones que garantizan la adquisición, la asimilación y la retención del contenido que representa significado para el estudiante (Rodríguez, 1989). Como ya se mencionó, los resultados del aprendizaje significativo, son producto de la aplicación de un instrumento lúdico a manera de juego o *Quiz*, donde los estudiantes individualmente seleccionaron las respuestas de una batería de simulación al estilo del juego “Quiero ser millonario”.

Según Gaitán (2013), la estrategia que aplica juegos en el contexto educativo y profesional, permite lograr mejores resultados en el aprendizaje de conocimientos, habilidades o acciones concretas, ya que su carácter lúdico facilita la interiorización del conocimiento aprendido mediante la diversión. El segundo instrumento fue de identificación de características de *gamificación*, a través de una encuesta aplicada individualmente a los estudiantes, cuyos resultados serán contrastados

con las opiniones de un grupo experto con carácter cualitativo; todo el proceso se ejecutó durante el mes de enero de 2021.

Para el estudio correspondiente se agruparon datos de análisis que fueron: a) Planificación del proceso de aprendizaje y *gamificación*; b) Evaluación de los resultados; c) Seguimiento de los procesos; d) Sistematización de la experiencia y producto de comunicación. La experiencia sistematizada nos ha permitido obtener un esquema donde se visualiza el tratamiento de la información y sus resultados, así como los elementos a mejorar y la posibilidad de comunicar el proceso de forma resumida.

Para iniciar el juego narrativo, los estudiantes partieron de su conocimiento adquirido en clases teóricas y desde la lectura de la Guía Práctica de Simulación No. 6. Estos pasos antes mencionados son fundamentales para el desarrollo de sus habilidades y conocimientos en el contexto analizado. Es importante mencionar que, los estudiantes frente a esta propuesta asumieron el papel de enfermeros/as quirúrgicos/as, lo cual permitió poner a prueba sus habilidades y conocimientos con referencia a las técnicas asépticas y encontrar las soluciones a los problemas que el personal quirúrgico puede enfrentar al manipular el material estéril en un centro quirúrgico, además de adquirir la destreza de comunicarse frente al personal de salud y en emergencia.

La narrativa aplicada o también denominada “storytelling”, permitió desarrollar una rutina de planificación, preparación y ejecución de procesos relativos a la apertura de empaques estériles, distribución en las mesas de instrumental, colocación, asepsia y manipulación del instrumental quirúrgico, donde los estudiantes siguieron sus rutinas de trabajo de acuerdo con las instrucciones de la guía de simulación, finalmente se cerró el proceso con una reflexión general de la importancia del proceso realizado.

Una vez aplicada la experiencia de *gamificación*, a través del ejercicio en parejas, se realizó el análisis del juego de roles de personajes

ficticios relacionados con la profesión de la enfermería en el ambiente del quirófano, donde se requerían normas estrictas de asepsia. Mientras que el *Quiz* aplicado consistió en una batería de preguntas, cuyo resultado se obtuvo contestando cada una de ellas en un lapso de 20 segundos, donde las respuestas se obtuvieron de forma inmediata al finalizar el cuestionario y de esta forma los estudiantes conocieron sus aciertos y, desaciertos de forma inmediata.

Una vez realizada esta actividad se procedió a aplicar la encuesta de opinión para conocer la actitud de los participantes con respecto de las variables de *gamificación* y de los componentes de complejidad y creatividad asociados a la *gamificación* propuestos en el marco teórico de la presente investigación.

La mayoría de los estudiantes que en la actualidad ingresan a las universidades son considerados nativos digitales y provienen de ambientes con mucha presencia y actividad tecnológica, donde su expectativa sobre el aprendizaje consiste en que este sea sencillo, rápido y entretenido, con resultados que resulten importantes en relación al tiempo de aprendizaje invertido. Los datos de este estudio más aproximados con estas demandas son los de amigabilidad del proceso con 81 %, creatividad 89,18 % y rendimiento con un 76 %. Cifras importantes en comparación con las necesidades de los estudiantes.

El escenario docente universitario ecuatoriano enfrenta nuevos desafíos, tanto para insertar estrategias metodológicas lúdicas en la educación superior, así como en desarrollar nuevas actividades de aprendizaje con estudiantes motivados y comprometidos en su proceso de aprendizaje, sobre todo en escenarios de pandemia, es así que, los estudiantes consideran que experiencias más realistas tendrían un mayor impacto en su aprendizaje, ya que 56,75 % le dio la calificación de “realista” a la experiencia y tan solo el 37,83 % de “muy realista”. La *gamificación* no solo consiste en la aplicación de juegos para lograr mayor compromiso y motivación de los estudiantes, sino que es un sistema de recompensa y reconocimiento; el presente factor también ha sido trabajado desde lo cualitativo en este proceso de investigación.

Para que la *gamificación* pueda producir desde la educomunicación hacia el campo académico, tanto en lo dialógico, como instrumental, debemos tener en cuenta que los estudiantes tienen cierta ventaja con el docente, a partir del empleo y conocimiento de las herramientas digitales. Sin embargo, la labor del docente es encaminar el uso de estas herramientas para que la *gamificación* en este caso, tenga cierta efectividad en la construcción colectiva de conocimiento, es decir que la *gamificación* sea un instrumento para potenciar su creatividad al momento de producir algo que sea enriquecedor, tanto para ellos, como para la sociedad.

Resultados

En el siguiente apartado se exponen los resultados de los diferentes instrumentos que fueron aplicados al grupo de 37 estudiantes del cuarto semestre de la Carrera de Enfermería de la Universidad Central del Ecuador en enero de 2021.

Resultados del Quiz de gamificación

Para llegar a la aplicación del *Quiz*, los estudiantes resolvieron previamente una actividad de aprendizaje en parejas denominada “Desafíos de la técnica aséptica”, que consistió de un juego de roles con personajes ficticios y situaciones hipotéticas, que requirieron de conocimientos básicos para su solución. El tiempo calculado para el desarrollo de toda la secuencia fue de dos horas, ya que se requirió el repaso de la Guía Práctica de Simulación No. 6 de la Carrera de Enfermería y la elaboración de productos narrativos y gráficos para consolidar el conocimiento.

El “storytelling” pedía que los estudiantes asuman los roles de Carlos y Sandra, personajes ficticios que representan a enfermeros profesionales y trabajan en quirófano. Ellos conocen la correcta aplicación de la técnica aséptica, y deben superar cinco desafíos para lo cual, los estudiantes debían completar algunas elaboraciones:

a) Una conversación entre los personajes, donde se citen los aspectos importantes que deben contemplarse antes de la apertura de paquetes estériles; b) Elaboración de una infografía que explique la secuencia de los ocho pasos de la apertura de paquetes de ropa; c) Ordenamiento de la secuencia correcta de un procedimiento; d) Identificación de los conceptos ausentes de una hoja de procedimientos; e) Elaboración de un repaso de entrega de soluciones estériles al instrumentista. Esta actividad tuvo una retroalimentación cualitativa, ya que funcionó como proceso de construcción y consolidación del conocimiento (a través de preguntas y respuestas con la docente), más no como evaluación numérica de conocimientos.

Una vez finalizado el juego de roles se procedió a la aplicación de la segunda parte, el juego *Quiz* de preguntas y respuestas tipo “trivia” de programa concurso, donde este proceso se lo realizó a través de la plataforma *Kahoot*, que permite la elaboración de juegos y su ejecución en línea. Todos los jugadores fueron convocados a través de los canales institucionales de la asignatura y recibieron un enlace para realizar su participación en la plataforma. Una vez efectuado el juego se obtuvieron los resultados a través de una hoja de cálculo que pudo ser descargada de la misma plataforma. En este archivo se pueden visualizar los resultados generales del juego así como las preguntas de forma individual, para conocer cuáles fueron acertadas y cuáles no.

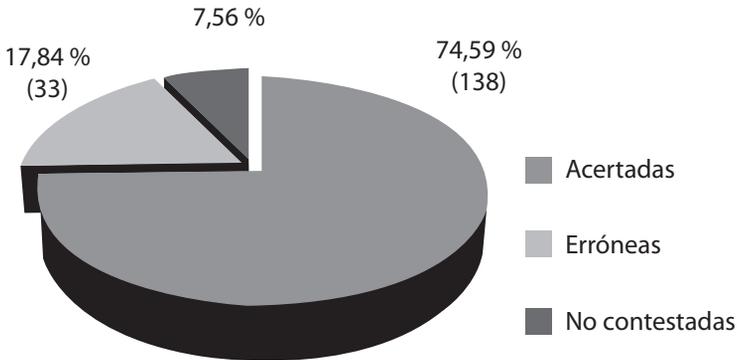
Se recabaron en total 185 (100 %) respuestas en total, ya que cada uno de los 37 estudiantes debían responder cinco preguntas del *Quiz*; de 37 estudiantes que realizaron el *Quiz*, se obtuvieron 138 respuestas correctas que representan un 74,59 % de aprendizaje considerado correcto; 47 respuestas incorrectas, consideradas un 25,41 % de errores. Las respuestas incorrectas calificadas por el *Quiz* con 0 puntos, son de dos tipos; respuestas seleccionadas con error, que fueron 33, dando un porcentaje de 17,84 %; y, preguntas sin respuesta, que fueron 14, equivalentes a 7,56 %.

El número total de respuestas correctas deja un resultado en términos generales positivo, en relación con el aprendizaje de los

contenidos trabajados en el juego de roles y confirmado en el Quiz interactivo de la plataforma digital, que dado su porcentaje de aciertos expresa la aprobación de la actividad.

Gráfico 1

Resultado del Quiz de Gamificación



Como se mencionó anteriormente, la actividad lúdica se aplicó a 37 estudiantes que corresponde al 100% de la muestra, 12 completaron el juego con cinco respuestas correctas (32,43 %), y lograron el resultado “óptimo” de aprendizaje. Las cinco respuestas correctas se han valorado con 100 %; 11 estudiantes (29,72 %) completaron el juego con cuatro respuestas correctas y una incorrecta, obtenido un “buen” resultado de aprendizaje. Las cuatro respuestas correctas se han valorado con 80 %; ocho estudiantes que representan el 21,62 %, completaron el juego con tres respuestas correctas y dos respuestas incorrectas, con un resultado “medio” de aprendizaje. Las tres respuestas correctas se han valorado con 60 %; cinco estudiantes que equivalen al 13,51 % completaron el juego con dos respuestas correctas y tres respuestas incorrectas, con un resultado “malo” de aprendizaje. Las dos respuestas correctas se han valorado con el 20 %.

Ningún estudiante completó el juego con 1 respuesta correcta y cuatro respuestas incorrectas, pero hubiese sido considerado “in-

suficiente”. No hay ningún caso, pero su valoración habría sido de 20 %. Un estudiante que equivale al 2,70 % completó el juego con 0 respuestas correctas y cinco respuestas incorrectas, con un aprendizaje totalmente “deficiente”. La valoración de cero respuestas correctas es de 0 %, dejando como evidencia que, el estudiante no mostró interés por participar y realizar la actividad de la gamificación.

Estas cifras nos permiten comprender, que el juego habría tenido un resultado promedio de aprendizaje de 76,75 % con base en respuestas exitosas de sus dos momentos, con una media de conocimiento de 80 % entre los 37 estudiantes y con una moda de 100 %, que es la cifra del porcentaje más alto y la que más se repite. Si bien no son cifras de absoluta contundencia, sí representan una importante fuente de información, que permite reorientar algunas partes del procedimiento de aprendizaje y controlar mejor la ejecución de los procesos en el ambiente tecnológico.

Análisis de las preguntas del Quiz

De las cinco preguntas alojadas en el juego de la plataforma *Kahoot*, los resultados por cada una implican además de su resultado cuantitativo de asertividad, una o varias características cualitativas que se mencionan a continuación, donde los resultados fueron los siguientes:

Tabla 1

¿Entre los aspectos previos que deben contemplarse antes de la apertura de paquetes estériles, consta?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Respuesta correcta	28	75,68
Respuesta incorrecta	6	16,22
No responde	3	8,11
TOTAL	37	100

28 estudiantes respondieron correctamente logrando un 75,68 % de efectividad en la respuesta. Considerando que la respuesta requiere de una acción concreta y efectiva de procedimiento, lo cual da lugar a

brindar la protección al material estéril durante el tiempo de exposición al ambiente (Fuller, 2012).

Tabla 2

¿La distancia que se debe manejar entre zona estéril y no estéril y al colocar material en mesas estériles es de?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Respuesta correcta	30	81,08
Respuesta incorrecta	5	13,51
No responde	2	5,41
TOTAL	37	100

30 estudiantes respondieron correctamente logrando un 81,08 % de efectividad en la respuesta que establece relación entre conceptos, magnitudes e inteligencia espacial, a lo que los estudiantes identificaron las diferentes funciones del personal quirúrgico, logrando comprender que la distancia manejada frente a un material estéril es importante para evitar una posible contaminación y respetar una de las normas principales como es, superficies estériles contactan superficies estériles; superficies no estériles contactan solo con superficies no estériles (Fuller, 2012, p. 168).

Tabla 3

¿Al abrir bandejas de instrumental grande y pesado. Los artículos debe estar orientados de modo que?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Respuesta correcta	22	59,46
Respuesta incorrecta	10	27,03
No responde	5	13,51
TOTAL	37	100

22 estudiantes respondieron correctamente logrando un 59,46 % de efectividad en la respuesta. Esta pregunta involucra una complejidad asociativa entre los objetos, tamaños, pesos, orientación y espacios físicos, además, que el uso adecuado de la técnica de apertura de paquetes

estéril sea estos de tamaño grande, mediano o pequeño requiere un método asertivo para evitar que los brazos sobre pasen el límite de esterilidad del paquete y así no contaminarlo.

Tabla 4

Para el procedimiento de entrega de material corto-punzante estéril. ¿Este debe ser colocado?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Respuesta correcta	23	62,16
Respuesta incorrecta	11	29,73
No responde	3	8,11
TOTAL	37	100

23 estudiantes respondieron correctamente logrando un 62,16 % de efectividad. Esta respuesta requiere de una acción concreta con respecto a la ubicación y uso de material punzocortante, tomando a consideración que en Fuller (2012, p. 168) menciona que, si un instrumento punzocortante queda accidentalmente oculto el personal que realiza el papel de instrumentista corre un alto riesgo de lesión durante la organización de la mesa semicircular.

Tabla 5

¿Al entregar soluciones de yodo-povidona a la instrumentista, se considera que el borde del envase es estéril?

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Respuesta correcta	35	94,59
Respuesta incorrecta	1	2,70
No responde	1	2,70
TOTAL	37	100

35 estudiantes respondieron correctamente logrando un 94,59 % de efectividad. Esta respuesta es considerada con más aciertos, ya que son estudiantes que tienen la competencia y la destreza en el manejo de soluciones y medicamentos estudiados en semestres anteriores. Además, Fuller (2012) recalca que, durante un procedimiento quirúrgico

el personal de salud debe cumplir los protocolos establecidos para la manipulación de soluciones durante las cirugías y evitar riesgos de pinchazos y confusiones durante el manejo de estas.

Análisis de resultados de la encuesta de opinión

En la siguiente tabla de resultados de la encuesta de opinión sobre la gamificación se concentran los resultados de las diez preguntas de la encuesta de opinión sobre las características de la *gamificación*. Las cinco primeras respuestas tienen el mismo estándar de valoración basado en la escala de *Likert*; las cinco siguientes tienen estándares individuales y fueron valoradas por separado.

De forma general se puede observar que, casi en su totalidad los encuestados consideran que la experiencia de *gamificación* en la que participaron fue positiva, adecuada, útil o favorable para su proceso de aprendizaje.

Del cuadro que resume las respuestas de opinión, en la primera parte se concentran los datos de cinco preguntas que comparten el estándar en la escala de respuestas. En forma sistemática estos resultados sugieren que la *gamificación* mejora el rendimiento académico, que debería utilizarse en escalas o niveles, que permite un aprendizaje significativo para la profesión y que produce satisfacción en el participante, mismo que comprende la importancia de la profundidad del conocimiento que puede lograr.

La pregunta relacionada con la complejidad profesional, sugiere que las narrativas deben ser generadas con mayor apego a la metodología de estudios y solución de casos, para dotarle al proceso de más elementos críticos. Si bien esta pregunta supera el 70 % entre las dos opciones de los estándares más altos de satisfacción, requiere de un mayor esfuerzo en la técnica de comunicación a implementarse en el juego.

Tabla 6
Resultados de la encuesta de opinión sobre la gamificación

Pregunta	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
¿Considera que los juegos para aprender mejoran su rendimiento académico?	76%	21%	3%	0%	0%
¿Considera que los temas de aprendizaje deberían ser secuenciales y escalables por niveles?	59,45%	37,83%	2,70%	0%	0%
¿Considera que los juegos permiten retener información que se traduce en conocimiento significativo para su profesión?	64,88%	35,13%	0%	0%	0%
¿Considera que los juegos le producen satisfacción por el tipo y profundidad de conocimiento?	59,45%	35,13	5,40	0%	0%
¿Considera que los contenidos aprendidos a través de los juegos tienen la complejidad de la realidad profesional?	37,83%	40,54%	16,21%	5,40%	0%
¿Considera al juego de roles narrativo y al Quiz de preguntas y respuestas es amigable para aprender?	Muy amigable	Amigable	Ni amigable ni no amigable	No amigable	Muy no amigable
	81%	19%	0%	0%	0%
¿El juego de roles narrativo y al Quiz de preguntas y respuestas le permitió sentirse motivado a aprender?	Muy motivado	Motivado	Ni motivado motivado ni no	No motivado	Muy no motivado
	57%	40%	3%	0%	0%
¿El juego de roles narrativo y al Quiz de preguntas y respuestas le permitió sentirse involucrado con los personajes y sus actividades?	Muy involucrado	Involucrado	Ni involucrado ni no involucrado	No involucrado	Muy no involucrado
	62%	5%	3%	0%	0%
¿La experiencia del juego de roles y el Quiz de preguntas le pareció una propuesta realista de la profesión?	Muy realista	Realista	Ni realista ni no realista	No realista	Muy no realista
	37,83%	56,75%	2,70%	2,70%	0%
¿Considera al aprendizaje a través de juegos una propuesta creativa?	Muy creativa	Creativa	Ni creativa ni no creativa	No creativa	Muy no creativa
	89,18%	10,81%	0%	0%	0%

En las cinco respuestas restantes encontramos que, el juego se considera muy amigable para aprender, que establece una relación de muy alta motivación en los participantes, que permite el involucramiento en los procesos y escenarios y, que es un ejercicio muy creativo;

existe una respuesta que, si bien supera el 70 % entre los dos estándares más altos de satisfacción, propone que el realismo debería ser mayor.

Análisis de resultados de la entrevista a expertos

Para el análisis de estos resultados se realizaron consultas a tres docentes de educación superior con experiencia en la aplicación de *gamificación* en procesos de formación universitaria, donde su aporte consistió en contestar varias preguntas, luego de conocer los resultados obtenidos en el proceso de aplicación de la narrativa, el *Quiz* y la encuesta de opinión.

Tabla 7
Análisis cualitativo de opinión de expertos

1. Dados los resultados obtenidos, ¿Qué recomendación general podría hacer a una experiencia inicial de gamificación en la educación superior?		
Énfasis conceptual y mayor grado de dificultad. Enseñanza tradicional previamente a las Ramificaciones.	Evaluación diagnóstica y evaluación sumatoria.	Validación del presente estudio como evidencia metodológica. Capacitación docente en la metodología.
2. Dada su experiencia, ¿Cuántos momentos u órdenes debe tener un proceso de aplicación de un instrumento de gamificación?		
Identificación de temas a enseñar. Aplicación del instrumento de gamificación (hasta 15 preguntas). Mantener el interés de los estudiantes.	Socialización de la metodología. Cronograma de aplicación. Consolidación de los aprendizajes.	Concentración de la atención y retroalimentación.
A. ¿Qué fundamentos y herramientas tecnológicas debe conocer el docente que desee aplicar la gamificación como estrategia de aprendizaje significativo?		
Psicología del aprendizaje. Software libre.	TICs	Metodología de aplicación. Informática básica.
4. ¿Qué factores debe contemplar o cumplir la gamificación en el contexto de la educación universitaria?		
Definir el objeto del juego, tema o concepto a aprender. Docencia.	Experiencia previa del estudiante con los entornos virtuales de aprendizaje. Número de estudiantes. Manejo y disposición del docente para aplicar la metodología.	Conocimiento teórico para enfrentar la gamificación. Acompañamiento docente con preevaluación y retroalimentación.
5. ¿Qué debilidades o errores ha podido detectar en el proceso realizado para esta experiencia?		
Falta de recompensa. Nuevas oportunidades de realizar el juego hasta cumplir los desafíos	Reducción de la extensión de los instrumentos.	Calcular correctamente el tiempo.

El resumen de la transcripción de este análisis nos permite agrupar las respuestas en tres temas a reflexionar:

El primero corresponde a los estudiantes que representan subtemas que se resumen en experiencia previa, conocimiento teórico, consolidación de aprendizajes, retroalimentación, dominio de entornos virtuales y recompensa emotiva.

El segundo tema son los docentes con subtemas como, identificación de temas de enseñanza, definición de objetos de aprendizaje, enseñanza tradicional, énfasis conceptual, evaluación diagnóstica y sumatoria, manejo de grupos, concentración del interés de los estudiantes, capacidades metodológicas y tecnológicas, aplicación de instrumentos y psicología del aprendizaje.

El último tema corresponde a la estrategia metodológica de *gamificación* que concentra los subtemas como planificación y cronogramas de aplicación, diseño de instrumentos y procesos de aplicación, validación de evidencia metodológica, socialización de la metodología, informática básica, software libre y TIC aplicadas a la *gamificación*, disposición didáctica y tecnológica de aplicación.

Estos tres grupos de subtemas han permitido un replanteamiento en prospectiva de mejoras al proceso que se describen en el espacio de las conclusiones. Con todo el conjunto de resultados se procede a continuación a realizar la discusión de la experiencia y sus resultados.

Conclusiones y discusión

La educomunicación es un pilar fundamental para cualquier sociedad, donde la comunicación y la educación son elementos que deben trabajarse paralelamente, más no unidireccional, ya que la misma solo ha provocado que la información llegue alterada al usuario, sin un cuestionamiento, crítica o reflexión frente a los aconteceres de la realidad mundial. El escenario de la Web 2.0, las TIC y las redes sociales nos han posibilitado intervenir, aportar e interactuar desde

el ámbito educativo, es decir el docente ya no trabaja desde un campo unidireccional o lineal hacia el estudiantado, su conocimiento en la actualidad debe ser impartido con la ayuda de estos nuevos medios de comunicación. Desde esta perspectiva, la educomunicación es un espacio para que el docente y estudiante puedan crear, cuestionar y reflexionar frente a un mundo globalizado.

Aterrizando en la investigación, obtenidos los resultados y analizados en relación a los conceptos inmersos en las teorías del aprendizaje, podemos observar que la experiencia de *gamificación* es favorable en escenarios académicos en contexto de pandemia covid-19, donde tradicionalmente no se han aplicado, como es el caso de la carrera de Enfermería de la Facultad de Medicina de la Universidad Central del Ecuador.

Para Caballero *et al.* (2019), la *gamificación* en la enseñanza de la educación superior aporta e involucra a los estudiantes en nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje, lo que se entiende que sería un refuerzo y motivación para los mismos y que de esta forma no se pierda el interés y, se logre cumplir los objetivos de formación deseados, donde evaluar la *gamificación* como estrategia didáctica ayudó a visibilizar un resultado promedio de aprendizaje significativo superior al 70 %, el cual nos demuestra, en caso de ser una propuesta de evaluación de la asignatura o a futuro de otras asignaturas en la carrera de Enfermería, la aprobación de la actividad que se logra en la universidad pública con un mínimo de 70 %, equivalente a 7.

El juego de roles, donde interviene el *storytelling* u otras formas narrativas, representan posibilidades para imbuir al estudiante en su aprendizaje y lograr la concentración del estudiante o dirigir su atención sobre ciertos contenidos que se han convertido en un reto debido a que existen muchas motivaciones y factores distractores de la atención, producto de la implementación tecnológica de la industria cultural, a través de la comunicación digital (redes sociales) y los dispositivos móviles.

Los motivadores resultados de la presente investigación, permiten entender que la educación superior es un territorio muy favorable para la implementación de la estrategia de *gamificación* como facilitadora del aprendizaje significativo, donde la aceptación de los estudiantes es también favorable y nos permite deducir que las metodologías para el aprendizaje deberían estar transversalizadas por la lúdica, la tecnología, la simulación de la realidad y la interactividad. De acuerdo con Ortiz *et al.* (2018), la *gamificación* cumple con factores de mantener activa la atención y motivar a los estudiantes a seguir un flujo (*flow*) cooperativo basado en cuatro principios: libertad de fallar, rapidez en la retroalimentación (*feedback*), progreso e historia o narrativa.

La cultura digital es un factor invaluable en el presente y futuro de la educación superior y como posibilidad de comunicación y, representación de la realidad virtual y aumentada que, sin duda, será un escenario desafiante y atractivo para aprender. El desarrollo tecnológico en la universidad pública ecuatoriana es un factor que irá incorporándose de forma paulatina y lenta en comparación con los centros universitarios particulares, es por esta razón que, los primeros estudios y aplicaciones de la *gamificación* como estrategia del aprendizaje también tienen el desafío de adaptarse a las limitaciones actuales y a escenarios de prácticas en el contexto del bio-riesgo y la bio-seguridad.

Con esta reflexión queremos mencionar que, los nuevos profesionales de la enfermería habrán enfrentado un escenario de contexto virtual, que incipientemente nos hace valorar la posibilidad de incorporar también escenarios de telemedicina. Tal vez en el futuro próximo, dicho esto como forma especulativa, los médicos podrán diagnosticar vía remota a sus pacientes, a través de dispositivos móviles operados por técnicos enfermeros y técnicos paramédicos presentes en los escenarios reales de los eventos.

La presencia de las tecnologías de la información en el escenario académico universitario son consideradas como fuente de innovación para la enseñanza y el aprendizaje, las mismas que proporcionan

metodologías y recursos tanto a docentes como a estudiantes en el contexto de una formación superior. Conforme nuestros resultados, se evidencia cualitativamente el trabajo de planificación, con cronogramas e instrumentos de aplicación, pero, sin embargo, se requiere la solución de algunas tareas pendientes, como la validación metodológica y la capacitación docente en temas de informática, aplicaciones Android e iOS, redes sociales y TIC de *gamificación*.

Los factores mencionados han sido considerados a partir de la experiencia desarrollada en la presente investigación, cuyos resultados muestran un producto adecuado a las necesidades del conocimiento de los estudiantes de la carrera de Enfermería, donde los beneficios que se generaron en el proceso investigado, no solo consisten en resultados del aprendizaje, sino en formas de retroalimentación adecuadas, obtención de información valiosa para el análisis pedagógico y construcción de nexos y relaciones entre equipos de trabajo desde la academia, sobre todo en escenario de confinamiento.

Por otro lado, el factor grupal nos permitió observar una producción cooperativa de carácter homogéneo en la mayoría de los estudiantes. Hay un solo caso que amerita análisis especial, ya que solo un estudiante no ha contestado ninguna de las preguntas de la herramienta *Quiz*, y, por tanto, obtuvo una calificación absolutamente negativa, generando un impacto importante en el promedio de todo el grupo, donde el trabajo cooperativo y la comunicación en los grupos de trabajo generó una mayor integración por parte de los integrantes del curso.

Los componentes de comunicación y estética audiovisual son requerimientos para plantear o crear narraciones que los estudiantes quieran observar y repetir las veces necesarias, hasta que se cumpla con el grado de comprensión y aprendizaje. Para que ocurra una aprehensión favorable de los significados de los conceptos profundizados será necesario el involucramiento (*engagement*) del estudiante, a través de un rol de participación dentro de la narrativa. Existen técnicas para involucrar a los receptores de mensajes en relaciones de comunicación

o aprendizaje que le resulten interesantes, donde la construcción de personajes, es una posibilidad de lograr la fundamental empatía entre los grupos de profesionales de la salud y los pacientes.

Consideramos que se pueden desarrollar líneas investigativas, donde la *gamificación* a nivel superior no sea vista como un simple juego, sino como la posibilidad de generar y aplicar una estrategia que enriquezca el aprendizaje significativo, facilitándole al estudiante el desarrollo de un pensamiento crítico frente al uso de la tecnología aplicado al campo de la salud, es decir a través de la virtualidad.

El estudiante aprende y produce su conocimiento en forma colectiva, con la ayuda del EMIREC y la *gamificación* para proyectarse a la construcción de una academia responsable y coherente con la sociedad actual. De esta manera se concluye el presente estudio, con nuevas preguntas y con una experiencia importante, aunque introductoria en el campo de los estudios y la didáctica lúdica desde el manejo y la utilidad de la *gamificación* en la enseñanza de técnicas asépticas en los estudiantes de cuarto semestre de la carrera de Enfermería en la Universidad Central del Ecuador, en épocas de covid-19.

Referencias bibliográficas

- Bagozzi, D. (2020). Declaración conjunta del Director General de la OMC Roberto Azevêdo y el Director General de la OMS Tedros Adhanom Ghebreyesus. Organización Mundial de la Salud. <https://bit.ly/46p9rOP>
- Caballero, B., Martínez, M., Santos, J. (2019). La gamificación en la educación superior. Aspectos a considerar para una buena aplicación. *Pedagogías Emergentes en la Sociedad Digital*, 21-34. <https://bit.ly/3szKmD0>
- Cabero, J., Ruiz, J. (2018). Las Tecnologías de la Información y Comunicación para la inclusión: reformulación la brecha digital. *Revista Internacional de Investigación e Innovación Educativa*, 9, 16-30. <https://bit.ly/46lcoQs>
- Cloutier, J. (1973). *La communication audio. scripto-visuelle á l'heure des self-Media*. Les Presses de l'Université de Montréal.

- Correa, R. I., Duarte, A. y Guzmán, M. D. (2017). Horizontes educativos de los videojuegos. Propuestas y reflexiones de futuros maestros y educadores. *Educación*, 53. <https://bit.ly/3R52fTA>
- De Oliveira, I. (2009). Caminos de la educocomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos. *Nómadas*, 30, 194-207. <https://bit.ly/49KA0Rb>
- Escribano, F. (2013). Gamificación versus Ludictadura. *Obra Digital - Dialnet*, 5, 58-72. <https://bit.ly/3MT89Vo>
- Ferrali, J. (2012). *Semiología de las funciones intelectuales básicas y de la conciencia*. Cátedra de Psicofarmacología. Facultad de Psicología. Universidad de Buenos Aires. <https://bit.ly/47CBH11>
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI de España Editores S. A.
- Fuller, J. (2012). Técnica aséptica. En *Instrumentación quirúrgica: principios y prácticas* (pp. 148-171). Editorial Medica Panamericana.
- Gaitán, V. (2013) *Gamificación: el aprendizaje divertido*. <https://bit.ly/3GryXZj>
- García Matilla, A. (2002). *Educomunicación en el siglo XXI*. <https://bit.ly/49N2VEv>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill Education.
- Jiménez, S. (2014). Gamificación, generando compromiso con la cultura. *Anuario AC/E de cultura digital*, 30 -39. <https://bit.ly/3G5pjLJ>
- Levy, P. (2001). *Cibercultura: La cultura de la sociedad digital*. Anthropos.
- Marín, D., Vidal, M., Peirats, J. y López, M. (2018). Gamificación en la evaluación del aprendizaje: valoración del uso de Kahoot. En REDINE (ed.), *Innovative strategies for Higher Education in Spain*, 8-17. <https://bit.ly/47Hu2yC>
- Martínez, A. y Ríos, F. (2006) Los conceptos de conocimiento, epistemología y paradigma, como base diferencial en la orientación metodológica del trabajo de grado. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 25. <https://bit.ly/3MNDKrm>
- Martínez, P. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 20, 165-193. <https://bit.ly/47k4atb>
- Oliva, H.A. (2016). La gamificación como estrategia metodológica en el contexto educativo universitario. *Realidad y Reflexión*, 44, 108-118. <https://bit.ly/412avHr>
- Ortiz, A., Jordán, J., Agredal, M. (2018). Gamificación en educación: una propuesta panorámica sobre el estado de la cuestión. *Educacao e Pesquisa*, 44. <https://bit.ly/3QPfotX>

- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre.
- Robledo, J., Navarro, F. y Jiménez, S. (2013). Gamificación como estrategia de marketing interno. *Intangible Capital*, 9(4), 1114-1144. <https://bit.ly/46qfdQ9>
- Rodríguez, M. (2011). La teoría del aprendizaje significativo: una revisión aplicable a la escuela actual. IN. *Revista Electrónica de Investigación e Innovación Educativa i Socioeducativa*, 3(1), 29-50. <https://bit.ly/47IYjxl>
- Torres, J. (2002). La Teleformación como espacio para la educación no formal. *Revista de la UHU*, 4, 1-11. <https://bit.ly/49GVU87>
- Valera, J. (2013) *Fluir, gamificación y la felicidad en el trabajo*. <https://bit.ly/47jPIGJ>

Difusión de la cultura organizacional en pospandemia. Caso: Facultad de Comunicación Social, UCE

Arturo Virgilio Estrella Osorio
Universidad Central del Ecuador
avestrella@uce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5953-8233>

Jorge Gustavo Delgado Rocha
Universidad Central del Ecuador
jgdelgado@uce.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1568-3719>

Introducción

Este trabajo presenta la investigación sobre la cultura organizacional en las aulas de clase de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador (en adelante FACSOC), cuyo ecosistema estudiantil tiene como base la heterogeneidad de sus integrantes (diversidad de orígenes, procedencia geográfica y entorno socioeconómico, entre otros factores) y luego por la visión y formas de entender a la sociedad y al mundo, que los transforma en un público diferenciado, específico, susceptible de abordar a la cultura, valores y comportamientos que caracterizan a la entidad, misma que cuenta con una población estudiantil de 1234 estudiantes y una planta docente de más de 60 personas, de la cual más del 60 % aproximadamente es fijo¹

1 Personal que trabaja bajo la figura de “nombramiento” que otorga permanencia, antigüedad y dota del principio de “membresía” a sus integrantes mientras que el personal a contrato es ocasional o temporal.

y el restante temporal.² La dinámica organizacional tiene además un fuerte componente político, pues las autoridades universitarias (desde la figura del rector hasta la del decanato) son electas por un sistema electoral interno, lo que, entre otras cosas, afecta tanto positiva como negativamente a la definición y aplicación de un modelo de gestión para las diferentes facultades y en particular, FACSO es considerada como una de las más complejas dentro de la entidad.

Para entender mejor sobre su proceso de transmisión cultural hacia sus estudiantes, fue necesario una revisión metodológica mixta para hallar las perspectivas del grupo sobre su relación y cercanía a los intangibles y otros idearios que se proyectan luego hacia la vida profesional.

Se presentan los hallazgos tanto cualitativos como cuantitativos mediante el uso de herramientas adaptadas con encuestas con escala de Likert para facilitar el análisis y poder comparar sus resultados en grupos focales. La metodología es innovadora ya que ha sido poco explorada en la investigación de la cultura organizacional, específicamente con las prácticas, hábitos y ambiente de trabajo generados en los grupos de estudiantes en el aula de clases universitaria, partiendo desde los procesos interactivos con las y los profesores y su impacto en la cultura de trabajo para analizar al final la proyección (desde la formación profesional) hacia la próxima vida laboral. Se sustenta la necesidad de una reconceptualización del fenómeno para conocer la cultura de una institución de educación superior, desde sus estudiantes y la forma de trabajar de las y los docentes.

La interpretación de resultados se trabajó con el Método de Telaraña, modificado específicamente para esta investigación lo cual permite una interpretación de indicadores de cultura especializados en públicos definidos, identificando las características de éxito (o fracaso)

2 Los datos corresponden al promedio regular de estudiantes durante el período de pandemia y confinamiento; la información de docentes se ha mantenido estática en los últimos cuatro años.

en la difusión de la cultura organizacional durante la pospandemia, ubicándola desde su desarrollo y uso como herramienta de formación y uso a escala profesional; abordó la conceptualización por parte de diversas autorías y distintas ramas de conocimiento (gestión de empresas, sociología, psicología, comunicación entre otras), centrandó la recopilación y análisis de información en los semestres finales, con base en la observación y análisis de los grupos, comportamiento en aula e influencia de la entidad.

El estudio no se orientó hacia el análisis de la productividad y competitividad ni los resultados obtenidos (como el índice de colocación laboral) sino en identificar si se generó o no un escenario de trabajo basado en la cultura organizacional en las aulas de clases y si este afectó (positiva o negativamente) al grupo estudiantil una vez que tuvieron que volver a clases presenciales después de haber pasado por un evento único como el confinamiento por la pandemia del coronavirus.

La cultura organizacional, una constante en el aula de clases

La educación superior es fundamental en la búsqueda de la realización personal, por ello las Instituciones de Educación Superior (denominadas en Ecuador como IES) se convierten en referentes para el fortalecimiento de la personalidad, donde se afianzan o reestablecen los sistemas de valores, también definen las formas en que se atenderán las actividades en el entorno laboral; es necesario entonces que las IES apliquen metodologías de trabajo basadas, entre otros campos de estudio, en la cultura organizacional.

La cultura organizacional es el conjunto de significados socialmente aceptados, adoptados y practicados por quienes integran una entidad e incluye los principios, ideas, ritos, concepciones, creencias y preceptos compartidos y aceptados por el grupo de personas; su concepto fue desarrollado a fines de los años setenta del siglo pasado por Pettigrew (1979), quien la describe como “el sistema de significados

pública y colectivamente aceptados operando para un grupo determinado en un tiempo dado”. Más adelante Bower (1995) sugiere que la cultura organizacional es “un elemento invisible para las personas que pertenecen a las organizaciones, al punto de llegar a convertirse, algunas veces, en la forma de hacer las cosas” y en el mismo sentido para Gordon (1996), es un sistema compartido de valores, creencias y hábitos dentro de la organización que interactúan con la estructura formal generando normas de comportamiento.

Los enfoques sobre la cultura organizacional varían desde diferentes planteamientos; inicialmente es abordada desde la propuesta, la socialización, la interiorización, aceptación y aplicación de una serie de principios, ideas, ritos, concepciones, creencias, preceptos, llegando hasta la implicación y el rol de la máxima autoridad de una entidad, es decir, que el estudio y acción de la cultura, incluyen a los niveles directivos, mandos medios y personal operativo, considerando a todos como proponentes, emisores y ejecutores de las acciones culturales de la organización.

Sobre estos enfoques, para la presente investigación se trabaja la definición de Schein (2004) sobre cultura organizacional, que la presenta como:

[...] un patrón de supuestos básicos compartidos que fueron aprendidos por un grupo en la medida en que resolvieron problemas de adaptación externa e integración interna, que ha funcionado lo suficientemente bien para ser considerado válido, y, por consiguiente, ser enseñado a los nuevos miembros como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación con esos problemas. (p. 17)

Esta definición es importante ya que, para entender la cultura organizacional dentro de entidades de educación superior, esta se difunde entre los miembros temporales de las instituciones educativas mediante aprendizajes. Estos aprendizajes no son exclusivos de los integrantes que los adquirieron en un momento determinado como pueden ser los trabajadores y docentes que trabajan de forma continua

dentro de la institución, sino que son enseñados a los estudiantes que se incorporan a la vida y funcionamiento de la institución a través de procesos de socialización. Este tipo de socialización es denominada socialización secundaria, la cual se define como “cualquier proceso posterior que induce al individuo ya socializado a nuevos sectores del mundo objetivo de su sociedad” (Vesga *et al.*, 2020, p. 42) como es el caso la incorporación de nuevos estudiantes que llegan a la Facultad.

Métodos y procedimientos

El diseño de la investigación se basó primero en la revisión bibliográfica, que como propone Rojas (2002) trabaja desde la exposición y análisis de teorías, conceptualizaciones, investigaciones previas y antecedentes generales considerados válidos para el objeto del estudio; Yegidis y Weinbach (2005) y luego Hernández (2010) señalan que es “un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema (...)” (p. 94). En términos de Mertens (2005), sugiere cómo se relaciona la investigación al tópico estudiado, denominado *big picture*.

Complementariamente, trabajó también desde una perspectiva dialógica, que como señala Fernández (1999), recoge voces y percepciones de expertos académicos (docentes y su metodología de trabajo (primera instancia) y luego profesionales externos al aula de clases. El enfoque es hermenéutico reflexivo pues facilita el análisis sobre fenómenos encubiertos en una realidad social y su mejor comprensión (Ríos, 2005); la información recolectada trabajó desde el escenario cualitativo (desde los aportes teóricos de diversas autorías) y luego desde la experiencia del personal docente) y escenarios profesionales para la comunicación.

La estrategia de análisis de información se llevó a cabo con base en la elaboración de matrices de codificación abiertas, en las que se incluyó los datos recolectados de las encuestas, entrevistas y grupos focales, de manera que permitió realizar cruces, generando información relevante para conocer la realidad y estado de la cultura

organizacional en las aulas de clase y la vida profesional futura. Desde el contexto educativo se abordaron diferentes enfoques que trabajan desde las ideas de lo organizacional-educativo, destacando características generales en los distintos niveles de educación, que finalmente entablaron un marco teórico de análisis.

Se tomaron en cuenta elementos como: infraestructura (lugar fijo con espacios de trabajo, esparcimiento, clases), horarios, función docente y relación docentes-estudiantes (establecida por el contexto de la institución y que difiere en sus distintos tipos de relación y metodología). Estas variables utilizaron el término descrito por Reales-Aguirre-Gómez, “cultura escolar”, que “es educativa en el sentido que profundiza en la personalidad y por su parte cada miembro de la comunidad contribuye con su sello a generar esa cultura”. Luego, definen a esta desde su dependencia en las personas, puesto “...que contribuyen en la comunidad educativa, pero también de la sociedad en que se encuentra, es decir, la sociedad influye en la cultura del centro educativo y viceversa...” (Reales *et al.*, 2008, p. 332).

Para evaluar objetivamente el impacto de la pandemia en las actividades de difusión de la cultura organizacional en el grupo estudiantil FACSÓ, fue necesario establecer directrices de entendimiento académicas, entendidas como indicadores, que son:

(...) los elementos que hay que deconstruir cuando se desarrolla una auditoría de la cultura empresarial son los valores, es decir, lo que la organización considera que es el bien o el mal; los ritos que se siguen en la celebración de cualquier acontecimiento; las actuaciones simbólicas que resumen el sentimiento que la empresa estima importante y representativo de aquello en lo que cree; y los mitos y tabúes que se perpetúan. (Cuenca, 2018a, p.153)

Sin embargo, la cultura organizacional puede cambiar dependiendo de la naturaleza de la organización, por ende, también cambiarán sus indicadores, por lo que se incluye lo manifestado por Joan Cuenca quien menciona que, “la cultura procede de un estudio de la marcha de la organización, en el que la solución particular de la

empresa sustituye a la solución universal o contingente” (Cuenca, 2018b, p. 154).

Está claro que una organización destinada a la educación como lo es FACSO, requiere elementos y dinámicas diferentes para la comunicación de su cultura organizacional, ya que esta debe ser asimilada y practicada por distintos tipos de públicos (docentes, estudiantes, egresados). Por ende, fue necesario crear una lista de indicadores específicos para este estudio tomando en cuenta la singularidad de la organización, su público y sobre todo el momento posterior a la finalización de la pandemia del Coronavirus en el Ecuador. Partiendo de esta base, se procedió a determinar los indicadores de cultura organizacional de la siguiente forma:

- Sistema de valores, engloba el resto de principios, percibidos por los públicos, difundidos y practicados dentro de la entidad.
- Integridad, para formar futuros profesionales del país.
- Confianza, sobre las actividades y toma de decisiones (de la facultad y sus directivos), respecto de sus estudiantes y docentes.
- Responsabilidad (desde autoridades y docentes), reflejando la visibilidad generando (o no) la tranquilidad en sus estudiantes (y los mismos docentes).
- Percepción de cuidado, expone la coyuntura de esta investigación, pues las IES deben destinar un esfuerzo ejemplar para proteger física y simbólicamente a sus estudiantes y docentes de posibles contagios dentro de espacios y actividades académicas y preservar la salud mental y física en general.
- Uso de herramientas y soporte en línea, para identificar la percepción de uso y actualización de conocimiento (manejo de herramientas digitales) que facilitan la enseñanza y estudio dentro de la entidad.
- Servicios de apoyo, la pandemia trajo consigo distintos problemas, (salud, económicos, sociales, familiares, psicológicos)

por lo que las IES debían diseñar protocolos y herramientas para conocer y apoyar las distintas realidades de sus estudiantes y docentes.

- Transmisión de conocimientos, para evaluar la percepción de estudiantes y docentes sobre la principal actividad, la transmisión de conocimientos.

Estos indicadores determinaron el estudio objetivo sobre la cultura organizacional, pero principalmente evidencian el avance científico para medir cuantitativamente las características culturales en una IES con públicos heterogéneos en una situación emergente.

Finalmente, una vez que se obtengan los valores cuantitativos de cada indicador sobre la cultura organizacional dentro de instituciones educativas, se procederá a presentar dichos resultados de forma eficiente e innovadora mediante el uso del Método de Telaraña de Bernstein, el cual, “se construye a través del uso de un diagrama radial de Excel, donde cada eje o radio representa un atributo de la organización” (Aljure Saab, 2016, p. 72).

Este método sirve para entender y comparar los cambios que se generan sobre los intangibles de las organizaciones, principalmente la imagen e identidad.

En las telarañas de Bernstein podemos realizar varios tipos de comparaciones. Podemos comparar el perfil de imagen real con el perfil de imagen ideal como se planteó en el párrafo anterior. También podemos comparar perfiles reales de diferentes públicos o, por ejemplo, comparar perfiles reales en diferentes momentos del tiempo. (Aljure Saab, 2016, p. 71)

Este tipo de método es ideal para la presente investigación, ya que ayuda a representar de forma visual y mediante mediciones exactas, los cambios que sufren elementos intangibles y abstractos que posee una organización. Estos cambios a su vez se vuelven sencillos de interpretar ya que se definen previamente sus características diferenciadoras como pueden ser: cambios en el tiempo o momentos por

los que pasa la organización, cambios sobre sus miembros, o cambios dentro de las políticas o normas propias de cada intangible.

Herramientas aplicadas

La medición se llevó a cabo con la aplicación de dos herramientas en tres grupos diferentes: encuestas a estudiantes en curso del período 2022-2023. La primera, fue aplicada de manera telemática, a través de la aplicación Forms de Google; se evaluaron los resultados mediante una escala de Likert de nivel 3, valorando las respuestas positivas con 3 puntos, las neutras con 2 puntos y las negativas con 1 punto.

Las escalas de Likert son un tipo de evaluación que se usa para dar valor a todos los tipos de respuesta, siendo un instrumento psicométrico, donde el encuestado indica su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, a través de una escala ordenada y unidimensional (Matas, 2018, p. 2), teniendo diferentes niveles, siendo los más usados (tres o cinco niveles). Para la presente investigación se decidió por utilizar escalas de tres niveles que permitan a los estudiantes poder entender fácilmente las preguntas y tener opciones de respuesta afirmativas, neutrales y negativas respecto a su percepción sobre la cultura organizacional dentro de la FACSO. A continuación, se presenta el modelo de la encuesta:

Encuesta para estudiantes sobre cultura organizacional-FACSO

1. Edad
 - 17-20
 - 21-24
 - 24-30
 - + 30

2. Género
 - Femenino
 - Masculino
 - GLBTIQ+

3. Seleccione su malla
 - Antigua malla
 - Rediseño
4. Semestre
 - Quinto
 - Sexto
 - Séptimo
 - Octavo
 - Noveno
5. La FACSO, ¿maneja sus actividades académicas con integridad y transparencia?
 - Sí, en todas sus actividades
 - Sí, en algunas de sus actividades
 - No, en ninguna de sus actividades
6. La FACSO, ¿maneja sus actividades administrativas con integridad y transparencia?
 - Sí, en todas sus actividades
 - Sí, en algunas de sus actividades
 - No, en ninguna de sus actividades
7. La FACSO, ¿genera acceso a aulas especializadas y equipos tecnológicos con facilidad y transparencia?
 - Sí, siempre
 - Sí, a veces
 - No, y casi nunca
8. ¿Considera que sus docentes inculcan valores con orientación humanística y profesional desde la impartición de clases?
 - Sí, la mayoría o totalidad de docentes
 - Sí, una parte de las y los docentes en algunas clases
 - No, ningún docente en ninguna clase

9. ¿Considera que el personal de apoyo (técnicos docentes) realiza sus actividades bajo un sistema de valores humanos y profesionales?
Sí, la mayoría o totalidad de técnicos docentes
Sí, una parte de las y los técnicos docentes en algunas clases
No, ningún técnico o técnica en ninguna clase
10. ¿Considera que el personal administrativo realiza sus actividades manejando un sistema de valores humanos y profesionales?
Sí, la mayoría o totalidad
Sí, una parte en algunas actividades
No, ningún integrante
11. Durante la pandemia la FACSO, ¿mantuvo acciones de cuidado y preocupación por el bienestar de sus estudiantes?
Sí lo considero completamente
Sí en algunos momentos puntuales
No en ninguna de sus actividades
12. Retorno a la presencialidad, ¿considera que las autoridades promovieron políticas e iniciativas de cuidado y preocupación por el bienestar de sus estudiantes y el personal (docente-administrativo)?
Sí lo considero completamente
Sí al inicio del semestre
No en ningún momento
13. Retorno a la presencialidad. La FACSO, ¿gestionó protocolos eficientes para manejar la educación en modalidad híbrida?
Sí, considero que los protocolos funcionan y son eficientes en esta modalidad
Sí, pero no fueron explicados y difundidos correctamente
No, los protocolos de trabajo no funcionan ni son eficientes para esta modalidad

14. Durante la pandemia, la FACSO ¿brindó a sus estudiantes las suficientes herramientas y soportes en línea para que puedan estudiar normalmente?
Sí, considero que se brindaron herramientas y soportes en línea adecuados
Sí, aunque de manera limitada
No, no se entregó ninguna herramienta o soporte en línea adecuado
15. Durante la pandemia, la FACSO, ¿brindó una capacitación eficiente al grupo de estudiantes para el uso adecuado de las herramientas en línea?
Sí, considero que fui capacitada/o correctamente
Sí, pero aprendí de forma individual en la mayoría de los casos
No, considero que no fui capacitada/o correctamente
16. Durante la pandemia, las autoridades FACSO, ¿organizaron las actividades y telemáticas de forma responsable, enfocada en el servicio al grupo estudiantil?
Sí, considero que manejaron a la facultad y la modalidad telemática de forma responsable
Sí, aunque varias actividades y dinámicas las resolvieron otras personas ajenas al entorno directivo o de gobierno de facultad
No, no fueron responsables durante la pandemia en absoluto
17. Durante la pandemia, ¿considera que las y los docentes brindaron sus clases de forma responsable y ordenada (Moodle listo y operativo, clases adaptadas a la situación, resolución de problemas y atención de necesidades específicas)?
Sí, considero que las clases fueron dictadas de forma responsable
Sí, algunos lo hicieron
No, ningún docente fue responsable durante la pandemia

18. Durante la pandemia, ¿considera que las y los docentes establecieron sistemas de valores y códigos de convivencia que facilitaron la relación de trabajo en aula?
Sí, las y los docentes trabajaron con valores y códigos de convivencia positivos
Sí, algunos lo hicieron
No, ningún docente trabajó con valores y códigos de convivencia positivos
19. Durante la pandemia, ¿considera que las y los docentes lograron transmitir sus conocimientos mediante el uso de herramientas y clases en línea?
Sí, considero que las y los docentes usaron las plataformas digitales adecuadamente para transmitir sus conocimientos
Sí, aunque algunos docentes no usaron bien las plataformas digitales ni generaron otros soportes o apoyos
No, ningún docente usó bien las plataformas digitales
20. Durante, la pandemia, la FACSÓ ¿activó suficientes canales y servicios de apoyo a sus estudiantes?
Sí, considero que hubo suficientes canales y servicios de apoyo telemáticos
Sí, pero no sentí que nos dieran apoyo suficiente con nuestros problemas y necesidades
No, se brindó ningún apoyo
21. Durante la pandemia, la FACSÓ ¿brindó espacios o herramientas digitales para que los estudiantes puedan interactuar y transmitir sus conocimientos en grupos o equipos?
Sí, considero que la facultad brindó suficientes espacios o herramientas para interacción colectiva.
Sí, pero la respuesta de estudiantes no fue la esperada, no reaccionaron a la interacción propuesta
No permitió que las y los estudiantes interactúen entre ellos

22. Durante la pandemia, la FACSO ¿se preocupó por escuchar y resolver los problemas y necesidades de sus estudiantes?
Sí, considero que se escucharon y atendieron debidamente
Sí, pero no fueron las autoridades sino algunos docentes
No, no escucharon ni apoyaron en absoluto
23. Durante la pandemia, la FACSO, ¿gestionó protocolos eficientes para manejar la educación en línea?
Sí, considero que los protocolos fueron eficientes durante la pandemia
Sí, aunque no fueron explicados y difundidos correctamente
No, los protocolos de trabajo no fueron eficientes
24. Retorno a la presencialidad. La infraestructura de FACSO ¿garantizó seguridad y elementos de salud ocupacional para sus estudiantes?
Sí lo considero completamente
Sí al inicio del semestre
No en ningún momento
25. Clases modalidad híbrida. Sus docentes, ¿transmiten sus conocimientos mediante el uso de herramientas y clases en línea?
Sí, considero que las y los docentes usan las plataformas digitales con las clases presenciales adecuadamente para transmitir sus conocimientos
Sí, aunque algunas y algunos docentes no usan bien las plataformas digitales ni las clases presenciales ni generan otros soportes o apoyos
No, ningún docente usa bien las plataformas digitales ni las combina adecuadamente con clases presenciales

Finalmente, para la muestra e interpretación de resultados se utilizó el método “Telaraña” de Bernstein, y se aplicó tabulando cada indicador mediante la escala de Likert utilizada para esta encuesta.

Mediante este método, los participantes identificaron las cualidades consideradas como “decisivas” para su desenvolvimiento en aula; además, incluyó todos los valores relevantes. Posteriormente, se eligieron cualidades principales para la cultura organizacional para:

(...) con esta información consensuada se dibuja un diagrama donde aparecen los atributos elegidos a forma de rueda de ocho radios. Cada radio contiene una escala de nueve puntos, con el punto cero en el centro y el nueve en el otro extremo. (Cuenca, 2018, p. 159)

Luego calificaron estas variables “en armonía con las ideas que inspiran y sugieren el modelo de coorientación, y de esta manera manifiestan los grados de congruencia, exactitud, comprensión y acuerdo con un mismo proyecto identitario” (Cuenca, 2018, p. 159), para finalmente, mediante la unión de puntos clave producir distintas figuras para entender las diferentes perspectivas dentro de la entidad y a partir de ello, establecer un discurso común basado en una misma dirección pues, como señala Cuenca (2018) “son los públicos internos los que impulsan al exterior esta manera de ser única y particular, patrimonio de la organización” (p. 161).

Por tanto, esta investigación procuró obtener una imagen más detallada sobre la comprensión de la cultura organizacional que poseen los docentes y que proyectan a sus estudiantes en la entidad objeto de estudio. El haber pasado por un periodo de alejamiento pandémico fue fundamental para encontrar los elementos culturales perdidos o inadvertidos, y gracias a esta información, se entendieron cuáles son aquellos dentro de las IES que necesitan de interacción física y cuáles no.

Grupos focales

La medición se llevó a cabo con la aplicación de dos herramientas en tres grupos diferentes:

- Grupo focal-profesores (asignaturas de especialidad).
- Grupo focal-exestudiantes (personas graduadas-años recientes).
- Encuesta-estudiantes en curso (período analizado).

Para los grupos de docentes y exestudiantes, se definió un contenido similar (mismos temas generales), aumentando la relevancia de la cultura organizacional y su aprendizaje:

Formación

Tercer Nivel

Cuarto Nivel

Experiencia profesional (relevancia-comunicación)

Entidad y cargo

Año de graduación

Género

Hombre

Mujer

Otro

Edad

BLOQUE 1. CULTURA ORGANIZACIONAL

1. ¿Conoce usted qué es cultura Organizacional? ¿Cómo la definiría?
2. A su juicio, ¿existía una cultura Organizacional en la FACSO-UCE?
3. Habiendo pasado algunos años, ¿cómo cataloga la Cultura Organizacional vivida en FACSO?
4. ¿Cuáles eran los componentes de la cultura organizacional de la UCE?

Seleccione 5

Planificación

Impuntualidad

Locura

Falta de creatividad

Ausencia de innovación

Informalidad

Creatividad

Espíritu

cuestionador

Formalidad

Vocación

de servicio

Solidaridad

Innovación

Pensamiento

crítico

Competencia

Libertad de

pensamiento

Malos ritos y costumbres	Libertad de acción	Rigidez
Experiencia en educación	Falta de actividades extracurriculares	
Buen ambiente de trabajo	Mal ambiente de trabajo	
Desconexión de la realidad	Conocimiento profundo de la realidad	
Profesionalismo	Buenos ritos y costumbres	
Entendimiento de la realidad	Puntualidad	Poco profesionalismo

5. ¿Existe alguna relación —e incidencia— entre la cultura organizacional vivida en sus años como estudiante, con su realidad laboral de hoy? ¿Cómo se presentaba esta relación?
6. Desde su experiencia y gestión como profesional de la comunicación, ¿cuáles son los principios que rigen el funcionamiento del ambiente en su lugar de trabajo, que Usted “transportó” desde las aulas de clase?
7. ¿Promueve usted —como persona individualmente— un modelo o formas de cultura organizacional en su lugar de trabajo y equipos a cargo?
8. ¿Cómo realiza esta actividad? (herramientas, activaciones, capacitación, otros)
9. Volviendo a su etapa estudiantil, ¿cuáles cree Usted que eran los valores más evidentes en las aulas de FACSO?
10. Estos valores, ¿eran promovidos por los/las docentes? ¿Cuáles?
11. A su criterio profesional con base en su experiencia personal, ¿se proyectó la Cultura Organizacional de FACSO hacia su vida profesional? ¿Cómo?
12. ¿Trabaja usted con un sistema de valores en el su lugar de trabajo? ¿Cuáles valores?

13. ¿Siente usted que la FACSO la/lo forjó profesionalmente, más allá del conocimiento teórico y la aplicación práctica? ¿Cómo?

BLOQUE 2. LIDERAZGO (LUGAR DE TRABAJO)

14. ¿Existió algún tipo de liderazgo en sus aulas como resultado de la dinámica cultural?

¿Cuál?

- | | |
|--------------------|--------------------------------|
| a. Autocrático | b. Burocrático |
| c. Carismático | d. Participativo o democrático |
| e. ‘Laissez-faire’ | f. Orientado a las personas |
| g. Natural | h. Orientado a la tarea |
| i. Transaccional | j. Transformacional |
| k. Ninguno | |

15. ¿Cómo influía este liderazgo —o su ausencia— en el grupo de estudiantes?

16. ¿Cómo influye o influyó este liderazgo —o su falta— en usted ahora como profesional?

BLOQUE 3. APLICACIÓN EN LA VIDA PROFESIONAL

17. Cuando usted fue estudiante, ¿influyó el ambiente de la FACSO en su desempeño? ¿Cómo?

18. ¿Cómo influyó el ambiente de la FACSO en el inicio de su vida profesional?

19. Replica usted mismo/a, algo de esa influencia hoy en su vida profesional y en sus espacios laborales?

20. ¿Cuáles experiencias, ideas, ejemplos, “tips” basados en la Cultura Organizacional, adquirió usted en el aula de clase y aplica hoy en su vida adulta profesional?

Resultados

Para evaluar los indicadores de comunicación adaptados para este estudio sobre cultura organizacional postpandemia se utilizó una escala de 3° nivel en la metodología de Likert. Esta metodología en con-

creto permitió valorar cuantitativamente características y cualidades de la difusión realizada por la Facultad sobre su cultura organizacional hacia sus estudiantes, quienes debido al aislamiento provocado por la pandemia no pudieron relacionarse con la cultura de la Facultad de forma tradicional, obteniendo los siguientes resultados.

Resultados de estudiantes regulares

A continuación, se muestran los resultados de la encuesta en la que se trabajó desde una muestra obtenida mediante la fórmula de muestreo para universos finitos, donde se obtuvo como cantidad sugerida a 149 estudiantes. Sin embargo, debido a la gran acogida de este estudio, se obtuvo 158 respuestas.

$$n = \frac{z^2 \times p \times q \times N}{e^2(N - 1) + p \times q \times z^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,7 \times 0,3 \times 1.500}{0,07^2(1.500 - 1) + 0,8 \times 0,2 \times 1,96^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,7 \times 0,3 \times 1.500}{0,0049 (1499) + 0,21 \times 3.8416}$$

$$n = \frac{1210,104}{8,151836}$$

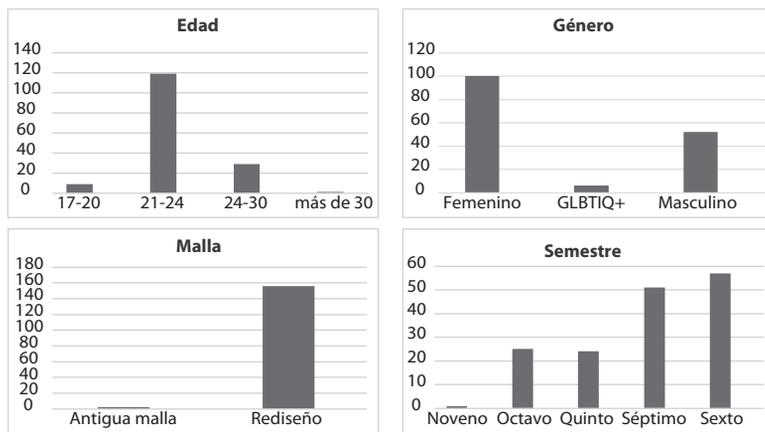
$$n = 148,45 = 149$$

Primero se solicitó la información de identificación de los estudiantes, para conocer su edad, género, malla curricular y semestre que cursados en el momento de la encuesta.

La mayoría de estudiantes se encuentran en los últimos semestres de su carrera, es decir, tienen conocimiento sobre la cultura organizacional (concepto y aplicación) y conocen la realidad (desde la experiencia, hábitos, leyendas) de su Facultad.

Cuadro 1

Datos de identificación de los estudiantes



Cuadro 2

Tabulación de indicadores

Integridad	Respuesta +	Respuesta +/-	Respuesta -	Likert /3	Promedio
Integridad					
Pregunta 5	10	132	16	1,96	2,07
Pregunta 6	21	122	15	2,04	
Pregunta 7	52	87	19	2,21	
Sistema de valores					
Pregunta 8	37	117	4	2,21	2,22
Pregunta 9	51	104	3	2,30	
Pregunta 10	30	120	8	2,14	
Percepción de cuidado					
Pregunta 11	22	107	29	1,96	1,97
Pregunta 12	32	101	25	2,04	
Pregunta 13	21	104	33	1,92	

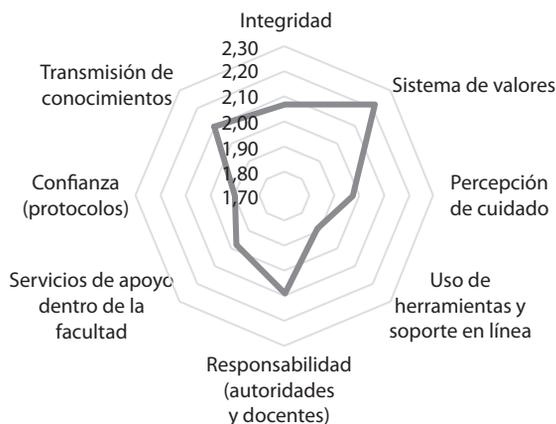
Uso de herramientas y soporte en línea					
Pregunta 14	23	108	27	1,97	1,88
Pregunta 15	13	99	46	1,79	
Responsabilidad (autoridades y docentes)					
Pregunta 16	30	104	24	2,04	2,09
Pregunta 17	27	125	6	2,13	
Pregunta 18	24	128	6	2,11	
Pregunta 19	21	130	7	2,09	
Servicios de apoyo dentro de la Facultad					
Pregunta 20	14	118	26	1,92	1,98
Pregunta 21	24	115	19	2,03	
Confianza (protocolos)					
Pregunta 22	17	110	31	1,91	1,90
Pregunta 23	13	115	30	1,89	
Transmisión de conocimientos					
Pregunta 24	23	112	23	2,00	2,10
Pregunta 25	18	133	27	2,20	

En esta tabla se resumieron todos los resultados de la encuesta realizada. De forma conjunta se observa entonces los promedios de cada indicador que se ha establecido para el estudio sobre la cultura organizacional en la Facultad de Comunicación Social y su conocimiento e interacción con sus estudiantes.

Al obtener resultados numéricos sobre características y cualidades de la difusión de la cultura organizacional hecha por la Facultad de Comunicación Social se optó por el uso del método Telaraña como esquema de presentación de resultados.

Cuadro 3

Representación de la cultura organizacional (Método Telaraña de Bernstein)



Se observan las diferencias dimensionales que poseen los ocho indicadores manejados en esta investigación. Así pues, se puede identificar que los “Sistemas de valores” y la “Responsabilidad de las autoridades y docentes” para la transmisión de la cultura organizacional, son los más altos dentro de este estudio. Esto determina que los estudiantes consideran que el colectivo de la Facultad y sus autoridades han trabajado desde sus distintas áreas para mostrar con el ejemplo cuál debe ser la forma de actuar y valores que posee la comunidad de la Facultad de Comunicación Social.

Sin embargo, también se puede observar que los indicadores de “Confianza en protocolos” y “Uso de herramientas y soporte en línea” son los más bajos de este estudio. Esto es de suma importancia entendiendo la situación en la que se realizó este estudio (durante el cambio de la virtualidad a la presencialidad). Los estudiantes entienden que la Facultad no proporcionó la suficiente información ni usó las suficientes herramientas para mostrar a los estudiantes cuáles serían las nuevas dinámicas y actividades dentro de la Facultad tanto durante la pandemia del Covid-19 como después de esta al volver a

la presencialidad. Que estos indicadores hayan obtenido un bajo nivel muestra que la Facultad no actualizó su cultura organizacional por lo que los estudiantes no se vieron identificada con la misma.

Resultados de estudiantes graduados. Evidencia viva de la cultura organizacional

1. Cultura organizacional-definición. Definida como el conjunto de valores ejecutados por un equipo de trabajo y cuyas normas son (o deberían ser) preestablecidas por las autoridades de una entidad y aunque no es física si es “visible” desde las creencias y tradiciones generadas hasta generar vínculos sociales con el lugar de trabajo; es interesante además que se hable de los convencionalismos desde la cultura que definen las estrategias y estructura como parte del sistema e incide en los equipos de trabajo y las normas de convivencia, los logros conjuntos y la alineación de políticas de una entidad.

2. Experiencia e identificación con la Cultura Organizacional en la Facultad. Predominan dos ideas; por una parte, la cultura existía pero desde un escenario jerárquico y transaccional, provocando desconexión con los procesos y flujos de comunicación dentro de la entidad pero sobre todo con las necesidades y la realidad principalmente del grupo de estudiantes, y por otra se habla de una “No Cultura” porque esta no generó pertenencia además que fue afectada negativa y constantemente por las pugnas políticas que caracterizan a una parte de las autoridades de la Facultad y la Universidad misma. La “No Cultura” es la que generaría, a criterio profesional de las personas participantes la afección a los procesos (administrativos principalmente) y la desconexión entre la comunicación operativa y la filosofía organizacional que finalmente perjudica a los énfasis (especialidades) y a su vez esta disputa afecta a la imagen y marca.

3. Componentes culturales. Existen, pero son estáticos y debilitan la dinámica cultural de la entidad e impide trabajar sobre la realidad del público actual y el externo. Se menciona la generación de micro grupos o subculturas de estudiantes.

4. Liderazgo. Es transaccional pese al pensamiento liberal que caracteriza a la entidad y es constante la idea de que “de primero a cuarto (semestres) no teníamos opinión” cambiando esta realidad hacia el final de la carrera hacia “algo de opinión” y este cambio, en palabras del grupo, se debió a un recambio generacional producido entre 2014-2016, donde se reforzó la orientación al cumplimiento reforzando el valor de “Pensamiento crítico” (característicos de la entidad) pero que no genera una cultura organizacional. En una suerte de deconstrucción de la persona se dice que “sientes que quieren que te despees (al inicio de la carrera) y luego te das cuenta de que “todo sirve” (desde la perspectiva social, desde la carencia)” generando acoplamiento de las diferentes visiones y conocimientos de las asignaturas.

5. Componentes culturales. Se repite constantemente el principio de “pensamiento crítico” y el de solidaridad pero que se “pierden” ante la mayoritaria ausencia de innovación y actualización (de profesores de “la vieja escuela”) —que termina restándole sentido a la libertad de pensamiento y a la misma postura política progresista de la entidad. Se menciona que “había tolerancia desde el pensamiento social, pero no respeto”; al repreguntar al grupo sobre los componentes culturales tanto positivos como negativos señalan que predominaban: la creatividad, la planificación (semestres finales), una mejora en la experiencia (desde el enfoque del servicio) en educación, la solidaridad (pese a desacuerdos ideológicos) y nuevamente el mismo pensamiento crítico y desde ahí el grupo coincide en que lo llevaron hacia su vida profesional pues el cuestionar “no implica que nos quedemos con lo que nos dan” sino que se busca la trascendencia y el logro.

6. Relación cultura organizacional-vida laboral hoy. Se mantiene el pensamiento crítico, que, en este punto, denota que es una línea de pensamiento pero que trasciende al grupo de profesores y se puede considerar enraizado en el ADN del grupo, pero con un fuerte pragmatismo y sentido de la posición política con un evidente orgullo de la “superioridad intelectual” que caracteriza a las y los estudiantes de la entidad por el fuerte componente teórico de las asignaturas y el

manejo que una parte de las y los estudiantes llegan a tener respecto de la teoría.

Se menciona también, en especial de las personas que laboran en entidades privadas y el tercer sector, los altos niveles de exigencia y cumplimiento a sí mismas y sus equipos de trabajo remarcando el lado social de la gestión con principios de humildad, adaptabilidad y solidaridad y con el hecho de “tomar la palabra” cada vez que sea necesario. Una parte del grupo (4 de 16 personas) que estudiaron también alguna carrera en IES privadas, mencionan que hay diferencias entre la UCE y estas —principalmente herramientas tecnológicas que limitaron la competencia— pero que destacan el entendimiento de la consciencia de clase que les permitió desarrollar el denominado pensamiento crítico y con ello llegar con ideas “propias” pero trabajando la parte “política” con análisis de los entornos y de esto hacia el manejo de relaciones con públicos internos y externos, según sea el caso. Y el grupo cierra coincidiendo en la competitividad en el trabajo, pues “la múltiple realidad genera competencias diversas” con empatía y solidaridad desde la competencia selectiva con exigencia.

7. Gestión-cultura organizacional en lugar de trabajo. La idea se concentra en la tolerancia y el respeto hacia la diversidad de pensamiento y acción, que les ha permitido adaptarse a nuevos entornos y competencia (otros profesionales) donde se promueven el humanismo y la solidaridad con conciencia social. Mencionan, aunque no tiene relación con el tema de forma directa, a la creatividad (de valor a competencia) que se “fortifica desde la carencia de condiciones, recursos y equipos tecnológicos” y que se complementa con otras herramientas técnicas y la gestión de equipos diversos.

8. ¿Se consideran líderes y lideresas en su lugar de trabajo? Si, por los contextos, situaciones cambiantes, retos, personas; pero piensan que deben trabajar más en el desarrollo de criterios y aumentar la experiencia, ir a la “acción y de manejo situacional” pero se consideran versátiles y resilientes.

9. ¿Hubo liderazgo desde sus docentes (en semestres superiores)? Si, desde el compartir situaciones de aula y proyectos, reforzando la solidaridad, humanidad, trabajo en equipo y sentido de comunidad; pero no desde todo el grupo docente. Más allá de lo técnico se obtuvieron “herramientas” y en algunos casos “nos enseñó lo que nos tenía que enseñar... el resto va por nuestra cuenta”.

10. identificaron tres tipos de liderazgo en docentes:

- i. Sí-orientado a las tareas-Democrático.
- ii. Muy poco-de tipo autocrático pero carismático.
- iii. Sí-Carismático-enfoque en tareas con principios de participación y democracia.

11. Efectos de esos liderazgos en aula. En algunos casos se daban “abusos” por parte del grupo (atrasos, aplazamiento de tareas o activaciones mal ejecutadas); sorpresivamente el grupo señala que ante situaciones de ese estilo se valoraba y prefería más el modelo autocrático (dada su presencia en la vida laboral) con el concepto de “jefatura” y de que la persona-profesional más exigente y dura “es él o la mejor”. El liderazgo carismático logró la unificación de los cursos o grupos, alentó la unión y el trabajo en equipo, el logro compartido, transmitiendo la línea de pensamiento y “la forma de ser” de él o la docente. Sobre el liderazgo autocrático, la mayoría mencionó que “la presión continua forma al profesional”.

12. Incidencia del ambiente de aula en el desempeño profesional. Es positivo, pese a lo compleja de la realidad institucional, pues la mayoría afirma que, respecto de sus inicios y logros les tocó “luchar”, hacer todo por sí mismos ante la imposibilidad de ingresar o ascender por “contactos”. Esa misma realidad, influye hoy en el acceso a mejores escalas salariales, generando conciencia sobre la importancia de los procesos de formación académica, transformación personal y desempeño.

13. Aplicación de la Cultura Organizacional como profesional. La meta común es generar comodidad y buscar la guía “paso a paso”

a sus equipos de trabajo y una premisa aprendida de sus profesores y profesoras es “corregir en privado y felicitar en público” escuchando primero, trabajando y buscando el reconocimiento luego.

Adicionalmente, para complementar estos resultados, se aplicó una entrevista a dos expertos externos, docentes que han trabajado desde la impartición de clases como en la gestión misma de diferentes procesos a escala universitaria; la primera entrevista se aplicó al Dr. Marco López, Director del Observatorio de Comunicación y docente de la Facultad de Comunicación de la Universidad Católica del Ecuador, quien entre otros puntos señala que la Cultura Organizacional señala que la Cultura Organizacional no tiene una gran diferencia, en cuanto a principio entre una IES y una organización (tanto de carácter público como privado) pues “son más los encuentros que las diferencias que pueden tener”, sin embargo remarca que las diferencias están en su mayoría en los procesos administrativos y la carga burocrática y principalmente “fundamentalmente en la praxis del conocimiento y en como la metodología de enseñanza se da entre un lugar y otro”. Respecto de la gestión de la cultura en la praxis general, al hablar de la relación establecida entre una entidad, a través de sus docentes con el público de estudiantes, el experto señala que “se genera una sinergia entre docentes, personal administrativo y estudiantes base de la participación en la vida universitaria”.

Sobre la formación y los conocimientos que deberían tener las y los estudiantes de comunicación, el Dr. López señala que es necesario entender desde el contexto “como la sociedad se relaciona entre los sujetos... entendiendo la cosmovisión de los pueblos... y ese tamizaje como país, entendiendo que las y los comunicadores tienen retos amplios” trabajando desde las demandas y necesidades en el medio, el contexto; sobre los cambios de la Cultura Organizacional en la entidad en la que el experto es docente, luego de la pandemia, este sugiere que “la Universidad (Católica) no se detuvo nunca... pues desde años antes teníamos entornos digitales de aprendizaje” y complementa la idea en que el mayor cambio estuvo en tornar “la experiencia más

agradable, mejorando los módulos, las aulas virtuales y la capacitación permanente a nuestras y nuestros docentes” y concluye que este entendimiento generó un escenario positivo para los públicos (docentes y estudiantes, principalmente). Complementariamente señala que se generaron espacios de seguridad reforzando la experiencia con una actualización de los protocolos y la estructura.

En resumen, el experto destaca tres elementos clave: primero está que la transmisión de conocimiento fue constante pues la entidad contó con una estrategia y herramienta anterior preventiva; en segundo lugar, se generó una percepción de cuidado desde la entidad hacia sus docentes y de estos hacia sus estudiantes, y la tercera la permanente generación de confianza hacia la entidad, los procesos, las autoridades y docentes. Estos hallazgos concuerdan con la metodología seleccionada para el análisis de esta investigación, pues la meta fue medir los cambios (positivos y negativos) que, producto de la pandemia y el confinamiento, se dieron en la Facultad de Comunicación Social de la UCE, ratificando así la pertinencia e importancia del análisis para distintas entidades de educación superior.

La cultura organizacional está condenada a repetirse, estudiante ayer -profe hoy

1. La Cultura Organizacional. El grupo aborda la idea desde las prácticas simbólicas relacionadas con la implementación y masificación del sistema de valores compartidos por las personas de una entidad —principalmente en entidades del sector privado— desde códigos sociales, simbólicos e ideológicos que conforman la identidad y sentido de pertenencia, influyendo en las estrategias que en la práctica tienen algo de adoctrinamiento institucional, no siempre es voluntario o cuenta con alternativas; coinciden totalmente en que las universidades deberían manejar un “trato cultural” en sus públicos internos.

2. ¿Existe Cultura Organizacional en FACSOS? Si, existe, pero no es reflexionada, pensada ni planificada por lo que no es (necesariamente) positiva y aunque se usen términos como “comunidad

centralina” o “fascianos” estos pasan a ser idearios falsos o irreales que inclusive generan elementos identitarios perdidos —que terminan por “romper” los objetivos institucionales— que experimenta cambios con el tiempo, con “deformaciones compartidas” generacionalmente; están conscientes de las formas diferentes de impartir clases de sus asignaturas y con el relevo generacional experimentado en años recientes, sin embargo se menciona que “hay un status” basado en las estructuras (desde un modelo como Universidad), con presencia de jerarquías y antigüedades. La cultura FACSΟ prevalece en el tiempo y es necesario pensar en herramientas de gestión para mejorar esta.

Coinciden además en que la cultura se refleja en la imagen —lo primero que el grupo de estudiantes recibe es la cultura negativa— por lo que se da un choque expectativa-realidad permanente en toda su vida universitaria.

3. Componentes Culturales Organizacionales. Coinciden en que los principales componentes son el respeto y la cercanía estudiante-docente, desde un trato liberal, con diálogo permanente sobre lo que se enseña y considera que es importante en algunas asignaturas. Uno de los docentes entrevistados mencionó que la cultura genera que el grupo de estudiantes “esté en una burbuja” que provoca que cuando participan en procesos de selección —entrevistas laborales— y se enfrentan a profesionales (de unidades de talento humano que no conocen de la carrera de comunicación), provoca que los componentes que son parte del “misticismo” de la entidad y sus carreras —la teoría, el trabajo y el sacrificio— generen un “muro”. Se menciona también los componentes únicos de la entidad (comparada con otras facultades y universidades), y características particulares como los salones de tutorías académicas, las salas de asociación, que son espacios de convergencia “de siempre” (desde que yo era alumno o alumna) lo que permite generar dinámicas particulares desde la tradición, que inclusive provocan la recuperación del espacio de lucha social —solidaridad y apoyo a causas sociales de por medio— con la generación de conciencia social (incluida en algunas asignaturas).

4. ¿Cómo se replican las vivencias, los ritos culturales organizacionales FACSO en las aulas? Llama la atención la reflexión de que "... a veces como profes no medimos como influenciamos en el pensamiento y en el conocimiento, en el rol social que visualiza un estudiante" y que por el hecho de trabajar o liderar a personas adultas (jóvenes) "olvidamos que son personas en formación" por lo que las formas de relacionamiento que generan cercanías con esquemas estructurales semi-horizontales establecen relaciones más humanas, valorando a las personas y que "debemos estar conscientes que de forma descendente (autoridad – docente - estudiante) la dinámica cultural y la construcción de la identidad se relacionan a la identificación con "el otro" que es diferente" provocando una configuración identitaria. Luego, se deben buscar vínculos positivos con el grupo de estudiantes para generar nuevos ritos y aunque la historia y la tradición pueden mantenerse, estos deben transformarse desde las y los docentes.

5. Principios y normas generados en las asignaturas. El grupo coincide en que, es necesario establecer normas de convivencia en lugar de reglas pues como entidad, FACSO maneja perfiles libres que incentivan el espíritu crítico para permanentemente "cuestionar el status quo" estableciendo sistemas de valores con base en ideas adoptadas de experiencias laborales anteriores, su propia formación profesional e inclusive de otros espacios particulares. Además, se pregonó el principio de igualdad —no ver la persona sino al estudiante— sin olvidar la segmentación de los diferentes grupos por la diversidad de procedencias de los grupos de estudiantes y otros elementos coyunturales. Los valores identificados fueron:

- Respeto
- Cumplimiento
- Honestidad
- No maltrato
- Tolerancia
- Rigurosidad
- Logro de acuerdos
- Control
- No acoso
- Empoderamiento
- Orden
- No violencia
- Comprensión

6. ¿Cómo lograr desde la Cultura Organizacional que el aula funcione? Como se ha mencionado, hay un sistema de valores en cada

aula; ahí, los contenidos son entendidos como herramientas anteriores al ámbito laboral y el grupo procura “levantar expectativas desde la ciencia” y se busca reforzar esta táctica buscando fomentar espacios de trabajo “profesionales pero alegres, con precisión y armonía” e inclusive trabajar desde espacios divertidos, armónicos. Las y los docentes coinciden en que se debe trabajar con base en la experiencia profesional complementando a la cultura – generando valores compartidos — “nos ganamos las cosas con honestidad” — con líneas discursivas basadas en el empoderamiento y tomando en cuenta que las prácticas negativas también son parte de la cultura y eso limita o distorsiona el trabajo. El 80 % de docentes define reglas, pero un 20 % sugiere que al final, tomando en cuenta que son personas adultas al final de su formación de pregrado, deben “definir su propia filosofía en sus grupos de trabajo, autodefiniendo lineamientos” y cree que una intervención más profunda solo debe darse cuando hay “situaciones graves”.

7. Cultura Organizacional espontánea desde y en los grupos de estudiantes. La solidaridad es asimilada como un valor interactivo entre el grupo estudiantil, se activa un tipo de cultura —que no requiere regulación o control— que refleja cómo construyen las y los profesores el ambiente en aula y como el grupo estudiantil percibe la relación.

8. Influencia docente en la cultura espontánea de los grupos. Los análisis señalan que el trabajo en equipo y el respeto continuo entre docentes es el mejor sustento y ejemplo para los diferentes grupos de estudiantes pues “estamos en un mundo donde ya casi nadie da la mano” y por ello se genera un efecto réplica, que deriva en la colaboración sin competencia, es decir, es importante el logro de la calificación, pero es también importante la unión del grupo en pro de objetivos conjuntos.

9. ¿Se puede proyectar la Cultura Organizacional FACSO hacia la vida profesional de sus estudiantes? Sin duda, pues la entidad determina una proyección profesional “para bien o para mal” ya que, por ejemplo, la educación en una IES privada “brinda capital social” por lo que hay consenso al señalar que él o la docente si incide en el

inicio de la vida profesional de la gente, se habla del rol técnico y ético de las y los profesores.

10. Recomendaciones o tips de cultura organizacional y gestión de equipos de trabajo desde el grupo docente. Recomiendan buscar el trato horizontal, desde respetar las realidades y la diversidad, cuidando la forma de establecer las relaciones; adicionalmente, reconocieron la importancia de la actualización y diversificación de los conocimientos para obtener la mayor experiencia posible de diferentes áreas profesionales. Reforzando los principios de pensamiento crítico y consciencia social, es necesario el tomar posición política frente a los diferentes temas y coyuntura, pues “las y los comunicadores organizacionales asesorarán a otros en cómo gestionar sus relaciones con los públicos” demandando entender la realidad y tomar decisiones.

Existe una relación entre la formación y experiencia (profesional-docente) con el establecimiento de una dinámica basada cultural organizacional, transmitida hacia el grupo de estudiantes; se destacan las prácticas permanentes que no son percibidas fuertemente en los estudiantes actuales, pero identifican las categorías y componentes y, aunque no son (aun) conscientes de ello, las replican, las viven, las aplican. Probablemente, en un tiempo corto, establezcan la dinámica cultural como lo hicieron sus docentes y sus compañeras y compañeros (hoy profesionales).

Conclusiones y discusión

La presente investigación presenta elementos de la comunicación interna y de la cultura organizacional en una IES pública ecuatoriana y finalmente, bajo un momento muy específico y característico, siendo este el periodo posterior a la pandemia provocada por el coronavirus; estos factores hacen que los hallazgos reflejen una nueva visión hacia la cultura y comunicación organizacional, remarcando su influencia en la formación profesional de las personas desde el aula de clases.

En primer lugar, se evidencia que en la actualidad es obligatorio el uso de herramientas de investigación mixtas adaptables a la realidad de las organizaciones y de las personas que las conforman; los métodos unidireccionales son cuestionados, sumándonos a las voces críticas de lecturas cuantitativas o cualitativas; es imperativa la interpretación medible de factores específicos para conceptos como la comunicación y cultura de grupos sociales concretos, atendiendo entonces el anarquismo metodológico en la investigación social. Igualmente, beneficia el planteamiento de enfoques desde la comunicación social, que permiten agrupar factores y características comprensibles, útiles y adaptables a la hora de estudiar la cultura organizacional en espacios sociales universitarios, bajo cambios tan irrepetibles y únicos como lo fue la pandemia.

El estudio de la cultura organizacional para IES abarca el concepto mismo de cultura, su difusión entre las y los integrantes de estas entidades y su proyección hacia los valores que estas instituciones tratan reproducen dentro de su comunidad; el método “Telaraña de Bernstein” no solo es útil para el entendimiento de la imagen de organizaciones, sino que también ha quedado demostrada su adaptabilidad y uso para la presentación de indicadores culturales. Este método facilita la interpretación visual de los aciertos y errores que cometen las organizaciones durante la ejecución de sus procesos comunicacionales hacia distintos públicos.

Respecto a la facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, sus estudiantes fueron más receptivos hacia su cultura organizacional, a pesar de todas las dificultades que tuvieron al recibir clases telemáticas durante la pandemia y el confinamiento; sin embargo, su personal de trabajo fue más crítico respecto a la difusión de su cultura organización, seguramente debido a la cercanía previa que tenían y a las dinámicas a las que estaban acostumbrados.

Nota: Esta investigación fue realizada con la colaboración y auspicio de la Coordinación de Investigación Formativa (CIF) y proyectos semilla de la Universidad Central del Ecuador.

Referencias

- Aljure Saab, A. (2016). *El plan estratégico de comunicación*. Barcelona, España.
- Cuenca Fontbona, J. (2018a). *Cómo hacer un plan estratégico de comunicación Vol. III: La investigación estratégica preliminar*. Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona, España.
- Cuenca Fontbona, J. y Verazzi, L. (2018b). *Guía fundamental de la comunicación interna*. Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona, España.
- Schein, E. (2004). *Organizational culture and leadership* (3.ª ed.). Jossey-Bass.
- Vesga Rodríguez, J. y García, M. (eds.) (2020). *Cultura organizacional y cambio: Reflexiones y discusiones desde la psicología organizacional*. Universidad Católica de Colombia. Bogotá, Colombia.

Sobre autoras y autores

Francisco Olmedo Neri

Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México. Maestro y Licenciado en Comunicación por la UNAM. Profesor de Asignatura en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Ganador de dos reconocimientos internacionales en la categoría “Jóvenes Investigadores”. Líneas de investigación: Estudios LGBT+, activismo digital y TIC y vida cotidiana.

Roberto Miguel Sánchez Montoya

Peruano, comunicador y periodista. Posee un máster en Ciencias Sociales de la FLACSO y un doctorado en Estudios Latinoamericanos de la Universidad Andina Simón Bolívar en Ecuador. Actualmente, se desempeña como coordinador del grupo de investigación Gicodepo y como docente investigador en la Universidad Politécnica Salesiana.

Nina Aguiar Mariño

Docente e investigadora en la Universidad Politécnica Salesiana. Posee un doctorado y una maestría en Estudios Latinoamericanos, además de ser licenciada en Comunicación. Se especializa en estudios de China y América Latina, y sus trabajos están relacionados con política, desarrollo y comunicación. Además, es miembro del grupo de investigación GICODEPO.

Narcisa Jessenia Medranda Morales

Nació el 19 de julio de 1974 en la ciudad de Guayaquil, es doctora en Comunicación y Periodismo por la Universidad Autónoma de Bar-

celona. En su tesis investigó sobre el tema de la Calidad y transparencia en la Información y comunicación que se emite en páginas las webs de los municipios: comparación de caso Ecuador-España. Es Magister en Periodismo Investigativo, Datos y Visualización por la Universidad Internacional de la Rioja. También tiene una Maestría en Educación en la Universidad de León. Licenciada en Comunicación Social por Universidad Politécnica Salesiana. Es directora y docente de las Carreras de Comunicación y Diseño Multimedia, fue Coordinadora de la Maestría en Comunicación Estratégica Digital de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Quito. Pertenece al grupo de investigación CODEPO en la misma. Ha escrito varios artículos publicados en JCR, Scopus, Latindex, además ha publicado más de 20 capítulos de libro en diversas editoriales, su último libro publicado en el 2022 es El poder en las manos de la ciudadanía.

Natalia Angulo

Doctora en Ciencias Sociales, con perfil en Comunicación por la Universidad Nacional de Cuyo-Argentina. Magíster en Ciencias Sociales con mención en Desarrollo Local y Territorio-Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) Sede Ecuador. Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Central del Ecuador. La línea de investigación está relacionada con la ciberpolítica y la cultura digital. Actualmente profesora titular investigadora en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador.

Milena Almeida Mariño

Antropóloga, magíster en Estudios Latinoamericanos y doctora en Ciudad Territorio y Sustentabilidad por la Universidad de Guadalajara, docente de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador.

Yadis Vanessa Vanegas-Toala

Doctora en Comunicación por la Universidad Pompeu Fabra, beneficiaria de la beca Fundación Carolina. En su tesis doctoral indagó sobre las prácticas comunicacionales activistas ecológicas en la Amazonía ecuatoriana; y, obtuvo la distinción de mejor tesis doctoral. Es docente investigadora de la Carrera de Comunicación en la Universidad Politécnica Salesiana (Quito). Coordina el Grupo de Investigación en Comunicación y Derechos (GICDE). Sus líneas de investigación cruzan los estudios de comunicación y movimientos sociales. yvanegast@ups.edu.ec

Montserrat Fernández-Vela

Comunicadora y educadora, y dedica su praxis a estudiar la EduComunicación como una alternativa a programas de justicia y cambio social en América Latina. Desde este paradigma, sus áreas de interés son la interrelación entre conocimiento y poder, la construcción del discurso de otredad e interculturalidad, el impacto de las nuevas tecnologías en redes humanas, comunicación y ciencia, y, el diseño y evaluación de currículos en educación superior. Como docente en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador cree en que el aula debe conectarse con la comunidad. Trabaja en temas referentes a derechos humanos, sexuales y reproductivos, educación en derechos humanos, comunicación para el cambio social, desarrollo comunitario y comunicación efectiva. Como profesional, ha trabajado con organizaciones gubernamentales, universidades nacionales e internacionales, ONG y grupos de base como instructora, facilitadora, consultora e investigadora. Obtuvo su PhD en Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Nuevo México, Albuquerque-Estados Unidos, con una concentración de Comunicación y Sociología. Su área de investigación doctoral se enfoca en la Educación en Derechos Humanos desde la perspectiva de la Educomunicación en América Latina. Su trabajo tiene un enfoque multidisciplinario en que combina la Comunicación, Educación y Sociología. Actualmente,

es la primera Decana de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador.

Luis Ernesto Farinango Cabezas

Doctor en Comunicación y Educación. Desempeñó su labor docente en la Escuela Politécnica Nacional (EPN) y la Universidad de las Américas (UDLA). Actualmente, es profesor de la Facultad de Comunicación Social (FACSO) de la Universidad Central del Ecuador (UCE).

Mariana Alvear

Magíster en Estudios de la Cultura, mención Comunicación. Docente en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador desde 2014 hasta la actualidad, directora de Proyecto Semilla fase III (2016-2019), Investigadora adjunta Proyecto Semilla V (2019-2021), Docente Adjunta al Grupo de Trabajo “Universidades y Despatriarcalización” 2023-2025, CLACSO.

Zaida Almeida Gordón

Comunicadora Social para el Desarrollo, Magíster en Planificación Social y Políticas Sociales. Actualmente es docente-investigadora titular de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. Imparte las cátedras: Comunicación para los procesos sociales y Análisis de coyuntura. Es integrante del GT CLACSO Universidades y Despatriarcalización.

Marco López Paredes

Ph. D en ciencias de la comunicación. Especialista en comunicación digital y política; catedrático de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, director del Observatorio de Comunicación (OdeCom), docente de posgrado de varias Universidades de Iberoamérica.

Autor de más de 50 publicaciones, entre artículos científicos y libros, ha desarrollado su investigación posdoctoral en el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) en el programa de estudios avanzados de UNESCO.

Andrea Carrillo

Académica, investigadora invitada en el Observatorio de Comunicación (OdeCom) de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Especialista en tecnopolítica, análisis del discurso, medios digitales y comportamiento social. Magister en ciencias políticas por la Universidad Autónoma de Barcelona.

María José Guzmán

Técnica en investigación, afiliada al Instituto de Investigación en Igualdad, Género y Derechos. Mi trayectoria se ha centrado en investigaciones sobre comunicación, género, violencia basada en género, masculinidades, representaciones y educación superior. Actualmente, me encuentro cursando una Maestría en Género y Comunicación en la Universidad Andina Simón Bolívar, además de contar con una Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador.

Carolina Rodríguez Malebrán

Doctora en Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo, Argentina. Magíster en Comunicación y Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile. Académica e investigadora del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad de La Serena, Chile. Periodista y Licenciada en Comunicación Social.

Cristian Muñoz Catalán

Periodista, Licenciado en Comunicación Social (Universidad de La Serena) Magister en Dirección de Comunicación y Marketing Estratégico (U. Mayor), MBA en Comunicación y Marketing Estratégico

(ESERP, España), académico del Departamento de Ciencias Sociales y actualmente director de la Escuela de Periodismo de la Universidad de La Serena, también es director regional de FELAFACS, Cono Sur.

Verónica Calvopiña Panchi

Investigadora de medios comunitarios, concentración mediática y grupos antiderechos. Egresada de la Maestría de Sociología Política, FLACSO. Integrante El Churo Comunicación. Articulista y productora multimedia de Wambra, medio digital comunitario de Ecuador. ORCID 0009-0006-9942-834X

Daniel Camilo Preciado

Profesional de la comunicación social-periodismo, Magíster en Paz, Desarrollo y Ciudadanía con experiencia en producción digital audiovisual y gráfica; desarrollo de estrategias comunicación internas y externas. Profesor universitario investigador social en comunicación para el desarrollo y el cambio social, educomunicación y cine documental. Conocimientos en diseño de proyectos de investigación social, convocatorias públicas y privadas, estrategias de marketing digital y asesor de proyectos de grado.

Lorena del Rocío Núñez Mejía

Comunicadora social periodista de la Universidad del Tolima, Magíster en Estudios de la Cultura de la Universidad Andina Simón Bolívar en Quito, laboré como periodista en los diarios El Nuevo Día, La Nación y el Diario del Otún. Docente de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, líder de investigación del programa Comunicación social e investigadora.

Roberto Rosero

Diseñador gráfico y Comunicador visual por la Universidad Israel, Universidad Técnica Particular de Loja y la Universidad Andina Simón Bolívar de Ecuador. Roberto Carlos Rosero Ortega, nació en 1981 en la ciudad de Quito. En su libre ejercicio profesional, desde el 2003 trabajó en varias agencias de diseño y publicidad, así también como en productoras audiovisuales y de Tv. Desde el 2005 ha sido catedrático de diseño gráfico, producción audiovisual y multimedia, en las Universidades: Israel, Metropolitana, Central y Salesiana, de la ciudad capital. Actualmente es Coordinador Académico del Área Técnico Profesional de la carrera de Diseño Multimedia de la Universidad Politécnica Salesiana de Quito.

Gabriela Coba

Nació en 1981 en la ciudad de Quito. Licenciada en Enfermería y Especialista en Instrumentación y Gestión de Centros Quirúrgicos por la Universidad Central del Ecuador y, Master Universitario en Educación Universitaria por la Universidad Europea de Madrid. Ha ejercido su profesión desde el año 2003 y como docente universitaria desde el 2006 en la Carrera de Enfermería de la UCE. Actualmente, coordinadora de Prácticas del Externado y coordinadora del Cuarto Semestre en el Plan Curricular de Rediseño de la carrera de Enfermería.

Jorge Delgado Rocha

Con más de siete años de experiencia en docencia universitaria en diferentes instituciones, con más de diez publicaciones nacionales e internacionales. Actualmente trabaja como docente de la Facultad de Ciencias Administrativas en la Universidad Central del Ecuador. Sus principales temas de investigación incluyen la motivación laboral, la cultura a niveles internacionales y organizacionales, estudios de género y gestión de marcas.

Arturo V. Estrella Osorio

Administrador de Empresas y Magíster en Planeación Estratégica. Profesor e investigador de las asignaturas de Comunicación y Cultura Organizacional, Marketing Social y Negociación y Gestión de Crisis de Comunicación de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador.