

Análisis crítico del discurso en Latinoamérica



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITORIA

Gissela DÁVILA COBO

COORDINADOR EDITORIAL

Camilo MOLINA BOLIVAR

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVÍD

UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO

Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

Abel SUING

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL

Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS**Norteamérica****Jesús GALINDO**

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica**Hilda SALADRIGAS,**

Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina**Karina HERRERA MILLER,**

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur**Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS**

Universidad de Chile

Brasil**Denis PORTO RENÓ,**

Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL**Rosa María ALFARO**

CALANDRIA, Perú

Enrique BUSTAMANTE

Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO

FLACSO, Ecuador

Eliseo COLÓN

Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS

Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,

Universidad de La Frontera, Chile

Heidi FIGUEROA SARRIERA

Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES

ITESO, México

Valeria FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO
Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT
PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN
Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH
USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN
USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN
Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI
Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO
Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI
Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA
Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART
Université Paris 8, Francia

Toby MILLER
Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA
Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO
Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI
Universidad Central de Venezuela

Cicilia KROHLING PERUZZO
Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ
Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS
FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO
ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY
Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES
CIESPAL, Ecuador

Omar RINCÓN
CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS
Universidad de La Habana, Cuba

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL-Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinadores Monográfico Chasqui 139

Viviane de Melo Resende

Rosimeire Barboza da Silva

Francesco Maniglio

Suscripciones: isanchez@ciespal.org

Corrección de textos

Camilo Molina

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Diego Acevedo Aguilar

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en escenas de la vida del Pueblo Mapuche.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

- 9 CIESPAL: En camino hacia la celebración de sus sesenta años**

Hernán REYES & Camilo MOLINA

11 TRIBUNA

- 13 Análisis del discurso en Latinoamérica: un estado de arte**

Iván RODRIGO MENDIZÁBAL

63 MONOGRÁFICO.

- Analisis crítico del discurso en Latinoamérica**

- 67 Presentación**

Equipo Editorial

- 73 La inferioridad del Otro. Estrategias de deslegitimación de la política latinoamericana en el discurso mediático alemán**

Anna Lena DIESSELMANN & Andreas HETZER

- 93 Nuevos aportes desde Latinoamérica para el desarrollo del “Método Sincrónico-Diácrónico de Análisis Lingüístico de Textos”**

María Laura PARDO, Mariana C. MARCHESE & Matías SOICH

- 113 Estrategias de resistencia en los discursos electorales de Nicolás Maduro**

Maritza SOBRADOS LEÓN & Aránzazu Román SAN MIGUEL

- 131 El poder de la comunicación en Cuba. Análisis crítico de los discursos de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación, entre los años 1959-2008**

Aimiris SOSA VALCARCEL, Andrea QUINTANA PUJALTE & Miguel De AGUILERA MOYANO

- 151 El mesías tropical: aproximación a fenómenos populistas actuales a través del discurso de López Obradors**

Anna Marta MARINI

- 169 El *ethos* de competencia: estrategias polifónicas de legitimación de Rafael Correa en los Enlaces Ciudadanos**

María Pilar COBO GONZÁLEZ

- 185 “É muito ruim você não saber ler”: os sentidos de analfabetismo no programa brasileiro de televisão profissão repórter**

Kalliandra QUEVEDO CONRAD & Maria Ivete TREVISAN FOSSÁ

- 205 Críticas y protestas en contra del discurso de los medios en Colombia. El Movimiento de Víctimas en contra del canal de televisión RCN**

Luis Eduardo OSPINA RAIGOSA

- 229 **El discurso sobre género en la página de Facebook del Movimiento Pro Vida y Pro Familia en Paraguay**

Clara Lorena PÁEZ GONZÁLEZ & Antonio DE LA PEÑA GARCÍA

- 245 **El conflicto estado-pueblo Mapuche en Chile. Análisis crítico, argumental y descolonial del discurso del diario El Mercurio**

Carlos Felimer DEL VALLE ROJAS & Susana Alejandra OSORIO SOLANO

265 ENSAYO

- 267 **La Comunicación Domesticada. La perspectiva crítica en comunicación y las figuras de su declive**

Claudio SALINAS MUÑOZ, Hans STANGE MARCUS & Carlos OSSANDÓN BULJÉVIC

- 247 **Identidades (re)territorializadas: reflexiones sobre los procesos de configuración identitaria afroecuatoriana en Quito**

Bruno SANTOS NASCIMENTO DIAS

- 267 **La recepción en los museos. Exploraciones de los estudios de visitantes en los museos argentinos**

Alejandra Gabriela PANIZZI ZENERE

- 323 **Cuerpos travestis que expresan, sistemas mediáticos que los representan. Un recorrido comunicacional empírico y teórico**

Deicy Yvets MORALES MEDINA

- 313 **Convergencia digital: Estudio de apps de empresas de franquicia de *fast food***

Alba María MARTÍNEZ SALA, & Beatriz PEÑA ACUÑA

327 INFORME

- 329 **Prosumidores dentro dos meios de comunicação: percepções sobre o presente e o futuro do jornalismo**

Edson CAPOANO & Fabiano RODRIGUES

- 387 **A diversidade de representações da mulher na cauda longa do jornalismo independente sobre gênero**

Paula Melani ROCHA & Andressa Kikuti DANCOSKY

- 407 **La agenda mediática en la campaña electoral 2017 de Ecuador**

Edison Francisco POSSO ESPINOSA

- 425 **O Haiti é Aqui: mídia, imigração haitiana e racismo no Brasil**

Denise COGO

- 397 **Transparencia municipal y participación ciudadana en la democracia española. Estudio de caso: Comunidad de Madrid**

Francisco Javier HERRERO GUTIÉRREZ & Soledad RUANO LÓPEZ

419 RESEÑAS

Editorial

CIESPAL: En camino hacia la celebración de sus sesenta años

Hernán REYES

Universidad Central del Ecuador, Secretario General de CIESPAL

hreyes@ciespal.org

Camilo MOLINA

Universidad UTE, Coordinador Académico CIESPAL

cmolina@ciespal.org

Con la enorme satisfacción de estar cerca de las seis décadas de presencia institucional, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina - CIESPAL comparte una nueva edición de *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*. En el marco de esta reconocida trayectoria de servicio en el campo de la investigación, la formación y la producción comunicacional, la presentación de este número de *Chasqui*, el 139 correspondiente a la segunda época esta revista, una de las más reconocidas en su campo en Latinoamérica y cuyo primer volumen fue publicado en 1981, revela a las claras el alcance del trabajo de la dirección científica y la coordinación editorial de la misma, y por supuesto de la permanentemente renovada y actualizada producción intelectual de los miles de autores de sus artículos.

La temática de este volumen versa sobre “Análisis Crítico del Discurso en Latinoamérica” y se abre con el trabajo presentado por Iván Rodrigo Mendizábal, prestigioso investigador boliviano radicado en Ecuador que fue invitado a aportar para la sección *Tribuna*, quien realiza un riguroso diagnóstico del estado de situación del Análisis Crítico del Discurso (ACD) en la región, trabajo que será seguramente de referencia obligatoria para académicos e investigadores interesados en esta problemática

A continuación, en la sección *Monográfico* – que recibió algo más de cuarenta artículos desde su llamada en el año 2018, y que luego de un meticuloso trabajo del grupo coordinador y del equipo editorial de este número de *Chasqui*, así como de la colaboración de los evaluadores pares-, presenta las diez investigaciones seleccionadas. Su eje central es la aplicación del ACD, desde una perspectiva crítica, para abordar una serie de procesos y acontecimientos sociales y políticos, y establecer mediante sus fundamentos teórico-metodológicos las reglas de formación, las modalidades de exclusión de ciertos sujetos, así como

las genealogías y filiaciones discursivas que se despliegan en Latinoamérica, y presentar aportes interesantes en la discusión de casos de análisis.

En la secciones *Ensayo* e *Informe* se puede acceder a una diversidad de aportes investigativos que van desde los estudios de recepción en medios no convencionales, análisis sobre el uso y acceso a nuevas tecnologías de comunicación y diagnósticos críticos de los enfoques de tratamiento comunicacionales a poblaciones minoritarias y en situación de exclusión, en América Latina.

Este ejemplar se cierra con la *Reseña* de cuatro libros para consideración de los lectores. El texto: “¡La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro” coordinado por Tito Ballesteros López y Graciela Martínez Matías, publicado por Ediciones CIESPAL en 2019. Contiene los aportes de Sonia Caldas Pessoa, Chusé Fernández, Francisco Godínez, Debora Cristina López, Luis Miguel Pedrero Esteban, Nair Prata, Omar Rincón y Hernán Yaguana. En él se puede encontrar una visión de lo que fue, lo que es y lo que puede ser la radio, a partir de su necesario camino de la mano las nuevas tecnologías.

Le sigue la reseña del libro: “Memorias de las Jornadas. Repensando la educación superior en Ecuador, América Latina y El Caribe: A cien años de la Reforma Universitaria de Córdoba”, realizado por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT), recopila los textos seleccionados como fruto de las Jornadas Académicas organizadas por la SENESCYT en Quito - Ecuador, el 5 y 6 de junio de 2018 para la conmemoración de los cien años de la Reforma Universitaria de Córdoba SENESCYT.

En tercer término se reseña el “Estudio especializado: discriminación, representación y tratamiento adecuado de la información sobre las mujeres en los medios de comunicación”, publicado este 2019, a cargo del Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (CORDICOM), el cual recoge y sistematiza información de campo que aborda los desafíos de la comunicación en la representación mediática, el enfoque de género y la prevención de la discriminación.

Finalmente, se presenta la reseña del libro: “El asesinato de la verdad”, de Aram Aharonian, publicado en Ediciones CICCUS, Argentina en el 2017 y presentado en Ecuador hace pocos meses. En esta interesante reflexión, Aharonian, conocido periodista que fue fundador y director general de la cadena TELESUR, realiza una aproximación a uno de los temas de mayor actualidad y preocupación académica en el mundo de la comunicación y el periodismo, como es el de la verdad y sus vicisitudes, mediante la revisión de lo que ha significado la construcción de un pensamiento propiamente latinoamericano que milite a su favor como única salida a las amenazas de los secretismo políticos y las *fake news* como modalidad perversa de distorsión de la realidad y de desmovilización social.

Sin duda, esta presentación está cargada de un significado aún mayor pues abre el espacio para el sexagésimo aniversario de CIESPAL que se celebrará en

octubre de 2019. Precisamente en camino hacia este aniversario contaremos con tres volúmenes cuyas llamadas para presentar artículos son de gran relevancia:

El Número 140, “Comunicación y medios comunitarios”, se vincula a la amplia trayectoria de CIESPAL en el área, y de manera particular recuerda que hace cuarenta años, en octubre de 1978, fue el espacio de acogida de seminarios regionales que trataban sobre las recomendaciones que realizaron un grupo de expertos articulados por UNESCO en torno a las facilidades y modalidades de la comunicación comunitaria desde el contexto de países en vías de desarrollo y desde la perspectiva de una participación activa del individuo.

Coordinado por los profesores Erick Torrico, Cicilia Khroling Peruzzo y Manuel Chaparro, permitirá una edición analítica de comunicación participativa y comunitaria, dentro del contexto de la situación de la comunicación y medios comunitarios en el contexto actual de la región y en concordancia con las recientes dinámicas organizativas que los medios han ido adoptando con el creciente acceso a nuevas tecnologías que han modificado el quehacer comunicativo en general y comunitario, en particular.

El Número 141: “La Comunicación y su impacto en la vida democrática de América Latina y el Caribe” será un número especial que recogerá aportes que servirán para reflexionar en la conmemoración de este considerable trayecto recorrido por CIESPAL. Revisará los aportes brindados desde Latinoamérica en el campo metodológico y teórico de investigación en comunicología; para CIESPAL es prioritario retomar estos procesos fundacionales con trabajos que permitan analizar los aportes de renovación del pensamiento teórico ligado a la investigación en comunicación desde una visión latinoamericana, crítica y emancipadora.

El Número 142: “Industrias culturales y economía política”, coordinado por César Bolaño, servirá para unir la celebración del aniversario de CIESPAL con el vigésimo aniversario de la prestigiosa *Revista Electrónica Internacional de Economía Política de Información, de la comunicación y de la Cultura – Revista EPTIC*. Esta convocatoria servirá para invitar a pensadores a trasladar sus aportes al tenor de los procesos de producción sofisticados con cadenas de producción cada vez más difíciles de comprender en países emergentes, en el marco de los incipientes esfuerzos de los Estados en posicionar políticas públicas que permitan a las industrias culturales navegar a través de distintas áreas de intervención en consonancia con la Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales que vio la luz en la Conferencia General de UNESCO en el 2005.

Como siempre, reiteramos nuestra invitación a lectores, académicos e investigadores a que se involucren en este potente espacio de análisis y discusión que ofrece la revista con el envío de sus trabajos, opiniones y comentarios. De igual manera, queda abierta la invitación a conocer y participar en las actividades que se han programado este año en CIESPAL, la *casa de la comunicación latinoamericana*.

Tribuna

Análisis del discurso en Latinoamérica: un estado de arte

Discourse analysis in Latin America: a state of art

Análise do discurso na América Latina: um estado da arte

Iván RODRIGO MENDIZÁBAL

Universidad de Los Hemisferios / ivanr@uhemisferios.edu.ec

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Tribuna, pp. 15-66)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL

Resumen

El artículo es un estado de arte de los Estudios del Discurso en América Latina. Pone de relieve cómo se gestaron tales estudios, desde sus enfoques, luego, los investigadores que fueron sembrando el camino, las escuelas a las que siguieron y las que fundaron. Aunque no es un artículo de carácter histórico, la intención fue mapear lo que se ha estado escribiendo hasta la actualidad, en el contexto de los Estudios del Discurso, y evidenciar cuál es el aporte latinoamericano. Las fuentes que permitieron el mapeo fueron internet, los repositorios y bibliotecas. El informe además muestra el trabajo en Ecuador. Es evidente que desde el país hay también un camino ya recorrido y que se sigue realizando. El último horizonte del artículo comenta los Estudios Contemporáneos y Transdisciplinarios e Indisciplinarios del Discurso con sus formas de “indisciplinamiento” y el diálogo con otras formas de saber u otras formas de discurso, donde ya nuevos investigadores trabajan con ahínco.

Palabras clave: análisis del discurso; estudios interdisciplinarios; semiótica; pragmática; indisciplinamiento de las ciencias.

Abstract

The article is a state of the art of Discourse Studies in Latin America. It highlights how such studies were developed, from their approaches, then, the researchers who were sowing the path, the schools they followed and those they founded. Although it is not an article of a historical nature, the intention was to map what has been written up to the present, in the context of Discourse Studies, and to demonstrate what the Latin American contribution is. The sources that allowed the mapping were internet, repositories and libraries. The report also shows the work in Ecuador. It is evident that from the country there is also a road already traveled and that is still being done. The last horizon of the article comments on Contemporary and Transdisciplinary and Indisciplinary Discourse Studies with their forms of “indiscipline” and dialogue with other forms of knowledge or other forms of discourse, where new researchers are already working hard.

Keywords: discourse analysis; interdisciplinary studies; semiotics; pragmatics; indisciplinary science.

Resumo

O artigo é um estado da arte dos Estudos do Discurso na América Latina. Ele destaca como tais estudos foram desenvolvidos, a partir de suas abordagens, então, os pesquisadores que estavam semeando o caminho, as escolas que eles seguiram e aqueles que eles fundaram. Embora não seja um artigo de natureza histórica, a intenção era mapear o que foi escrito até o presente, no contexto dos Estudos do Discurso, e demonstrar qual é a contribuição latino-americana. As fontes que permitiram o mapeamento foram internet, repositórios e bibliotecas. O relatório também mostra o trabalho no Equador. É evidente que a partir do país há também uma estrada já percorrida e que ainda está sendo feita. O último

horizonte do artigo comenta contemporâneos e Transdisciplinares Estudos e indisciplinar Discurso Com Suas formas de “indisciplina” e diálogo com outras formas de conhecimento ou de outras formas de discurso, onde estão os novos pesquisadores já trabalham duro.

Palavras-chaves: análise do discurso; estudos interdisciplinares; semiótica; pragmática; ciência indisciplinar.

1. Introducción

Los estudios del discurso (ED) tienen al presente un horizonte amplio y diversificado en el mundo. Latinoamérica no quedó a la saga y, más bien, es sostenida por investigadores de distintos países. Ecuador al igual contribuye con propuestas en este dominio del campo de las ciencias sociales, especialmente los relacionados con la filología, la lingüística, la semiótica o semiología y la comunicación, entre otros. El análisis del discurso (AD), en este sentido, hay que comprenderlo como un quehacer investigativo de carácter transdisciplinario y su objeto, más allá del mensaje, compete con aspectos más profundos que están en su seno y aquellos donde se hace efectiva la comunicación misma.

El presente artículo pretende ser solo una aproximación a los ED en el continente. Su carácter es del estado de arte en tanto ya existen otros estudios, además de asociaciones de investigadores que se establecieron en las últimas décadas, las cuales tienen para sí un acervo de conocimiento más concreto. El objetivo de este trabajo es tratar de lograr un mapa general de lo que se está haciendo en este contexto y evidenciar, si bien no todos los aportes, por lo menos hacer constar lo que se ha hallado en una revisión empírica de fuentes usando, para el caso internet. De este modo, la pregunta que guía este informe es: ¿cuál es el horizonte de los ED en Latinoamérica, sus aportes, sus avances, sus énfasis, sus inquietudes y sus investigadores?

2. Un marco referencial

Partamos señalando que los ED son ahora un dominio importante en el marco de la investigación de la comunicación. Su interés es el discurso y para acercársele, parte de categorías conceptuales y teorías relacionadas con lo que se llama la Teoría del Discurso (TD), y para su compresión, desde alguna perspectiva metodológica, está lo que hoy se conoce como AD.

Esta diferenciación es necesaria para aproximarnos a las distintas formas de investigar el discurso en Latinoamérica. Una discusión previa al respecto ya lo planteó Tanius Karam quien enfatizó que la TD “resume aquellos aspectos conceptuales que caracterizan al discurso como práctica social, las operaciones que

se realizan y los procesos generales en los que se inscribe. [La teoría sería] un conjunto de juicios sobre el discurso, sus propiedades, rasgos y eventuales usos" (2005, p. 36); mientras que los ED más bien "suponen ya un trabajo que puede ser lo mismo documental y conceptual sin aplicación de dichos conceptos en un corpus delimitado" (p. 36). Él sugiere un contraste de matiz entre ambos términos en sentido que la TD se la debe comprender "como un abordamiento básicamente conceptual, mientras que [el] ED [implica] un grado de aplicación sobre [alguna] realidad, sin que necesariamente medie el AD como metodología de análisis sobre cuerpos de textos y prácticas discursivas" (p. 36). De los planteamientos de Karam es menester rescatar el hecho que, en efecto, los ED, la TE y el AD comprometen cantidad y variedad de escuelas, autores y aplicaciones.

Teun A. van Dijk, por su parte, ha sugerido que los ED se conocen como el AD, deduciéndose que son lo mismo, siendo además los ED un "campo transdisciplinario" (2000, p. 21). Incluso para dirimir la naturaleza de este campo, él propuso más bien denominarlo "Estudios Contemporáneos del Discurso" (ECD) en el que estarían un conjunto de elementos relacionados como la teoría, la crítica, la metodología, o áreas que requieren un entrecruzamiento de perspectivas como: "los actos del habla, la valoración (como un tópico importante en la semántica discursiva), el afecto, la narrativa, la ideología, la interacción y los desórdenes discursivos, así como aplicación, por ejemplo, al estudio de la literatura, la escritura, la lectura y el aprendizaje de una segunda lengua" (2007, p. 6). Van Dijk, uno de los más importantes estudiosos del discurso, claramente nos sugiere ubicar los Estudios del Discurso o los Estudios Contemporáneos del Discurso como un campo donde teoría y análisis, perspectivas y aplicaciones se conjuntan.

Habría que reflexionar, en este contexto, la actual noción de estudios transdisciplinarios como un campo aglutinador de perspectivas teóricas emergentes, de nuevos paradigmas, incluso de formas de "indisciplinamiento de las ciencias", en el sentido que da Catherine Walsh: la apertura a perspectivas de conocimiento de Latinoamérica y de pensadores no necesariamente académicos (2010, pp. 223-224), expresiones y prácticas de saberes discursivos que tienen que ver con las formas de deconstrucción discursivos que irrumpen desde los movimientos sociales, desde comunidades subalternizadas por el poder, etc. De este modo, podemos plantear la conformación de los "Estudios Contemporáneos y Transdisciplinarios e Indisciplinarios del Discurso" (ECTID), para insistir también en el pensamiento más Latinoamericano, estudios que integrarían los referentes globales al igual que los que emergen en el continente desde otros escenarios.

Ahora bien, es evidente que este tipo de estudios tienen sus antecedentes en la retórica antigua y clásica. Brevemente señalemos con Metzeltin (2006) que la reflexión sobre el discurso, su uso, su conocimiento, tiene sus primeros textos en los de Aristóteles: *Retórica y Poética*. A partir de estos aparecerán pensadores y tendencias durante siglos conectados a las artes del habla, de la influencia, del pensamiento filosófico. Cita, sin embargo, que el primero en usar el tér-

mino “análisis del discurso” fue el español Gaspar Melchor de Jovellanos, el cual escribió el *Curso de humanidades castellanas* [1794], encargado y publicado por el Instituto Asturiano, en cuyo índice figuraban materias como: “Rudimentos de gramática general”, “Rudimentos de gramática castellana”, “Lecciones de retórica y poética”, “Tratado de declamación”, “Tratado de análisis del discurso”, “Rudimentos de gramática francesa” y “Rudimentos de la gramática inglesa”. Al inicio del “Tratado de análisis del discurso”, Jovellanos define su metodología: “Analizar una cosa es dividirla en todas las partes de que se compone, para observar cada una separadamente, y volver después a unirlas, para observar su conjunto. Hecho este análisis se conoce una cosa cuanto cabe en el entendimiento humano” (1858, p. 159). Su análisis luego derivará, según Metzelin, en un discurso “sobre la erección del nuevo templo de Covadonga; es una anticipación del moderno análisis de textos para enseñar tanto su comprensión metódica como su producción” (2006, párr. 14).

Si Jovellanos acuña para su tiempo la expresión “análisis del discurso” y su metodología en el siglo XVIII, en el XX, ya cuando se han desarrollado disciplinas como la lingüística y la semiología –entre otras ligadas a la comunicación y el habla–, el investigador norteamericano Zellig Harris abrió nuevas perspectivas al popularizar tal término. Así, su trabajo “Discourse Analysis” [1952] propone un “método [...] formal basado solo en la frecuencia [o distribución] de morfemas como elementos distinguibles, [donde] no depende del conocimiento del analista [el] significado particular de cada morfema” (1981, p. 107). La idea sería comprender el discurso al correlacionar los morfemas, usando para el caso el método distribucional que, además, viéndolo en el marco de algún tipo particular de situación se podría deducir el significado dentro de las características formales del texto (p. 110).

Desde estos dos referentes, aunque dispares, se puede indicar que los ED en el siglo XX tuvieron un desarrollo importante. Esto compete a la definición y a la comprensión de la naturaleza del discurso los que siguen siendo objetos de amplio debate y, por lo tanto, enfoques, escuelas, ramas de investigación, etc.

3. Latinoamérica y el discurso

Una primera aproximación respecto a las perspectivas teóricas que cruzan a los ECTID desde el punto de vista latinoamericano está sugerida por los chilenos E. Urra, A. Muñoz y J. Peña (basados en las tesis de N. Philips y C. Hardy), para los cuales habría cuatro:

el *análisis social lingüístico* de tipo constructivista que se basa en el texto y su construcción; el *análisis del estructuralismo interpretativo* que se focaliza en el análisis del contexto social y del discurso que lo apoya; el *análisis lingüístico crítico* que se focaliza en los textos individuales pero con fuerte interés en las dinámi-

cas de poder que subyace al texto (microanálisis del texto); y el *análisis crítico de discurso*, que se centraliza en el rol de la actividad discursiva en la constitución y sostenimiento de las relaciones de poder (2013, p. 53).

En otras palabras, tales cuatro perspectivas teóricas serían: la sociolingüística, la estructuralista, la teoría crítica y la lingüística crítica. La primera se abocaría a los sistemas textuales; la segunda, al texto y al contexto; la tercera, al poder, la ideología y la sociedad productora de discursos; y la cuarta, al texto como productor de realidad.

En cuanto a los enfoques, como segunda aproximación, quizá es oportuno citar el trabajo del mexicano César Nicolás Acosta Orozco (quien cita a Luis Enrique Alonso), para el cual habría tres: el análisis de contenido, el análisis estructural y el análisis socio-hermenéutico (2017, p. 72). Desde ya el análisis de contenido, si bien está referido a la morfología del texto, este fue la herramienta eficaz sobre todo en los Estudios de la Comunicación primariamente, de origen norteamericana; en cuanto al análisis estructural, nacida en el contexto de la lingüística y semiología, su procedencia es francesa; y relativa a la tercera, la socio-hermenéutica, cuya raíz es más bien europea, antigua, ligada a los textos sagrados, ahora su imbricación con lo social, fija su atención en interpretar cómo la realidad es productora de discursos donde el texto es una huella.

Es claro dentro de lo señalado hay una constelación de autores, investigadores y teóricos, *grossso modo*, como: Roland Barthes, Michel Foucault, Michel Pêcheux, M.A.K. Holliday, Dominique Manguneau, Teun A. van Dijk, etc. En Latinoamérica, para Acosta, estarían analistas como la brasileña Julieta Haidar, y los mexicanos Graciela Sánchez Guevara, José Luis Valencia. Los países donde se trabaja el AD en su opinión serían: México, Venezuela, Brasil, Perú, Argentina y Colombia (2017, p. 73). Planteemos que esta mirada reduccionista no abarca el conjunto de aportes que emergieron en Latinoamérica. Habría que citar, por otro lado, a revistas académicas precursoras que empezaron a diseminar el pensamiento sobre el discurso. Solo citemos, por ejemplo, la revista *Discurso*, publicada desde 1970 por el Departamento de Filosofía de la Universidad de São Paulo o la revista *Discurso, Cuadernos de Teoría y Análisis* que, desde 1983 fue centro de debate desde la UNAM.

3.1. Asociaciones y sus publicaciones

En este sentido, es ya en 1995, en el marco del I Coloquio Latinoamericano de Análisis del Discurso celebrado en Caracas, donde los investigadores del discurso deciden aglutinarse en lo que se llamará la *Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso* (ALED). La referencia para entonces, para muchos investigadores es la profunda huella y escuela generada por el lingüista holandés Teun A. van Dijk. Una serie de encuentros en diversos países ayudaron a plegar analistas del continente a dicha asociación, al mismo tiempo que generaron una cantidad de publicaciones. Una de ellas fue la revista indexada *Revista*

Latinoamericana de Estudios del Discurso (RALED) perteneciente al ALED, cuyo primer número data de 2001, siendo editores e investigadores asiduos: Adriana Bolívar, Luis Barrera Linares, Viviane de Melo Resende y Teresa Oteiza. Su más reciente publicación es el Volumen 18, número 2, correspondiente al segundo semestre de 2018. Aparte de esta revista, la asociación ha publicado: *Actas del I Coloquio Latinoamericano de Analistas del Discurso* [Bolívar, A. y Bentivoglio, P. (Eds.) (1997). Caracas: Universidad Central de Venezuela]; *Discurso, proceso y significación* [Martínez, M.C. (Comp.) (1997). Cali: Universidad del Valle].

En la página web de ALED se indica que los iniciadores de la asociación fueron: Laura Pardo y Luisa Granato (Argentina); Luis Antônio Marcuschi (Brasil); Anamaría Harvey y Luisa Berardi (Chile); María Cristina Martínez (Colombia); Teresa Carbó (México); Alma Simounet de Geigel (Puerto Rico); Adriana Bolívar, Paola Bentivoglio, Anica Markov, Mark Gregson, María Eugenia Martínez, Luis Barrera Linares, Yraida Sánchez y Antonieta Alario (Venezuela). Además de exponer los estatutos de la institución, señala que los países miembros son: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela (ALED, 2018). En cada uno de estos hay asociaciones locales.

Hay también otra asociación que tiene un dominio afín: la retórica. Es la Asociación Latinoamericana de Retórica (ALR), que reúne a asociaciones locales de Argentina, Bolivia, Brasil, Cuba, Perú, Chile y Colombia. Aunque no cuentan con una página web, se conoce que la actual directiva está compuesta por María Cecilia de Miranda Nogueira Coelho (Brasil), Armando Villegas Contreras (México), Sarissa Carneiro (Chile), Anna Esquivel Palomares (México). La boliviana además se denomina: Asociación Boliviana de Retórica y Análisis del Discurso (ABORAD). La ALR tiene la publicación indexada *Revista Latinoamericana de Retórica* que solo ha publicado un número en el año 2013.

Desde Francia, tratando de integrar redes latinoamericanas y europeas, también se debe citar la *Association ADAL (Analyse des Discours de l'Amérique Latine)*. El interés por el discurso latinoamericano es lo que mueve a los científicos que están inscritos dentro de dicha asociación, de acuerdo con su página web (ADAL, 2018). Su origen está en el Coloquio Internacional “Les discours politiques en Amérique latine: filiations, polyphonies, théâtralités” realizado en París en 2009. Ha realizado diversos encuentros en Europa y el nuevo que se anuncia es para 2019 en la Universidad de Lille con el nombre de “Coloquio Discursos políticos y mediáticos en América Latina”. Entre sus miembros latinoamericanos se cuentan: Ernani Cesar de Freitas, Diane Heire da Silva Paludetto, Mari Noeli Kiehl, Paula Camila Mesti, Israel de Sa, Josely Teixeira Carlos (Brasil), Neyla Graciela Pardo Abril (Colombia) y Alejandra Valentino (Argentina). Sus publicaciones son: *Discours politiques en Amérique Latine. Représentaions et imaginaires* [Donot, M. y Pordeus Ribeiro, M. (Comp.) (2012). París: L'Harmattan]; *Nommer le conflit armé et ses acteurs en Colombie: Communication ou information médiatique?* [Serrano, Y. (2012). París: L'Harmattan]; *Discursos políticos en América latina. Representaciones e imaginarios* [Donot, M. y Pordeus Ribeiro, M.

(Eds.) (2015). Buenos Aires: Homo Sapiens]; *Discours, Identité et Leadership présidentiel en Amérique Latine* [Donot, M.; Le Bart, C. y Serrano, Y. (Comp.). (2017). París: L'Harmattan].

4. Producción científica sobre análisis del discurso en América Latina

Sin que sea necesariamente una lista completa, a continuación, se detallará lo encontrado en internet respecto a la producción científica sobre AD en cuanto a libros latinoamericanos. Se tratará ahora de enmarcar dicha producción situándolos dentro de los países donde ciertos autores publican. La búsqueda ha sido preferencialmente *Google Books*, aunque se ha ido cotejando los datos con las editoriales o referencias de los autores en la red. Por otra parte, en esta parte no se citará a Ecuador ya que lo remitiremos a acápite aparte posterior.

4.1. Argentina

De este país se ha hallado 30 títulos según la tabla siguiente:

Tabla 1: Producción editorial Argentina

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
<i>Análisis del discurso y coaliciones políticas: El caso de la Alianza (1997-1999)</i>	Gonzalo Páez	Discurso político	2018	Eduvim	Buenos Aires
<i>Homenaje a Elvira Arnoux: Estudios de análisis del discurso, glotopolítica y pedagogía de la lectura y la escritura</i>	Roberto Bein; Juan Eduardo Bonnin; Mariana Di Stefano; Daniela Lauria; María Cecilia Pereira	Discurso social	2017	UBA	Buenos Aires
<i>Génesis política del discurso religioso</i>	Juan Bonnin	Discurso religioso	2015	Eudeba	Buenos Aires
<i>Historia y metodología: aproximaciones al análisis del discurso</i>	Guillermo de Martinelli, Nidia Ledesma Prieto, Adriana María Valobra (eds.)	Discurso político	2014	Centro de Historia Argentina y Americana (FaHCE, IdIHS, UNLP-CONICET)	Buenos Aires

<i>Discurso, política y acumulación en el kirchnerismo</i>	Javier Balsa (comp.)	Discurso político	2013	Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini	Buenos Aires
<i>Política y desborde: Más allá de la democracia liberal</i>	María Susana Bonetto, Fabiana Martínez (comps.)	Discurso político	2012	Eduvim	Buenos Aires
<i>La palabra y la acción: La máquina de enunciación K</i>	Marcelo Díaz	Discurso político	2012	Eduvim	Buenos Aires
<i>La construcción discursiva de la identidad: la emergencia de la voz indígena</i>	Hugo Daniel Aguilar, Marisa Moyano, María Eugenia Álvarez (eds.)	Discurso social	2011	Universidad Nacional de Río Cuarto	Río Cuarto
<i>Palabra política y poder: proyecto de investigación sobre discurso político</i>	Alejandra Reguera (comp.)	Discurso político	2011	Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Lenguas	Córdoba
<i>Los trabajos psíquicos del discurso: análisis de la producción discursiva en la clínica de niños con problemas de simbolización</i>	Patricia Álvarez	Discurso psiquiátrico	2010	Teseo	Buenos Aires
<i>El discurso latinoamericano de Hugo Chávez</i>	Elvira Narvaja de Arnoux	Discurso político	2008	Biblos	Buenos Aires
<i>Los estudios del discurso: nuevos aportes desde la investigación en la Argentina</i>	Patricia Vallejos Llobet	Discurso político	2007	Universidad Nacional del Sur	Bahía Blanca
<i>Parlamentos: teoría de la argumentación y debate parlamentario</i>	Roberto Marafioti (ed.)	Discurso político	2007	Biblos	Buenos Aires

<i>Análisis del discurso: modos de abordar materiales de archivo</i>	Elvira Narvaja Arnoux	Discurso histórico	2006	Santiago Arcos editor	Buenos Aires
<i>Lengua y sociedad</i>	Alejandro Parini y Alicia María Zorrilla (coords.)	Discurso social	2006	Áncora	Buenos Aires
<i>Lo que no entra en el crisol: inmigración boliviana, comunicación intercultural y procesos identitarios</i>	Sergio Caggiano	Discurso social	2005	Prometeo	Buenos Aires
<i>Sociosemiótica. Análisis de los discursos sociales</i>	Mariana Beltrán; Christian Cardozo; Candelaria de Olmos; Ana García Armesto; Mariana Gómez; Tamara Liponetzky; Beatriz Martín; Aldo Merlino; Edgardo Pablo Rozas	Discurso social	2005	Universidad Nacional de Córdoba, Centro de Estudios Avanzados y Brujas	Córdoba
<i>Homenaje a Oswald Ducrot</i>	Elvira Narvaja de Arnoux	Discurso social	2004	Eudeba	Buenos Aires
<i>Origen y transformación del Estado argentino en períodos de globalización</i>	María Laura Pardo, Tulio Eduardo Ortiz, María Valentina Noblia	Discurso social	2003	Biblos	Buenos Aires
<i>Lenguaje, comunicación y discurso</i>	Raquel Garimaldi de Raffo Magnasco	Discurso social	2002	Universidad Nacional de Río Cuarto	Río Cuarto
<i>Ánalisis del discurso y práctica pedagógica: una propuesta para leer, escribir y aprender mejor</i>	María Cristina Martínez	Discurso político	2001	Homo Sapiens	Buenos Aires
<i>Lingüística y política</i>	Alejandro Raiter, Julia Zullo	Discurso político	1999	Biblos	Buenos Aires

<i>El discurso social argentino: sujeto, norma</i>	María Teresa Dalmasso, Adriana Boria	Discurso social	1999	Topografía	Córdoba
<i>La fragilidad de la memoria: representaciones, prensa y poder de una ciudad latinoamericana en tiempos del modernismo: Mendoza, 1885-1910</i>	Jorge Ricardo Ponte	Discurso histórico	1999	Ediciones Fundación del Centro de Investigaciones Científicas y Técnicas de Mendoza	Mendoza
<i>Conversación y deixis de discurso</i>	Isolda E. Carranza	Discurso social	1998	UNC	Córdoba
<i>Giro lingüístico e historia intelectual</i>	Eliás José Palti	Discurso social	1998	Universidad Nacional de Quilmes	Buenos Aires
<i>Estructura discursiva de la entrevista radial</i>	Luisa G. Granato de Grasso	Discurso de medios	1996	Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación	Buenos Aires
<i>El discurso político: del foro a la televisión</i>	Carlos Mangone y Jorge Warley (eds.)	Discurso político	1994	Biblos	Buenos Aires
<i>Historia y lenguaje: los discursos de la Revolución de Mayo</i>	Noemí Goldman	Discurso histórico	1992	Centro Editor de América Latina	Tucumán
<i>Semiotica de las relaciones familiares</i>	Ana Lía Kornblit	Discurso social	1984	Paidós	Buenos Aires

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

La tabla refleja la producción editorial que tiene como referencia el análisis del discurso, aunque haya títulos que pongan palabras como “semiótica” o “lingüística”. De dicha producción hay 12 títulos que hacen referencia a “Discurso político” y otros 12 a “Discurso social”; otros son: “Discurso histórico”, 3; “Discurso religioso”, 1; “Discurso de medios”, 1; y “Discurso psiquiátrico”, 1. El título más reciente es *Análisis del discurso y coaliciones políticas: El caso de la Alianza (1997-1999)* (2018) de Gonzalo Páez en el dominio del discurso político. El más antiguo es *Historia y lenguaje: los discursos de la Revolución de Mayo* (1992) de Noemí Goldman en el dominio del discurso histórico.

La autora que ha tenido una producción más sostenida es Elvira Narvaja de Arnoux: *El discurso latinoamericanista de Hugo Chávez* (2008), *Ánálisis del*

discurso: modos de abordar materiales de archivo (2006) y *Homenaje a Oswald Ducrot* (2004). De hecho, un grupo de estudiosos también le dedicaron un libro: *Homenaje a Elvira Arnoux: Estudios de análisis del discurso, glotopolítica y pedagogía de la lectura y la escritura* (2017) para honrar su trabajo. Ella tiene una larga trayectoria como investigadora; dirige la Maestría de Análisis del Discurso de la Universidad de Buenos Aires y ha sido directora del Instituto de Lingüística (1991-2009); ha sido reconocida con premios académicos. Narvaja de Arnoux pone en evidencia el impacto del pensamiento del lingüista francés Oswald Ducrot, importante por sus contribuciones al estudio del habla y del discurso.

4.2. Bolivia

De este país, la tabla siguiente refleja su producción:

Tabla 2: Producción editorial Bolivia

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
<i>El nacimiento del Estado Plurinacional de Bolivia: versión para el debate de la democracia intercultural</i>	Salvador Schavelzon	Discurso político	2013	Órgano Electoral Plurinacional, Tribunal Supremo Electoral	La Paz
<i>Nuevos códigos de poder en Bolivia</i>	Jorge Lazarte	Discurso político	2010	Plural	La Paz
<i>La ciudadanía: entre el discurso hegemónico y la deconstrucción del espacio privado: los discursos de los años cincuenta en las demandas de divorcio en Cochabamba, Bolivia</i>	María Esther Pozo	Discurso jurídico	2010	Universidad Mayor de San Simón	Cochabamba
<i>Palabras del presidente: análisis argumentativo de los discursos del 6, 8 y 10 de marzo de 2005</i>	Juan Marcelo Columba Fernández	Discurso político	2009	Instituto de Estudios Bolivianos	La Paz
<i>Gonismo: discurso y poder</i>	J. Antonio Mayorga U.	Discurso político	2007	Plural	La Paz

<i>Las radios populares en la construcción de ciudadanía: enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia</i>	Carlos Camacho Azurduy	Discurso de medios	2001	Universidad Simón Bolívar-sede Bolivia y The Freedom Forum	La Paz
<i>Análisis del discurso: teoría, comunicación, semiología, política</i>	Gilmer Alarcón (comp.)	Discurso político	1998	Muela del Diablo Editores	La Paz
<i>Discurso y política en Bolivia</i>	Fernando Mayorga	Discurso político	1993	CERES	La Paz
<i>Bolivia, certezas e incertidumbres de la democracia: Procesos de ruptura política y crisis de la izquierda</i>	Jorge Lazarte	Discurso político	1993	ILDIS y Amigos del Libro	La Paz

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

Se constata que hay 9 libros donde domina el tema “Discurso político” con 7 incidencias; le siguen: “Discurso jurídico”, 1; y “Discurso de medios”, 1. El título más reciente es: *El nacimiento del Estado Plurinacional de Bolivia: versión para el debate de la democracia intercultural* (2013) de Salvador Schavelzon; y el más antiguo: *Bolivia, certezas e incertidumbres de la democracia: Procesos de ruptura política y crisis de la izquierda* (1993) de Jorge Lazarte, ambos dentro del dominio del discurso político. Desde ya este autor tiene otro texto: *Nuevos códigos de poder en Bolivia* (2010). Lazarte es un renombrado politólogo marxista boliviano que se ha doctorado en La Sorbona Nouvelle Paris 3; tiene una cantidad de estudios en libros y artículos.

4.3. Brasil

De Brasil tenemos la siguiente tabla:

Tabla 3: Producción editorial Brasil

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
<i>A “Criança-Problema” na Escola Brasileira Uma Análise do Discurso Pedagógico</i>	Ana Laura Godinho Lima	Discurso pedagógico	2018	Appris Editora e Livraria Eireli	Curitiba
<i>Representações do outro: Discurso, (des) igualdade e exclusão</i>	Glaucia Muniz Proença Lara, Rita de Cássia Pacheco Limberti (orgs.)	Discurso social	2017	Autêntica	São Paulo

<i>O althusserianismo em Linguística: A teoria do discurso de Michel Pêcheux</i>	Luís Fernando Bulhões Figueira	Discurso político	2016	Paco	São Paulo
<i>Análise do discurso: gêneros, comunicação e sociedade</i>	Wander Emediato, Ida Lúcia Machado y William Menezes (orgs.)	Discurso social	2016	Fale - Ufmg	Belo Horizonte
<i>A análise do discurso e sua história: avanços e perspectivas</i>	Evandra Grigoletto y Fabiele Stockmans de Nardi (orgs.)	Discurso social	2016	Pontes Editores	São Paulo
<i>Análise de Discurso: dos fundamentos aos desdobramentos (30 anos de Michel Pêcheux)</i>	Freda Indursky, Maria Cristina Leandro Ferreira y Solange Mittmann (orgs.)	Discurso político	2015	Mercado de Letras	São Paulo
<i>Uma trajetória da Arquivística a partir da Análise do Discurso: inflexões histórico-conceituais</i>	Thiago Henrique Bragato Barros	Discurso social	2015	Editora UNESP	São Paulo
<i>Análise do Discurso e Ensino: Políticas de Produção Escrita, Mídia e Saberes do Professor de Português em Formação</i>	Lucas Nascimento	Discurso pedagógico	2015	Novas Edições Acadêmicas	São Paulo
<i>A teoria do discurso de Ernesto Laclau: ensaios críticos e entrevistas</i>	Daniel De Mendonça, Alice Casimiro Lopes	Discurso político	2015	Annablume	São Paulo
<i>Valores literários de ontem e de hoje</i>	Maria do Socorro Silva de Aragão, Neide Medeiros Santos, Ana Isabel de Souza Leão Andrade (orgs.)	Discurso literario	2015	Mídia Gráfica e Editora Ltda.	João Pessoa

<i>História da fala pública: uma arqueologia dos poderes do discurso</i>	Carlos Piovezani, Jean Jacques Courtine (orgs.)	Discurso político	2015	Vozes	Petrópolis
<i>Presenças de Foucault na Análise do discurso</i>	Carlos Piovezani, Luzmara Curcino, Vanice Sargentini (orgs.)	Discurso político	2014	EDUFSCAR	São Carlos
<i>O Acontecimento do Discurso no Brasil</i>	Freda Indursky, Maria Cristina Leandro Ferreira e Solange Mittmann (orgs.)	Discurso político	2013	Mercado de Letras	São Paulo
<i>Serra Pelada Análise do Discurso das Lideranças do maior garimpo a céu aberto do mundo</i>	Katiane Miranda	Discurso social	2013	Leya	São Paulo
<i>Imagen e discurso</i>	Emilia Mendes, Ida Lúcia Machado, Helcira Lima y Dylia Lysardo-Dias (orgs.)	Discurso de medios	2013	FALE-UFMB	Belo Horizonte
<i>Memoria E Historia Na/da Analise Do Discurso</i>	Freda Indursky, Solange Mittmann, Maria Cristina Leandro Ferreira (orgs.)	Discurso político	2011	Mercado de Letras	São Paulo
<i>Análises do discurso hoje</i>	Wander Emediato, Gláucia Muniz Proença Lara (orgs.)	Discurso político	2011	Nova Fronteira	São Paulo
<i>Escola, Espaço e Discurso</i>	Ricardo Stumpf Alves de Souza	Discurso pedagógico	2011	Biblioteca24horas	São Paulo

<i>Discursos em rede: práticas de (re) produção, movimentos de resistência e constituição de subjetividades no ciberespaço</i>	Evandra Grigoletto, Fabiele Stockmans de Nardi, Carme Regina Schons (orgs.)	Discurso social	2011	Editora Universitária - UFPE	São Paulo
<i>A música como instrumento de poder</i>	Daisy de Oliveira	Discurso de medios	2011	Paco	São Paulo
<i>Discursos nas práticas sociais</i>	Josenia Antunes Vieira, André Lúcio Bento y Joana da Silva Ormundo (orgs.)	Discurso social	2010	Annablume	São Paulo
<i>Verbo, corpo e voz: dispositivos de fala pública e produção da verdade no discurso político</i>	Carlos Piovezani	Discurso político	2009	UNESP	São Paulo
<i>O percurso dos gêneros do discurso publicitário: uma análise das propagandas da Coca-Cola</i>	Analúcia Furquim Campos-Toscano	Discurso de medios	2009	Editora UNESP	São Paulo
<i>Identificação e representação política: uma análise do discurso de Lula</i>	Ercília Ana Cazarin	Discurso político	2008	UNIJUÍ	São Paulo
<i>Pós-estruturalismo e teoria do discurso: em torno de Ernesto Laclau</i>	Daniel de Mendonça	Discurso político	2008	EDIPUCRS	São Paulo
<i>Discurso e texto: multiplicidade de sentidos na ciência da informação</i>	Nádea Regina Gaspar, Lucília Maria Sousa Romão (orgs.)	Discurso de medios	2008	EdUFSCar	São Carlos
<i>Rediscutir: texto, gênero e discurso</i>	Inês Signorini (org.)	Discurso social	2008	Parábola Editorial	São Paulo
<i>Discurso e publicidade: dos processos de identificação e alteridade pela propaganda brasileira</i>	Rosane da Conceição Pereira	Discurso de medios	2008	Editora da Universidade Federal Fluminense	Rio de Janeiro

<i>Análise do discurso no Brasil: mapeando conceitos, confrontando limites</i>	Freda Indursky, Maria Cristina Leandro Ferreira	Discurso social	2007	Editora Claraluz	São Paulo
<i>Mídia e memória: a produção de sentidos nos meios de comunicação</i>	Ana Paula Goulart Ribeiro, Lucia Maria Alves Ferreira	Discurso de medios	2007	Mauad Editora Ltda	São Paulo
<i>Teorias do texto e do discurso</i>	Lodenir Becker Karnopp, Dóris Gedrat, Onici Flôres	Discurso social	2006	Editora da ULBRA	Canoas
<i>Metalinguagem e Discurso - A Configuração do Purismo Brasileiro</i>	Marli Quadros Leite	Discurso social	2006	Editora Humanitas	São Paulo
<i>Política, nação e edição: o lugar dos impressos na construção da vida política: Brasil, Europa e Américas nos séculos XVIII-XX</i>	Eliana Regina de Freitas Dutra, Jean-Yves Mollier (orgs.)	Discurso histórico	2006	Annablume	São Paulo
<i>Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar</i>	Michel Pêcheux, Freda Indursky, Maria Cristina Leandro Ferreira	Discurso político	2005	Editora Claraluz	São Paulo
<i>Organização e poder: análise do discurso anticomunista do Exército Brasileiro</i>	Roberto Martins Ferreira	Discurso político	2005	Annablume	São Paulo
<i>Movimentos de um percurso em análise do discurso: memória acadêmica do Núcleo de Análise do Discurso da FALE/UFMG</i>	Ida Lúcia Machado, João Bosco Cabral dos Santos y William Menezes (orgs.)	Discurso político	2005	FALE-UFMB	Belo Horizonte
<i>Sob o rótulo do novo, a presença do velho: análise do funcionamento da repetição e das relações divino/temporal no discurso da renovação carismática católica</i>	Evandra Grigoletto	Discurso religioso	2003	UFRGS Editora	São Paulo

<i>Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das construções discursivas em Veja e Manchete</i>	Patrícia Ceolin Nascimento	Discurso de medios	2002	Annablume	São Paulo
<i>Legados de Michel Pêcheux: inéditos em análise do discurso</i>	Carlos Piovezani, Vanice Sargentini (orgs.)	Discurso político	2001	Contexto	São Paulo
<i>Análise do discurso: as materialidades do sentido</i>	Maria do Rosário Valencise Gregolin, Roberto Leiser Baronas (orgs.)	Discurso político	2001	Editora Claraluz	São Paulo
<i>Discurso, Memória, Identidade</i>	Freda Indursky, Maria do Carmo Campos	Discurso literario	2000	Sagra Luzzatto Livreiros Editores e Distrb. Ltda	Porto Alegre
<i>Imprensa: política e cidadania</i>	Andréa Sanhudo Torres	Discurso de medios	1999	EDIPUCRS	Porto Alegre
<i>A ideologia curupira: análise do discurso integralista</i>	Gilberto Felisberto Vasconcelos	Discurso político	1979	Editora Brasiliense	São Paulo

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

De los 43 títulos se evidencia que 17 tienen como temática “Discurso político”; 11 sobre “Discurso social”; 8 sobre “Discurso de medios”; otros son: “Discurso pedagógico”, 3; “Discurso literario”, 2; y “Discurso religioso”, y “Discurso histórico”, 1 cada uno respectivamente. El título más reciente es: *A “Criança-Problema” na Escola Brasileira Uma Análise do Discurso Pedagógico* (2018) de Ana Laura Godinho Lima; el más antiguo es: *A ideologia curupira: análise do discurso integralista* (1979) de Gilberto Felisberto Vasconcelos.

Hay autores que tienen más títulos sobre análisis de discurso. La primera es Freda Indursky: *Análise de Discurso: dos fundamentos aos desdobramentos (30 anos de Michel Pêcheux)* (2015), *O Acontecimento do Discurso no Brasil* (2013), ambas compilaciones junto a María Cristina Leandro Ferreira y Solange Mittmann; *Memoria E Historia Na/da Analise Do Discurso* (2011), compilación junto, además de la citada Mittmann, con María Cristina Leandro Ferreira; y con esta última, *Análise do discurso no Brasil: mapeando conceitos, confrontando limites* (2007), *Michel Pêcheux e a análise do discurso: uma relação de nunca acabar* (2005), donde además se introduce un texto del citado Pêcheux; además Indursky tiene otro texto junto a María do Carmo Campos: *Discurso, Memória, Identidade* (2000). Todos ellos tienen que ver con el análisis del discurso polí-

tico. Indursky tiene un doctorado en Ciencias del Lenguaje por la Universidade Estadual de Campinas; tiene un número considerable de estudios del discurso en libros y revistas académicas. Se constata que es una de las estudiadoras en Brasil que sigue y homenajea el modelo del análisis del discurso propuesto por el francés Michel Pêcheux, modelo que sigue el sesgo marxista con énfasis en lo ideológico.

El segundo de ellos es Carlos Piovezani: *História da fala pública: uma arqueología dos poderes do discurso* (2015), un volumen de compilación junto a Jean Jacques Courtine; *Presenças de Foucault na Análise do discurso* (2014), también de compilación junto a Luzmara Curcino y Vanice Sargentini; *Verbo, corpo e voz: dispositivos de fala pública e produção da verdade no discurso político* (2009), este de su autoría; y *Legados de Michel Pêcheux: inéditos em análise do discurso* (2001), compilación junto a Vanice Sargentini. Todos son trabajos dentro del análisis del discurso político. Piovezanni es un profesor brasileño que dirige el Labor - Laboratório de estudos do discurso (LABOR/UFSCar) de la Universidade Federal de São Carlos. Es un reconocido investigador; publica libros y artículos científicos. Al igual que Indursky, sigue el trabajo de Pêcheux, pero también homenajea el pensamiento sobre el discurso de Michel Foucault.

También Evandra Grigoletto: *A análise do discurso e sua história: avanços e perspectivas* (2016), compilación junto a Fabiele Stockmans de Nardi; *Discursos em rede: práticas de (re)produção, movimentos de resistência e constituição de subjetividades no ciberespaço* (2011), compilación con Fabiele Stockmans de Nardi y Carme Regina Schons; y su trabajo: *Sob o rótulo do novo, a presença do velho: análise do funcionamento da repetição e das relações divino/temporal no discurso da renovação carismática católica* (2003). Los primeros dentro del análisis del discurso social y el último dentro del religioso. Grigoletto es doctora en Teorías del texto y del discurso por la Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Forma parte de grupos de investigación como: Grupo de Estudos e Pesquisa em Análise do Discurso (GEPAD-RS) y el Núcleo de Estudos em Práticas de Linguagem e Espaço Virtual (NEPLEV). Ha publicado 7 libros entre propios y en colaboración, además de una serie de artículos científicos. Llama la atención que es una de las pocas investigadoras que puso atención al análisis del discurso de medios digitales en el contexto de las nuevas tecnologías de internet.

Otro autor que también tiene aportes es Daniel de Mendonça: *A teoria do discurso de Ernesto Laclau: ensaios críticos e entrevistas* (2015), junto a Alice Casimiro Lopes; y *Pós-estruturalismo e teoria do discurso: em torno de Ernesto Laclau* (2008). Todos tienen que ver con el análisis del discurso político. Mendonça es doctor en Ciencia Política por la Universidade Federal do Rio Grande do Sul; se ha especializado en análisis del discurso ideológico en la University of Essex. En la actualidad investiga la ideología y los partidos políticos en Brasil según la información que ofrece su perfil publicado en la web de la Universidade Federal de Pelotas.

Finalmente, otro autor que tiene 2 títulos es Wander Emediato. Este ha publicado: *Análise do discurso: gêneros, comunicação e sociedade* (2016), compilación junto a Ida Lúcia Machado y William Menezes; y *Análises do discurso hoje* (2011), también compilación con Gláucia Muniz Proença Lara. Son trabajos que están dentro de los dominios del discurso político y del social. Emediato tiene un doctorado en Ciencias del Lenguaje por la Université de Paris; fue discípulo de otro referente del análisis del discurso: Patrick Charaudeau. Tiene en su haber más de una decena de libros entre suyos y colaboraciones.

4.4. Chile

De Chile se han hallado 5 títulos:

Tabla 4: Producción editorial Chile

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
<i>Contextos del discurso</i>	Mauricio Pilleux	Discurso social	2005	Facultad de Filosofía y Humanidades, Universidad Austral de Chile	Santiago de Chile
<i>En torno al discurso: contribuciones de América Latina</i>	Anamaría Harvey (comp.)	Discurso social	2004	Universidad Católica de Chile	Santiago de Chile
<i>Analísist crítico del discurso: perspectivas latinoamericanas</i>	Leda Berardi (comp.)	Discurso social	2003	Frasis	Santiago de Chile
<i>Del discurso colonial al proindigenismo: ensayos de historia latinoamericana</i>	Jorge Pinto Rodríguez	Discurso social	1996	Ediciones Universidad de la Frontera	Temuco
<i>Investigación sobre la prensa en Chile, 1974-1984</i>	Fernando Reyes Matta, Carlos Ruiz, Guillermo Sunkel	Discurso de medios	1986	CERC	Santiago de Chile
<i>Para leer al pato Donald: comunicación de masas y colonialismo</i>	Ariel Dorfman y Armand Mattelart	Discurso de medios	1971	Ediciones Universitarias de Valparaíso	Valparaíso

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

De estos 6 títulos 4 corresponden al dominio del “Discurso social”; 2 al de “Discurso de medios”. El más reciente es: *Contextos del discurso* (2005) de Mauricio Pilleux. El más antiguo uno que es clásico: *Para leer al pato Donald: comunicación de masas y colonialismo* (1971) de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, en el marco del discurso de medios. Sin duda en Chile se sigue la tradición, por lo menos desde el siglo XXI del análisis crítico del discurso.

4.5. Colombia

De Colombia tenemos la siguiente tabla:

Tabla 5: Producción editorial Colombia

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
<i>La subversión de los discursos: Acercamientos discursivos latinoamericanos y del Caribe</i>	Oscar Iván Londoño Zapata	Discurso social	2018	Eduvim	Bogotá
<i>Introducción a los estudios del discurso multimodal</i>	Neyla Graciela Pardo, Nelson Camilo Forero	Discurso social	2016	Universidad Nacional de Colombia	Bogotá
<i>De Uribe, Santos y otras especies políticas: comunicación de gobierno en Colombia, Argentina y Brasil</i>	Omar Rincón y Catalina Uribe (eds.)	Discurso político	2015	Ediciones Uniandes	Bogotá
<i>Cuerpo femenino en transición: La construcción desde el discurso jurídico — estudio de casos —</i>	Ana Milena Coral Díaz	Discurso de género	2015	Universidad del Rosario	Bogotá
<i>Discurso en la Web: pobreza en YouTube</i>	Neyla Graciela Pardo Abril	Discurso de medios	2014	Universidad Nacional de Colombia	Bogotá

<i>El papel de los jueces contra la violencia de pareja en Colombia, 2005-2009: Seguimiento a las sentencias proferidas por los jueces penales de circuito y por los jueces de familia en las ciudades de Cartagena, Pasto y Cali en el período comprendido entre los años 2005 y 2009</i>	Beatriz Londoño Toro	Discurso jurídico	2013	Universidad del Rosario	Bogotá
<i>Poliedros discursivos: Miradas a los estudios del discurso</i>	Oscar Iván Londoño Zapata	Discurso social	2012	Eduvim	Bogotá
<i>Los estudios del discurso: miradas latinoamericanas</i>	Oscar Iván Londoño Zapata	Discurso social	2012	Universidad de Ibagué	Bogotá
<i>Geografías de la memoria: Posiciones de las víctimas en Colombia en el período de justicia transicional (2005-2010)</i>	Óscar Fernando Acevedo Arango	Discurso político	2012	Pontificia Universidad Javeriana	Bogotá
<i>Horizontes discursivos: miradas a los estudios del discurso</i>	Oscar Iván Londoño Zapata	Discurso social	2011	Universidad de Ibagué	Bogotá
<i>Las movilizaciones del primero de mayo en Colombia y sus representaciones sociales entre 1991 y 2006</i>	Paola Andrea Londoño Mora	Discurso social	2008	Universidad Santo Tomás, Facultad de Sociología	Bogotá
<i>Cómo hacer análisis crítico del discurso: una perspectiva latinoamericana</i>	Neyla Graciela Pardo Abril	Discurso de medios	2007	Frasis	Bogotá
<i>Érase una vez... Análisis Crítico de la telenovela</i>	María Cristina Asqueta, Betty Martínez, Clarena Muñoz	Discurso de medios	2006	UniMinuto	Bogotá

<i>Construcción de lugares-patrimonio: el Centro Histórico y el humedal de Córdoba en Bogotá</i>	Dolly Cristina Palacio Tamayo	Discurso urbano	2006	U. Externado de Colombia	Bogotá
<i>Estudios del discurso en Colombia</i>	Luis Alfonso Ramírez Peña, Gladys Lucía Acosta Valencia (comp.)	Discurso político	2005	Universidad de Medellín	Medellín
<i>Regeneración o catástrofe: Derecho penal mesiánico durante el siglo XIX en Colombia</i>	Juan Felipe García Arboleda	Discurso jurídico	2005	Pontificia Universidad Javeriana	Bogotá
<i>Discurso y aprendizaje</i>	María Cristina Martínez S., Diana Isabel Álvarez, Fanny Hernández, Fabiola Zapata, Luis Carlos Castillo	Discurso pedagógico	2004	Cátedra UNESCO para el Mejoramiento de la Calidad y Equidad de la Educación en América Latina con base en la Lectura y la Escritura y Universidad del Valle	Cali
<i>Construcción de identidad y función política en el discurso del Director de Comunicaciones</i>	Gladys Lucía Acosta Valencia y Jorge Ignacio Sánchez Ortega	Discurso corporativo	2004	Universidad de Medellín	Medellín
<i>Discurso en sociedad: entrevista a Teun A. van Dijk</i>	Oscar Iván Londoño Zapata	Discurso social	2000	Universidad de Ibagué	Bogotá
<i>Los discursos del conflicto: espacio público, paros cívicos y prensa en Colombia</i>	Jorge Iván Bonilla Vélez, María Eugenia García Raya	Discurso social	1998	Pontificia Universidad Javeriana	Bogotá

<i>Un modelo lingüístico para el análisis integral de discursos: propuesta metodológica aplicada a "El otoño del patriarca"</i>	Neyla Graciela Pardo Abril y Lola Celeita Reyes	Discurso literario	1991	Instituto Caro y Cuervo	Bogotá
---	---	--------------------	------	-------------------------	--------

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

De los 21 títulos encontrados se tiene 8 que se refieren a “Discurso social”; 3 a “Discurso de medios”; 3 a “Discurso político”; 2 a “Discurso jurídico”; 1 a “Discurso jurídico”; 1 a “Discurso de género”; 1 a “Discurso literario”; 1 a “Discurso pedagógico”; y 1 a “Discurso urbano”. El título más reciente es: *La subversión de los discursos: Acercamientos discursivos latinoamericanos y del Caribe* (2018) de Oscar Iván Londoño Zapata; el más antiguo es: *Un modelo lingüístico para el análisis integral de discursos: propuesta metodológica aplicada a "El otoño del patriarca"* (1991) de Neyla Graciela Pardo Abril y Lola Celeita Reyes.

Desde ya uno de los investigadores de importancia por ciertos títulos publicados es Oscar Iván Londoño Zapata. De él se tiene el citado, *La subversión de los discursos: Acercamientos discursivos latinoamericanos y del Caribe* (2018); *Poliedros discursivos: miradas a los estudios del discurso* (2012); *Los estudios del discurso: miradas latinoamericanas* (2012); *Horizontes discursivos: miradas a los estudios del discurso* (2011); *Discurso en sociedad: entrevista a Teun A. van Dijk* (2000). Todos ellos tienen que ver con el análisis del discurso social. Son obras que más bien sistematizan lo que se hace en el campo del análisis del discurso; su énfasis es el análisis crítico del discurso de la escuela de Teun A. van Dijk. Londoño Zapata es conocido como un activo investigador colombiano; tiene una maestría en Lingüística. Ha publicado, aparte de libros, capítulos de libros y artículos científicos

También otra de las más importantes analistas del discurso en Colombia es Neyla Graciela Pardo Abril. De ella indiquemos: *Introducción a los estudios del discurso multimodal* (2016), junto a Nelson Camilo Forero; *Discurso en la Web: pobreza en YouTube* (2014); *Cómo hacer análisis crítico del discurso: una perspectiva latinoamericana* (2007); y el citado *Cómo hacer análisis crítico del discurso: una perspectiva latinoamericana* (1991), junto a Lola Celeita Reyes. El primero se relaciona con el discurso social; el segundo, con énfasis en las redes como YouTube, al igual que el tercero, en el dominio de análisis de discurso de medios; el cuarto es sobre discurso literario. Pardo Abril es doctora en Lingüística Española por la Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED (España); es investigadora prolífica, con publicaciones en libros y artículos científicos en el contexto del análisis del discurso, semiótica y de la lingüística. Forma parte del Grupo Colombiano de Análisis del Discurso Mediático.

Otra investigadora que aparece con volúmenes sobre análisis de discurso es Gladys Lucía Acosta Valencia. De ella se conoce: *Estudios del discurso en Colombia* (2005), compilación con Luis Alfonso Ramírez Peña; *Construcción de*

identidad y función política en el discurso del Director de Comunicaciones (2004), junto a Jorge Ignacio Sánchez Ortega. El uno es del dominio del discurso político y el otro del corporativo. Acosta Valencia se desempeña como profesora de la Universidad de Medellín y dirige el proyecto de investigación “¿Consumidores o ciudadanos? un análisis de las campañas políticas en la contienda electoral por la presidencia de Colombia (2018-2022)”.

4.6. Costa Rica

De Costa Rica se ubicaron 7 títulos:

Tabla 6: Producción editorial Costa Rica

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
<i>Estrategias de los políticos para solicitar nuestros votos</i>	Jorge Arturo Quesada Pacheco	Discurso político	2001	EUNA	San José
<i>El texto jurídico: la alteración textual y contextual</i>	Jorge Arturo Quesada Pacheco	Discurso jurídico	2000	Editorial Universidad Estatal a Distancia	San José
<i>Introducción a la sociolinguística: su incorporación a la enseñanza de nuestro español</i>	Jorge Arturo Quesada Pacheco	Discurso social	1998	EUNA	San José
<i>Ánalisis del discurso oral en el proceso penal</i>	Jorge Arturo Quesada Pacheco	Discurso jurídico	1998	Editorial Universidad Estatal a Distancia	San José
<i>Los discursos de los políticos de Costa Rica</i>	Jorge Arturo Quesada Pacheco	Discurso político	1997	Editorial Universidad Estatal a Distancia	San José
<i>El discurso pedagógico</i>	Alejandra Ciriza, Estela Fernández, Daniel Prieto Castillo, Francisco Gutiérrez	Discurso pedagógico	1992	Radio Nederland Training Center	San José

<i>Ideología y medios de comunicación social en Costa Rica: fetichismo, manipulación y guerra psicológica</i>	Willy A. Soto Acosta	Discurso de medios	1987	Alma Mater	San José
---	----------------------	--------------------	------	------------	----------

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

De la tabla se lee que 2 corresponden al tema “Discurso político”; 2 al “Discurso jurídico”; 1 al “Discurso social”; 1 al “Discurso pedagógico”; 1 al “Discurso de medios”. El título más reciente es: *Estrategias de los políticos para solicitar nuestros votos* (2001) de Jorge Arturo Quesada Pacheco; el más antiguo: *Ideología y medios de comunicación social en Costa Rica: fetichismo, manipulación y guerra psicológica* (1987) de Willy A. Soto Acosta; el uno en el ámbito del discurso político y el otro en el de discurso de medios.

Se evidencia que el autor más prolífico en el campo del análisis del discurso es: Jorge Arturo Quesada Pacheco, doctor por la Georgetown University y profesor de la Universidad Nacional de Costa Rica. Sus títulos son el citado, *Estrategias de los políticos para solicitar nuestros votos* (2001); *El texto jurídico: la alteración textual y contextual* (2000); *Introducción a la sociolinguística: su incorporación a la enseñanza de nuestro español* (1998); *Ánalisis del discurso oral en el proceso penal* (1998); *Los discursos de los políticos de Costa Rica* (1997).

4.7. Honduras, Guatemala, Nicaragua y Perú

Hemos reunido en esta parte a estos cuatro países cuya producción literaria sobre análisis de discurso es mínima según los registros de *Google Books*.

Tabla 7 Producción editorial Honduras

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
<i>Las imágenes de los negros Garífunas en la literatura hondureña y extranjera</i>	Jorge Alberto Amaya Banegas	Discurso literario	2007	Secretaría de Cultura, Artes y Deportes	Tegucigalpa

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

Tabla 8: Producción editorial Guatemala

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
<i>Diagnóstico del racismo en Guatemala: Prácticas discriminatorias y construcción colectiva de conceptos</i>	Marta Casaús Arzú, Amílcar Dávila	Discurso social	2006	Vicepresidencia de la República de Guatemala; Ministerio de la Cooperación para el Desarrollo del Reino de los Países Bajos;	Guatemala
<i>Violencia e impunidad en comunidades Mayas de Guatemala: la masacre de Xamán desde una perspectiva psicosocial</i>	María Luisa Cabrera Pérez-Armiñán	Discurso social	2006	Equipo de Estudios Comunitarios y Acción Psicosocial	Guatemala
<i>Hacia un nuevo canon de la vanguardia en América Central: urdimbre de textos acromegálicos, invisibilizados por los discursos críticos</i>	Francisco Alejandro Méndez	Discurso literario	2006	Ministerio de Cultura y Deportes, Editorial Cultura	Guatemala

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

Tabla 9: Producción editorial Nicaragua

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
<i>El voto ciudadano: una perspectiva desde adentro: significados, memoria y participación en Granada, Nicaragua</i>	Johannes Kranz (coord.)	Discurso político	2007	Instituto de Estudios Interdisciplinarios	Granada

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

Tabla 10: Producción editorial Perú

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
Más allá de las palabras: una propuesta de análisis del discurso	Cinthia Peña Larrea	Discurso social	2014	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas	Lima
El factor asco: basurización simbólica y discursos autoritarios en el Perú contemporáneo	Rocío Silva Santisteban	Discurso urbano	2008	Fondo Editorial, Pontificia Universidad Católica del Perú	Lima
Crear y sentir lo nuestro: folclor, identidad regional y nacional en el Cuzco, siglo XX	Zoila S. Mendoza	Discurso histórico	2006	Fondo Editorial, Pontificia Universidad Católica del Perú	Lima

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

En general tenemos 2 títulos con el tema de “Discurso literario”; 3 de “Discurso social”; 1 de “Discurso político”; 1 de “Discurso urbano”; y 1 de “Discurso histórico”. En Honduras el único título representativo es de 2007, *Las imágenes de los negros Garífunas en la literatura hondureña y extranjera* de Jorge Alberto Amaya Banegas en el dominio del análisis del discurso literario. Nicaragua también tiene un único título, en el dominio del discurso político: *El voto ciudadano: una perspectiva desde adentro: significados, memoria y participación en Granada, Nicaragua* (2007), un libro coordinado por Johannes Kranz. Para el caso de Guatemala se observa que todos los títulos corresponden al año 2006, siendo dos de ellos más bien promovidos por el gobierno guatemalteco. Para el caso de Perú, todos los libros van entre 2014 y 2006.

4.8. México

De México sinteticemos su producción de libros, 24 en total, en la siguiente tabla:

Tabla 11: Producción editorial México

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
<i>El análisis del discurso en la formación de docentes: una experiencia</i>	Lariza Elvira Aguilera Ramírez, Ernesto de los Santos Domínguez, María Eugenia Flores Treviño, José María Infante Bonfiglio	Discurso pedagógico	2017	Universidad Autónoma de Nuevo León	Monterrey
<i>Paraguay: El nacionalismo y sus mitos</i>	Gaya Makaran	Discurso histórico	2014	Universidad Nacional Autónoma de México	México, D.F.
<i>Discursos educativos, identidades y formación profesional: producciones desde el análisis político de discurso</i>	Rosa Nidia Buenfil Burgos	Discurso pedagógico	2011	Programa de Análisis Político de Discurso e Investigación	México, D.F.
<i>Análisis del discurso político</i>	Alfredo Ascanio Guevara	Discurso político	2010	Trillas	México, D.F.
<i>Análisis político de discurso: dispositivos intelectuales en la investigación social</i>	Reinalda Soriano Peña, María Dolores Ávalos Lozano, Ernesto Laclau	Discurso político	2009	Juan Pablos Editor	México, D.F.
<i>Fundamentos para el análisis del discurso político</i>	Jorge Martín Gómez Bocanegra	Discurso político	2008	Universidad de Guadalajara	Guadalajara
<i>Análisis del discurso en educación media</i>	Ernesto de los Santos Domínguez	Discurso pedagógico	2005	Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Autónoma de Nuevo León	Monterrey
<i>La rebelión zapatista en el diario El País: análisis del discurso de enero a febrero de 1994</i>	Gerardo Gutiérrez Cham	Discurso político	2004	Universidad de Guadalajara	Guadalajara

<i>Tejiendo discursos se tejen sombreros: identidad y práctica discursiva</i>	Dalia Ruiz Ávila	Discurso pedagógico	2003	Universidad Pedagógica Nacional Dirección de Difusión y Extensión Universitaria, Fomento Editorial	México, D.F.
<i>El discurso del poder: informes presidenciales en México (1917-1946)</i>	Eva Salgado Andrade	Discurso político	2003	Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)	México, D.F.
<i>Curriculum universitario: académicos y futuro</i>	Alicia de Alba	Discurso pedagógico	2002	Plaza y Valdes	México, D.F.
<i>Configuraciones discursivas en el campo educativo</i>	Rosa Nidia Buenfil Burgos (comp.)	Discurso pedagógico	2002	Plaza y Valdes	México, D.F.
<i>Pensar lo educativo: tejidos conceptuales</i>	Marcela Gómez Sollano y Bertha Orozco Fuentes (coords.)	Discurso pedagógico	2001	Plaza y Valdes	México, D.F.
<i>Historia social de las ideas en Nicaragua: el pensamiento de la conquista primera mitad del siglo XVI</i>	Pablo Kraudy Medina	Discurso histórico	2001	Banco Central de Nicaragua	Managua
<i>Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación</i>	Jesús Galindo Cáceres (coord.)	Discurso social	1999	Addison, Wesley y Longman	México, D.F.
<i>Discurso y mitos: algunas aproximaciones</i>	Irene Fonte, Rose Lema, Leticia Villaseñor (eds.)	Discurso social	1996	Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa	México, D.F.
<i>Un estudio de caso en metodología de análisis de discurso</i>	Teresa Carbó	Discurso político	1995	Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)	México, D.F.
<i>Discurso sindical y procesos de fetichización</i>	Julietta Haidar	Discurso social	1990	Instituto Nacional de Antropología e Historia	México, D.F.

<i>Una lectura del sismo en la prensa capitalina</i>	Teresa Carbó	Discurso de medios	1987	SEP, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social	México, D.F.
<i>Discurso político: lectura y análisis</i>	Teresa Carbó	Discurso político	1984	Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS)	México, D.F.
<i>El análisis del discurso: oficio de artesanos (notas introductorias para su estudio)</i>	Alberto Aziz Nassif	Discurso social	1982	Taller de Investigación para la Comunicación Masiva (TICOM) y UNAM-Xochimilco	México, D.F.
<i>El discurso político</i>	Mario Monteforte Toledo (coord.)	Discurso político	1980	Nueva Imagen y UNAM	México, D.F.
<i>Discurso autoritario y comunicación alternativa</i>	Daniel Prieto Castillo	Discurso de medios	1979	Edicol	México, D.F.
<i>Retórica y manipulación masiva</i>	Daniel Prieto Castillo	Discurso de medios	1978	Edicol	México, D.F.

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

De los títulos hallados 8 se relacionan con el “Discurso político”; 7 con el “Discurso pedagógico”; 3 con el “Discurso de medios”; 4 con el “Discurso social”; y 2 con el “Discurso histórico”. El título más reciente es: *El análisis del discurso en la formación de docentes: una experiencia* (2017) de Lariza Elvira Aguilera Ramírez, Ernesto de los Santos Domínguez, María Eugenia Flores Treviño, José María Infante Bonfiglio, en el contexto del discurso pedagógico. El más antiguo es *Retórica y manipulación masiva* (1978) de Daniel Prieto Castillo, en el marco del discurso de medios.

Una de las más importantes investigadoras es Teresa Carbó con títulos como: *Un estudio de caso en metodología de análisis de discurso* (1995); *Una lectura del sismo en la prensa capitalina* (1987); y *Discurso político: lectura y análisis* (1984). Ella es doctora en Lingüística por el Colegio de México y es investigadora del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS). En la actualidad trabaja un proyecto: “La construcción de la escena política nacional en México (en las áreas de: lingüística estructural; descripción, teoría, sintaxis y acción social; lectura metódica, análisis de discurso; tratamiento analítico-crítico de textos verbales y visuales; formación de acervos o corpora)”.

Otro es el argentino Daniel Prieto Castillo, el cual publica: *Discurso autoritario y comunicación alternativa* (1979) y el citado *Retórica y manipulación masiva* (1978). Es filósofo y doctor en Comunicación Social, prolífico autor de estudios y libros. Como este autor, hay otros extranjeros que han publicado en editoriales mexicanas como la brasileña, Julieta Haidar, o como el guatemalteco, Mario Monteforte Toledo.

4.9. Uruguay

De Uruguay se tienen 7 títulos:

Tabla 12: Producción editorial Uruguay

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
Mecanismos conversacionales en el español del Uruguay: análisis de interacciones telefónicas de servicios	Virginia Orlando	Discurso social	2006	Universidad de la República y FHCE	Montevideo
Escuela, lenguaje y poder: la organización de la conversación como un medio de regulación del poder en el salón de clase	Beatriz Gabbiani	Discurso pedagógico	2000	Universidad de la República, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Departamento de Publicaciones	Montevideo
Análisis del Discurso: (V Jornadas Interdisciplinarias de Lingüística. Montevideo/1987)	Adolfo Elizaincín, Irene Madfes (eds.)	Discurso social	1994	Universidad de la República, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación	Montevideo
Modalidades del discurso narrativo uruguayo de las últimas décadas (1960-1980)	Nilo Berriel	Discurso de medios	1994	Universidad de la República Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación	Montevideo
Análisis del discurso en perspectiva de enunciación	Claudine Normand	Discurso social	1992	Universidad de la República	Montevideo
Discurso, semiótica, sociedad: problemas de las disciplinas sociales después del estructuralismo: cinco artículos	Sandino A. Núñez, Rubén M. Tani	Discurso de medios	1991	Centro de Estudios, Análisis y Documentación del Uruguay	Montevideo

Introducción al análisis del discurso político	Ricardo Viscardi, Raquel Díaz, Sara López, Irene Madfes, Marina Adé y Sylvia Costa	Discurso político	1986	Fundación de Cultura Universitaria	Montevideo
--	--	-------------------	------	------------------------------------	------------

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

Se constata 3 títulos con el tema de “Discurso social”; 2 sobre “Discurso de medios”; 1 sobre “Discurso pedagógico” y otro sobre “Discurso político”. El más reciente es: *Mecanismos conversacionales en el español del Uruguay: análisis de interacciones telefónicas de servicios* (2006) de Virginia Orlando. El más antiguo es: *Introducción al análisis del discurso político* (1986) de Ricardo Viscardi, Raquel Díaz, Sara López, Irene Madfes, Marina Adé y Sylvia Costa. El uno corresponde al análisis del discurso social y el otro al político.

Del conjunto resaltamos el nombre de Irene Madfes, en un caso como compiladora, junto a Adolfo Elizaincín, de *Análisis del Discurso: (V Jornadas Interdisciplinarias de Lingüística. Montevideo/1987)* (1994) y un trabajo en conjunto, el citado, *Introducción al análisis del discurso político* (1986). En este último los autores resaltan la influencia de pensadores como Ludwig Wittgenstein, John Langshaw Austin, Oswald Ducrot, Michel Pêcheux, Eliseo Verón.

4.10. Venezuela

De este país se hallaron 10 títulos representativos:

Tabla 13: Producción editorial Venezuela

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
La producción discursiva de la violencia: análisis de discurso y tratamiento de la información de medios venezolanos en materia de sucesos	Nairbis Sibrian	Discurso de medios	2012	UNES Universidad Nacional Experimental de la Seguridad	Caracas
Análisis del discurso: ¿por qué y para qué?	Adriana Bolívar	Discurso político	2007	CEC	Caracas

La construcción del punto de vista en los relatos orales de niños en edad escolar: un análisis discursivo de la modalidad	Martha Shiro	Discurso pedagógico	2007	Fondo Editorial Humanidades	Caracas
Discurso e interacción en el texto escrito	Adriana Bolívar	Discurso de medios	2005	Universidad Central de Venezuela y Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico	Caracas
Ánalisis crítico del discurso: crítica literaria, avisos necrológicos y perfiles psicológicos	Luis Barrera Linares	Discurso literario	2000	Universidad Católica Andrés Bello	Caracas
El discurso político venezolano: un estudio multidisciplinario	Adriana Bolívar, Carlos Kohn	Discurso político	1999	Universidad Central de Venezuela	Caracas
Estudios documentales, teóricos, análisis de discurso y las historias de vida: una propuesta metodológica para la elaboración de sus proyectos	Mirian Balestrini	Discurso social	1998	BL Consultores Asociados, Servicio Editorial	Caracas
Estudios en el análisis crítico del discurso	Adriana Bolívar	Discurso político	1996	Universidad Central de Venezuela	Caracas
Venezuela, la formación de las identidades políticas: el caso del discurso nacionalista (1920-1945)	Luis Ricardo Dávila	Discurso político	1996	Universidad de Los Andes	Mérida
El arte de narrar y la noción de literatura oral: protopanorama intercultural y problemas epistemológicos	Daniel Mato	Discurso literario	1990	Universidad Central de Venezuela	Caracas

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

Las incidencias halladas respecto a temas son: “Discurso político”, 4; “Discurso de medios”, 2; “Discurso literario”, 2; “Discurso pedagógico”, 1; y “Discurso social”, 1. El título más reciente es: *La producción discursiva de la violencia: análisis de discurso y tratamiento de la información de medios venezolano*.

nos en materia de sucesos (2012) de Nairbis Sibrian. El más antiguo es: *El arte de narrar y la noción de literatura oral: protopanorama intercultural y problemas epistemológicos* (1990) de Daniel Mato. El uno sobre discurso de medios y el otro sobre discurso literario.

Del conjunto resaltamos los trabajos de Adriana Bolívar, autora nacida en Chile, aunque su trabajo se desarrolló en Venezuela: *Análisis del discurso: ¿por qué y para qué?* (2007); *Discurso e interacción en el texto escrito* (2005); *El discurso político venezolano: un estudio multidisciplinario* (1999), este junto a Carlos Kohn; *Estudios en el análisis crítico del discurso* (1996). Ella es doctora en Inglés por la University of Birmingham. Se desempeña como profesora en la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela; es directora del Doctorado en Estudios del Discurso. Es una investigadora que ha escrito libros y capítulos de libros, además de artículos científicos en el área de la lingüística y el análisis del discurso. Es una de las fundadoras de la *Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso* (ALED).

5. Producción científica sobre análisis del discurso en Ecuador

Abramos un acápite aparte sobre la producción científica respecto al AD en Ecuador. Por lo que se ha constatado hasta acá Ecuador no aparece registrado como participante en ninguna asociación latinoamericana sobre AD; lo que se presentará a continuación muestra que el país sí ha estado trabajando sobre el campo del discurso con aportes importantes. Los datos que se expondrán, aparte de lo recogido en búsquedas en *Google Books*, cotejado con las páginas de editoriales nacionales, también son de los Repositorios digitales, muchos de ellos reunidos en un metabuscador con el nombre de COBUEC (Consortio de Bibliotecas Universitarias del Ecuador, Repositorios digitales y bibliotecas Ecuador).

5.1. Libros

A continuación, una síntesis de lo hallado respecto a libros:

Tabla 12: Producción editorial Ecuador

Libro	Autor	Tema	Año	Editorial	Lugar
Imágenes de nómadas transnacionales: análisis crítico del cine ecuatoriano	Iván Rodrigo Mendizábal	Discurso de medios	2018	Universidad Andina Simón Bolívar, Abya-Yala	Quito

Medios y política en Perú: el caso del diario El Comercio en las elecciones de 2011	Mónica Ruiz Vásquez	Discurso de medios	2018	Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; Corporación Editora Nacional	Quito
La asimilación de la filosofía útil en Nueva Granada: el caso de José Félix de Restrepo, 1773-1791	Viviana Olave Quintero	Discurso histórico	2016	Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; Corporación Editora Nacional	Quito
Análisis del discurso de las beneficiarias de Programas Sociales El caso del Ministerio de Inclusión Económica y Social en Pichincha-Ecuador	Gino Grondona Opazo y Gabriela Acosta Laurini	Discurso social	2015	Universidad Politécnica Salesiana y Abya-Yala	Quito
Medios privados y nuevos gobiernos en Ecuador y Argentina	Rocío Orlando	Discurso de medios	2012	FLACSO	Quito
Prensa partidaria y canción popular en la contienda política: discursos subalternos en Ecuador años 70 y 80	Nathalia Cedillo Carrillo	Discurso político	2012	Abya-Yala y FLACSO	Quito
La reinvenCIÓN de la OTAN: transformación institucional desde el discurso	María Luisa Ortega Salvador	Discurso político	2012	Abya-Yala y FLACSO	Quito
El medio mediado. Una mirada crítica al discurso mediático	Fernando Checa Montúfar	Discurso de medios	2012	CIESPAL	Quito
Ecos de revuelta: cambio social y violencia política en Quito (1931-1932)	Patricio López Baquero	Discurso social	2011	Abya-Yala y FLACSO	Quito
Transiciones y rupturas: El Ecuador en la segunda mitad del siglo XX	Felipe Burbano de Lara (comp.)	Discurso político	2010	FLACSO y Ministerio de Cultura	Quito

Las claves semióticas de la televisión	Alberto Pereira Valarezo	Discurso de medios	2010	Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; Corporación Editora Nacional; Ediciones Abya Yala	Quito
El Extra: las marcas de la infamia; aproximaciones a la prensa sensacionalista	Fernando Checa Montúfar	Discurso de medios	2010	Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; Corporación Editora Nacional; Abya-Yala	Quito
Ciencia, política y poder: debates contemporáneos desde Ecuador	Mónica Mancero Acosta	Discurso político	2010	Abya-Yala y FLACSO	Quito
El mito Roosevelt para América Latina (1901-1909)	Yeni Castro Peña	Discurso político	2010	Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador; Corporación Editora Nacional; Ediciones Abya Yala	Quito
De Angostura a las computadoras de Uribe: prensa escrita y crisis de marzo	Fernando Checa Montúfar	Discurso de medios	2008	Abya-Yala	Quito
Indios, militares e imaginarios de nación en el Ecuador del siglo XX	Cecilia Ortiz Batallas	Discurso político	2006	Abya-Yala y FLACSO	Quito
La construcción mediática del otro	Gisella Harb Muñoz	Discurso de medios	2006	Universidad Andina Simón Bolívar, Abya-Yala y Corporación Editora Nacional	Quito
Máquinas de pensar: videojuegos, representaciones y simulaciones de poder	Iván Rodrigo Mendizábal	Discurso de medios	2004	Universidad Andina Simón Bolívar, Abya-Yala y Corporación Editora Nacional	Quito

Modernizando la naturaleza: desarrollo sostenible y conservación de la naturaleza en la Amazonía ecuatoriana	Andrés Vallejo	Discurso medioambiental	2003	Simbioe	Quito
Auditoría de la democracia: Ecuador	Mitchell A. Seligson, Agustín Grijalva, Polibio Córdova	Discurso político	2002	Proyecto de Opinión Pública Latinoamericana de la Universidad de Pittsburgh y Ediciones Cedatos	Quito
Análisis del discurso social y político	Teun A. van Dijk, Iván Rodrigo Mendizábal	Discurso político	1999	Abya-Yala y Universidad Politécnica Salesiana	Quito
El discurso de los políticos frente al otro	Ninfa Patiño	Discurso político	1996	Guaymuras y Abya-Yala	Quito
Análisis de mensajes	Daniel Prieto Castillo	Discurso de medios	1988	CIESPAL	Quito
Análisis y producción de mensajes radiofónicos	Daniel Prieto Castillo	Discurso de medios	1985	CIESPAL	Quito
Comunicación masiva: discurso y poder	Jesús Martín Barbero	Discurso de medios	1978	CIESPAL	Quito

Fuente: Elaboración propia tomando fuentes de *Google Books*, editoriales y autores.

De los títulos encontrados, 12 se relacionan con “Discurso de medios”; 9 a “Discurso político”; 2 a “Discurso social”; 1 a “Discurso histórico”; 1 a “Discurso medioambiental”. El título más reciente es: *Imágenes de nómadas transnacionales: análisis crítico del cine ecuatoriano* (2018) de Iván Rodrigo Mendizábal. El más antiguo: *Comunicación masiva: discurso y poder* (1978) de Jesús Martín Barbero. Ambos tienen que ver con el discurso de medios.

De las contribuciones en el análisis del discurso se tiene el trabajo de quien escribe el presente artículo, Iván Rodrigo Mendizábal: el citado y más reciente título, *Imágenes de nómadas transnacionales: análisis crítico del cine ecuatoriano* (2018); además, *Máquinas de pensar: videojuegos, representaciones y simulaciones de poder* (2004); y *Ánalisis del discurso social y político* (1999), este junto a Teun A. van Dijk. Los dos primeros sobre discurso de medios y el último sobre discurso político. Rodrigo Mendizábal es comunicador social e investigador de la Universidad de Los Hemisferios que ha desarrollado metodologías propias de trabajo; es doctor en Literatura Latinoamericana por la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador (UASB-E). En *Ánalisis del discurso social y político*, tradujo a van Dijk, libro que se constituyó en un manual de trabajo en las universidades de posgrado de Ecuador y otros países desde su publicación, con difusión ampliamente exitosa.

Otro autor es Fernando Checa Montúfar con títulos como: *El Extra: las marcas de la infamia; aproximaciones a la prensa sensacionalista* (2010); *El medio mediado. Una mirada crítica al discurso mediático* (2012); y *De Angostura a las computadoras de Uribe: prensa escrita y crisis de marzo* (2008); tales obras son de discurso de medios. Checa Montúfar, también comunicador e investigador, es candidato doctoral en Lenguas Romances y Literatura Española; ha publicado en capítulos de libros y artículos científicos.

El ya citado Daniel Prieto Castillo, también ha contribuido con sus textos en Ecuador, dentro del discurso de medios: *Análisis de mensajes* (1988) y *Análisis y producción de mensajes radiofónicos* (1985). Son publicaciones emprendidas por CIESPAL, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, entidad dedicada a la investigación y la promoción de la comunicación latinoamericana desde sus inicios, en 1959.

5.2. Producción de tesis y trabajos de titulación de pregrado

A continuación, los datos sobre tesis y trabajos de titulación de pregrado realizados en Ecuador. Los datos abarcan, según el COBUEC, Consorcio de Bibliotecas Universitarias del Ecuador, desde el año 2000 hasta el presente. Cabe hacer la aclaración que hasta la aprobación de la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), en el 2010, los estudiantes debían graduarse con una tesis; desde dicho año, más bien la Ley propulsó la escritura de Trabajos de Titulación o en su caso Exámenes Complexivos. Se han contabilizado los datos de este modo:

Tabla 13: Resumen de producción de pregrado

Tipo	Análisis del discurso	Análisis de contenido	Análisis semiótico
Tesis de pregrado	670	356	171
Proyectos de titulación	16	5	0
Examen complexivo	5	8	0

Fuente: Elaboración propia con base en COBUEC y Repositorios de universidades.

Se observa que ha habido un creciente interés por las universidades locales para promover estudios en el área del discurso, del contenido y de lo semiótico. Cabe indicar que hay universidades locales que indexan pocos trabajos de titulación y más bien los catalogan con el indicador “bachelorThesis” ya que usan para el efecto la plataforma DSpace. Este problema de catalogación impide diferenciar mejor las tesis de los trabajos de titulación, sobre todo desde 2010.

Tabla 14: Producción de tesis y/o trabajos de titulación de pregrado

Universidades	Análisis del discurso	Análisis de contenido	Análisis semiótico
Universidad de Guayaquil	131	74	67
Universidad Politécnica Salesiana	124	22	7
Pontificia Universidad Católica del Ecuador	106	4	8
Universidad Central del Ecuador	79	88	35
Universidad de Cuenca	77	40	13
Universidad de Las Américas	33	2	4
Universidad Católica Santiago de Guayaquil	31	6	2
Universidad San Francisco de Quito	26	10	3
Universidad del Azuay	13	4	2
Universidad Técnica de Ambato	12	3	2
Universidad Internacional del Ecuador	8	22	7
Universidad Nacional de Chimborazo	5	1	8
Escuela Politécnica Nacional	4	0	0
Universidad Técnica Particular de Loja	3	42	2
Universidad Técnica de Babahoyo	3	0	0
Universidad de Los Hemisferios	2	1	0
Universidad Técnica de Manabí	2	0	0
Universidad Técnica del Norte	2	0	1
Universidad Técnica de Cotopaxi	2	1	4
Universidad Nacional de Loja	2	18	1
Universidad del Pacífico	1	0	0
Escuela Politécnica del Ejército	1	0	0
Universidad Laica Vicente Rocafuerte	1	0	0
Universidad Tecnológica Equinoccial	1	0	2
Universidad Estatal Península de Santa Elena	1	0	0
Universidad Estatal de Milagro	0	4	0
Universidad de Otavalo	0	0	0
Escuela Politécnica del Litoral	0	1	0
Universidad Regional Autónoma de Los Andes	0	7	0
Universidad Israel	0	1	0
Universidad Estatal de Bolívar	0	3	0

Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí MFL	0	0	0
Universidad Técnica de Machala	0	2	3
Universidad Estatal Técnica de Quevedo	0	0	0
Total	670	356	171

Fuente: Elaboración propia con base en COBUEC y Repositorios de universidades.

Según la tabla anterior se evidencia que las primeras 5 universidades que promovieron tesis y/o trabajos de titulación tomando en cuenta el análisis del discurso son: Universidad de Guayaquil, con 131 incidencias; Universidad Politécnica Salesiana, con 124; Pontificia Universidad Católica del Ecuador, con 106; Universidad Central del Ecuador, con 79; y Universidad de Cuenca, con 77.

Aquellas 4 universidades que promovieron estudios de pregrado en el contexto del análisis de contenido son: Universidad Central del Ecuador, con 88 incidencias; Universidad de Guayaquil, con 74; Universidad Técnica Particular de Loja, con 42; Universidad de Cuenca, con 40.

Consideramos también los análisis semióticos. Así, son representativos los trabajos hechos en: Universidad de Guayaquil, con 67 incidencias; y Universidad Central del Ecuador, con 35.

5.3. Producción de tesis de posgrado

En cuanto a las tesis de posgrado, los resultados son los siguientes:

Tabla 15: Resumen de producción de posgrado

Tipo	Análisis del discurso	Análisis de contenido	Análisis semiótico
Tesis de maestría	274	121	8
Tesis de doctorado	6	1	0

Fuente: Elaboración propia con base en COBUEC y Repositorios de universidades.

De igual modo, entre el 2000 y el 2018 se escribieron 274 tesis de maestría y 6 de doctorado dentro del dominio del análisis del discurso; 121 de maestría y 1 de doctorado, aludiendo al análisis de contenido; y 8 tesis de maestría que usaron el análisis semiótico. Cabe indicar que las tesis de doctorado que implican tanto el análisis del discurso como el de contenido fueron escritas dentro de los programas de doctorado de la UASB-E.

Tabla 16: Producción de tesis de maestría, posgrado

Universidades	Análisis del discurso	Análisis de contenido	Análisis semiótico
Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador	121	84	6
Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales	110	6	0

Instituto de Altos Estudios Nacionales	8	3	0
Universidad Politécnica Salesiana	8	1	0
Universidad Católica Santiago de Guayaquil	5	2	0
Universidad Técnica Particular de Loja	4	0	2
Universidad del Azuay	4	1	0
Universidad Regional Autónoma de Los Andes	3	1	0
Pontificia Universidad Católica del Ecuador	3	0	0
Universidad San Francisco de Quito	1	8	0
Universidad de Cuenca	1	0	0
Escuela Politécnica Nacional	1	3	0
Escuela Politécnica del Ejército	1	0	0
Universidad de Las Américas	1	2	0
Universidad Internacional del Ecuador	1	1	0
Universidad Nacional de Chimborazo	1	1	0
Universidad Técnica de Ambato	1	0	0
Universidad Técnica del Norte	0	6	0
Universidad Técnica de Babahoyo	0	2	0
Total	274	121	8

Fuente: Elaboración propia con base en COBUEC y Repositorios de universidades.

La universidad que tiene más tesis de maestría usando el análisis del discurso es la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, con 121 incidencias; le sigue la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), con 110. En el contexto del análisis de contenido, hay 84 incidencias en la UASB-E.

5.4. Otras producciones

El COBUEC igualmente nos ha permitido evidenciar otras producciones escritas en los contextos que analizamos.

Tabla 16: Producción de otros materiales

Tipo	Análisis del discurso	Análisis de contenido	Análisis semiótico
Artículos	145	23	3
Documentos	10	3	0
Informes	1	1	0

Fuente: Elaboración propia con base en COBUEC.

Se evidencia que las universidades reportan 145 artículos indexados en revistas académicas usando el análisis del discurso; 23 de análisis de contenido; y 3 de análisis semiótico.

Asimismo, se observa que instituciones, sobre todo de gobierno, produjeron documentos: 10 usando el análisis del discurso y 3 con el análisis de contenido; 2 informes, uno con análisis del discurso y el otro con análisis de contenido.

6. Hacia una generalización de las prácticas sobre el análisis del discurso latinoamericano

El discurso ha sido un tópico de observación y análisis desde décadas anteriores sobre todo en el contexto de los estudios políticos, jurídicos y sociales. De los 191 libros registrados en este artículo-mapa-estado de arte, es claro percibir que el interés por el análisis va hacia el “Discurso político”, con 64 incidencias; le siguen: “Discurso social”, con 49, y “Discurso de medios”, con 35. Esto significa que el interés por el discurso se abre sobre todo al observar su rol en el contexto de lo político, como construcción de significaciones que tienen ocurrencia en el quehacer de la política.

Pero habría que decir, empero, que es el campo conjunto y transdisciplinario de la comunicación, de la lingüística y de la semiótica el que puso en evidencia el carácter del discurso como objeto portador de significaciones mucho más profundas, sobre todo las ideológicas. Ligado este campo al de los estudios sociales y el de los políticos, la cuestión del discurso empieza a ser ya un objeto de estudio. Si es que hay que poner el énfasis en los ED, que además tiene como base una TD, desde el punto de vista latinoamericano, es claro que debemos que remitirnos a las tres últimas décadas del siglo XX donde, en efecto, encontramos las primeras producciones de conocimiento sobre el discurso sociopolítico y comunicacional. Se puede decir que, para esos primeros momentos, es primordial la influencia del pensamiento marxista en los ED y la TD. De este modo, creemos que es seminal el texto del argentino Ariel Dorfman y del francés Armand Mattelart, *Para leer al pato Donald: comunicación de masas y colonialismo*, publicado en 1971 en Valparaíso (aunque su difusión masiva e influyente se debió a su reedición en México, bajo la editorial Siglo XXI en 1972). Ambos autores trabajaron en Chile en la década de 1960, aunque el golpe de Estado del general Augusto Pinochet los llevó a abandonar el país. En todo caso, para Daniela Monje este libro nació como una propuesta para deconstruir un tipo de discurso imperialista colonialista diseminado en los *mass media*; gracias a su lectura no estructuralista, sino desde la economía política, sus autores, ya hacían análisis del discurso (2010, p. 34), por medio del cual, para Héctor Schmucler (en su prólogo del libro), buscaban “desvelar los mecanismos específicos por los que la ideología burguesa se reproduce a través de los personajes de Disney” (cit. por Monje, 2010, n. 4). Este texto, sin duda, marcó los estudios de los contenidos

de medios desnudando lo ideológico de las representaciones “infantiles” de los cómics, más allá de los clásicos semióticos.

Y habrá que esperar casi otra década para esperar otro texto seminal, esta vez escrito por el español radicado en Colombia desde la década de 1960, Jesús Martín Barbero, *Comunicación masiva: discurso y poder* (1978, y reeditado en 2015), publicado en Ecuador por CIESPAL. Tal libro es un texto bisagra entre los estudios de la semiótica y los nuevos paradigmas del discurso con sesgo filosófico. Toma cuenta las distintas modalidades de discursos de medios de comunicación y de formas culturales (siguiendo las nuevas propuestas de Roland Barthes, al igual que las de Foucault, leyendo, además a Paulo Freire), estableciéndose, para el caso latinoamericano en uno de los primeros textos de TD donde el discurso debe entenderse como un acontecimiento (Martín Barbero, 1978, p. 50). Para el efecto, su modelo trata de ir más allá del modelo del signo a uno que mira las reglas semánticas que están de forma latente en los mensajes, reglas que tienen que ver con lo ideológico (p. 31).

En la misma década de 1970 hay otro autor clave, el argentino, radicado en Costa Rica, Daniel Prieto Castillo. Su libro *Retórica y manipulación masiva* (1978), publicado en México es igualmente fundador para los ED. Sigue la tradición de la semiótica de Barthes y de los estudios lingüísticos, aunque su intención no es quedarse en la parte formal estructural, sino, formular una propuesta también crítica, activa, desde lo que va a llamar una “ecología de mensajes” o de discursos, ecología que primero objetivará la difusión de elementos retórico-persuasivos, como si fueran informativo-educativos a una población que se quiere manipular, pero también qué es lo que hacen las personas con tales mensajes (¿qué es lo que realmente consumen?) (Prieto, 1979, p. 100 y 104). La determinación que inscribe en su postura el autor es fundamentalmente la de enfrentar la guerra ideológica (p. 14) que viene desde sectores sociales empoderados por el colonialismo, proponiendo una herramienta que podría servir para enfrentar a los discursos de consumo masivo, producidos en el marco de los intereses de sectores dominantes para manipular a las personas (p. 26). Lo que compromete a Prieto Castillo es el análisis del discurso retórico para despertar la actitud crítica del lector común (no necesariamente académico). Para el caso, él plantea que tal análisis tiene que trascender lo academicista, “el análisis por el análisis”, con su sofisticación inútil, y seguir (esta vez tomando en cuenta al marxista Henri Lefebvre) la realidad y tratar de modificarla: “el análisis del discurso retórico está profundamente enraizado en la problemática general de nuestros países, toda vez que en ellos campea la dominación cultural, la inserción del discurso ajeno, la dominación interna, el creciente intento de destruir lo que puede aportar un pueblo (palabra ambigua y peligrosa, por lo demás) en el plano cultural” (p. 140). El análisis del discurso para este investigador es en sí una herramienta de deconstrucción de esas formas de pensamiento que dominan a la sociedad. Prieto va a sostener su trabajo con otro texto, *Discurso autoritario y comunicación alternativa* (1979), también publicado en México, así como otros textos esta

vez publicados en Ecuador bajo el sello de CIESPAL. Incluso tiene un texto en conjunto con Alejandra Ciriza, Estela Fernández y Francisco Castillo, publicado en Costa Rica, *El discurso pedagógico* (1992), volcando su atención a lo que luego se denominará la educomunicación.

También citemos el caso del guatemalteco Mario Monteforte Toledo, con un libro precursor para la TD los ED: se trata de un trabajo de compilación de textos de varios autores, *El discurso político* (1980). Teresa Carbó en una nota en el artículo de Elin Emilsson, recordando cómo empezaron los ED en México, señala:

[Es] imposible olvidar que en 1978 el profesor Mario Monteforte Toledo (IIS-UNAM) invitó a venir a México, para un pionero coloquio, a los representantes más destacados del grupo francés de análisis de discurso en ese mismo momento. Entre ellos estuvieron nada menos que Michel Pêcheux, Régine Robin, Pierre Ansart, Louis Guespin y Jean Baptiste Marcellesi; también Eliseo Verón, Gilberto Giménez, Francoise Pérus, Arnaldo Córdova y Raúl Olmedo, además de Jacques Guillaumou y Michel Plon. No todos acudieron a México (por ejemplo, Verón, cuya obra conocía y admiraba), pero sí enviaron trabajos para la publicación. Asistí en absurdo silencio al desarrollo del Coloquio, y aunque una porción importante de la discusión entre los expertos participantes (en francés, sin traducción) quedó fuera de mis alcances a la sazón, la experiencia resultó increíblemente estimulante. El fruto de ese encuentro fue un libro, que sin duda merecería ser reeditado, bajo el título de *El discurso político*, preparado y publicado por el mismo profesor Monteforte Toledo en el temprano año de 1980. (Carbó en Emilsson, 2008, p. 32)

El diálogo con estudiosos del discurso sobre todo de la escuela francesa es lo que refleja el referido libro de Monteforte Toledo. Para este el discurso, sobre todo político, es una forma de ideologización que tiene como soporte algún mecanismo enajenante (1980, p. 291). El soporte puede ser el libro histórico, por ejemplo, por lo cual, en su opinión, todo historiador, que debe interpretar el discurso político inserto y diseminado en/por tal dispositivo, debe además comprender los dominios de la lingüística, por lo que presupone que ya el trabajo de análisis del discurso supone una labor interdisciplinaria (p. 292). Para el momento del coloquio que hizo producir el libro en cuestión, el análisis del discurso todavía estaba en construcción, según el compilador, por lo cual auspiciaba caminos importantes, aunque todavía dudaba cómo tal análisis podría aplicarse a la práctica política; sin embargo, avizoraba, tomando en cuenta al lingüista francés Louis Guespin, que el “análisis del discurso sería imposible si la ideología estuviese fuera del campo de la lingüística” (p. 297). En otras palabras, el AD se explica porque su objeto de análisis es claramente la ideología.

En el mismo libro compilado por Monteforte Toledo también aparece un texto de una importante figura para los estudios semióticos y del discurso: el del argentino Eliseo Verón, autor cuya producción intelectual más bien se ha dado en el marco de las esferas de editoriales europeas. Su atención es a los discursos

sociales. En tal texto él plantea ya no hablar de “signos” o de “expresiones”, sino concretamente de “discursos” a sabiendas que estos producen sentido (Verón, 1980, p. 145). Sin embargo, lo que les hace producir sentido es la ideología, con su propia “gramática”, aunque reconoce que es con el poder que se da el “efecto discursivo”, el cual implica, desde ya, una “gramática de reconocimiento” (p. 149). El discurso sería, entonces, el centro de una dinámica que aúna un marco de operaciones de producción (un sistema ideológico) que resulta en representaciones que desatan o hacen operar gramáticas de reconocimiento, dinámica que lleva a que los discursos circulen y repitan este mismo esquema, en realidad, una red significante que se replica de modo permanente y que le va a denominar “semiosis social” (p. 151-152). El análisis del discurso, en este sentido, no sería sino la objetivación de las marcas que la ideología deja como latentes, aunque no visibles, en los contenidos: en sí tal análisis vendría a ser para develar la gramática de producción de sentido que conlleva la ideología como tal (p. 156).

Pues bien, hemos dado cuenta hasta acá que los primeros libros que problematizan y ponen en el centro al discurso desde el campo de la comunicación vienen influenciados por el pensamiento marxista, el materialismo histórico, pero también la semiótica en nueva dimensión que comprende lo ideológico. Como se puede notar la influencia en los ED son de preferencia europea, donde los autores latinoamericanos de preferencia citan a Louis Althusser, Michel Pêcheux, Patrick Charaudeau, Oswald Ducrot, Dominique Maingueneau, Michel Foucault, Pierre Bourdieu, Roland Barthes, entre otros. Las investigaciones latinoamericanas sobre el discurso se preocupan por la realidad, por los efectos del colonialismo externo en la vida cotidiana.

En este contexto, para Guillermo Sunkel, considerando también la historia del análisis del consumo cultural, las investigaciones en Latinoamérica tuvieron dos desplazamientos teórico-metodológicos. El primero fue

El paso del estudio del mensaje como estructura ideológica a la recepción crítica. Durante los años setenta y hasta comienzos de los ochenta los estudios de la comunicación en América Latina estuvieron abocados en gran medida –aunque no únicamente– al análisis de los mensajes de los medios masivos en tanto soportes de la ‘ideología de la dominación’. (Sunkel, 2006, p. 18)

¿No era acaso este el propósito, digamos, activista de los primeros que intentaban hacer análisis del discurso en el continente? Y señalamos “activista”, porque los analistas, munidos del arsenal semiológico y del pensamiento marxista, sienten que pueden ayudar a descolonizar el pensamiento, concienciar al latinoamericano medio, más cuando este está determinado por los dispositivos y las producciones de la industria cultural que empieza también a globalizarse. Se puede afirmar que la intención investigativa de los ED vendría a ser la fundación de un pensamiento crítico y activo.

El segundo desplazamiento va desde “las culturas populares al consumo [cultural]” (Sunkel, 2006, p. 21). En otras palabras, aparece la sospecha que no todos los textos o discursos de la industria cultural son determinantes y, más bien, hay formas de apropiación, de lectura, de transformación que realizan los diversos actores. Se constata que el análisis del discurso, en este contexto, trata de hacer aproximaciones a las propias prácticas de lectura, de uso social de los discursos. La cuestión en esencia es realizar un análisis “crítico”, más que someter a la ideología a un marco metodológico construido para tal fin. Pero no se trata solo de hacer análisis del discurso de medios de comunicación, sino de prácticas culturales vistas igualmente como discursos. Es acá donde entra todo el dominio del análisis del discurso social. Pensemos, por ejemplo, el libro de Ana Lía Kornblit, *Semiotica de las relaciones familiares* (1984) o el de Julieta Haidar, *Discurso sindical y procesos de fetichización* (1984). Es claro pensar que en este nuevo horizonte entran a influenciar los aportes también europeos de Teun A. van Dijk, Norman Fairclough, sin descontar los ya formulados por Dominique Maingueneau o Patrick Charaudeau, del propio Foucault, Barthes, Bourdieu, entre otros, a menudo citados por muchos de los autores latinoamericanos.

Esta tradición se sigue trabajando fuertemente en Latinoamérica, aunque sabemos que hoy en día se trataría de ir más allá de la discusión sobre la política y del impacto de medios de comunicación, hacia las formas discursivas inscritas en prácticas que reproducen o fundan nuevos esquemas sociales posmodernos. Nuestro libro reciente, *Imágenes de nómadas transnacionales: análisis crítico del cine ecuatoriano* podría ser un aporte en este sentido que incluso trata de inscribir el análisis del discurso desde la perspectiva del espectador activo, tomando en cuenta los estudios visuales, tomando como punto inicial no solo a Barthes, sino también a José Luis Brea, John Berger, W.J. Thomas Mitchell, entre otros; en este marco, nos damos cuenta que lo que consideramos como discursos, cuando estos están realizados para mostrar problemáticas como la migración, a su vez se constituyen en contradiscursos; para el caso el cine es también un instrumento deconstrutivo del sentido común y de formas consolidadas de enfrascar la migración simplemente como fenómeno económico (Rodrigo-Mendizábal, 2018).

7. A modo de conclusión

Y quizá siguiendo esta línea de investigación, para finalizar, quisieramos insistir en la cuestión del “indisciplinamiento” de las ciencias sociales tendiente a sustentar lo que hemos llamado los ECTID.

En este contexto, las preocupaciones nuevas que se deben enfocar los estudios son más bien inherentes a los derechos de las identidades originarias, a sus lenguas, a sus discursividades, a sus prácticas de decir y de conformar conocimiento social. Una cosa son las intervenciones de analistas (nosotros mismos,

muchas veces como observadores ajenos) que intentan decodificar los discursos de los otros desde afuera, sin conocer, sin estar en la piel realmente de aquellos. Se trataría ahora de “despenetrar” toda la red simbólica-discursiva-ideológica que se habría fundado desde que la razón occidental conformó mentalidades colonizadas. Según lo expuesto, sabemos que en Latinoamérica el camino de los ED ya está definido por tal intención descolonizadora: el análisis del discurso ha sido un modo de poner en evidencia los problemas de una racionalidad que se oculta detrás de las palabras conciliadoras o de los discursos prometeicos que finalmente terminan traicionándose en aras de una política “correcta” para con el sistema mundial económico o político. Así, no es casual que hasta acá todos los investigadores hayan recurrido al instrumental socioocrítico de la semiótica, de la lingüística, de la comunicación, de la sociología y de los estudios políticos, incluso con la intención de hacer activismo. Y tampoco es casual que instituciones de Estado y gobiernos en Latinoamérica hayan recurrido a tales herramientas si bien antes para desnudar procesos, al mismo tiempo para conocer mejor a sus gobernados. Empero, el camino ahora tendría que ser distinto a estos senderos ya recorridos. De este modo, debemos señalar que tal despenetración implicaría deconstruir o desarmar las propias herramientas y la propia terminología que sustenta el conocimiento erudito o analítico ligado a escuelas de pensamiento tradicionales. Y en ese proceso, también apropiarse y transformarlos.

Quizá el punto de partida ejemplar es un antiguo texto, el de Guamán Poma de Ayala, *El primer nueva crónica y buen gobierno* [1615] (1992). Es una extensa carta dirigida al rey Felipe III de España con el fin de hacer conocer del mal gobierno de los colonos, reclamar su apoyo, donde el autor además se ofrece como alguien que podría convertir el gobierno en uno bueno, tomando en cuenta su pasado inca; claro está que la voluminosa carta de casi 2000 folios nunca llegó a su destinatario quedando archivada en la Biblioteca Real de Dinamarca hasta que fue descubierta a inicios del siglo XX. En todo caso, el texto es importante porque, además de ser escrito en una lengua hibridada, con el español y el quechua, más con las expresiones de este idioma, contiene una serie de dibujos que hacen contraste al discurso escrito: se trata de dibujos que comentan, que amplían, que muestran otra faceta que las palabras no tienen: en su conjunto, es un contradiscurso y una interpretación. La socióloga boliviana Silvia Rivera Cusicanqui toma como punto de referencia o como inaugural el texto de Poma de Ayala para lo que llama la constitución de una “Sociología de la imagen”. Es consciente que las palabras, en lugar de expresar lo que tienen que expresar más bien ocultan, desvanecen el sentido de la realidad; en su lugar las imágenes, las representaciones visuales son fuente de otras expresiones. Refiriéndose precisamente a los dibujos de Poma de Ayala dice:

Muchos de sus dibujos expresan otro tipo de discurso, que hasta ahora ha sido solo analizado como una estructura semiótica reveladora de la aparente pureza y continuidad de las estructuras prehispánicas de pensamiento. Lo que propongo

aquí es más bien leer sus dibujos como una teoría del colonialismo, que apunta a conceptos básicos del orden social, vital y cósmico, y que dice lo que las palabras no pueden expresar en una sociedad de silencios coloniales. (Rivera Cusicanqui, 2015, p. 213)

Tales dibujos son expresión “síntesis” (*ch’ixi*) (Rivera Cusicanqui, 2015, p. 21); se trata de un sistema de discurso de lo impensable (p. 264) que pone en evidencia, como si fuera el acto de un habla, a los dos actores del discurso, el enunciador y el enunciatario, tratándose de convencer, como señala la socióloga, de lo que también se desprende una lectura *qhipnayra* (de pasado/futuro), que permite “reunir fragmentos de reflexión crítica sobre el colonialismo, deshilvanando los sintagmas yuxtapuestos que entremezclan [la] subjetividad de colonizado con un discurso (visual, textual) a la vez autónomo y astuto” (p. 30). Y es ahí donde aparece una epistemología nueva con base enteramente reflexiva: es la epistemología *ch’ixi*: “un conocimiento articulador de contradicciones, revolcador del tiempo de lo existente con las sutiles ‘armas’ de lo paradójico, de lo escondido y olvidado, de lo antiguo y lo pequeño” (p. 30).

La lectura *qhipnayra*, donde el “analista” es también insertado por el discurso nos hace caer en cuenta que ya en el interior de las producciones visuales, en aquellas que integran los textos o los textos son enfrentados por las imágenes, hay ya un análisis discursivo, una interpretación de la realidad y no un *analogon* al modo de Barthes (Rivera Cusicanqui, 2015, p. 74).

Lo que Rivera Cusicanqui llama Sociología de la imagen, es decir, lectura y representación viso-textual hecha por el observador de lo mismo que participa en función de problematizarla y evidenciar su “política” (2015, p. 21), implicaría un hacer discursivo y una toma de conciencia del mismo discurso por sus actores generadores originarios como productores de memoria e identidad (p. 74). Se puede decir, entonces que, si es que habría que configurar el análisis del discurso dentro de esta epistemología, los modos de concretarlo no son académicos, sino más bien reorientados desde y a la sociedad, haciendo que esta participe tanto en la generación del contenido, cuanto su interpretación: es abrir el archivo, es penetrar al cine, a los medios de comunicación; es decir, es devolver, a través de ellos, con estos, la voz silenciada a quienes son actores reales de la historia. Una herramienta inicial y clave podría ser la historia oral: “un ejercicio colectivo de desalienación tanto para el investigador como para su interlocutor” (Rivera Cusicanqui, 1987, p. 61). Para esta socióloga ejemplos de esta forma de trabajo son los bolivianos, el pintor-explorador Melchor María Mercado y el cineasta Jorge Sanjinés: sus obras no son solo pinturas o cine, son representaciones interpretativas de discursos que emergen desde abajo, siendo tales autores desatadores de una memoria silenciada. Ella misma trabajó desde la década de 1980 en el Taller de Historia Oral Andina (THOA) donde no solo se hizo trabajo de reconstitución discursiva tomando como base historias orales, cuentos o narraciones originarias, sino también se produjo materiales reflexi-

vo-interpretativos con el fin de evidenciar lo que ella llama la micropolítica de las comunidades, es decir, sus modos de pensar y de contar otra historia con fines movilizadores.

¿Hay otros ejemplos en este contexto de lo que podríamos llamar de “reflexividad del discurso” (quizá intentando nominar un nuevo sendero del análisis del discurso)? En las últimas décadas los nuevos investigadores o son raigambre originaria o se han comprometido con las sociedades originarias, aprendido a ser parte de ellas. En este marco, el ecuatoriano Patricio Guerrero Arias formula la “Red de sabidurías y ciencias sociales de Abya-Yala”; su finalidad:

Se propone no solo un diálogo de saberes, sino, sobre todo, de seres, de sentires, de afectividades, de experiencias de vida, para que las sabidurías que han sido históricamente excluidas de las academias, de las universidades, entren a dialogar con las Ciencias Sociales en equidad de condiciones; pretendemos empezar a tejer un tapiz diferente, que posibilite el encuentro de las Ciencias Sociales con las sabidurías, que estas dejen de verse como saberes exóticos o folklóricos, sino que empecemos a reconocer y a aprender de todo su potencial insurgente, tanto a nivel epistémico, pero además ético y político, pues las sabidurías no solo nos ofrecen información, sino sobre todo posibilidades para empezar a tejer, horizontes civilizatorios, sentidos de la existencia diferentes (Guerrero Arias, 2010, p. 17).

En la misma medida que Rivera Cusicanqui, es hacer “hablar” el discurso desde adentro; no solo leerlo, sino que su interpretación sea insurgente. Por ello, Guerrero Arias habla de una sabiduría insurgente que se debe “corazonar”, hacerla sensible, hacerla visible, porque esta ya ha estado hablando por milenios antes que las epistemologías occidentales; en otras palabras, se trataría de leerlas ahora como insurgencias simbólicas cuyos tejidos son las propias culturas como discursos sociales con potencialidades políticas (2010, p. 121). Uno de los centros de este trabajo analítico sería, a diferencia del de Rivera Cusicanqui, en la historicidad de los procesos, en el caso de Guerrero Arias, en la politicidad de los mitos, que subvirtiendo el uso instrumental que hace la colonialidad del saber y del poder de estos (en forma de narrativas conciliadoras, globalizantes... pensemos solo en el cine o en los cómics...), deben ser resituados como discursos de insurgencia simbólica, extrayendo su papel contrahegemónico para dar sentido a las luchas políticas y de existencia de las comunidades sociales (p. 171). ¿Ejemplos de todo este pensar? El investigador remite no a autores, sino a miembros de las comunidades que cuentan historias, que narran saberes, que enseñan el conocimiento ancestral.

Hasta acá dos nociones nuevas, distintas que tendrían que sembrar el camino para otra epistemología del discurso y para el análisis del discurso de cara a la emergencia de esos otros actores silenciados por la historia y el poder hegemónico.

Referencias bibliográficas

- Acosta Orozco, C. N. (2017). *Análisis del discurso cinematográfico complejo* (Tesis doctoral). Iconos, Instituto de Investigación en Comunicación y Cultura, México, D.F. Recuperado de http://iconos.edu.mx/qrtesis/tesis_020103DT/020103DT.pdf
- ADAL. (2018). Notre association [Página web]. Recuperado de <http://adalasso- ciation.org/>
- ALED. (2018). Acerca de ALED [Página web]. Recuperado de <http://www.aledpor- tal.com/aled.html>
- De Jovellanos, G. M. (1858). Curso de humanidades castellanas. En C. Nocedal (Ed.), *Obras publicadas e inéditas de D. Gaspar Melchor de Jovellanos* (Vol. I, pp. 101-168). Madrid: M. Rivadeneyra Impresor y Editor.
- Emilsson, E. (2008). Un camino andado: una mirada al análisis del discurso en México. *Estudios de Lingüística Aplicada*, (48), 13-38. <https://doi.org/10.22201/enallt.01852647p.2008.48.558>
- Guerrero Arias, P. (2010). *Corazonar: una antropología comprometida con la vida. Miradas otras desde Abya-Yala para la decolonización del poder, del saber y del ser*. Quito: Abya-Yala, Universidad Politécnica Salesiana.
- Harris, Z. (1981). *Papers on Syntax. Papers in Structural and Transformational Linguistics*. (H. Hiz, Ed.). Dordrecht: D. Reidel Publishing Co.
- Karam, T. (2005). Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso. *Global Media Journal México*, 2(3), 34-50. Recuperado de https://journals.tdl.org/gmjei/index.php/GMJ_EI/article/view/129
- Martín Barbero, J. (1978). *Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito: CIESPAL.
- Metzeltin, M. (2006). De la retórica al análisis del discurso. *Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, VI(6). Recuperado de <https://www.um.es/tonosdigital/znum6/estudios/Metzeltin.htm>
- Monje, D. (2010). El futuro llegó hace rato. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (110), 32-35.
- Monteforte, M. (1980). Comentario a «Los manuales de historia de la Tercera República Francesa: un problema de hegemonía ideológica», de Régine Robin. En M. Monteforte Toledo (Ed.), *El discurso político* (pp. 291-297). México, D.F.: Nueva Imagen y UNAM.
- Poma de Ayala, F. G. (1992). *El primer nueva corona y buen gobierno* (3a.). México, D.F.: Siglo XXI.
- Prieto-Castillo, D. (1979). *Retórica y manipulación masiva*. México, D.F.: Edicol.
- Rivera, S. (1987). El potencial epistemológico y teórico de la historia oral: de la lógica instrumental a la descolonización de la historia. *Temas Sociales*, (11), 49-64.
- Rivera, S. (2015). *Sociología de la imagen: miradas ch'ixi desde la historia andina*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Rodrigo-Mendizábal, I. (2018). *Imágenes de nómadas transnacionales: análisis crítico del cine ecuatoriano*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar y Abya Yala.

- Sunkel, G. (2006). Introducción: el consumo cultural en la investigación en comunicación-cultura en América Latina. En G. Sunkel (Ed.), *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación* (2a., pp. 15-44). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Urra, E., Muñoz, A., & Peña, J. (2013). El análisis del discurso como perspectiva metodológica para investigadores de salud. *Enfermería universitaria*, 10(2), 50-57. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1665-70632013000200004&lng=es&nrm=iso&tlang=es
- Van Dijk, T. (2000). El estudio del discurso. En T. Van Dijk (Ed.), *El discurso como estructura y proceso* (Vol. I, pp. 21-66). Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2007). Prólogo. En A. Bolívar (Ed.), *Análisis del discurso: ¿por qué y para qué?* (pp. 5-7). Caracas: El Nacional y Universidad Central de Venezuela.
- Verón, E. (1980). La semiosis social. En M. Monteforte Toledo (Ed.), *El discurso político* (pp. 145-165). México, D.F.: Nueva Imagen y UNAM.
- Walsh, C. (2010). Estudios (inter)culturales en clave de-colonial. *Tabula Rasa*, (12), 209-227. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1794-24892010000100013&lng=en&nrm=iso&tlang=es

Monográfico

Monográfico

Presentación

Equipo Editorial

El presente *monográfico* de *Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación* en su edición 139 recorre diversos ejercicios de investigación que se catalizan a través del Análisis Crítico del Discurso (ACD) como uno de los principales campos interdisciplinarios que contiene teorías útiles en la comprensión de una serie de fenómenos sociales a nivel simbólico, y que ha contribuido significativamente a enriquecer las metodologías y los diagnósticos para el abordaje de los modos en que se ejerce el poder y el dominio en la sociedad, y sobre los efectos de desigualdad, exclusión y discriminación que son practicados, reproducidos, y ocasionalmente resistidos por diversos sujetos, en el contexto social y político (van Dijk, 1999).

La posibilidad de contar con este *monográfico* es el producto de una variada y rica respuesta desde muchos espacios y enfoques diversos, a la convocatoria de artículos para la sección efectuada en el 2018, por lo cual expresamos nuestro reconocimiento a sus coordinadores científicos, la Dra. Viviane De Melo Resende, Dra. (c) Rosimeire Barboza Da Silva y el Dr. Francesco Maniglio. En la llamada hecha a los investigadores interesados en esta problemática se precisa el carácter anti-colonial, autónomo y local del conocimiento que se pretende recoger desde un análisis discursivo crítico marcado por los procesos y problemas propios de Latinoamérica, en el entendido de que “uno de los patrones del capitalismo contemporáneo, en tanto que dominante en términos hegemónicos, es explotar la diversidad intelectual y los conocimientos creativos y críticos”, puesto que “el discurso de una práctica coloniza el de otra, o ésta última se apropiá del primero” (De Melo Resende, V., Barboza, R. & Maniglio, F. D. 2018: 2).

Asimismo, hay que recordar que para los coordinadores del *monográfico* el ACD analiza “...las relaciones dialécticas entre la semiosis (incluido el lenguaje) y otros elementos de las prácticas sociales” (De Melo Resende, V., Barboza, R. & Maniglio, F. D. 2018: 3), lo que traducido a la convocatoria implicaba recoger y evaluar trabajos investigativos que analicen “..los aspectos de cambios del discurso y de la ideología en relación con las transformaciones hegemónicas que están definiendo el dominio político y socio-económico en Latinoamérica” (*ibid*). Agradecemos a los coordinadores por su participación, autoría de la convocatoria y por su valioso trabajo en selección de los artículos, todos ellos sometidos a un riguroso sistema de evaluación científica de pares ciegos.

Con ese propósito, para el monográfico se trazaron tres líneas temáticas: 1. Análisis crítico del Discurso: una perspectiva teórica y metodológica; 2. Ideología y discurso en Latinoamérica; 3. Discurso y Sociedad. Hacia una ideología tecnopolítica. De esta forma, la sección ha buscado contar con un cuerpo representativo de artículos de reflexión académica proveniente desde diversos contextos latinoamericanos referido a los entramados que se envuelven en el ejercicio de la comunicación, en una etapa de homogenización de la investigación que rota alrededor de la venta y distribución de un determinado producto en contextos sociales específicos (Colorado, 2010). En ese sentido se ha intentado entender la situación de diversos actores y desde prácticas comunicacionales cotidianas o acciones sistemáticas de posicionamiento de alocuciones que derivan en posiciones de legitimidad y poder, en unos casos, y de desigualdad e inferioridad en otros.

“La inferioridad del Otro. Estrategias de deslegitimación de la política latinoamericana en el discurso mediático alemán” contiene la reflexión de Anna-Lena Dießelmann y Andreas Hetzer sobre la construcción de la agenda y cobertura informativa en Alemania sobre Latinoamérica, y las formas en que estas estrategias se generan en el discurso mediático. Con esa finalidad, los autores revisan portales de diarios alemanes (noticiero *Tagesschau*, el periódico *Süddeutsche Zeitung* y la revista *Spiegel*) y las formas de reproducción de imágenes negativas sobre los sistemas políticos de cinco países de la región. En ese artículo se trabajan un conjunto de preguntas que exploran los procesos de legitimación o deslegitimación política de estos gobiernos, y los medios lingüísticos que son utilizados para tal efecto (como la dramatización, representación reducida y estereotipificación), las relaciones actoriales y la producción discursiva de significados y conocimientos, y sus consecuencias para las prácticas sociales.

A continuación, María Laura Pardo, Mariana C. Marchese y Matías Soich describen los aportes latinoamericanos al “Método Sincrónico-Diácrónico de Análisis Lingüístico de Textos”, concebido por los autores como un método inductivo que permite relacionar representaciones discursivas y representaciones sociales, así como vincular como partes de un todo la práctica textual con la social. Desde este abordaje, los autores exponen la riqueza metodológica que incluye su carácter holístico, complementado además por otras dos alternativas: los “Abordajes Lingüísticos Convergentes” y la “Teoría de la Metáfora Conceptual”. Ofrecen una amplia reflexión del ACD y la lingüística crítica en la conjugación de los discursos ideológicos y el uso de los signos, desde un paradigma interpretativista. Para el lector, seguramente será de mucho interés seguir los procesos de categorización presentados, junto a las fases de análisis (Teoría de la Información, Teoría de Roles Temáticas) así como la amplia descripción de su operacionalización, desde el ejercicio de la lingüística y el rol social del lenguaje.

Estudios de casos

Dentro de la Sección donde se hace una revisión de varios casos específicos este número se aproxima a procesos comunicacionales relativos a Venezuela, Cuba, México y Ecuador. En los dos primeros, aborda los esquemas comunicacionales del contexto venezolano y cubano desde la visión del Estado, en momentos históricos distintos. Respecto al caso mexicano, se pone a consideración del lector un diagnóstico sobre el discurso del actual mandatario Manuel López Obrador y para el contexto ecuatoriano se diagraman las estrategias polifónicas enfocadas en poblaciones indígenas desde el Estado, durante el gobierno anterior.

Detallado cada caso, Maritza Sobrados León y Aránzazu Román San Miguel presentan las “Estrategias de resistencia en los discursos electorales de Nicolás Maduro”, aplicando el ACD a los discursos de Nicolás Maduro durante la campaña electoral de 2018, identificando las configuraciones del discurso internacional sobre Venezuela y las estrategias de resistencia que se le contraponen. El artículo presenta una serie de elementos importantes para contextualizar este análisis: la relación entre el mito de apelación a la figura del Libertador Simón Bolívar y el nexo con el discurso en torno al presidente Chávez, al igual que el legado de su sucesor; la legitimación de las formas de poder de Maduro en relación a la creación de un discurso de esperanza la imagen negativa a nivel internacional; en el plano teórico, la investigación se asienta sobre la revisión del enfoque del populismo desde Laclau y Retamozo; así como el abordaje metodológico que se centran en los *referentes, roles y atributos* en diálogo con las propuestas de Fairclough y Wodak, van Dijk, Martín Serrano y Pardo, entre otros.

Por su parte, Aimiris Sosa Valcárcel, Andrea Leticia Quintana Pujalte y Miguel De Aguilera Moyano en “El poder de la comunicación en Cuba. Análisis crítico de los discursos de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación, entre los años 1959-2008” presentan una investigación acerca de los discursos de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación pronunciados entre los años 1959 y 2008, describiendo su contexto comunicativo, las auto- representaciones y la dialéctica entre las élites y los actores sociales contrarios a su ideología. Su artículo además nos muestra un interesante enlace entre el discurso comunicativo como construcción del pensamiento, las formas en que el discurso crea cogniciones sociales compartidas y la generación de consensos de opinión pública, en los que se pueden observar las relaciones de poder y política y los intereses de grupos dominantes. Las alusiones a ejemplos clave en cuanto a la aplicación de estrategias, campañas y referencias históricas sobre el sistema mediático cubano, así como la permanente tensión entre el modelo ideológico norteamericano y el soviético enriquecen la lectura con diversos matices respecto a los ejes de análisis, especialmente acerca de la concepción del gobierno cubano sobre la libertad de expresión, el rol y propiedad de los

medios de comunicación, las estrategias mediáticas de resistencia y el discurso de consenso regional.

Para el caso mexicano, “El mesías tropical: aproximación a fenómenos populistas actuales a través del discurso de López Obrador” de Anna Marta Marini, retoma la discusión sobre el populismo y la necesidad de contar con herramientas discursivas que lo analicen. La autora aplica así un ACD político de la campaña electoral de 2018 del mexicano Andrés Manuel López Obrador (AMLO). Con una exposición rigurosa, y apelando a la alusión que hace Krauze sobre AMLO de “mesías tropical”, revisa el discurso construido en torno al supuesto papel de un “salvador” que va al rescate de las masas populares para liberarlas del sistema corrupto y del “populismo contemporáneo” surgido como ruptura en respuesta a un descontento popular difuso y transversal, así como a una crisis del sistema político e institucional mexicano. El análisis acerca del discurso de López Obrador, su fuerza persuasiva, el *pathos* emocional y uso de la personalidad como emisor en relación a la argumentación y el *ethos* de la coherencia, permiten una comprensión amplia sobre las estrategias de deconstrucción de “convenciones políticas y oposición al sistema vigente” y los elementos de apelación a sentidos espirituales e identitarios alrededor del nacionalismo mexicano, los valores cristianos, la izquierda latinoamericana y la iconografía popular e histórica, entre otros.

En “El ethos de competencia: estrategias polifónicas de legitimación de Rafael Correa en los Enlaces Ciudadanos”, María del Pilar Cobo estudia un espacio específico de las transmisiones semanales durante el gobierno de Rafael Correa en Ecuador (2007-2017), en el que el mandatario cerraba su programa con un intercambio de opiniones y síntesis en idioma *kichwa*. Su análisis incluye la aplicación del modelo dialógico de Bajtin y Ducrot de la polifonía como puesta en escena del ejercicio y el *ethos* de competencia de la lengua y cosmovisión indígena de Correa. Así, aborda los *Enlaces* proponiendo que éstos se hacen con varias intencionalidades: visibilizar como interlocutores a los miembros de los pueblos *kichwa*, influir políticamente en la actuación de este conglomerado étnico y, finalmente, legitimar la figura de Correa, a partir de la continua alusión y capitalización del discurso del ex mandatario a su experiencia como voluntario en la misión salesiana de Zumbahua, una población de mayoría indígena en la Sierra Central ecuatoriana, analizando los textos de tres *Enlaces* emitidos desde esta población. Para el análisis del ese segmento utiliza las categorías de Mainguenaud y Charaudeau, el concepto de locutor *lambda* planteado por Ducrot y Montero, la noción de heterogeneidad constitutiva de Authier-Revuz y el uso de la categoría de negación metalingüística de Ducrot y García Negroni.

No se puede dejar de mencionar tampoco que el papel de los medios masivos de comunicación no es ajeno a este número, y que es abordado desde sus diversas lógicas, construcciones y dinámicas. El artículo: “É muito ruim você não saber ler»: Os sentidos de analfabetismo no programa brasileiro de televisão *Profissão Repórter*” de Kalliandra Quevedo Conrad y María Ivete Trevisan Foddá, presenta

la investigación de los modos discursivos que se desarrollan en el Programa *Profissão Repórter*, de la Red Globo de Televisión, de Brasil, tomando para el estudio su edición sobre el analfabetismo transmitida el 21 de julio de 2015. Para esto acude al ACD desde las formas de relación con las prácticas de ciudadanía, aplicando los conceptos de intertextualidad manifiesta e intertextualidad constitutiva. De este modo se revisan las estrategias discursivas que construyen sentimientos como la vergüenza, y provocando estados de desajuste y actitudes de descalificación hacia las personas analfabetas, afectándolas en el mercado de trabajo e incluso en las relaciones sociales. Es importante el aporte a la forma en que este discurso “tecnopolítico” repercute finalmente en el ejercicio o no de los derechos y deberes de la ciudadanía, deviniendo en un privilegio para quienes pueden acceder a recursos económicos y culturales, desde las formas de sociabilidad y las referencias simbólicas mediáticas.

Luis Eduardo Ospina Raigosa en: “Críticas y protestas en contra del discurso de los medios en Colombia. El Movimiento de Víctimas en contra del canal de televisión RCN”, hace un estudio crítico del discurso del video “Plantón: No Más 3 Caínes - 22 de marzo de 2013”, difundido como parte de una manifestación de protesta del Movimiento de Víctimas en Colombia frente a la sede del canal televisivo RCN que emitía la teleserie “3 caínes” a la cual se critica por considerarse una interpretación de la historia desde la posición de los victimarios. Para el autor, esta acción se enmarca dentro de la “respuesta social” de las víctimas organizadas frente al poder mediático. Esta propuesta se apoya en estudios previos sobre la escasa visibilidad de las víctimas en el cubrimiento televisivo en géneros informativos y de opinión sobre el conflicto armado y dentro del propio programa (Rodríguez Pinilla), lo que acaba afectando no solo a la veracidad y justicia de las representaciones, sino el ejercicio de derechos. Asimismo, es un aporte en torno a las reflexiones sobre la voz social, la responsabilidad política y social de los medios, el uso de tecnologías digitales por los movimientos sociales, y la propuesta de comprensión de las víctimas como agentes de potencialidad múltiple y transformadora.

En “El discurso sobre género en la página de Facebook del Movimiento Pro Vida y Pro Familia en Paraguay”, Clara Lorena Páez González y Antonio De la Peña García aplican el ACD a para indagar sobre las representaciones ideológicas del discurso político enunciado por la hegemonía conservadora, presente en ochenta y dos videos de la campaña de Facebook: “Somos muchos, muchos más” del Movimiento Pro Vida y Pro Familia en Paraguay. Este trabajo estudia las representaciones sobre la familia, la heterosexualidad y los sistemas morales e institucionales que las consolidan. Asimismo, desde el enfoque de género hace una aplicación de la herramienta de polarización y categorización “nosotros-ellos” propuesta por Sakki & Pettersson y Van Dijk, abordando la jerarquización de los roles de género. También se resalta en el enfoque la comparación de estas estrategias discursivas en otros países y campañas en la región.

Por último, el artículo de Carlos Felimer Del Valle Rojas y Susana Alejandra Osorio Solano: “El conflicto Estado-Pueblo Mapuche en Chile”. Aquí se puede observar un ejercicio de análisis crítico, argumental y decolonial del discurso, mediante una presentación detallada acerca del discurso de escritura de la historia aplicado a la confrontación entre el pueblo mapuche y el Estado chileno, aproximación que revela una significativa originalidad en el análisis del discurso hegemónico, que resulta útil para la interpretación de la actuación de las élites en el gobierno. En este caso, el ACD aparece como una práctica política que permite observar los modos de control sobre las llamadas “minorías” o “grupos minorizados”. Para esto, se enfoca en el caso del diario *El Mercurio*, analizando tres etapas de un amplio ciclo histórico (1850-1880; 1950-1973; y 2013-2014). Otro de los aportes del artículo es la aplicación del modelo de Análisis Argumental del Discurso (AAD), por cuanto su carácter decolonial implica una propuesta de “interculturalidad epistémica, subversiva e insurgente” (Walsh, 2012, 2008, 2005) que subraya la necesidad ético-política de un giro epistémico decolonial (Mignolo, 2007), dentro de una propuesta consolidada de “nuevo pensamiento comunicológico en la región” (Herrera, Sierra & Del Valle, 2016).

Sin duda, la revisión de los hallazgos de este estudio son un gran aporte para desentrañar los cambios en la imagen del mapuche; los atributos que se les han asignado en los períodos señalados; la nominalización y asociaciones construidas por los grupos de poder; y, finalmente, la revisión rigurosa de las relaciones entre los sujetos y de la construcción de un enemigo común en la configuración identitaria de los Estados comandados desde la “blanquitud”, una de las expresiones que perduran en la matriz colonial del poder.

Referencias bibliográficas

- Colorado, C. (2010). Una mirada al Análisis Crítico del Discurso. Entrevista con Ruth Wodak. *Discurso y Sociedad*, 4, 585.
- De Melo Resende, V., Barboza, R. & Maniglio, F. D. (2018). *Análisis Crítico del Discurso en Latinoamérica*. Recuperado el marzo de 2019, de Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación: <https://www.revistachasqui.org/archivos/revistachasqui/incoming/Conv139.pdf>
- van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso, *Anthropos*, 186, pp. 23-36: Barcelona

La inferioridad del Otro. Estrategias de deslegitimación de la política latinoamericana en el discurso mediático alemán

The inferiority of the Other. Strategies of delegitimization of Latin American politics in the German media discourse

A inferioridade do Outro. Estratégias de deslegitimização da política latino-americana no discurso midiático alemão

Anna Lena DIESSELMANN

Universidad del Valle, Colombia /andreas.hetzer@posteo.de

Andreas HETZER

Universidad del Valle, Colombia /adiesselmann@amerika21.de

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 139, agosto - noviembre 2017 (Sección Monográfico, pp. 75-94)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 28-05-2018 / Aprobado: 27-02-2019

Resumen

El propósito de este estudio consiste en la representación y deslegitimación de los actores y sistemas políticos latinoamericanos en las noticias internacionales de los portales en línea del noticiero *Tagesschau*, el periódico *Süddeutsche Zeitung* y la revista *Spiegel* en el 2016. Los autores demuestran cómo las atribuciones estereotipadas e imágenes negativas de los países son producidas verbalmente en la presentación de los países Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia y Venezuela. Esto resulta en una deslegitimación de los actores y sistemas políticos, así como una reproducción de la inferioridad de América Latina.

Palabras clave: legitimidad; colonialidad; prensa; Análisis Crítico del Discurso; América Latina; Alemania.

Abstract

The purpose of this study is to represent and discredit the political actors and systems in Latin America throughout the international news in the on-line versions of *Tagesschau*, *Süddeutsche Zeitung* and *Spiegel* during 2016. The authors depict how stereotyped attributions and negative images are produced when introducing Argentina, Brazil, Bolivia, Colombia and Venezuela. This results in a delegitimization of the political actors and systems, as well as a reproduction of the Latin American inferiority.

Keywords: legitimacy; colonialism; press; Critical Discourse Analysis; Latin America; Germany.

Resumo

O propósito deste estudo consiste na representação e deslegitimização dos atores e sistemas políticos latino-americanos nas notícias internacionais dos portais na linha do noticiário *Tagesschau*, o jornal *Süddeutsche Zeitung* e a revista *Spiegel* em 2016. Os autores demonstram como as atribuições estereotipadas e imagens negativas dos países são produzidas verbalmente na apresentação de Argentina, Brasil, Bolívia, Colômbia e Venezuela. Isto resulta em uma deslegitimização dos atores e sistemas políticos, assim com uma reprodução da inferioridade da América Latina.

Palavras-chaves: legitimidade; colonialidade; imprensa; Análise Crítica do Discurso; América Latina; Alemanha.

1. Introducción

La mayoría de las personas debe remitirse a la función comunicadora de los medios a fin de informarse sobre los acontecimientos que se presentan más allá del ámbito directo de la experiencia. Esto cobra especial validez con respecto a la representación mediática de eventos y personas en el exterior quienes, en la mayoría de los casos, no permiten una comparación con las principales rutinas diarias de la audiencia (Hafez, 2002, pp. 41-42). Por lo tanto, debe asumirse que el discurso mediático relacionado con noticias internacionales ejerce una importante influencia sobre el repertorio interpretativo y los “maps of meaning” (Hall, 1977, p. 330). Wanta, Golan & Lee (2004) manifiestan que la manera de la cobertura informativa influencia los criterios de evaluación de los receptores, así como la percepción sobre el significado de un país dentro de los acontecimientos mundiales. Adicionalmente, parece que la cobertura de noticias internacionales se convierte en un importante punto de referencia para la toma de decisiones de la política exterior y para el personal diplomático (Powlick, 1995). La estructura discursiva de determinadas imágenes de la nación puede, por lo tanto, tener consecuencias para las relaciones políticas y económicas. “De esta manera es posible entender por qué la oportunidad y la manera cómo la cobertura informativa se divulga en Alemania es importante para un país” (Weber, 2008, p. 392) en América Latina.

No obstante, la elaboración de la estructura de significados sobre el extranjero es altamente selectiva y se refiere irremediablemente al carácter productivo del idioma para la construcción de la realidad (Ibáñez Gracia, 2003, pp. 29-30). Entonces, el análisis de discurso aquí presentado incursionó en un campo de la producción de significado, así como de la representación discursiva de América Latina en las noticias extranjeras en medios masivos de Alemania, poco tratado hasta ahora. El interés central de esta investigación se basa en la elaboración de estrategias discursivas de (des)legitimación con relación a los diferentes países latinoamericanos, más allá de un análisis de contenido. El interrogante central radica en la manera cómo se fabrica la legitimidad o deslegitimidad de los gobiernos latinoamericanos y sistemas políticos; y cuáles son los medios lingüísticos que se emplean para ese fin. Por lo tanto, debe prestarse especial atención a la descripción de la situación en los diferentes países, así como al método de presentación, es decir, la atribución de los actores centrales.

Planteamos la siguiente hipótesis en cuanto a la representación de los países latinoamericanos dentro del discurso mediático-político alemán: se les atribuye una balanza negativa a la eficacia de sus sistemas políticos y con ello se priva su legitimidad a través de diferentes estrategias discursivas, a saber, la dramatización lingüística, las representaciones reducidas y desequilibradas, así como la estereotipificación hasta imágenes racistas. Esta hipótesis se refiere tanto a la representación de la situación política y económica de los diferentes países (nivel de sistemas) como también a los diferentes actores políticos como

responsables de medidas políticas (no) exitosas. La percepción de los países en particular se basa en una descripción de la situación en general: entre más caótica sea presentada, menos legítimas parecen las democracias y las constituciones tienen un efecto más frágil. Este modo de representación endurece prejuicios existentes en los lectores alemanes y lleva a que, en términos generales, “la mayoría de la gente de Occidente (y de muchos lugares del Tercer Mundo) tenga grandes dificultades para pensar en la gente y las situaciones del Tercer Mundo en términos diferentes a los que proporciona el discurso” (Escobar, 2007, p. 33).

“Los estereotipos son generalizaciones simplistas que forman parte de un universo mental de y en una determinada cultura que, en definitiva, justifican privilegios y diferencias en relación a un orden sociocultural, alimentando la negatividad hacia lo ajeno, hacia ‘los otros’ (...).” (Inzunza Moraga & Browne, 2017, p. 238) Sobre todo en la cobertura de noticias extranjeras esta demarcación entre ‘nosotros’ y los ‘otros’ es frecuente y, al mismo tiempo, incluye elementos de la propia identidad a través de la distinción hacia afuera. De la misma manera, se manifiestan jerarquías de pertenencia y esquemas de clasificación de orden social a nivel internacional, las cuales implican necesariamente mecanismos de inclusión/exclusión. La oposición binaria entre las sociedades “establece diferencias incommensurables entre el colonizador y el colonizado” y refuerza “identidades [que] se encuentran en relación de exterioridad y se excluyen mutuamente” (Castro Gómez, 2000, p. 153). La deficiencia estructural y mental del colonizado justifica la intervención e instrucción extranjera en términos de ayuda al desarrollo (crecimiento económico y buen gobierno) y tiene consecuencias para la correlación de fuerzas en organizaciones multilaterales (Hall, 1992, p. 186). Por consiguiente, “una política ‘justa’ será aquella que, mediante la implementación de mecanismos jurídicos y disciplinarios, intente civilizar al colonizado a través de su completa occidentalización” (Castro-Gómez, 2000, p. 153).

Ahora bien, de acuerdo con Foucault, nos interesa la producción discursiva de significados y conocimientos y sus consecuencias para prácticas sociales. En este orden de ideas, “*the question of whether a discourse is true or false is less important than whether it is effective in practice. When it is effective – organizing and regulating relations of power (say, between the West and the Rest) – it is called a ‘regime of truth.’*” (Hall, 1992, p. 205) Partiendo de la premisa de que la formación discursiva del “proyecto de la modernidad” (Castro-Gómez, 2000, p. 151) implica “la invención discursiva hegemónica del otro” (Castro-Lara, 2016, p. 110) y “señala más continuidades del pensamiento colonial de lo que es visible en primera instancia” (Ziai, 2004, p. 3), el presente análisis se inscribe en una tradición de análisis de discursos (post)coloniales en torno a la invención del Tercer Mundo (véase Mudimbe, 1988; Bhabha, 1990; Mohanty, 1991; Escobar, 2007; Said, 2008). Este régimen de representación figura en nuestro material principalmente como discurso sobre el desarrollo económico y la madurez

democrática y permite reconocer actualizaciones parecidas del pensamiento colonial. Por consiguiente, prestándose así para la hegemonización de una democracia liberal-representativa y determina el modelo neoliberal de economía como criterio para el desarrollo en los países de América Latina.

2. El Análisis Crítico del Discurso y la producción de inferioridad

El Análisis Crítico del Discurso representa un concepto metodológicamente apropiado para seguir la huella del motivo de la investigación. Siguiendo el enfoque de Foucault definimos el discurso como intervención y, adicionalmente, la intervención discursiva como una “práctica de la producción de significado” (Hall, 2016, p. 156). Al mismo tiempo las manifestaciones concretas se diferencian como “acontecimientos” no repetibles y “específicos del tiempo y espacio” de enunciados. Estas últimas surgen “regularmente” y pueden ser analizadas como átomos del discurso (Bührmann & Schneider, 2008, p. 26). Jäger, al igual que Foucault, considera que las declaraciones se encuentran en el centro del interés del análisis crítico del discurso y no en las expresiones, ya que las verdades flexibles y dependientes de la historia se convierten en el foco de atención por cuanto se investigan las estructuras generales de la generación y consolidación del conocimiento (Jäger, 2010). Las expresiones reflejan a su vez el marco de posibilidades de las manifestaciones las cuales representan las estructuras o la “gramática” de los discursos. En consecuencia, las constelaciones internacionales e interculturales del poder obtienen visibilidad. Por lo tanto, el siguiente análisis valora la constitución y divulgación de imágenes de los países dentro del discurso. Similar a los trabajos posteriores de Foucault, nos interesamos especialmente en la generación de conocimiento y la constelación del poder (discursivo). Es decir, el interés de la investigación se centra en la implementación de las estructuras de poder y de su (des)legitimación.

Más allá de otros planteamientos, es necesario que el Análisis Crítico del Discurso tenga en cuenta las estructuras sociales desde nuestra perspectiva: “Un análisis del discurso solo puede ser oportuno si es entendido como un ‘principio estructural de la cultura y la sociedad’ (Bublitz, 1999, p. 27) y que con ello se reconoce la función de la constitución social de las normas y prácticas discursivas” (Huffschmid, 2004, p. 46). Por este motivo, el Análisis Crítico del Discurso siempre se constituye simultáneamente en un análisis del poder y se remite dentro del contexto internacional al desequilibrio del poder durante la interpretación y evaluación de los eventos políticos y económicos, así como de los actores involucrados en el extranjero. El papel del interdiscurso mediático-político reviste para Link de una formación de opinión relevante, ya que la hegemonía y la legitimidad son constituidas y propagadas sobre todo a través de los interdiscursos. Los interdiscursos producen – en contra de la tendencia general de la especialización del conocimiento – un conocimiento

no especializado. En otras palabras, el discurso se constituye en el “ámbito, donde se entrelazan las interfaces interdiscursivas”, lo cual “también puede ser denominado como la opinión pública” (Huffschmid, 2004, p. 46). Por consiguiente, este análisis se dedica al interdiscurso mediático-político.

Este trabajo supone que la legitimidad en absoluto no se basa en un consenso sensato, sino que es elaborada mediante la constitución de imágenes, actores y eventos dentro del discurso. Por lo tanto, entendemos que

La legitimidad se constituye en una base de implementación discursiva, permanentemente negociable y conjuntamente aceptada de la convivencia en una colectividad política; las justificaciones en la opinión pública política se constituyen en la elaboración de la legitimidad, resultando a largo plazo en estructuras hegemónicas del pensamiento público. (Dießelmann, 2016, p. 50)

Estas suposiciones requieren de un análisis de las prácticas que son lanzadas por los medios para hacer más verosímil la legitimidad tomando como ejemplo los países. En lugar de partir de una conformación de categorías dirigida por la teoría, nos decidimos por un proceso de búsqueda abierto a fin de identificar patrones regulares como compactación de estrategias de (des)legitimación. Por lo tanto, se trata de un planteamiento explorativo, con el fin de descubrir diferentes formas de estrategias de (des)legitimación que van más allá de nuestra suposición.

El científico boliviano en comunicaciones, Torrico (2016, p. 146), formula en nombre de una serie de autores, que América Latina “ha estado permanentemente subalterizada, o sea definida desde el exterior como un ‘otro inferior’ y ‘atrasado’ con relación al Occidente”. Puesto que “la cobertura de noticias extranjeras se constituye en una imagen del extranjero suministrada mediáticamente” (Hafez, 2002, p. 179), que frecuentemente es producida ante el telón de fondo de esquemas culturales y valores propios, y se basa desde en estereotipos etnocéntricos hasta en imágenes racistas del enemigo (Lippmann, 1964, p. 63). Por este motivo compartimos la convicción de Inzunza Moraga & Browne (2017, p. 231), en cuanto a que

el análisis de los medios de comunicación en la construcción social de la realidad (Berger & Luckmann, 2008) y el tratamiento de las noticias referidas a ‘los otros’, podría develarse como uno de los inicios de las situaciones de exclusión y desigualdad que sufren las culturas minoritarias frente a los plenipotenciarios discursos de autoridad.

Estas delimitaciones entre un “nosotros” y un “los otros” se ven reflejadas en la cobertura de noticias extranjeras. Los componentes de la propia construcción de la identidad están contenidos más allá del contraste hacia el exterior. Adicionalmente, se manifiestan jerarquizaciones de pertenencia y

ordenamiento social que forzosamente contienen mecanismos de exclusión o deslegitimación.

3. Metodología

La teoría de los valores noticiosos ofrece puntos claves en torno a la comprensión del sesgo de la cobertura informativa sobre América Latina en Alemania, ya que identifica criterios de pertinencia en el proceso de selección periodística de sucesos o aspectos de la realidad y es suficientemente comprobado por estudios empíricos (Östgaard, 1965; Galtung & Ruge, 1965). Según la teoría, los acontecimientos internacionales tienen un valor noticioso mayor y pasan el filtro selectivo de la redacción, siempre y cuando se distinguen por sus características, es decir, sus factores noticiosos. “It is impossible to report all events in all parts of the world; a ruthless selection process must therefore take place. As we have found, the two news values of ‘importance’ and ‘proximity’ play a central role in this process” (Westerstahl & Johansson, 1994, p. 84).

Esto significa que América Latina apenas se menciona en las noticias internacionales en medios masivos en Alemania debido a que ni el factor noticioso *estatus del país*, ni el factor *regionalismo* o *proximidad geográfica* entran en cuestión en este caso. Pues, por un lado, los países de América Latina que por un extenso período formaban parte del imperio colonial de España y Portugal se suelen encasillar en la cultura hispánica. Por otro lado, las relaciones bilaterales en el ámbito de economía y política entre Alemania y los países latinoamericanos son escasas u inexistentes. “Evidentemente, resulta que el ‘negativismo’ se convierte en el único factor noticioso importante para la cobertura informativa sobre América Latina. Basta pensar en noticias sobre guerras civiles, intentos de golpes de estado, guerrillas, fraudes electorales, crisis de endeudamiento, etc.” (Wilke, 1987, p. 31). En este mismo sentido, Westerstahl & Johansson (1994, p. 74) señalan el factor noticioso “*dramatic character of an event*”. No obstante, más allá de la afirmación positivista de la identificación de características de un suceso real por parte de los periodistas, consideramos elementos de crisis, violencia y conflicto como resultados de la construcción de la realidad por parte de los corresponsales extranjeros y periodistas en las redacciones alemanas, que, de esta manera, reflejan las orientaciones ideológicas y visiones del mundo de los mismos además de la línea editorial del periódico. “*A most obvious effect of ideology on foreign news can be found in the presentation of actors as good or bad.*” (Westerstahl & Johansson, 1994, p. 76)

La composición del cuerpo resultó de los criterios internos y externos: 1) la publicación alemana en línea en uno de los tres medios, *Tagesschau*, *Süddeutsche* o *Spiegel* en el año 2016 y 2) la publicación en una de las siguientes secciones: política, economía, panorama, internacional, salud. La selección de los medios se basa en el liderazgo de opinión de los periodistas alemanes.

Reinemann (2003, p. 186) pudo demostrar en una encuesta entre periodistas que el noticiero diario del canal ARD, *Tagesschau*, el periódico *Süddeutsche Zeitung* y la revista *Spiegel*¹ son considerados como los medios líderes entre los periodistas y los más utilizados por ellos. Por lo tanto, desempeñan un papel extraordinario para el ambiente de la teoría de la fijación de la agenda en cuanto a que sirven como importantes medios de referencia y ejercen influencia sobre los reportajes de otros medios (Jarren & Donges, 2006, p. 187)

A partir de la pregunta fundamental en cuánto a la forma cómo son presentados los países latinoamericanos en los medios alemanes, a continuación, se analizará el ejemplo de la representación de los países Bolivia, Venezuela, Argentina, Colombia y Brasil. La selección de los países se fundamenta en la diversidad de sus sistemas políticos, las posiciones ideológicas y económicas de los gobiernos y sus contextos históricos. Por lo tanto, representan los grupos de países dentro de los reportajes alemanes en las diferentes regiones de América Latina. Por consiguiente, se analizó un total de 516 artículos sobre los cinco países latinoamericanos que aparecían en el año 2016 en las secciones anteriormente mencionadas en *Tagesschau*, *Süddeutsche* o *Spiegel*.

Con el fin de elaborar las particularidades lingüísticas de las representaciones de América Latina así como las tendencias temáticas y de estilo, por un lado se examinaron las descripciones de la posición de los diferentes países y, por el otro, las atribuciones de los actores relevantes. Estas imágenes discursivas, así como los modelos explicativos resultantes son representados de manera generalizada y, asimismo, la referencia sobre América Latina a nivel macro. Adicionalmente se ilustran los ejemplos concretos en la práctica representativa, a fin de obtener una impresión a nivel micro sobre el funcionamiento y consecuencias de esas estrategias. De esta forma pueden evidenciarse las perspectivas hegemóniales en las líneas de discurso investigadas (Nonhoff, 2006).

4. Resultados

La mayoría de artículos son publicados en Brasil (40%), seguido de Colombia (26%) y Venezuela (23%). En comparación, Argentina (7%) y Bolivia (4%) disfrutan de menos atención, lo cual ya permite concluir una priorización de la ponderación de la política exterior. Con ello se puede ratificar la tesis de que Brasil desempeña un gran papel en la economía de la atención del terreno mediático alemán, como poder económico y socio estratégico significativo en la UE.

1 En la indicación de las fuentes los tres medios están abreviados de la siguiente manera: *Tagesschau* (T), *Süddeutsche Zeitung* (SD) y *Spiegel* (S).

4.1 Los déficit democráticos

Inicialmente nos llama la atención que la legalidad del sistema es descrita en términos negativos en todos los países examinados, con la excepción de Colombia. Esta crítica es especialmente tan grande en Venezuela, que el país casi no puede ser considerado como una democracia. “Venezuela. Adiós Democracia” titulan unánimemente *Tagesschau* y *Süddeutsche* (25.10). *Tagesschau* informa: “El desarrollo de Venezuela (...) se aleja del sistema democrático y se encamina hacia un sistema autoritario” (17.05). En este sentido poco sorprende que el tribunal superior efectúe “interpretaciones caprichosas de la constitución” (T 17.05), “declare la ilegalidad del parlamento” (T 12.01) y “paralice el trabajo del parlamento” (S 12.01). “Las sesiones del parlamento se desarrollan de forma caótica” (T 12.03), reina un “caos administrativo” (SD 16.05) y “la organización electoral detiene el referendo contra Maduro” debido a supuestas “falsificaciones” durante la recolección de firmas (T 21.10; SD 25.10).

Las descripciones sobre el proceso de destitución en contra de Dilma Rousseff y sus consecuencias democráticas sobre la difamación de la democracia en Brasil se prestan igualmente para el mismo fin. Ahí no se cuestiona en primera instancia el proceso constitucionalmente difundido de la destitución, sino los motivos deshonestos de aquellos que lo instauraron para llegar al poder. De manera que en el noticiero *Tagesschau* (12.05_4) se mencionan pocas críticas hasta mayo, más bien se acepta el “voto del senado sobre la destitución” como proceso legal y se supone que existe una “mayoría en contra de Rousseff”. En los tres medios se encuentran ejemplos para la deslegitimación del proceso, sobre todo hacia el final del proceso. Afirma *Tagesschau* (05.05_2): “Pelea e insultos para destituir a Rousseff”. El periódico *Süddeutsche* escribe “Una agrupación veterana conspirativa derroca a la Presidente izquierdista de Brasil” (31.08._1) y describe el proceso como un “chiste semi-democrático” (30.03), es decir, como “más que un dudoso proceso de destitución presidencial” (12.12.). Seguidamente, *Spiegel* (19.03) escribe repetidamente “fría insurrección”.

Venezuela obtiene el peor puntaje en cuanto a la legitimidad normativa. El “tire y afloja político” (T 23.09) y la “guerra del poder” (SD 29.05) entre las huestes políticas denigra al país. Ahí se habla que “Gobierno y oposición solo se interesan por una cosa: el poder” (T 31.10). En este contexto se describen ambos como inflexibles y obsesionados con el poder, sin tener en cuenta el bien general. Adjetivos superlativos y reforzados dentro del vocabulario utilizado para la descripción de la situación elevan el recrudecimiento a un nivel superior: existe una “gravísima confrontación” en “la muy dividida Venezuela” (SD 30.08). “El estancamiento paraliza el país” y “amenaza con agravarse” (SD 31.10). Maduro no cumple en absoluto el proceso legal y legítimo. Junto al fracaso económico también se culpa a Maduro de las tendencias autoritarias del régimen. “Maduro otorga derechos especiales” (T 17.05._2), aumenta su “poder con decretos de estado de emergencia”, “Gobierna con decretos” (SD 29.05) y “pasa por encima de la mayoría parlamentaria firmando decretos de estado de emergencia” (SD

30.08). No sorprende entonces que se acuse a Maduro de “tendencias totalitarias” (T 18.05). En resumen, esto significa que: “Maduro no está dispuesto a colocar su política sobre una base social más amplia” (T 17.05).

La legitimidad boliviana también desempeña un papel significativo en América Latina. Al fin y al cabo, se acredita el país “donde los Presidentes cambiaban de acuerdo con el ritmo mensual” con un “mayor conocimiento de las reglas del juego democrático” (SD 22.02._2). No obstante, con respecto a la posible cuarta reelección de Morales en el 2020, *Spiegel* (24.02) y *Süddeutsche* (22.02) difunden la siguiente noticia falsa: Evo Morales “Ya hizo cambiar una vez la constitución, para permanecer más tiempo en el poder”. Esta afirmación carece de toda base real. La nueva constitución partió más bien de una asamblea constituyente y no fue cambiada por iniciativa del Presidente. *Tagesschau* (18.12.) inclusive escribe en el encabezado: “Morales se opone a la constitución”, como si ya hubiese tenido lugar una violación de la constitución. Con ello se insinúa una presidencia ilegal que es adicionalmente apoyada por la justicia. La reelección en el año 2014 ya es interpretada como “una generosa interpretación de la constitución” (S 19.12.). Se refuerza la insinuación de un uso indebido del poder porque “la oposición es enfermizamente débil para una democracia” (SD 19.02.).

Al mismo tiempo repetidamente se menciona el origen indígena de Morales (SD 22.02._1). En este contexto Sorprende la exotización de los pueblos del sur bajo la utilización del argot colonial. Se afirma que Morales es un “pariente” (T 24.02) o “Ídolo popular de los aborígenes” (S 19.02), quien “después del 2006 otorgó a los aborígenes bolivianos una autoestima nunca conocida” (SD 22.02._2). *Spiegel* (19.02.) aún debe explicar a sus lectores hasta donde el estado plurinacional y pluricultural de Bolivia se trata de una sociedad tribal, se habla de Morales como “Familiar de la tribu de Aymara”. El *Süddeutsche* se une a la tendencia retrógrada y publica el encabezado: “Bolivia. De regreso a la aldea” (SD 22.02._2).²

Los periodistas constatan un insuficiente reconocimiento del sistema de reglas por parte de la población para todos los países. Todos los países son mostrados como “divididos” o polarizados dentro del cuerpo investigado. La ilustración de un pluralismo polarizado sirve para el cuestionamiento del sistema político en su totalidad porque – a diferencia de los sistemas liberales o democráticos corporativos – éste se destaca en parte por partidos anti-sistémicos que poco se orientan hacia el bien común y, por lo tanto, atraerían fuertes conflictos a la luz de la consolidación de las instituciones liberales. Dentro de este contexto gustosamente se hace referencia a Sartori (1976, p. 135), a fin de diferenciar entre democracias funcionales y deficientes: “*Cleavages are likely to be very deep [...]*

2 Dado el caso de una derrota en el referendo de la constitución, Evo Morales afirmó en una entrevista al periódico español *El País* que “retornaría feliz y satisfecho a su pueblo”. Solo al final del artículo en el *Süddeutsche* se aclara que es una declaración personal. El título aparece además sin comillas.

consensus is surely low, and [...] the legitimacy of the political system is widely questioned. Briefly put, we have polarization when we have ideological distance.” Las demostraciones masivas se constituirían en un rasgo estereotipado de las sociedades divididas – tanto a favor como en contra del gobierno correspondiente. Según los medios alemanes, éstas se presentan en todos los países, inclusive con consecuencias mortales en Venezuela.

La división en Venezuela y Brasil sería la más drástica de observar: en Venezuela se menciona sobre todo a la “oposición democrática”, muchas veces sin mayor definición. Ésta desea “derrocar al Presidente Maduro” (T 28.04._2), pero sin un golpe de estado ilegal. Se sirve en la lucha del “derrocamiento del jefe de estado” (T 31.10._2), de pasos legales para la destitución reglamentaria como el “referendo para la destitución” (T 28.04._2). La oposición también se mueve dentro del marco de la constitución y es descrita como “el opositor democráticamente legitimado de Maduro” (SD 25.10), debido a que posee la “mayoría en el parlamento” (T 17.05._2). La oposición descrita como democrática por los medios representa entonces de manera legítima a la mayoría, puesto que en las calles de Venezuela “cientos de miles exigen el cambio de poder” y las “protestas se desarrollaron pacíficamente” (T 01.09.) mientras que el poder estatal se enfrenta duramente a los manifestantes.

Los reportajes también informan que Brasil se encuentra “profundamente dividida, paralizada y deprimida” (T 01.09._2). La representación como “nación dividida” se extiende a lo largo de las noticias: “En São Paulo se presentaron enfrentamientos entre grupos de simpatizantes, riñas entre los Lula-Ultras y los opositores de Lula” (SD 06.03.). La división de los brasileños a favor y en contra del gobierno parece tener el don de la ubicuidad, tal y como lo manifiestan los reportajes. La “irrupción de los manifestantes en el parlamento” (T 17.11.) se convirtió en símbolo del descontento entre los brasileños, así como de una democracia deficiente.

Inclusive Argentina aparece como un país dividido de acuerdo con los informes noticiosos. El *Süddeutsche* (12.10.) escribe por ejemplo: “Probablemente tendrán que transcurrir 200 años hasta que la Argentina independiente se convierta en una Argentina unida”. *Tagesschau* (11.02) también define a Argentina como “Un país de por sí polarizado”. La polarización depende inesperadamente de la oposición política entre Macri y Kirchner: “De esta forma, la batalla cultural entre el Presidente desde hace 11 meses Macri y su antecesora Cristina Kirchner pasa a la siguiente ronda” (SD 12.10). El término “batalla” lleva al lector a una interpretación de que ésta difícilmente se libraría en ámbitos legales.

Tan solo tomando el ejemplo de Colombia se evidencia que aquí también existe una división entre Santos y su acuerdo con las FARC y la población, lo cual se demuestra en el rechazo al plebiscito. De acuerdo con los partidarios de la paz la votación “Contribuye a una mayor división porque politiza el proceso de paz” (SD 26.09.), por lo que *Spiegel* (10.12.) concluye: “Colombia está dividida”. No obstante, no se abre una crítica hacia Santos, sino que se denigra de la pobla-

ción declarándola inmadura. De manera que el déficit de la democracia no recae sobre los dirigentes políticos sino sobre la población. La población “debería ser obligada a la paz”, afirma el *Süddeutsche* (13.11._2). Al justificar el proceso, *Tagesschau* igualmente tiende a ese método de presentación: “No existe un camino elegante para la paz” (02.12). El alto valor de la “paz” es defendido por encima de la opinión de la población.

4.2 Crisis económica y pobreza

Aunque Brasil es considerada como “una democracia aún joven” (S 19.03.) y como la “cuarta democracia de mayor tamaño del mundo” (SD 31.08.), así como “antiguo país económico de las maravillas” (SD 11.02._2), la crisis económica recorre todos los artículos de prensa en el 2016. La imagen cuenta con una carga dramática y transmite el inminente retroceso de Brasil a tiempos considerados antiguos. *Tagesschau* (21.03.) se asombra: “¡Qué caída más sobrecogedora!” Esta “Peor crisis desde los años 30” pondría a la sombra todos los logros positivos de las últimas décadas. Escribe *Spiegel* (18.03._1): “Primero el boom, ahora el caos”. Utilizando un vocabulario de aceleración y comparaciones estadísticas se fomentan los temores de desnormalización: “La industria brasiliense se encoge en tiempo récord” (S 02.02.). De forma similar como se reporta en Venezuela, los topes de crisis afirman vehementemente: “El desempleo casi se ha duplicado” (S 30.08), “Hasta el frijol se encuentra en crisis” (SD 07.07), “Hasta Cristo está en crisis” (SD 12.12.) y “Río declara la emergencia económica” (T 18.06).

La crisis económica en Venezuela siempre se asocia con el peligro y se aumenta dramáticamente. “Venezuela es una bomba que puede explotar en cualquier momento”, escribe el *Süddeutsche* (15.05.). La disminución al adjetivo “altamente explosivo” (SD 17.05.) es finalmente suficiente para llamar a la metáfora. Una adicional metáfora de la crisis nacional en la crónica periodística es la imagen del abismo: “El país continúa moviéndose solo en una dirección – hacia el abismo” (T 12.03.). Se muestran las consecuencias diarias a fin de relacionar la narración de la crisis y de dramatizar la situación. Así es como todos los medios investigados escriben sobre una “crisis de abastecimiento” debido a que principalmente faltan alimentos. Una imagen frecuentemente utilizada para verificar esa crisis consiste en las “estanterías vacías en los supermercados” (SD 07.04.)

En donde realmente faltan “las necesidades diarias” (SD 18.07.) y todos los “bienes de consumo elementales” (T 24.05.) no asombra la dramática pobreza como consecuencia. El *Süddeutsche* resume con gran dramatismo: “Venezuela se muere” (21.10.) y titula a Venezuela como el “hogar pobre de Suramérica” (SD 17.01.), lo cual contradice lo manifestado por estadísticas internacionales tales como Human Development Index. *Tagesschau* y *Spiegel* tampoco se mantienen alejados de la dramatización de la situación: *Tagesschau* (18.06) describe en forma gráfica cómo los habitantes deben “sacar la comida de los basureros” a raíz de la pobreza general. El término “hambre” domina completamente la caracterización de Venezuela. Las consecuencias de la “lucha por los alimentos”

(T 18.06.) son descritas como “lucha de supervivencia” (T 16.01.) y como “vida en el desastre” (T 17.07.). Sobre todo se dramatiza la situación del “colapso” del sistema de salud (SD 20.11.), de los ancianatos y clínicas: “Los enfermeros deben ver cómo fallecen ancianos, enfermos y bebés” (T 15.07.).

La descripción de la situación económica de Bolivia es contradictoria de cierta forma. Por un lado se señala de forma positiva que “La economía crece, la pobreza retrocede” (S 19.02.). El *Süddeutsche* (22.02._2) anota con el mismo tenor: “10 años después de Evo Bolivia tiene de hecho un crecimiento estable, finanzas estatales sólidas; los ingresos por materias primas se invirtieron en un sistema social, del cual también disfrutan las humildes mujeres del mercado o los trabajadores del campo”. Se afirma que el país sacó provecho de la política en contra de algunas expectativas. Por otro lado, esta situación positiva se vería en peligro a raíz de la caída en los precios de las materias primas, por lo que aquí también se prevé una “crisis económica” (T 27.08.). Los éxitos positivos son contrastados con los problemas de la pobreza: la descripción de la ciudad El Alto como “el fortín de Morales”, “aquel enorme barrio pobre a 4000 metros de altura” (SD 19.02.) implica que la mayor ciudad de Bolivia es un enorme tugurio.

En Colombia, la cual según Gini-Index pertenece a uno de los países más inequitativos del mundo, en ningún momento se presenta este tipo de dramatizaciones de la situación económica. Una vez más queda claro cuáles son las escalas son utilizadas por los periodistas para calificar a los países.

4.3 Élites corruptas e irresponsables

Macri, el nuevo Presidente argentino, es en parte calificado como positivo, por ejemplo, como “superdotado” (SD 04.04.), “Presidente del diálogo” (SD 03.07.) y como “empresario que proviene de familia adinerada”, quien a la vez es un “conciliador” (SD 04.04.) y un “turbo-reformador” (T 05.07.). El acuerdo con los fondos de libre inversión obtiene críticas positivas debido a que se convierte en la “promesa de llevar un país aislado de nuevo al ámbito financiero” (SD 05.04.). No obstante, pocos meses después también se informa sobre las consecuencias negativas: “El precio que paga Argentina por ello es enorme – su discurso económico neoliberal hace que la vida sea inasequible para la gente” (SD 03.07.). Además, también es relacionado con la corrupción al igual que su antecesora: “En Argentina el Presidente Mauricio Macri, su familia y amigos cercanos aparecen en los Papeles de Panamá – simultáneamente se abre investigación contra su antecesora Cristina Fernández de Kirchner” (SD 18.04.). *Spiegel* titula el 09.04.2015: “Panamacri”. Según el *Süddeutsche*, no solo los políticos son corruptos, también lo es la justicia: “De hecho, en Argentina muchos jueces y fiscales pertenecen a una corriente política” (SD 29.12.). Estas acusaciones son naturalizadas de cierta forma con afirmaciones no sustentadas, tales como “justicia argentina tradicionalmente pintada políticamente” (*ibid.*). Casi todos los actores actúan irresponsablemente bajo la mesa. Sobre todo, la anterior Presidente y “peronista de izquierda” (SD 29.02.), Cristina Kirchner, se destacaría por sus

estructuras clientelistas con su “clan Kirchner” (12.10.). El *Süddeutsche* inclusive la acusa de “abuso del poder” (29.12.), constituyéndose en una negación de la legitimidad de su persona.

Las representaciones de actuaciones irresponsables de importantes líderes en todas las instancias sirven como fuerte herramienta para la deslegitimación de los países latinoamericanos, ya que de esta forma la causa de las deficiencias denunciadas obtiene validez como un asunto arreglado. En todos los países parece que la incapacidad y corrupción pertenecieran a “la normalidad”. En palabras de *Spiegel Brasil*, por ejemplo, es un “foro de conspiradores” (09.05.). De esta manera se cuestiona al país, pues “gran parte del establecimiento se encuentra profundamente entrelazado, no solo los partidos de gobierno” (SD 02.05.) en los asuntos de corrupción. El resultado, tal y como lo resume el *Süddeutsche* (20.03._1): “Los políticos en general son sospechosos para los brasileños”. El suceso político alrededor del proceso de destitución de Rousseff desempeña un papel importante dentro de este contexto. Es sistemáticamente calificado como “lucha de poder” (SD 31.07; T 31.08.) y sirve para descalificar a todos los actores políticos en todos los medios. Esto es especialmente evidente con las calificaciones de “gobierno según el día” (SD 01.09.), “caos político” (S 12.05.) y “novela policiaca sin precedentes” (S 31.08._1), las cuales cuestionan la racionalidad de la actuación política y de esta manera descalifican a los actores. *Tagesschau* caracteriza el juicio político como “Proceso con temperamento brasileño” (16.04.). Una aparente emocionalización de la política promueve el estereotipo en cuanto a que Brasil funciona más emocional que racionalmente. Más dramático es el siguiente título de una llamada entrevista de expertos, donde se empeña en utilizar un argot colonial: “Clase política convierte a Brasil en una república bananera” (T 12.05._2)

Aunque el tema de la corrupción no es importante en la crónica periodística sobre Venezuela, se trae a colación la corrupción como explicación de la crisis económica y política. “Incompetencia, corrupción y nepotismo del gobierno socialista” (T 15.07.) son responsables de malos entendidos. No obstante, “Maduro es culpable de la miseria” (T 13.07.). El *Süddeutsche* casi no oculta el hecho de que prácticamente no simpatiza con la revolución boliviana: “Estos kleptómanos con gorras rojas han saqueado el país en la última década y media” (SD 07.04.). La utilización del término “kleptómanos” como síntoma síquico de la interferencia de ruido no solo degrada a los líderes del PSUV sino que insinúa una actuación obsesiva y sin sentido.

En el caso de Venezuela se puede mostrar igualmente el tipo de carácter sistémico que América Latina parece tener para los medios alemanes. El “caudillismo suramericano, o sea del sistema, que está adaptado a una figura líder paternalista”, deja fracasar a Venezuela (SD 19.02.). El caudillismo en sí ya es sospechoso para los demócratas. Venezuela es acusada de nepotismo: “El fallecido Presidente Hugo Chávez patrocinó a políticos amigos, tal como lo hicieran los Castros en Cuba con gasolina barata” (SD 19.02.). Esta depreciación discursiva

del anterior Presidente Hugo Chávez como “paracaídista” y anterior prisionero (SD 03.05.) se refleja directamente sobre su sucesor Maduro. Esta herencia recibe una connotación negativa y describe a Maduro como “cortesano”: “Chávez, un caudillo clásico, que se aferró al poder hasta su muerte y quien solo permitió escalar a cortesanos” (SD 03.05.). El presidente boliviano Morales tampoco estaría “haciendo algo que muy rara vez hacen los caudillos suramericanos: formar a un sucesor apto” (SD 22.02._2), y por lo tanto se acomoda al esquema del caudillismo en los medios alemanes. La seriedad del “socialismo del siglo XXI” en Venezuela es altamente dudosa según *Spiegel*, al escribir sobre las “absurdidades del socialismo tropical al estilo Chávez” (S 04.07.). La crítica del socialismo convoca todo un arsenal de escenarios de medio, que son asociados típicamente con regímenes socialistas. Maduro “amenaza a las empresas [...] con expropiación” (SD 15.05.) Adicionalmente, “el gobierno izquierdista compró la complacencia del pueblo con generosas subvenciones” (SD 15.05.). Indirectamente se insinúa que el gobierno corrompió e instrumentalizó al pueblo. Al mismo tiempo se desconoce la capacidad de decisión de los electores.

La constitucionalidad democrática de Bolivia es igualmente alimentada con “denuncias de corrupción en contra de Morales” y un supuesto “escándalo de corrupción” (SD 22.02._1). Ya previamente “funcionarios habían sido declarados culpables de corrupción” (SD 22.02._2) y el gobierno estaría plagado de “escándalos” (SD 19.02.) El *Süddeutsche* (19.02.) especula despectivamente sobre una nueva reelección del Presidente: “La incapacidad de tomar una decisión crea dudas sobre la honestidad del Presidente, quien siempre cuida su imagen de impecabilidad”. De esta manera se desmonta discursivamente al político. Tan solo detrás de esta estrategia argumentativa la mención de testigos oportunos adquiere peso, puesto que “los críticos reprochan a Morales sus tendencias autoritarias” (SD 22.02.)

Esta cobertura de noticias mordaz e intermitente deja atrás una imagen de responsables corruptos. En consecuencia y en concordancia con la definición de legitimidad anteriormente mencionada se duda tanto de la legalidad como de la legitimidad normativa de los gobiernos. Mientras que el 2016 se caracterizó por imágenes negativas de los políticos en Argentina, Bolivia, Brasil y Venezuela, predominan por el contrario las descripciones positivas del Presidente Santos. Aunque se desempeñó como ministro de defensa bajo el régimen del ex Presidente Uribe entre el 2002 y el 2010, y bajo su mando se llevaron a cabo graves violaciones a los derechos humanos por parte de los militares, es decir, se realizaron ataques militares ilegales en países extranjeros en contra de las FARC, fue capaz de ejecutar un “cambio fulminante de halcón a paloma de la paz” (S 07.10.; SD 07.10._3), es decir, pasar de “belicista a pacificador” (T 07.10.), tanto en la percepción nacional como internacional (Dießelmann & Hetzer, 2015). Él “insiste tercamente en su plan de paz” (SD 07.10._5), a pesar de la votación negativa del pueblo. El premio nobel de la paz valoriza significativamente la imagen rasgada del proceso de paz llevado a cabo por el Presidente Santos. A

Santos se le atribuyen valores altos como la capacidad de diálogo y de consenso, así se reúna con el “líder de la oposición” (T 06.10.) e inclusive “el mayor crítico, su predecesor Álvaro Uribe” (T 13.11._2).

5. Conclusiones: La inferioridad de un continente

Partiendo del concepto de la elaboración de una legitimidad discursiva y de la investigación empírica de la legitimidad pudimos comprobar que, sin excepción, los sistemas y actores políticos de América Latina son deslegitimizados en los medios alemanes. Algunos de los motivos señalados se extienden a lo largo de la crónica periodística. Esto incluye crisis y/o situaciones de emergencia políticas y económicas, así como políticos irresponsables. América Latina es presentada como “corrupta” y “retrógrada” a diferencia de estados nacionales modernos. La población en el “hemisferio sur” es descrita como el espejo opuesto de la “europea”, en la medida en que se reproducen las oposiciones entre la corrupción y la democratización en lugar de utilizar el mismo apelativo y explicación de las circunstancias europeas. Los periodistas resaltan el exotismo de América Latina con una serie de denominaciones. Términos tales como “tribu”, “nativos” o “cacique” delimitan a la sociedad colonizada de la muy desarrollada Europa y fijan estándares con respecto a la normalidad de los países correspondientes. Por lo tanto, no es de extrañar que un país de “aborígenes” no pueda ser gobernado democráticamente. Junto al énfasis de la diferencia, muchos términos tienen en común que se ven asociados a una desvalorización: por ejemplo, las casas son reducidas a “chozas” o “viviendas”. Durante el período de nuestra investigación no pudimos encontrar informes sobre desempeños extraordinarios a nivel político, científico o cultural. Tan solo en el campo de los deportes se resaltó un reconocimiento al rendimiento físico, por ejemplo, del equipo de fútbol brasileño. Las sociedades del “hemisferio sur” solo son reconocidas positivamente en su corporalidad, sin embargo, no son tomadas en serio en el campo del rendimiento racional e intelectual. Estas representaciones sirven para reducir la complejidad social. Los países del “hemisferio sur” son menos polifacéticos en comparación con la experiencia de los beneficiarios en Alemania. Los argumentos racionales por parte de los actores locales se reflejan a pequeña escala. La periodista Dilg (1999, p. 243) da la siguiente explicación a la persistencia aquí establecida y a la reproducción continua de imágenes peyorativas del exterior: “Las imágenes de las naciones a manera de predisposiciones relacionadas con los grupos [...] presentan una base afectiva fuerte pero poco cognitiva. Por ello son relativamente estables, aunque solo rara vez pueden ser confrontadas con circunstancias reales en países lejanos”.

Como ya fue comprobado por otros autores, esta representación también reproduce una concentración de pares opuestos dentro del contexto del colonialismo y el racismo: tradicional, subdesarrollado, inmutable, emocional, ori-

ginal, rural, irracional, indisciplinado y cultural frente a moderno, desarrollado, siempre cambiante, complejo, progresista, urbano, consciente, racional, democrático y disciplinado (véase también Hall, 1992, p. 186). Aquí llama la atención que no sobresale, sino que se cerca la diferenciación entre los gobiernos izquierdistas y neoliberales. En el material investigado se explican las desiguales condiciones económicas y políticas entre el “hemisferio norte” y el “hemisferio sur” indicando que “los otros” aún no son modernos, progresistas o desarrollados. Principalmente se responsabiliza de esas circunstancias a la naturaleza de los actores del “hemisferio sur”. De acuerdo con el sociólogo Simón Grosfoguel (2008) esta relación se basa en que, desde una perspectiva eurocétrica, se construye una serie de épocas históricas donde todas las formas de producción no europeas y periféricas son asignadas al pasado. De esta manera se oculta la responsabilidad del saqueo de la periferia. Esta “ideología hegemónica” permite explicar la pobreza del mundo no europeo con su “atraso”, su “subdesarrollo” y sus “formas primitivas”. Entre otros, los medios alemanes también enmascaran con sus relatos el violento pasado colonial y las relaciones poscoloniales resultantes, así como el reparto de poderes políticos y económicos internacionales. En lugar de ello juzgan desde una posición aparentemente superior y abren la puerta al concepto de que “los demás” aún tienen que desarrollarse (mediante ayudas) (Escobar, 2007). Ziai (2004, p. 3) describe esta utilización lingüística de la siguiente manera:

La estructura básica del discurso colonial consiste inicialmente de la división del mundo en ‘pueblos civilizados’ o ‘naciones’ y ‘tribus no civilizadas’ o ‘masas humanas’ – donde estas últimas se encuentran incapaces de regular sus propios asuntos y los primeros acuden en su ayuda.

El discurso mediático sobre los acontecimientos en los países latinoamericanos en el transcurso del 2016 demuestra que esta inferioridad es continuamente reproducida. Por lo tanto, en nuestra opinión, para decolonizar la comunicación se debe realizar una investigación de la crítica ideológica de las muestras y marcos interpretativos de los actores mediáticos “tanto del Occidente como del resto” y divulgar el término “epistemic violence” (Spivak, 1999, p. 205). A pesar de los innumerables estudios históricos sobre la conceptualización de América Latina en Europa, escasean análisis de discurso actual con material empírico para la divulgación de la continuidad de los equilibrios de poder colonial. Esperamos que nuestro análisis anime a otros autores a identificar más detalladamente como procede el discurso occidental y colonial para marginalizar y subalternizar sociedades del “hemisferio sur”.

Referencias bibliográficas

- Bhabha, H. (1990). The Other Question, Difference, Discrimination, and the Discourse of Colonialism. En R. Ferguson, M. Gever, T.T. Minh-ha & C. West (eds.), *Out There, Marginalization and Contemporary Cultures* (pp. 71-89). Nueva York, Cambridge: The New Museum of Contemporary, MIT Press.
- Bublitz, H. (1999). Diskursanalyse als Gesellschaftstheorie. En H. Bublitz, A.D. Bührmann, C. Hanke & A. Seier (eds.), *Das Wuchern der Diskurse. Perspektiven der Diskursanalyse Foucaults* (pp. 22-48). Frankfurt a.M.: Campus.
- Bührmann, A. D. & Schneider, W. (2008). *Vom Diskurs zum Dispositiv. Eine Einführung in die Dispositivanalyse*. Bielefeld: Transcript.
- Castro-Gómez, S. (2000). Ciencias sociales, violencia epistémica y el problema de la 'invención del otro'. En E. Lander (ed.), *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas* (pp. 145-161). Buenos Aires: CLACSO, UNESCO.
- Castro Lara, E. (2016). Reflexiones para decolonizar la cultura académica latinoamericana en Comunicación. *Chasqui*, (131), pp. 107-122.
- Dießelmann, A. (2016). Der Ausnahmezustand. Zur schleichenden Implementierung und Legitimität von sonder- und außerrechtlichen Maßnahmen. En M. Lemke, K. Weissenbach, T. Stark & O. Schwarz (eds.), *Legitimitätspraxis. Politikwissenschaftliche und soziologische Perspektiven* (pp. 39-57). Wiesbaden: Springer VS.
- Dießelmann, A. & Hetzer, A. (2015). La representación del gobierno Santos y su repercusión en el discurso mediático-político en Europa y Colombia. *Análisis Político* (84), pp. 3-22.
- Dilg, U. (1999). Schwarzafrika: Weißer Fleck auf dem Nachrichtenglobus. Die Berichterstattung über Afrika südlich der Sahara in der überregionalen deutschen Presse. Eine Inhaltsanalyse. *Comunicatio socialis*, 32(3), pp. 241-260.
- Escobar, A. (2007). *La Invención del tercer mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caracas: Fundación Editorial el Perro y la Rana.
- Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers. *Journal of Peace Research* (2), pp. 64-91.
- Grosfoguel, R. (2008). Del imperialismo de Lenin al Imperio de Hardt y Negri: «fases superiores» del eurocentrismo. *Universitas Humanística*, 65, pp. 15-26.
- Hafez, K. (2002). *Die politische Dimension der Auslandsberichterstattung. Bd. 1: Theoretische Grundlagen*. Baden-Baden: Nomos.
- Hall, S. (2016). *Rassismus und kulturelle Identität. 6. ed.* Hamburg: Argument Verlag.
- Hall, Stuart (1992): The West and the Rest: Discourse and Power. En S. Hall y B. Gieben (eds.), *Formations of modernity* (pp. 185-227). Cambridge, England: Polity Press.
- Hall, S. (1977). Culture, the Media, and the ›Ideological Effect‹. En J. Curran, M. Gurevitch & J. Woolacott (eds.), *Mass communication and society* (pp. 315-348). London: Hodder Arnold.

- Huffschmid, A. (2004). *Diskursguerilla, Wortergreifung und Widersinn. Die Zapatistas im Spiegel der mexikanischen und internationalen Öffentlichkeit*. Heidelberg: Synchron.
- Ibáñez Gracia, T. (2003). El giro lingüístico. En: L. Iñiguez Rueda (ed.), *Ánalisis del Discurso. Manual para las ciencias sociales* (pp. 23-45). Barcelona: Editorial Universitat Oberta Catalunya.
- Inzunza Moraga, A. & Browne, R. (2017). Hacia un periodismo intercultural desocidentalizado. Medios de comunicación y construcción de identidades. *Chasqui* (133), pp. 229-245.
- Jäger, S. (2010). Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs- und Dispositivanalyse. En: R. Keller, A. Hirseland, W. Schneider & W. Viehöver (eds.), *Handbuch sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. 3. ed.* (pp. 91-124). Wiesbaden: VS.
- Jarren, O. & Donges, P. (2006). *Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft*, 2. ed. Wiesbaden: VS.
- Lippmann, W. (1964). *Die öffentliche Meinung*. München: Rütten & Loening.
- Mohanty, C. (1991). Under Western Eyes, Feminist Scholarship and Colonial Discourses. En C. Mohanty, A. Russo & L. Torres (eds.), *Third World Women and the Politics of Feminism* (pp. 51-80). Bloomington: Indiana University Press.
- Mudimbe, V.Y. (1988). *The Invention of Africa*. Bloomington: Indiana University Press.
- Nonhoff, M. (2006). *Politischer Diskurs und Hegemonie. Das Projekt „soziale Marktwirtschaft“*. Bielefeld: Transcript.
- Östgaard, E. (1965). Factors influencing the flow of news. *Journal of Peace Research*, 2(1), pp. 39-63.
- Powlick, P. J. (1995). The sources of public opinion for american foreign policy officials. *International Studies Quarterly*, 39(4), pp. 427-451.
- Reinemann, C. (2003). *Medienmacher als Mediennutzer. Kommunikations- und Einflussstrukturen im politischen Journalismus der Gegenwart*. Köln, Weimar & Wien: Böhlau.
- Said, E. W. (2008). *Orientalismo*. Barcelona: Random House.
- Sartori, G. (1976). *Parties and Party Systems: A Framework for Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Spivak, G. C. (1999). *A Critique of Postcolonial Reason. Toward a History of the Vanishing Present*. Cambridge & London: Harvard University Press.
- Torrico Villanueva, E. (2016). *Hacia la comunicación decolonial*. Sucre: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Wanta, W., Golan, G. & Lee, C. (2004). Agenda-Setting and international news: Media influence in public perceptions of foreign nations. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(2), pp. 364-377.
- Weber, P. (2008): Nachrichtengeographie: Beschreibungsmodell und Erklärungsansatz auf dem Prüfstand. Untersuchung am Beispiel der Osteuropaberichterstattung deutscher Tageszeitungen. *M&K. Medien und Kommunikationswissenschaft*, 56(3-4), pp. 392-413.

- Westerstahl, J. & Johansson, F. (1994). Foreign News: News Values and Ideologies. *European Journal of Communication*, 9(1), pp. 71-89.
- Wilke, J. & Schenk, B. (1987). Nachrichtenwerte in der Auslandsberichterstattung: Historische Erfahrung und analytische Perspektiven. En J. Wilke & S. Quandt (eds.), *Deutschland und Lateinamerika: Imagebildung und Informationslage* (pp. 16-31). Frankfurt am Main: Vervuert.
- Ziai, A. (2004). Imperiale Repräsentationen. Vom kolonialen zum Entwicklungs-diskurs. *Sozialistische Positionen*, 4. Recuperado de <http://www.sopos.org/aufsaetze/408aa83e03940/1.phtml>.

Nuevos aportes desde Latinoamérica para el desarrollo del “Método Sincrónico-Diacrónico de Análisis Lingüístico de Textos”

*Novas contribuições Latino-americanas para o desenvolvimento do
“Método Sincrônico-Diacrônico da Análise Linguística de Textos”*

*New contributions from Latin America to the development of the
“Synchronic-Diachronic Method of Linguistic Text Analysis”*

María Laura PARDO

CIAFIC-CONICET, Argentina / pardo.linguistica@gmail.com

Mariana C. MARCHESE

CIAFIC-CONICET, Argentina / marianacmarch@yahoo.es

Matías SOICH

CONICET, Argentina / matias.soich@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Monográfico, pp. 95-114)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 15-08-2018 / Aprobado: 11-03-2019

Resumen

En el presente trabajo se presenta el *Método Sincrónico-Diacrónico de Análisis Lingüístico de Textos* desarrollado por uno de los autores y ampliado y profundizado por los otros, mediante el *Método de Abordajes Lingüísticos Convergentes y la Teoría de la Metáfora Conceptual*.

Los tres métodos son de carácter cualitativo y permiten un análisis lingüístico capaz de categorizar los discursos y vincular las categorías generadas a representaciones socio-discursivas. El Método general funciona, además, como una teoría básica o una teoría de rango medio.

Palabras clave: Método Sincrónico-Diacrónico de Análisis Lingüístico de Textos; Método de Abordajes Lingüísticos Convergentes; Teoría de la Metáfora Conceptual; triangulación de datos; Análisis Crítico del Discurso.

Abstract

This work presents the *Synchronic-Diachronic Method of Linguistic Text Analysis*, developed by one of the authors, and extended and deepened by the others through the *Converging Linguistic Approaches Method* and the *Theory of Conceptual Metaphor*.

These three methods are of qualitative nature and enable a linguistic analysis that is capable of categorizing discourses and linking the categories thus generated to socio-discursive representations. The general Method works also as a basic theory or a middle range theory.

Key words: Synchronic-Diachronic Method of Linguistic Text Analysis; Converging Linguistic Approaches Method; Theory of Conceptual Metaphor; data triangulation; Critical Discourse Analysis.

Resumo

Neste artigo apresentamos o *Método Sincrônico-Diacrônico de Análise Linguística de Textos* desenvolvido por um dos autores e ampliado e aprofundado pelos demais, através do *Método das Aproximações Linguísticas Convergentes e da Teoria da Metáfora Conceitual*.

Os três métodos são qualitativos e permitem uma análise linguística capaz de categorizar os discursos e vincular as categorias geradas às representações sócio-discursivas. O Método geral funciona, além disso, como uma teoria básica ou uma teoria intermediária.

Palavras-chave: Método Sincrónico-Diacrônico de Análise Linguística de Textos, Método de Abordagens Linguísticas Convergentes, Teoria da Metáfora

Conceitual, triangulação de dados, Análise Crítica do Discurso.

1. Introducción: el Análisis Crítico del Discurso y el debate metodológico

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) es el marco teórico e ideológico de este artículo. Esto se debe a que aquel busca estudiar las situaciones de vulneración social a partir del discurso. El ACD, según van Dijk (2003), no se define como un método aplicable al estudio de problemáticas sociales, sino como una perspectiva crítica sobre la realización del saber centrada en dichas problemáticas. Para Wodak (2003), la gestación del ACD se dio en un contexto en el que la sociolinguística no se centraba en investigaciones ligadas al ejercicio del control o de las jerarquías sociales, ni al abuso de poder, sino más bien en estudios asociados a las variaciones en el uso del lenguaje. En esa línea, la autora sostiene que el ACD llenó ese “vacío” así como que existe una relación de continuidad entre el ACD y la Lingüística Crítica (LC) (Fowler, Hodge, Kress, & Trew, 1979; Fowler, 1991, 1996; Hodge & Kress, 1993), porque la LC reúne una teoría social del funcionamiento del lenguaje en los procesos ideológicos con un método de análisis lingüístico. Aunque esto fue materia de debate entre los académicos (Fairclough, 1992; Raiter, 2010), esa idea de continuidad se debe a que tanto el ACD como la LC se apoyan sobre la base de que los discursos son ideológicos y de que el uso de los signos, es decir, la elección de una forma lingüística en lugar de otra, jamás reviste arbitrariedad (Lavandera, 1978).

Asimismo, en relación con el concepto *crítico*, Wodak (2003) detalla que, en un principio, surgió vinculado a los postulados de la Escuela de Frankfurt para, luego, ampliar su significado. En la actualidad, se utiliza dicho concepto con el fin de dar cuenta de que la meta de los estudios realizados desde el marco del ACD es visibilizar cómo operan las formas del lenguaje en contexto (esto es el discurso) en las relaciones de discriminación y de control social: “el ACD se propone investigar de forma crítica la desigualdad social tal como viene expresada, señalada, constituida, legitimada, etcétera, por los usos del lenguaje” (Wodak, 2003, p. 19). En relación con esto, y respecto de los principios que sostiene el ACD, van Dijk (1993) explica que no pretende solo contribuir a un paradigma teórico o a una teoría sobre el discurso, sino reflexionar sobre problemáticas sociales, proceso a partir del cual se alcanza, simultáneamente, un conocimiento más profundo del rol del discurso en la producción y en la reproducción de las situaciones de vulneración social.

Ahora bien, el ACD ha sido calificado como una teoría falta de rigor en el plano metodológico. El trabajo de Menéndez (2002) es un excelente exponente de los desacuerdos relativos a dicho plano. Cabe destacar que las objeciones presentadas en el artículo no solo afectan al ACD, sino también a cualquier investigación centrada en el análisis del discurso como herramienta para examinar problemáticas sociales. El desacuerdo central, según el autor, se puede sintetizar en que, en muchas ocasiones, el estupor y el interés que generaron los temas sociales analizados condujeron a una suerte de eclecticismo metodológico. Esta

suerte de eclecticismo que atentó contra los fines perseguidos, es decir, generó un desplazamiento desde el foco analítico hacia el foco temático. Así, se plantea que los trabajos enmarcados en el ACD reflexionan sobre temas sociales, pero sin fundamentos lingüísticos-discursivos claros. Bolívar (2013), también, señala que para estudiar conflictos sociales es preciso aportar evidencia lingüístico-discursiva. Según la investigadora, las investigaciones no deben proporcionar simples opiniones o comentarios sobre los textos, sino datos confiables.

Este documento se origina en la convicción de que ni el eclecticismo, ni el interés en los conflictos sociales deberían eclipsar la fundamentación metodológica. La experiencia recogida durante años de investigación manifestó que, justamente, la práctica analítica sobre el lenguaje en uso lleva a replantear una y otra vez su abordaje. Si como analistas del discurso no escucháramos esos replanteos, que conducen a ajustar y mejorar los métodos, estaríamos cercenando la pretendida potencia crítica de nuestros estudios.

A partir de lo expuesto y según Pardo (2011), se entiende que la aplicación de un método es lo que posibilita la toma de distancia crítica, porque el método media entre el investigador (como sujeto social con un sistema de creencias), los resultados del análisis y la interpretación de esos resultados. De esto, se desprende que los analistas críticos del discurso no solo debemos analizar, sino también producir métodos que puedan ser utilizados como herramientas para construir teoría social. En palabras de Pardo:

Muchas veces hemos leído si la lingüística o el análisis del discurso no necesitan una teoría social. Pues déjenme preguntarme lo contrario: si, acaso, no es indispensable saber analizar los discursos lingüísticamente para hacer teorías sociales. No se trata de la primacía de una disciplina sobre otra, sino de una interdisciplina, que pocas veces encuentra eco en las investigaciones sociales. (Pardo, 2011, p. 125)

La importancia de desarrollar un método propio, surgido en América Latina, como el que presentamos en este artículo radica en tres factores: a) la innovación que implica un método nuevo que cuestiona ciertos aspectos de la teoría lingüística como sucede con los nexos de valor, la noción de sujeto, la de emisión, entre muchas otras, que, si bien pueden discutirse, aportan una mirada diferente sobre distintos problemas acerca del lenguaje en uso; b) la aplicación de un método que surja de las problemáticas discursivas propias que nacen en nuestro continente; c) la transformación que implica en el trabajo de investigación contar con un método propio, nacido en nuestros problemas y que puede ampliarse y profundizarse, en primer lugar, para nuestra lengua e idiosincrasia, aunque ya se haya comenzado a aplicar en otras lenguas (véase marco teórico en este mismo artículo).

Además, resulta pertinente agregar que el ACD es acorde con el paradigma epistemológico en el que se apoya esta investigación: el paradigma interpretativista (Guba & Lincoln, 1998) y con la aplicación de herramientas metodológi-

cas cualitativas que posibiliten comprender problemáticas de esa misma naturaleza, como lo son las problemáticas sociales. A propósito de esto, Ramalho y Resende (2011) afirman que, dentro de los abordajes fundados en el interpretativismo, el ACD cuenta con conceptos asociados a categorías analíticas aplicadas sistemáticamente para alcanzar datos lingüístico-discursivos concretos.

Para finalizar y resumir, este trabajo se apoya sobre las ideas de que el análisis del discurso es una forma de examinar problemáticas sociales y de que, para ello, resulta necesario generar métodos de análisis. Por esta razón, a continuación, se presenta una serie de desarrollos metodológicos, que son fruto de un intenso trabajo, iniciado con las investigaciones de la Dra. María Laura Pardo y la formulación del *Método Sincrónico-Diacrónico de Análisis Lingüístico de Textos*.

2. El Método Sincrónico-Diacrónico de Análisis Lingüístico de Textos (MSDALT)

El *Método Sincrónico-Diacrónico de Análisis Lingüístico de Textos* (MSDALT) constituye, por un lado, una teoría acerca del lenguaje (Pardo, 1996, 2011) y, por otro, un método de análisis lingüístico de textos, que funciona como una teoría básica, o sea como una teoría que se genera inductivamente de los datos lingüísticos y permanece muy cercana a ellos en su teorización. En otras palabras, se trata de un método inductivo que relaciona representaciones discursivas con representaciones sociales y que funciona como una teoría básica que permite unir la práctica textual con la social (en términos de Fairclough, 1995) mediante datos que surgen del análisis (Strauss & Corbin, 2002).

El MSDALT ya ha sido enseñado y utilizado en diferentes universidades como la Universidad de Buenos Aires (Argentina)¹, la Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile), la Universidad Nacional de Brasilia (Brasil) y la Universidad Federal de San Carlos (Brasil) y ha sido presentado en la Universidad de Swansea, UK. En las cuatro Universidades mencionadas se han llevado a cabo investigaciones, tesis doctorales y publicaciones utilizando este método. Entre las publicaciones, se destacan: Pardo y Lorenzo-Dus (2010), Lorenzo-Dus y Pardo (2010); Pardo (2010); Prendergast (2018), Resende y Marchese (2011), entre otras. El método cuenta con traducción en portugués y también con varias de sus secciones en inglés.

El MSDALT permite categorizar el texto en categorías gramaticalizadas y semántico-discursivas. Ambas pueden seguirse en la sincronía de la emisión o en la diacronía del texto. La teoría se basa en varios principios del lenguaje: la jerarquización de la información, el dialogismo, la tonalización y la argumen-

¹ En Buenos Aires, se enseña en la Cátedra de Análisis de los Lenguajes de los Medios Masivos de Comunicación B, y muchas tesis ya han sido desarrolladas con el Método.

tación. El hablante dialoga interna y/o externamente con ese “otro” social (por lo que la noción de dialogismo de Bajtín (1988) es muy importante para este método), por esta razón se requiere de una argumentación. El hablante tiene la pretensión (consciente o inconsciente) de, al menos, alcanzar el “entendimiento” (Habermas, 1986) del otro, de igual manera jerarquiza la información (entendiendo por jerarquización en el plano macro: al tema y rema textual y al tema y rema de la emisión) y la tonalización (como una jerarquía en el plano micro, es decir, en las palabras que componen la emisión). Todos los textos orales y escritos contienen un número de categorías gramaticalizadas que, en general, son de carácter obligatorio, independientemente del género discursivo (Bajtín, 1988) en que estén insertas. Ellas son (Pardo, 2011):

- *Hablante-Protagonista* (en adelante *H-P*): este se corresponde con cualquier persona pronominal o referente nominal que tome el argumento del hablante. Es importante aclarar que esta categoría no necesariamente aparece en la posición de sujeto gramatical o lógico de la emisión.
- *Verbo (V) 1 o Nexo de Valor 1*: con el que el hablante acciona de alguna manera. Este verbo señala solo las acciones del sujeto y no la de otros actores en el texto.
- *Actor/Actores*: cualquier persona pronominal o referente nominal que toma los argumentos opuestos a los que sostiene el hablante.
- *Verbo 2 (Nexo de Valor 2)*: con el que el Actor/Actores accionan.
- Tanto la categoría de *Tiempo* como la de *Lugar* responden a la orientación espacio-temporal, necesaria y obligatoria de cualquier texto.
- *Operador pragmático (OP)*: suele aparecer en todos los textos y tiene distintas funciones, desde la de señalar cómo debe interpretarse una parte de la emisión, la de conectar distintas emisiones o sectores en la emisión o como recurso para interpelar o lograr la complicidad del oyente o lector.

Además, este método da cuenta de las categorías semántico-discursivas. Estas, a diferencia de las gramaticalizadas, no son de carácter obligatorio ya que varían de texto a texto y dependen de la interpretación del investigador. Para que una categoría de este tipo pueda ser considerada como tal, debe haber referencias directas o indirectas al tema de la categoría en cuestión en las emisiones restantes del texto. Cada categoría, sea semántico-discursiva o gramaticalizada, puede ser analizada como una unidad y estudiada en profundidad en la observación sincrónica (a lo largo de la emisión) y en la diacrónica (a lo largo del texto). También podemos verlas como propiedades, esto es, como categorías semántico-discursivas de una representación discursiva (y, por lo tanto, social) macro. Lo mismo sucede con las categorías gramaticalizadas (Pardo, 2011).

El análisis mediante el MSDALT se realiza reconociendo las diferentes categorías gramaticalizadas, que son las más fáciles de ubicar, dado que son obliga-

torias. Luego se buscan las categorías semántico-discursivas. Finalmente, cada una de las emisiones se analiza de igual modo, observando si las categorías grammaticalizadas se instancian también en cada una de ellas de modo completo o parcial e igual con las semántico-discursivas. Si hay información que no se concide con las categorías semántico-discursivas que ya han aparecido, se genera una nueva categoría que se aplique a la sección de la emisión bajo análisis. Este análisis debe realizarse teniendo en cuenta las emisiones, pero también el texto en su conjunto, por lo que se aconseja leer en primer término el texto completo. El cuadro en el que se muestra el análisis no es una grilla a completar, sino que constituye el orden en que aparecen las categorías en el uso de ese texto en particular (véase Pardo & Noblia, 2011). La Imagen 1, a continuación, esquematiza el diseño del MSDALT y los dos sentidos de su lectura.

Imagen 1. Esquematización del MSDALT y doble observación



Fuente: elaboración propia.

3. El Método de Abordajes Lingüísticos Convergentes para el ACD (MALC)

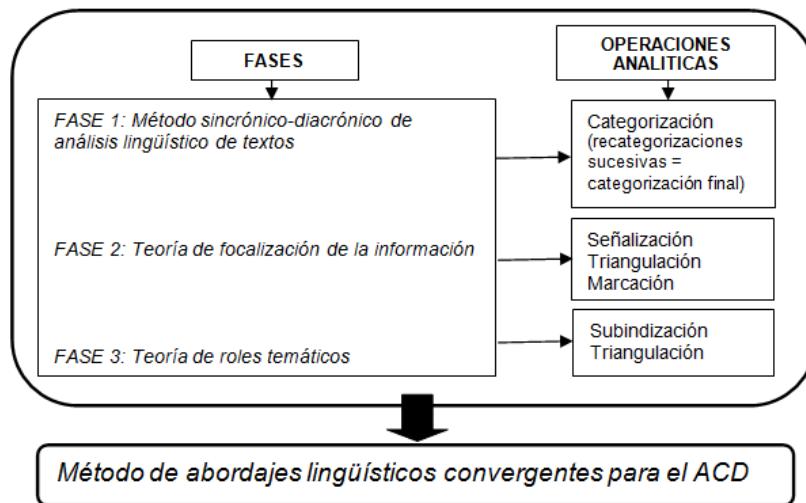
El *Método de Abordajes Lingüísticos Convergentes para el ACD* (MALC) logra un análisis lingüístico-discursivo que incluye diversos aspectos que, precisamente, convergen en la construcción del significado de un discurso, es decir, logra un estudio holístico (Ferrater Mora, 2001) de los discursos. En este sentido, el método es una herramienta heurística (en tanto técnica de indagación y de descubrimiento) y profundiza el examen de los textos, concibiéndolos como unidades de análisis sociodiscursivas. Asimismo, esta herramienta analítica es acorde con el programa de investigación del ACD, dado que es un método (cuantitativo e inductivo) que posibilita estudiar, críticamente, el rol de los discursos dentro de las problemáticas sociales.

El MALC es una profundización del MSDALT (Pardo, 1995, 2001, 2008, 2011). Así, el MSDALT constituye la primera fase del análisis sobre la cual se aplican la *Teoría de Focalización de la Información* (TFI) (Marchese, 2011) (segunda fase

del análisis) y la *Teoría de Roles Temáticos* (TRT) (tercera fase del análisis). La TFI incluye la tonalización y la jerarquización de la información (Firbas, 1966; Lavandera, 1986; Pardo, 1996, 2011), mientras que la TRT se apoya en Halliday y Matthiessen (2004). Cada fase del análisis está ligada a operaciones analíticas: categorización (primera fase), señalización, triangulación de datos y marcación² (segunda fase) y, finalmente, subindización y triangulación de datos (tercera fase). La elección de los abordajes que componen la fase 2 y la fase 3, con los cuales se profundiza la potencia analítica del MSDALT, se debe a que su conjunción posibilita el reconocimiento de y la reflexión sobre las representaciones discursivas socialmente circulantes, además, que, con la excepción de los roles temáticos, fueron indicados por Pardo como principios del lenguaje³.

Primero, el MSDALT releva la categorización del mundo materializada en los discursos. Segundo, la TFI (con sus dos nociones nucleares: *categoría focal* y *zona focal*) identifica cuáles son las categorías focalizadas y cuáles son los recursos utilizados para reforzar y para mitigar la información. Tercero, la TRT estudia los roles de los participantes que aparecen en el discurso. A continuación, la Imagen 2 sintetiza el diseño completo del MALC⁴. Este artículo se detendrá en la operación de categorización (fase 1) y en las operaciones de señalización y de triangulación de datos (fase 2).

Imagen 2. Diseño completo del Método de Abordajes Lingüísticos Convergentes para el ACD



Fuente: elaboración propia.

2 Esta denominación no está relacionada con los conceptos marcado y *no-marcado*.

3 Otros de los principios, no incluidos en el MALC, son la argumentación y el dialogismo.

4 El MALC posee una cuarta fase en desarrollo vinculada al análisis del género discursivo y del contexto.

El proceso de diseño del MALC siguió dos líneas: a) utilizar una herramienta ofimática (computacional) que permitiera reunir, en un único archivo de trabajo, el MSDALT con las teorías de tonalización de la información, de jerarquización de la información y de roles temáticos y b) como consecuencia de (a), obtener un modo de visualización del análisis en el cual se apreciara cómo las subunidades menores (las emisiones) toman significación en tanto que son parte de una unidad mayor (el discurso).

FASE 1 del MALC: operación de categorización

La fase 1 del MALC (es decir, la aplicación del MSDALT) provee las categorías discursivas mencionadas en el apartado anterior. Estas categorías dan cuenta del modo en que los sujetos sociales ordenan el mundo. En otras palabras, *categorizar* refiere al proceso mediante el cual un individuo asigna a otro individuo, a un objeto o a una situación una serie de propiedades que son las que construirán ese objeto, esa situación o a ese individuo. Como también fue explicado en el apartado anterior, la lectura del análisis es sincrónica (ocurrencia sucesiva de emisiones) y diacrónica (cómo se va cargando, semánticamente, una categoría en el devenir del discurso).

FASE 2 del MALC: operaciones de señalización y de triangulación de datos

El *Principio de jerarquización de la información* (Pardo, 2011) es el punto de origen de la TFI (Marchese, 2011). Esta constituye la fase 2 del análisis e incorpora el estudio de la distribución de la información (Firbas, 1966; Pardo, 1986, 1996, 2011) y de la tonalización de la información (Lavandera, 1986; Pardo, 1996, 2011). Respecto de la distribución de la información, se sostiene que, en el devenir de la información dentro de una emisión en español, el emisor avanza desde lo que posee menor grado de dinamismo comunicativo hacia lo que posee mayor grado de dinamismo comunicativo. En este sentido, en español, el parámetro del *Principio de jerarquización de la información* es colocar en posición final de emisión aquella información que se desea enfatizar (Pardo, 2011).

Entonces, puesto que, en español, las zonas que poseen mayor grado de dinamismo comunicativo son aquellas que se posicionan hacia el final de cada emisión, se aborda el estudio de esas zonas mediante dos nociones: *categoría focal* y *zona focal*. Estas nociones, juntas, componen la TFI, cuya aplicación se desarrolla a través de las operaciones analíticas de señalización, de triangulación de datos y de marcación. Este artículo ilustra las operaciones de señalización y de triangulación de datos.

Una *categoría focal* es aquella categoría discursiva (gramaticalizada o semántico-discursiva) en la cual el emisor “puntúa”, es decir, la categoría con la cual el emisor cierra la emisión (punto final en la escritura o entonación descendente sumada a pausa larga en la oralidad). En general, la categoría focal no incluye más de siete palabras y reviste importancia, porque expresa el objetivo comunicacional o el punto de orientación de la emisión (Firbas, 1966).

Para realizar la operación de señalización de categorías focales dentro del análisis efectuado en la fase 1, se utiliza una combinación de letras inexistente en español: WF. Esta señalización, a modo de banderas, permite: a) identificar cuáles son las categorías focales y b) ejecutar la operación de triangulación de datos (cruce entre datos cualitativos y estadísticos), operación analítica a la que se procede luego de la operación de señalización. Estas operaciones se llevan adelante con herramientas informáticas de búsquedas y cálculos provistas por el mismo *software* (*Excel*) con el que se efectuó la fase 1 (operación de categorización), de modo tal que todos los datos en análisis están disponibles en un archivo único.

El Ejemplo 1, un fragmento del análisis de los fundamentos de un proyecto de ley relativo a la problemática habitacional de la Ciudad de Buenos Aires, ilustra la fase 1 y la fase 2⁵. El fragmento analizado es el siguiente:

e54[Para tener en cuenta algunos datos que dan cuenta de esta situación de emergencia, de la población total de la Ciudad (2.891.082 de habitantes) Censo INDEC año 2010 aproximadamente 500.000 personas viven en situación de emergencia habitacional, padeciendo graves problemas relacionados con el acceso a la vivienda y condiciones de habitabilidad en general.] e61[En el presente proyecto de ley, además de declarar la emergencia habitacional de la Ciudad, se insiste con la creación de un Fondo específico destinado a financiar políticas públicas de vivienda transitoria y permanente para la Ciudad.] e63[Una de las situaciones que se consideran dentro de lo que definimos como emergencia habitacional son aquellos casos donde las familias se encuentran en riesgo ambiental, o sea, aquellos asentamientos que están ubicados en las cercanías de un río contaminado, un cementerio de autos, un basural, y todos aquellos casos donde existe contaminación.]

Brevemente, la **operación de categorización** evidenció la siguiente distribución categorial: aparición de las categorías gramaticalizadas *OP*, *H-P* (*Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, GCBA*), *V1* (correspondiente a la categoría *H-P*), *ACTOR* (*Grupos familiares o personas en situación de pobreza*), *V2* (correspondiente a la categoría *ACTOR*), *TIEMPO* y *ESPACIO* (*Emergencia habitacional*); conjuntamente con la categoría semántico-discursiva: *SOLUCIÓN* (*Fondo para la emergencia habitacional*).

Las flechas horizontales exponen la lectura sintagmática (sincrónica) y la flecha vertical muestra cómo se van cargando, semánticamente, las categorías (lectura diacrónica). Por ejemplo, a modo de ilustración, respecto de la categoría *ESPACIO* (*Emergencia habitacional*), la lectura diacrónica revela la construcción de una situación de emergencia habitacional (de ahí, la denominación de la

⁵ Fragmento del corpus del proyecto de investigación *La representación de la problemática habitacional en discursos legales del GCABA referidos a personas en situación de pobreza (período 2008-2014). Aplicación del Método de Abordajes Lingüísticos Convergentes para el ACD*. El ejemplo apunta a ilustrar las etapas de análisis discursivo. No se incluirá, aquí, la etapa interpretativo-reflexiva sobre el análisis.

categoría): e54[...*situación de emergencia, situación de emergencia habitacional, graves problemas relacionados con el acceso a la vivienda...*] e61[...*emergencia habitacional...*] e63[...*emergencia habitacional..., riesgo ambiental...*]. El ejemplo, también, exhibe cómo, luego de la operación de categorización (fase 1), se sobreimpresionan las **operaciones de señalización y de triangulación de datos** (fase 2). La bandera WF señala las categorías focales y, a partir de esa señalización, se triangulan datos. En el ejemplo, se esquematiza el resultado de la triangulación, que da cuenta de que las categorías focales predominantes son *V1* (correspondiente a la categoría *H-P*) y *ESPACIO (Emergencia habitacional)* (resaltadas con color gris).

Ejemplo 1. Fase 1 y Fase 2: operaciones de categorización, señalización y triangulación de datos

Fundamentos del proyecto de ley N° 490/13							FASE 1: Operación de categorización
CATEGORÍAS DISCURSIVAS							
CATEGORÍAS GRAMATICALIZADAS							CATEGORÍA SEMÁNTICO-DISCURSIVA
OP	H-P (GCBA)	V1	ACTOR (GRUPOS FAMILIARES O PERSONAS EN SITUACIÓN DE POBREZA)	V2	TIEMPO	ESPACIO (EMERGENCIA HABITACIONAL)	SOLUCIÓN (FONDO PARA LA EMERGENCIA HABITACIONAL)
	e54[Para tener en cuenta		algunos datos que	dan cuenta		de esta situación de emergencia,	
			de la población total			de la Ciudad	
			(2.891.082 de habitantes) Censo INDEC año 2010	aproximadamente			
			500.000 personas	viven		en situación de emergencia habitacional,	
				padeciendo		graves problemas relacionados con el acceso a la vivienda y condiciones de habitabilidad en general.]WF	FASE 2: Operación de señalización

	e61[En el presente proyecto de ley,	además de declarar				la emergencia habitacional de la Ciudad,	
	se	insiste con la creación				de un Fondo específico	
		destinado a financiar				políticas públicas de vivienda	
					transitoria y permanente	para la Ciudad.] WF	
						e63[Una de las situaciones que	
se	considen-	ran				dentro de lo que	
	defini-	mos				como emergencia habitacional	
			son				
		aquellos casos				donde	
		las familias	se encuentran			en riesgo ambiental,	
o sea,						aquellos asentamientos que	
		están ubicados				en las cercanías de un río contaminado, un cementerio de autos, un basural, y todos aquellos casos donde	
		exista				contaminación.] WF	
CONTINUACIÓN DEL DISCURSO, QUE CONSTA DE 32 EMISIONES.						FASE 2: Operación de triangulación de datos	
CATEGORÍAS FOCALES							
OP	H-P (GCABA)	V1	ACTOR (GRUPOS FAMILIARES O PERSONAS EN SITUACIÓN DE POBREZA)	V2	TIEMPO	ESPACIO (EMERGENCIA HABITACIONAL)	SOLUCIÓN (FONDO PARA LA EMERGENCIA HABITACIONAL)
1	6	9	1	1	4	8	2

Fuente: elaboración propia.

4. La inclusión de la Teoría de la Metáfora Conceptual en el MALC

Con la “Teoría de la Metáfora Conceptual” (TMC) nos referimos a las investigaciones iniciadas por Lakoff y Johnson en el marco de la Lingüística Cognitiva (Lakoff, 2006; Lakoff & Johnson, 2003, 2009). Apartándose de la concepción que, desde Aristóteles en adelante, consideró la metáfora como una cuestión retórica y estilística, estos autores sostienen, al contrario, que aquella constituye una parte fundamental de nuestro pensamiento, nuestra forma de ver y comprender el mundo y, por tanto, de actuar y relacionarnos con él. El postulado básico de la TMC es que la metáfora consiste en “entender y experimentar un tipo de cosa en términos de otra” (Lakoff & Johnson, 2009, p. 41) y que nuestro sistema conceptual cotidiano es, en gran parte, de naturaleza metafórica.

En relación con la ya mencionada aplicación de herramientas metodológicas cualitativas para el estudio discursivo de problemáticas sociales, el análisis de las expresiones metafóricas desde la TMC aporta “una manera para encontrar jerarquías en los contenidos de una representación social o un sistema de representaciones (...) con una perspectiva cualitativa” (Rodríguez Salazar, 2007, p. 175). En este sentido, la TMC es coherente con los lineamientos del ACD. En consecuencia, ha sido aprovechada como una herramienta para analizar las expresiones metafóricas que aparecen en los textos en términos de su utilización como recursos lingüísticos, respecto de temas tan diversos como el discurso político (Charteris-Black, 2006; Thays, 2010), el discurso psicótico y delirante (Pardo, 2009; Martínez, Segovia & Benditkis, 2017), el discurso periodístico sobre la pobreza (Molina, 2012), el género y la diversidad sexual (Ortiz Casallas, 2017; Ribas & Todoli, 2008; Soich, 2016) y la relación con otros sistemas semióticos ligados a la espectacularización (Pardo Abril, 2012).

En este marco, la integración del análisis del sistema metafórico-conceptual al MALC retoma líneas de investigación metodológica propuestas desde el ACD (Pardo, 2011; Marchese, 2011). Dicha integración se realiza a través de lo que puede considerarse, en relación con esa propuesta, como una **quinta fase del análisis** que comprende distintas operaciones analíticas. La primera consiste en el relevamiento y la señalización de las expresiones metafóricas que aparecen en el texto. Al igual que la señalización de las categorías focales (segunda fase), esto se realiza directamente en el cuadro del MSDALT, a través de otra combinación de letras inexistente en español: “MF”. Para cada expresión metafórica, dicha bandera se ubica en aquella/s categoría/s (gramaticalizadas o semántico-discursivas) que contiene/n los elementos léxicos que aportan el sentido propiamente metafórico a la expresión. Así, tal como sucede con “WF”, la bandera “MF” permite contabilizar, para cada categoría discursiva, los elementos asociados a metáforas conceptuales e interpretar su distribución en el texto (operación de triangulación de datos).

El Ejemplo 2 muestra el análisis del siguiente fragmento de la historia de vida de NJ (varón trans de 29 años residente en CABA):

e43[Eh, si bien dicen que, no sé que el género es una construcción ¿no?] e44[Que vamos construyendo, yo creo que, que hoy, hace dos años ponele que empecé con todo este proceso yo.] e45[Eh, cuando me acepté ¿no?] e46[Me, dije sí, me pasaba esto.] e47[No no entendía.]

La fase 1 (aplicación del MSDALT) arrojó, para este fragmento, las siguientes categorías gramaticalizadas: *OP*, *H-P (NJ)*, *V1* (correspondiente al *H-P*), *ACTOR (investigador que registra la historia de vida de NJ)*, *V2* (correspondiente al *ACTOR*) y *TIEMPO*; y una categoría semántico-discursiva: *IDENTIDAD DE GÉNERO*. Al igual que en el Ejemplo 1, pueden verse aquí las operaciones de señalización y triangulación de datos correspondientes a la fase 2, a partir de las cuales se observa que las categorías focales predominantes son *V1* e *IDENTIDAD DE GÉNERO*. El Ejemplo 2 incorpora la fase 5 con las operaciones de señalización (bandera “MF”) y triangulación de datos, para aquellas categorías que contienen elementos léxicos asociados a expresiones metafóricas. En la emisión 43, por ejemplo, la categoría semántico-discursiva *IDENTIDAD DE GÉNERO* contiene la expresión metafórica *el género es una construcción*, mientras que, en la emisión 44, la categoría gramaticalizada *V1* contiene la expresión metafórica *vamos construyendo*. Ambas expresiones actualizan la metáfora estructural **EL GÉNERO ES UNA CONSTRUCCIÓN**.

Ejemplo 2. Incorporación de la Fase 5: operaciones de señalización y triangulación de datos respecto de las expresiones metafóricas

Historia de vida de NJ (05/06/2015)						
CATEGORÍAS DISCURSIVAS						CATEGORÍA SEMÁNTICO-DISCURSIVA
CATEGORÍAS GRAMATICALIZADAS						
OP	H-P (NJ)	V1	ACTOR (INVESTIGADOR)	V2	TIEMPO	IDENTIDAD DE GÉNERO
e43[Eh, si bien				dicen que,		
no sé				que		el género es una construcción MF WF
¿no?]				e44[Que		FASE 2: Operación de señalización de categorías focales
		vamos construyendo, MF				

	yo	creo que, que			hoy, hace dos años	FASE 5: Operación de señalización de expresiones metafóricas
p o n e l e que		empecé				con todo este proceso MF
	yo.]WF					
e45[Eh,					cuando	
	me	acepté MF WF				
¿no?]	e46[Me,	dije sí, MF				
	me					pasaba esto.] WF
		e47[No no entendía.]MF WF				FASE 2: Operación de triangulación de datos (WF)

CONTINUACIÓN DEL DISCURSO, QUE CONSTA DE 991 EMISIONES.

CATEGORÍAS FOCALES

OP	H-P (NJ)	V1	ACTOR (INVESTIGADOR)	V2	TIEMPO	IDENTIDAD DE GÉNERO
41	76	150	0	3	36	213

FASE 5: Operación de triangulación de datos (MF)

CATEGORÍAS CON ELEMENTOS METAFÓRICOS

OP	H-P (NJ)	V1	ACTOR (INVESTIGADOR)	V2	TIEMPO	IDENTIDAD DE GÉNERO
0	7	139	0	0	24	69

Fuente: elaboración propia.

La operación de triangulación muestra que, en este texto, *V1* e *IDENTIDAD DE GÉNERO* son, además de las principales categorías focales, las categorías con mayor cantidad de elementos asociados a metáforas conceptuales⁶. Obsérvese que la bandera “MF” coexiste en el cuadro con la bandera de categoría focal “WF”, pudiendo coincidir ambas en una misma categoría. De modo que la incorporación de la TMC al MALC permite analizar no sólo la jerarquización de la información al interior del sistema categorial del discurso, sino también su relación con las categorías más “metaforizadas”. En este sentido, es importante

⁶ Se aclara que la diferencia entre la cantidad total de emisiones del texto y la cantidad de categorías señalizadas para las fases 2 y 4 responde al hecho de que, por razones de espacio, no se muestran aquí todas las categorías obtenidas en la fase 1.

recordar que, si bien la cuantificación sirve para observar la tendencia general en el uso de ciertos tipos de metáforas, no basta por sí sola para dar cuenta de sus implicancias discursivas (Duarte, 2013). Para ello resulta fundamental, en esta fase del análisis, la triangulación entre datos cuantitativos y cualitativos, en función de la/s representación/es discursiva/s objeto de estudio.

A tal fin, se requirió una operación analítica adicional, consistente en la clasificación y sistematización de las expresiones metafóricas previamente señalizadas. Para ello se confeccionó, con el mismo *software* que en las fases anteriores, una tabla con los siguientes datos: ubicación de cada expresión metafórica en el texto (campo *Nº de emisión*), su clasificación según la TMC (campos *Metáfora*, *Tipo* y *Subtipo*), su categorización según el MSDALT (campo *Categoría*) y su grado de focalización según la TFI (campo *Zona focal*). Mediante la herramienta *filtro*, estos distintos campos pueden cruzarse selectivamente, visualizando, por ejemplo, solamente las metáforas estructurales sobre la identidad de género ubicadas en la categoría V1 y jerarquizadas en la zona focal. El Ejemplo 3 muestra la implementación de dicha tabla para las emisiones analizadas en el Ejemplo 2, más una emisión adicional (e411) que ilustra el uso del campo *Subtipo*⁷.

Ejemplo 3. Clasificación y sistematización cruzada de las expresiones metafóricas

Nº EM	EXPRESIÓN METAFÓRICA	METÁFORA	TIPO	SUBTIPO	CATEGORÍA	ZONA FOCAL
43	<i>el género es una construcción</i>	LA IDENTIDAD DE GÉNERO ES UNA CONSTRUCCIÓN	Estructural	-	IDENTIDAD DE GÉNERO	SÍ
44	<i>que vamos construyendo</i>	LA IDENTIDAD DE GÉNERO ES UNA CONSTRUCCIÓN	Estructural	-	V1	NO
44	<i>empecé con todo este proceso</i>	LA IDENTIDAD DE GÉNERO ES UN PROCESO	Estructural	-	IDENTIDAD DE GÉNERO	NO
45	<i>me acepté</i>	LA IDENTIDAD DE GÉNERO ES UNA ACCIÓN MENTAL	Estructural	-	V1	NO
46	<i>me dije sí</i>	LA IDENTIDAD DE GÉNERO ES UN DECIR	Estructural	-	V1	NO
47	<i>No no entendía</i>	LA IDENTIDAD DE GÉNERO ES UNA ACCIÓN MENTAL	Estructural	-	V1	SÍ
411	<i>esto yo ya lo traía</i>	LA IDENTIDAD DE GÉNERO ES UNA ENTIDAD	Ontológica	Sustancia y entidad	V1	NO

Fuente: elaboración propia.

De este modo, se abren nuevas posibilidades metodológicas y preguntas teóricas sobre la relación entre la metáfora conceptual, la jerarquización de la información y el sistema categorial que constituye el discurso. Por ejemplo, a partir del análisis de la representación discursiva *Identidad de género* en un *corpus* de historias de vida de personas trans (Soich, 2017), se halló que las catego-

⁷ En esa emisión, los pronombres “esto” y “lo” corresponden a la categoría semántico-discursiva *Identidad de género*. A través del verbo “traer”, esta es representada como una entidad física que puede transportarse de un lado a otro, dando lugar a una metáfora ontológica del tipo “sustancia y entidad” (Lakoff y Johnson, 2009).

rías más focalizadas tienden a coincidir con las categorías que contienen más expresiones metafóricas. También se observó que una gran parte de las expresiones analizadas ganaba su sentido propiamente metafórico a partir de la categoría gramaticalizada *VERBO* (como en *esto yo ya lo traía*, en la e411 del Ejemplo 3). Este tipo de observaciones surge, precisamente, gracias a la posibilidad de integrar holísticamente las distintas teorías y métodos.

5. Reflexiones finales

En este trabajo, presentamos el *Método Sincrónico-Diacrónico de Análisis Lingüístico de Textos* y otro método y teoría complementarios: el *Método de Abordajes Lingüísticos Convergentes* y la *Teoría de la Metáfora Conceptual*. Estos intentan ser un aporte al campo metodológico latinoamericano al igual que a los estudios lingüísticos discursivos, especialmente a aquellos que cuentan con una perspectiva crítica, ya que es necesario para su realización una metodología que permita dar cuenta, desde los datos lingüísticos, de las representaciones sociales que cada actor plasma en su discurso.

Estos métodos y teorías de neta raigambre cualitativa –y, por lo tanto, induc-tiva– permiten dar cuenta de diferentes problemáticas de índole social, prove-yendo datos lingüísticos y, a la vez, nos posicionan de modo tal de querer no solo dar luz a hechos sociales, sino también al rol que el lenguaje tiene en la socie-dad. Como lingüistas, nos interesa el rol social del lenguaje en los problemas más importantes de la ciudadanía, sin por eso dejar de buscar un mayor conoci-miento científico sobre el lenguaje en sí.

Creemos que la ciencia no debe estar apartada del contexto social en el que se desarrolla y que, a la vez, debemos continuar profundizando nuestro cono-cimiento científico sobre lo que constituye el eje de los estudios del discurso: el lenguaje en uso.

Referencias bibliográficas

- Bajtin, M. M. (1988). *Problemas de la poética de Dostoievski*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bolívar, A. (2013). La definición del corpus en los estudios del discurso. *Revista de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 13(1), 3-7.
- Charteris-Black, J. (2006). Britain as a container: immigration metaphors in the 2005 election campaign. *Discourse & Society*, 17(5), 563-581.
- Duarte, M. (2013). Redes de metáforas cognitivas en el discurso político: “el socia-lismo del siglo XXI” de Hugo Chávez. *Revista latinoamericana de estudios del discurso*, 13(1), 57-78.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press/

- Blackwell Publisher.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Ferrater Mora, J. (2001). *Diccionario de filosofía*. Barcelona: Ariel Referencia.
- Firbas, J. (1966). On defining the theme in functional sentence analysis. *Travaux Linguistiques de Prague*, 1, 267-80.
- Fowler, R. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. London: Routledge.
- Fowler, R. (1996). On Critical Linguistics. En R. Caldas-Coulthard & M. Coulthard (Eds.), *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis* (pp. 3-14). London: Routledge.
- Fowler, R., Hodge, B., Kress, G. & Trew, T. (1979). *Language and Control*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1998). Competing Paradigms in Qualitative Research. En N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Landscape of Qualitative Research. Theories and Issues* (pp. 195-220). Thousand Oaks: Sage.
- Habermas, J. (1986). *La teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.
- Halliday, M. A. K. & Matthiessen, C. M. I. M. (2004). *An Introduction to Functional Grammar* (3rd ed.). London: Edward Arnold.
- Hodge, B. & Kress, G. (1993). *Language as Ideology*. London: Routledge.
- Lakoff, G. (2006). The contemporary theory of metaphor. En D. Geeraerts (Ed.), *Cognitive Linguistics: Basic Readings* (pp. 185-238). Berlin-New York: Mouton de Gruyter.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2003). Afterword, 2003. En *Metaphors we live by* (pp. 243-273). London: The University of Chicago Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (2009). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- Lavandera, B. R. (1986). Decir y aludir: una propuesta metodológica. *Cuadernos del Instituto de Lingüística*, 1(1), 1-14.
- Lavandera, B. (1978). Where does the sociolinguistics variable stop? *Language in Society*, 7, 171-183.
- Lorenzo-Dus, N. y M. L. Pardo. 2010. La guerra de Malvinas desde la mirada televisiva de Argentina y Gran Bretaña. Un Análisis Crítico de la construcción discursiva de la memoria social, en: *Actas del IV Coloquio Nacional de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discursos*. Edición electrónica. Córdoba, Argentina.
- Marchese, M. C. (2011). *El texto como unidad de análisis socio-discursiva. Una propuesta a partir del Método sincrónico-diacrónico de análisis lingüístico de textos*. Buenos Aires: Tersites.
- Martínez, J., Segovia, S. & Benditkis, L. (2017). La representación de la depresión profunda en el discurso y sus subyacentes mapeos innovadores. *Discurso & Sociedad*, 11(2), 232-261.
- Menéndez, S. M. (2002). Los límites y los métodos: el caso del Análisis Crítico del Discurso. *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad. Lenguaje en contexto*

- desde una perspectiva crítica y multidisciplinaria, 4(1), 3-8.
- Molina, M. L. (2012). Qué muestran y qué ocultan las metáforas sobre la pobreza: un análisis desde la teoría de la tonalización. En *Actas del V Congreso Internacional de Letras “Transformaciones culturales. Debates de la teoría, la crítica y la lingüística”*. Buenos Aires: FFyL-UBA. Recuperado de <http://2012.cil.filof.uba.ar/actas>.
- Ortiz Casallas, E. (2017). Discursos y género, en relatos de hombres y mujeres. *El Ágora USB. Revista de Ciencias Sociales*, 17(1), 176-191.
- Pardo, M. L. (1986). Hacia una redefinición de las nociones de tema y rema. De la oración al discurso. *Cuadernos del Instituto de Lingüística*, 1(1), 59-93.
- Pardo, M. L. (1995). *La gestación del texto: la emisión líder* (Tesis doctoral). Ms.
- Pardo, M. L. (1996). *Derecho y Lingüística. Cómo se juzga con palabras*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Pardo, M. L. (2001). La expresión discursiva del mandato. Análisis lingüístico del texto de la ley de reforma laboral argentina. *Revista Iberoamericana de Discurso y Sociedad. Lenguaje en contexto desde una perspectiva crítica y multidisciplinaria*, 3(2), 117-137.
- Pardo, M. L. (2008). Una metodología para la investigación lingüística del discurso. En M. L. Pardo (Ed.), *El discurso de la pobreza en América Latina. Estudio de la Red Latinoamericana de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 55-78). Santiago de Chile: Frasís.
- Pardo, M. L. (2009). El uso de la metáfora en el discurso delirante. Un análisis multidisciplinario, en P. Bentivoglio, M. Shiro & F. Elrich (Comps.), *Haciendo discurso. Homenaje a Adriana Bolívar* (pp. 119-140). Caracas: Comisión de Estudios de Posgrado de la FHyE, Universidad Central de Venezuela.
- Pardo, M. L. (2010). Discourse as a tool for the diagnosis of psychosis: a linguistic and psychiatric study of communication decline, en N. Lorenzo-Dus (Ed.), en prensa, *Spanish at Work. Institutional Discourse in the Spanish-Speaking World* (pp. 227-251). Basingstoke, Inglaterra: Palgrave Macmillan.
- Pardo, M. L. (2011). *Teoría y metodología de la investigación lingüística. Método sincrónico-diacrónico de análisis lingüístico de textos*. Buenos Aires: Tersites.
- Pardo, M. L. y Lorenzo-Dus, N. (2010). The Falklands/Malvinas 25 Years on: A Comparative Analysis of Constructions of Heroism on Argentinean and British Television, en M. L. Pardo (guest editor), *Journal of Multicultural Discourses. Special Issue. Critical and Cultural Discourse Analysis from a Latin American perspective*, 5(3), 253-270.
- Pardo, M. L. y Noblia, V. (2011). Ni diálogo ni debate: la voz de la audiencia en los comentarios digitales sobre la pobreza, *Revista de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 15(2), 117-137.
- Pardo Abril, N. (2012). Metáfora multimodal: representación mediática del despojo, *Forma y Función*, 25(2), 39-61.
- Prendergast, M. (2018). Witnessing in the echo chamber: From counter-discourses in print media to counter-memories of Argentina's state terrorism. *Memory*

- Studies*, 1-22, DOI 10.1177/1750698018818222.
- Raiter, A. (2010). *Los límites del Análisis Crítico del Discurso*. Recuperado de <http://sujetosdelalengua.blogspot.com/2010/05/los-límites-del-análisis-crítico-del.html>.
- Ramalho, V., & Resende, V. M. (2011). *Análise de discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa*. Campinas: Pontes.
- Resende, V. y Marchese, M. 2011. “São as pessoas pobrezitas de espírito que agudizam a pobreza dos pobres”: análise discursiva crítica de testemunho publicado na revista Cais - o método sincrônico-diacrônico. *Cadernos de linguagem e sociedade*, 12, 150-178.
- Ribas, M. & Todoli, J. (2008). La metáfora de la mujer objeto y su reiteración en la publicidad. *Discurso & Sociedad*, 2(1), 153-169.
- Rodríguez Salazar, T. (2007). Sobre el estudio cualitativo de la estructura de las representaciones sociales. En T. Rodríguez Salazar y M. de Lourdes García Curiel (Coords.), *Representaciones sociales. Teoría e investigación* (pp. 157-188). Guanajuato: Universidad de Guadalajara.
- Soich, M. (2016). The collective need to be Inside, the individual spectacle of the Outer. Critical Discourse Analysis of the construction of discursive representations about travestis in Argentinean television. *Discourse & Society*, 27(2), 215-238.
- Soich, M. (2017). *Los devenires y la identidad de género: hacia un análisis lingüístico-co-crítico y conceptual de la construcción de representaciones discursivas sobre la identidad de género en historias de vida de personas trans de la Ciudad de Buenos Aires (2013-2015)* (Tesis doctoral). Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires.
- Strauss, A. & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Antioquia: Editorial Universidad de Antioquia.
- Thays, A. (2010). La metáfora conceptual en el discurso político venezolano: Rómulo Betancourt y Hugo Chávez Frías. *Revista latinoamericana de estudios del discurso*, 10(1), 9-33.
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283.
- van Dijk, T. A. (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad. En R. Wodak & M. Meyer (Comps.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 143-177). Barcelona: Gedisa.
- Wodak, R. (2003). De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). Resumen de su historia, sus conceptos fundamentales y sus desarrollos. En R. Wodak & M. Meyer (Comps.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 17-34). Barcelona: Gedisa.

Estrategias de resistencia en los discursos electorales de Nicolás Maduro

Strategies of resistance in the electoral speeches of Nicolás Maduro

Estratégias de resistência nos discursos eleitorais de Nicolás Maduro

Maritzá SOBRADOS-LEÓN

Universidad de Sevilla, España / sobrados@us.es

Aránzazu Román SAN MIGUEL

Universidad de Sevilla, España / arantxa@us.es

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Monográfico, pp.115-132)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 21-08-2018 / Aprobado: 25-03-2019

Resumen:

Nicolás Maduro ha sido el ganador de las elecciones presidenciales de mayo de 2018 en Venezuela, un proceso electoral marcado por un bajo nivel de participación y el desconocimiento de los resultados por la oposición y gran parte de la comunidad internacional. Siguiendo el paradigma teórico-metodológico del análisis crítico del discurso, en este artículo se analizan los discursos de Nicolás Maduro durante la campaña electoral, a fin de identificar en ellos sus características y las estrategias de resistencia al discurso dominante que sobre Venezuela se ha configurado en el escenario internacional. Los resultados revelan un enfoque positivo, centrado en la esperanza y en el futuro más que en desprestigiar a sus adversarios políticos, pero sin desvincularse del legado chavista.

Palabras clave: Análisis; elecciones; político; discurso; resistencia al cambio.

Abstract:

Nicolás Maduro was the winner of the presidential elections in May 2018 in Venezuela, an electoral process marked by a low level of participation and ignorance of the results by the opposition and a large part of the international community. Following the theoretical-methodological paradigm of the critical analysis of discourse, this article analyzes Nicolas Maduro's discourses during the electoral campaign, in order to identify their characteristics and the strategies of resistance to the dominant discourse that has been configured about Venezuela in the international scene. The results reveal a positive approach, focused on hope and the future rather than discrediting its political adversaries, but without disassociating itself from the chavista legacy.

Key words: Analysis; elections; politician; speech; resistance to change.

Resumo

Nicolás Maduro foi o vencedor das eleições presidenciais de maio de 2018 na Venezuela, um processo eleitoral marcado por um baixo nível de participação e desconhecimento dos resultados da oposição e de grande parte da comunidade internacional. Seguindo o paradigma teórico-metodológico da análise crítica do discurso, este artigo analisa os discursos de Nicolás Maduro durante a campanha eleitoral, a fim de identificar suas características e as estratégias de resistência ao discurso dominante que se configurou na Venezuela. a cena internacional. Os resultados revelam uma abordagem positiva, focada na esperança e no futuro, em vez de desacreditar seus adversários políticos, mas sem se dissociar do legado chavista.

Palavras-chave: Análise; eleições; político fala; resistência à mudança.

1. Introducción

Hace años que la situación venezolana está en el centro de atención del mundo entero, primero con Hugo Chávez, al frente de la revolución bolivariana, y después con Nicolás Maduro, elegido por el propio Chávez como su sucesor. Maduro, consciente del fervor popular que despertaba Chávez, “el comandante eterno”, conformó su estrategia política en torno a la figura del líder fallecido en las elecciones presidenciales de 2013.

Para Arenas y Gómez Calcaño (2006, p. 367) “el mito de Chávez bebe de la fuente del mito original del Libertador como héroe sagrado (...) Y es que Bolívar y su alegoría han funcionado como un pasado que siempre ha estado presente sin llegar nunca a ser pasado”. El Movimiento Bolivariano reivindica los ideales de Simón Bolívar, vencedor de la dominación exterior, y se convierte en el nexo entre Chávez y el Libertador, considerado Padre de la Patria, así Chávez se transforma en “el descendiente mítico de Bolívar” (Montero, 1994, p. 95).

Aferrándose a ese nexo creado entre Chávez y Simón Bolívar, Maduro centró su campaña de 2013 en su identificación absoluta con el líder recién fallecido, dijo que había inscrito su candidatura por orden del comandante Hugo Chávez, que sería fiel a su legado y se reconoció como “hijo de Chávez”. Si bien la utilización de Chávez-mito como fuente de legitimidad política evidenció una falta de perfil político propio, fue suficiente para que Maduro ganara las elecciones a Henrique Capriles, aunque por un estrecho margen.

En 2013, Nicolás Maduro prometió proseguir con la revolución socialista bolivariana para conseguir pobreza cero; sin embargo, hoy Venezuela tiene una tasa de inflación que el Fondo Monetario Internacional prevé del 1.000.000% en 2018 y una tasa de desempleo del 33,3% en 2018 y del 37,4% para 2019, situación que ha forzado a emigrar a 1,6 millones de venezolanos, según la Organización Internacional de las Migraciones. En un panorama de crisis social, política y económica, Maduro ha afrontado su reelección con una nueva promesa, la de hacer todos los cambios económicos que necesita Venezuela.

La campaña electoral se erige en el proceso fundamental para la consecución del voto del electorado. Es “la batalla de comunicación en la que fundamentalmente se trata de construir una diferencia a nuestro favor en la percepción del electorado, llevar la discusión al campo que más nos favorece, a los temas, a los escenarios y al estilo en los que podamos salir ganando” (Fara, 2002, en García & D'Adamo, 2004, p. 8).

Nos preguntamos qué tipo de recursos y estrategias discursivas utiliza Maduro en la campaña electoral de 2018 para mantener la esperanza del pueblo y contrarrestar el discurso contrario a su régimen proveniente de instituciones y gobiernos extranjeros. Este interrogante nos lleva a plantear como objetivo de este trabajo, analizar los discursos de la campaña electoral de Maduro para establecer las características de su mensaje que operan como estrategias de resistencia al discurso dominante sobre Venezuela en el escenario internacional.

Con Chávez se inicia una construcción discursiva sobre la revolución bolivariana del pueblo y para el pueblo en espacios públicos y privados, en un proceso de legitimación de las relaciones de poder, que ha continuado Maduro. Las potencias occidentales han respondido articulando un discurso antagónico, cuya lógica se asienta en la homogeneidad de la sociedad y una economía global, así como en la reprobación de la constitución de un nuevo orden. No es objetivo de este trabajo estudiar ese discurso dominante, sino cómo lo enfrenta el líder venezolano.

La situación sociopolítica actual de Venezuela también ha reavivado el debate del populismo en América Latina. Retamozo (2017) en un repaso de la obra de Ernesto Laclau, reconoce al argentino como un gran impulsor del estudio del populismo, “es difícil sostener que exista una teoría del populismo desarrollada como tal en otros trabajos que no sea la de Ernesto Laclau. Lo que existe, y es legítimo, son definiciones del concepto, pero incluir la definición de un término no implica una teoría” (p. 158).

En *La razón populista* (2005), Laclau concibe el populismo como una lógica política, un modo de articular demandas dispersas, es decir la conformación del ‘pueblo’ es un proceso que parte de demandas insatisfechas que son heterogéneas, pero que se homogenizan en el discurso del líder (articulación equivalencial). Otra “precondición” del populismo es “la formación de una frontera interna antagónica separando el ‘pueblo’ del poder” (p. 99).

(...) Si me refiero a un conjunto de agravios sociales, a la injusticia general, y atribuyo su causa a la “oligarquía”, por ejemplo, estoy efectuando dos operaciones interrelacionadas: por un lado, estoy constituyendo al pueblo al encontrar la identidad común de un conjunto de reclamos sociales en su oposición a la oligarquía; por el otro, el enemigo deja de ser puramente circunstancial y adquiere dimensiones más globales. (p. 126)

Laclau (2006, p. 58) también contempla en la emergencia del populismo la aparición de símbolos comunes y la centralidad de un líder que interpele “a estas masas frustradas por fuera del sistema vigente y contra él” y “cuya palabra encarna este proceso de identificación popular”.

2. El análisis crítico del discurso, como teoría y método

Para responder al objetivo planteado en este trabajo, se atiende a los principios teóricos sobre el Análisis Crítico del Discurso (ACD) de autores como Teun van Dijk, Fairclough y Wodak, y de Neyla Pardo desde la perspectiva latinoamericana. En América Latina se están desarrollando importantes investigaciones con un enfoque crítico del discurso, la creación de la Asociación Latinoamericana de

Estudios del Discurso (ALED) indica que el ACD ha echado raíces en una región con grandes problemas sociales, políticos y económicos.

Los principios básicos del ACD que esbozaron Fairclough y Wodak en 1994 (en van Dijk, 1999. P. 24-25), hoy en día sirven de inspiración a muchos de los analistas críticos del discurso:

1. El ACD trata de problemas sociales.
2. Las relaciones de poder son discursivas.
3. El discurso constituye la sociedad y la cultura.
4. El discurso hace un trabajo ideológico.
5. El discurso es histórico.
6. El enlace entre el texto y la sociedad es mediato.
7. El análisis del discurso es interpretativo y explicativo.
8. El discurso es una forma de acción social.

Considerado como teoría (Fairclough y Wodak, 2000) y como método (Fairclough, 2001), el ACD, en su esfuerzo por evidenciar las relaciones de poder, “proporciona detallados y sistemáticos análisis de las estructuras y estrategias de texto y habla, y de sus relaciones con los contextos sociales y políticos” (van Dijk, 1999a, p. 24). El discurso es un “evento comunicativo bastante complejo”, en el que participan actores sociales en diversos roles “hablante/escribiente y oyente/lector (pero también en otros roles como observador o escucha)” que además se da “en una situación específica (tiempo, lugar, circunstancias) y determinado por otras características del contexto” (van Dijk, 1999b, p. 246). Las relaciones de poder se inscriben en este acto comunicativo complejo, cuando el hablante controla el contexto.

Van Dijk en su obra *Texto y Contexto* (1980), desarrolla ampliamente la semántica y la pragmática del discurso, lo que le permite relacionar el análisis del texto con el del contexto, es decir añade la interpretación pragmática al análisis de la estructura semántica del discurso.

El ACD es un enfoque interdisciplinario del análisis del discurso que considera “el lenguaje como una forma de práctica social” (Fairclough, 1989, p. 20). El lenguaje es un vehículo fundamental en la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann, 1998) y, en la relación entre poder y lenguaje, el ACD contribuye a desvelar el sentido oculto en el discurso, con el objetivo último de promover cambios sociales (Pardo, 2007).

Van Dijk reconoce el ACD como un movimiento en el Análisis del Discurso “de querer centrarse sobre problemas sociales”, para lo que se puede usar cualquier método, como el análisis de la conversación, de la argumentación, de la narración, etc. Más recientemente, el estudioso holandés prefiere utilizar el término Estudios Críticos del Discurso (ECD).

Evito el término ACD porque sugiere una metodología de análisis del discurso y no una perspectiva o actitud crítica en el campo de los estudios del discurso (...) El enfoque crítico de los ECD caracteriza a los académicos más que a sus métodos: los académicos de los ECD y su investigación están sociopolíticamente comprometidos con la igualdad y justicia sociales (...) Su investigación puede concluir que determinadas formas de discurso dominantes son injustas o ilegítimas, por ejemplo, porque violan derechos humanos y sociales. (van Dijk, 2016, p. 139)

Para Pardo los Estudios Críticos del Discurso ECD son “una postura teórico-metodológica” que ha provocado “cambios fundamentales en la concepción sobre lo que implica para el analista del discurso (...) analizar y comprender los problemas socioculturales desde los discursos propios de los grupos y las comunidades”. Los ECD han perfeccionado los procesos de análisis e interpretación de los contenidos discursivos, “logrando una mayor articulación entre el uso de la lengua, el sujeto que produce e interpreta la significación y las condiciones sociales y culturales que originan y estructuran el hecho discursivo” (Pardo, 2007, p. 14).

En definitiva, el ACD se propone desentrañar las relaciones de poder presentes, tanto en los elementos lingüísticos como no lingüísticos del discurso, las repercusiones sociales e ideológicas del discurso desde una postura crítica y toma partido contra el abuso del poder, la desigualdad social, etc. porque “denuncian las estrategias, a veces ocultas, de las élites poderosas, y proporcionan instrumentos para la resistencia. En este sentido, el ACD es una estrategia de solidaridad activa con los sectores más desvalidos de la sociedad” (van Dijk, 2003, p. 10). Adriana Bolívar alude al compromiso social que implica el ACD cuando se pregunta “¿Dónde reside el compromiso? Justamente en cómo los académicos debemos llamar la atención sobre el proceso de construcción (y destrucción) de realidades con la palabra” (Bolívar, 1997, p. 22).

3. Metodología

El objeto de este estudio son los discursos de Nicolás Maduro en la campaña electoral para las elecciones presidenciales de Venezuela, que comenzó el 20 de marzo y finalizó el 17 de mayo de 2018. El corpus está compuesto por 4 discursos; 3 son propiamente de la campaña -de los 9 que ofreció en total-, y uno del día que fue proclamado vencedor de las elecciones. No todos los discursos de la campaña se podían visionar completos, de allí que la muestra no pudiera ser más amplia. Los discursos analizados corresponden a los ofrecidos el 24 de abril en Valencia, en el Estado de Carabobo; el 2 de mayo en La Guaira, capital del Estado de Vargas; el del 17 de mayo en la capital de la República, Caracas, con el que se cierra de la campaña y el del 20 de mayo, desde el Palacio de Miraflores, cuando se dirige al país como presidente reelecto.

Los discursos fueron visionados a través de YouTube, de la retransmisión en directo que emitió la cadena pública venezolana, Venezolana de Televisión (VTV), con un amplio despliegue de cámaras y micrófonos, además de traducción simultánea en lengua de signos durante todas las intervenciones.

Se utiliza la combinación cualitativa-cuantitativa “que se basa en la idea de que cualquier dato identificado implica tanto cualidad como cantidad” (Mejía-Arauz, 2003, p. 24). La complementariedad de técnicas cualitativas y cuantitativas es muy recurrente en las investigaciones en ciencias sociales, de cada una de ellas se extrae información diferente, pero que permite interpretar a la otra, o, dicho de otra manera, las debilidades de una se compensan con las fortalezas de la otra.

La técnica cuantitativa fue útil para identificar los elementos más repetidos por el candidato y, por tanto, más relevantes; y el enfoque cualitativo para indagar sobre el sentido del discurso. Lo cualitativo admite cuestiones fundamentales de las ciencias sociales como la historia, la política y los factores situacionales que influyen o determinan los fenómenos investigados (Pardo, 2007).

Tras un proceso reflexivo sobre el corpus, se procedió a establecer los referentes (personajes, países e instituciones), sus roles y sus atributos (cualidades, positivas o negativas, que el emisor del discurso atribuye sobre un referente). Los atributos no aparecen necesariamente de forma literal en el discurso, la selección responde al sentido que Maduro les da a los referentes que utiliza en sus intervenciones de forma recurrente. Los atributos pueden significar “aprobaciones o desaprobaciones explícitas en el relato, que indican la existencia de controles y de controladores, y de normas para pautar la forma en la que el personaje desempeña el rol” (Serrano, 2004, p. 210).

Tomando la palabra como unidad de análisis, se cuantificó el número de veces que se repetía la unidad a lo largo de las casi 4 horas de discurso de Maduro, en las que se incluye los preliminares del mitin presidencial que también se analizan. Se tuvieron que agrupar determinadas palabras con significados similares a fin de no hacer una lista inabordable; por ejemplo, en Crecimiento económico se agruparon Prosperidad y Recuperación económica. Igualmente, se analizó la presencia, física y oral, de tres símbolos que la revolución bolivariana ha hecho suyos: Simón Bolívar, la bandera y Chávez, convertido en símbolo después de su muerte.

4. Resultados y discusión

En todos los discursos VTV conecta en directo para todo el país, sus crónicas recuerdan la retransmisión de un evento deportivo. En Carabobo, por ejemplo, el presentador, un *speaker*, anuncia entusiasmado la entrada del líder: “Lo recibe desbordado este pueblo revolucionario” acompañado “de la primera combatiente Cilia Flores”. El presidente y la primera dama entran bailando el himno

de la campaña a son de reggaetón y haciendo gestos al público similares a los que suelen hacer los ganadores de una competición deportiva.

Cilia Flores, la esposa de Nicolás Maduro, que exigió ser “la primera combatiente” en lugar de primera dama, lo acompañará a lo largo de toda la campaña electoral. Es habitual que Flores acompañe al presidente en sus mítines o verla bailando salsa y, al igual que los grandes líderes chavistas, ha tenido su propio programa de televisión “Con Cilia en familia”. Es pues, un elemento más en la puesta en escena del presidente, para la que elige espacios al aire libre, quizás en un intento de posicionarse cerca del pueblo, al que tanto menciona en sus discursos. Como señala van Dijk (2004), “controlar el discurso (...) significa ante todo controlar el contexto” y “dicho control del contexto está cuidadosamente organizado” (p. 20). Parte de la estrategia de Maduro para conectar con el pueblo es a través de la música y el baile que forman parte de la identidad colectiva. El escenario se presenta en un ambiente festivo, donde él y su esposa son uno más.

En su constante alusión al pueblo, Maduro se muestra cercano: “Me voy rumbo al corazón del pueblo para la victoria del 20 de mayo” (2 de mayo, La Guaira) e identifica a los que pertenecen a ese grupo como los actores principales de las decisiones políticas: “Y pregunto, ¿quién elige al presidente de la República?” La gente responde: “el pueblo” (24 de abril, Carabobo).

El público responde al candidato con familiaridad, visible en todos los cánticos y gestos que se desarrollan a lo largo de los discursos. “Vamos Nico” será una frase de aliento que el candidato escuchará en cada acto de campaña. En todas sus intervenciones, Maduro anima a gritar a mujeres y hombres para hacerse notar, proclamando vencedor a quien lo haga más fuerte, que suele ser siempre el sector femenino, excepto en el último discurso donde alude a un empate. Nuevamente se evidencia la relevancia del contexto “cuando los participantes interactúan en calidad de miembros de categorías sociales, grupos o instituciones (mujeres versus hombres, jóvenes versus adultos, etc.) (van Dijk, 2010, p. 25).

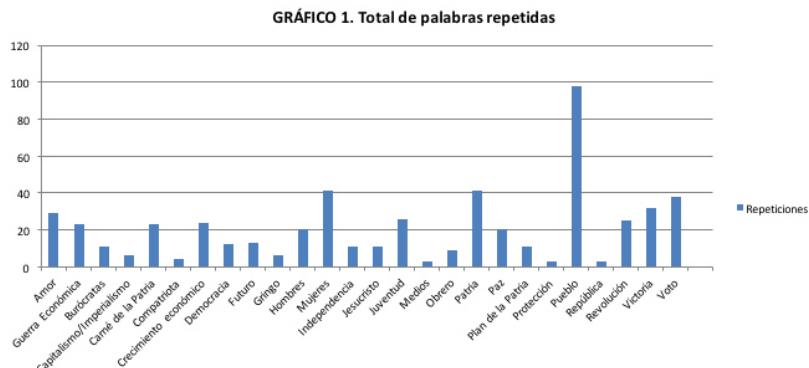
Esta estructura de presentación del candidato se repite en todos los discursos analizados, sin apenas cambios. Lo mismo ocurre con las intervenciones del presidente, que siguen un esquema en el que ocupan un lugar destacado el pueblo a quien dirige sus discursos y, dentro de éste, las mujeres y los jóvenes, en una estrategia que podríamos definir como de empoderamiento colectivo, que convierte al endogrupo (pueblo) en el vehículo para afrontar las dinámicas de la dominación extranjera (exogrupo). “Esta estrategia ideológica total de polarización puede ser aplicada a todos los niveles y dimensiones del discurso que sean capaces de expresar, señalar o enfatizar (o restar énfasis) a ‘Nuestras’ cosas buenas y a ‘Sus’ cosas malas” (van Dijk, 2004, p. 21).

En la identificación entre “nosotros” y “ellos”, el populismo establece una “frontera” basada en una relación antagónica: el pueblo y la oligarquía (amigos y enemigos). Cuando el líder venezolano apela al pueblo, lo hace como a una unidad hacedora y beneficiaria de la democracia: Venezuela libre, soberana

frente al poder exterior, encabezado por Estados Unidos, el enemigo del pueblo venezolano.

4.1. Las palabras más repetidas en el discurso electoral de Maduro

GRÁFICO 1. Total de palabras repetidas



La palabra que más se repite con diferencia es Pueblo (98 veces), seguida de Patria y Mujer (41 veces), Voto (38 veces) y Victoria (32 veces). El “pueblo”, según Laclau “no constituye una expresión ideológica, sino una relación real entre agentes sociales. En otros términos, es una forma de constituir la unidad del grupo” (2005, p. 97).

Las palabras Amor, Juventud, Revolución, Crecimiento económico, Carnet de la Patria¹ y Paz destacan también en el discurso de Maduro, en que se puede entrever un mensaje positivo en el que los asistentes se sientan reconocidos en sus necesidades y esperanzas; entre Pueblo, Mujer, Juventud y Hombres suman 185 veces la que se alude al público, que se convierte en el actor principal del mismo.

Las palabras Pueblo y Patria permiten una identificación con un imaginario común, en el que los símbolos, como la bandera, el himno o el Libertador de la nación, evocan al pasado compartido, pero también al futuro que está por construir. Cuando el presidente habla de futuro lo hace de forma directa e indirecta, un futuro con esperanza, la de que la revolución acabe con la guerra económica y se imponga el crecimiento económico y la estabilidad del país:

¹ El carné de la patria es un documento de identidad, con un sistema de códigos QR, que empezó a funcionar en mayo de 2017 para facilitar la digitalización de los pagos en el sistema de transporte público del Estado y el acceso a las cajas de alimentos subsidiados conocidas como CLAP, Comités Locales de Abastecimiento y Producción.

“Si nosotros nos acercamos o sacamos 10 millones de votos, las puertas del futuro se abren para toda Venezuela. Las puertas de la prosperidad, del equilibrio, del crecimiento económico real”.

“Mientras más votos saquemos, más garantía de paz, estabilidad. Más garantía de recuperación económica tendremos”.

En su constante apelación al pueblo, Maduro hace uso de un discurso emocional. “Las emociones desempeñan un rol evidente y omnipresente en la política (...), son todos sentimientos que juegan un papel fundamental en la formación de los movimientos sociales, en la vida de cada ciudadano, así como en la estrategia electoral de los partidos políticos” (Cossarini & García, 2015, p. 297)

El Carnet de la Patria le sirve para pedir el voto en contraprestación a los privilegios que aporta este documento creado por su Gobierno para ayudar a diferentes colectivos. Estos privilegios los irá repitiendo en todos sus discursos, adaptados al lugar que visita. En el primer discurso, en Valencia, hace un balance general de las prestaciones que ya ha puesto en marcha la iniciativa, entre las que destacan el “Plan Chamba Juvenil” del que se han beneficiado un millón de jóvenes; el parto humanizado, por el que se ha atendido a 450.000 embarazadas o el millón de personas con discapacidad atendidas. Maduro presenta a los venezolanos una situación en la que exalta las bondades del régimen como una estrategia para minimizar los problemas. Con los mecanismos creados, como el carnet de la patria, pretende mantener el control y legitimar su poder.

Venezuela es un país predominantemente cristiano y Maduro también utiliza ese recurso emocional cuando menciona a Jesucristo en sus discursos, la creencia religiosa pasa a formar parte de una auto definición de Maduro como hombre de fe y con ello la percepción de las cualidades positivas inherentes a ello, a la vez que es un mensaje de esperanza, “Cristo está con la revolución”. En América Latina es habitual el uso de la religión en la política y en Venezuela hay un “persistente discurso político-religioso” que “representa un ejemplo claro de persistencia del lenguaje religioso en el discurso público” (Rojas, 2012, p. 163).

Chávez también utilizaba la religión para acercarse al pueblo, se refería a Cristo como “el más grande socialista de la historia”. Maduro, fiel seguidor de su antecesor, afianzó en el imaginario colectivo al propio Chávez dentro de la simbología cristiana: “Cristo redentor se hizo carne, se hizo nervio, se hizo verdad en Chávez”, en un homenaje al cumplirse 5 meses de su muerte, o cuando dijo que se le apareció en forma de pajarito al inicio de la campaña electoral de 2013. Si Chávez convirtió en mito cristiano a Bolívar, Maduro hará lo mismo con Chávez.

En los discursos analizados, es una constante la petición de Maduro de la bendición de Dios para él y los presentes:

“Que Dios te bendiga”, repite hasta en 6 ocasiones mientras solicita que cojan en volandas y suban al escenario a una niña en silla de ruedas.

“Yo le pido al pueblo todos los días que ore por mí, que me de sus bendiciones. Y le pido a nuestro señor Jesús... el Cristo de los pobres, que bendiga con su

sangre bendita a todo el pueblo de Venezuela y que me bendiga y me proteja de todo mal y peligro..."

A la vez, afianza la imagen del Cristo revolucionario con la que se identifica:

Yo soy cristiano. El que asume la cruz de Cristo, para ir a darle su amor al pueblo, para ir a darle justicia al pueblo, para echar a los mercaderes del templo, a los mercaderes oligarcas del templo del pueblo (...) Como dijo, soy el camino, la verdad y la vida, amen.

El Plan de la Patria², Plan de Desarrollo Económico y Social, aparece 11 veces de forma directa, pero también de forma indirecta cuando el presidente habla de Paz, Protección social y Prosperidad económica, las 3P como él las denomina, porque son conceptos que aparecen en el citado Plan.

El final de los discursos de Nicolás Maduro está reservado en todos los casos a solicitar el voto de manera muy directa: "Denme 10 millones de votos y yo los llevaré a la paz, a la prosperidad económica y a la Venezuela potencia, así lo juro". Para alcanzar los 10 millones de votos pide a los asistentes que participen, como garantía de la victoria electoral, en el 1x10 y de la maquinaria 4x4: "Y yo les digo: preparamos la maquinaria del 4x4. ¿Ustedes saben dónde van a votar? ¿Y ya tienen su 1x10? ¿Tienen el carné del Partido Socialista? ¿Están dentro de la maquinaria del 4x4?", a lo que a gente enfervorecida grita: "sí". El 1x10 es una fórmula de movilización popular en la que una persona se debe encargar de buscar 10 votos más, y la segunda un sistema con la que se pretende llegar a todas las personas de un territorio y verificar su participación.

Maduro se muestra confiado en la victoria, palabra que utiliza en su despedida: "Hasta la victoria siempre Carabobo", "Y digo desde la Guaira ¡hasta la victoria siempre patria!". Los discursos acaban siempre con música típica caribeña, aunque en el discurso de cierre de campaña se escucha el himno compuesto a propósito para la misma: "Todos con Maduro". Las últimas imágenes son para el candidato bailando en el escenario-pasarela montado para la ocasión, cerca del público junto a su esposa y los miembros del comité de campaña que le acompañan.

De las 27 palabras codificadas, 22 son positivas, el 81,5%, y el resto, 18,5%, son negativas, de acuerdo al sentido con que las utiliza el líder bolivariano. Las palabras negativas son: Guerra económica, la más utilizada (23), seguida de Burócratas (11), Capitalismo/Imperialismo (6), Gringo (6) y Medios de comunicación (3).

² El Plan de la Patria contempla 5 objetivos históricos a largo plazo, de los cuales se derivan 24 objetivos nacionales y 150 objetivos estratégicos y generales. Entre los objetivos históricos figuran: Defender, expandir y consolidar la independencia nacional, seguir construyendo el socialismo bolivariano del siglo XXI como alternativa al sistema destructivo y salvaje del capitalismo o convertir a Venezuela en un país potencia en lo social, lo económico y lo político.

En septiembre de 2013, Maduro empezó a hacer las primeras denuncias de “guerra económica” contra su gobierno. En los discursos analizados el presidente, en una estrategia de inversión de la responsabilidad, culpa de la hiperinflación, falta de alimentos, medicinas y suministros de agua y luz, a los “oligárcas” que dirigen esta “guerra económica”. Habla de vencer a las “mafias económicas” que promueven un precio “criminal” del dólar”. De acuerdo con Laclau (2005), el populismo se manifiesta en el contexto de un antagonismo explícito frente a los intereses del pueblo.

A partir del segundo discurso, el 2 de mayo en La Guaira, Maduro se muestra más combativo, ataca directamente a su principal competidor, Henri Falcón, acusándole de querer dar el puerto de la Guaira a los “gringos” y pone de ejemplo a Puerto Rico como “colonia gringa” que es pobre. También amenaza con llamar al pueblo a las armas “si algún **día llegara un gobierno que pretenda entregar las riquezas**” porque “este pueblo no se va a calar jamás. Un gobierno entreguista, neoliberal y capitalista, jamás”. Las alusiones al Capitalismo/Imperialismo aparecen siempre en este contexto.

Cuando el líder venezolano se dirige a los medios de comunicación, en especial a los extranjeros, lo hace para exigirles que dejen de presionar su candidatura y presentarla como una candidatura contra los intereses del pueblo. A pesar de ello, la utilización de las palabras con sentido negativo termina, casi siempre, con una llamada al diálogo “para hacer mejor las cosas en Venezuela”, es una llamada a los otros candidatos, pero también a sus opositores extranjeros.

4.2. Análisis de los referentes en relación con sus atributos y sus roles

En esta segunda parte del análisis, se cuantifican los referentes, se establecen sus roles y su relación con los atributos que Maduro les atribuye con un sentido positivo o negativo. Pueblo que ya ha sido cuantificado como palabra aparece también como referente porque interesaba conocer cuáles son los principales atributos o cualidades que el presidente le atribuye al pueblo venezolano. Sin embargo, Chávez o Bolívar no se cuantificaron como palabras porque son utilizadas por Maduro como símbolos, trascienden a un significado más amplio como estructura cognitiva común.

Pueblo es la palabra más utilizada (Gráfico 1) y el principal referente (Tabla 1), cuyo rol es el de beneficiario de la revolución. Chávez es mencionado 27 veces, en el rol de Comandante eterno se le asigna 4 atributos: Patriota, Héroe, Cristiano y Revolucionario; los dos primeros los comparte con el otro personaje símbolo del bolivarianismo, el Padre de la patria, Simón Bolívar, quien además es el Inspirador de la revolución. Bolívar aparece solo 10 veces, pero es importante por el significado que le da Maduro como el inspirador del movimiento revolucionario, sin él no existiría la ideología de la revolución.

TABLA 1. Referentes, roles y atributos

Referentes	Menciones	Roles	Atributos	Nº
Hugo Chávez	27	Comandante eterno	Patriota Cristiano Revolucionario Héroe	4
Simón Bolívar	10	Padre de la patria	Patriota Inspirador de la revolución Héroe	3
Pueblo	98	Beneficiario de la revolución	Demócrata Honesto Trabajador Generoso Patriota Cristiano Revolucionario Independiente Víctima	10
Henri Falcón	10	Candidatos a la presidencia de Venezuela	Anti demócrata	6
Javier Bertucci	2		Anti patriota Inmoral Corrupto Capitalista Oligarca	
Trump	2	Líderes opositores extranjeros	Imperialista Enemigo Colonialista Capitalista Neoliberal	5
Gobiernos europeos	1		Enemigo Colonialista Capitalista Neoliberal	
Mauricio Macri	1		Enemigo Colonialista Capitalista Neoliberal	4
José Manuel Santos	2		Amigos Aliados Nuevo mundo	
Turquía China Rusia Bielorrusia Irán India	1	Países aliados extranjeros		3

El presidente es un referente más en sus alocuciones, pero no se ha cuantificado, labor imposible debido que está presente a lo largo de todos sus discursos. Maduro se auto asigna hasta 14 atributos, todos positivos (Tabla 2), incluso el de Víctima (del imperialismo y la oligarquía); 9 de esos mismos atributos son compartidos con Pueblo, menos los de Defensor del pueblo, Humilde, Dialogante,

Conciliador y Triunfador (de las elecciones), exclusivos del presidente que dan cuenta de su carácter (humilde, dialogante y conciliador) y de sus objetivos (triunfar en las elecciones para defender al pueblo de la amenaza imperialista). Se muestra humilde ante su pueblo, pero triunfador: “este hombre que está aquí ha aprendido la lección completa durante 5 años. Hoy ya no soy el candidato novato...Hoy soy un presidente curtido, experimentado, más capacitado. Soy un verdadero presidente maduro, listo para las batallas, listo para nuevas victorias”.

TABLA 2. Atributos de auto asignación

El emisor del discurso	Rol	Atributos	Nº
Nicolás Maduro	Presidente, el líder continuador de la revolución	Demócrata Honesto Trabajador Generoso Patriota Cristiano Revolucionario Independiente Humilde Víctima Defensor del pueblo Dialogante Conciliador Triunfador	14

Maduro utiliza el recurso del miedo, a través del uso de palabras negativas analizadas en el anterior apartado y del mensaje explícito de que, si no gana, el pueblo perderá su independencia: “Él [Falcón] le entregará el país al Fondo Monetario Internacional ¿Ustedes dejarían que el país se convierta en una colonia del Fondo Monetario? Miren cómo está Argentina, en una crisis de hundimiento general por culpa de la basura de Mauricio Macri”. A la vez hay un mensaje de recompensa, si votan recibirán compensaciones a través del Carnet de la Patria. La construcción del miedo al otro implica la construcción de un “nosotros” como los buenos, formado a partir de la amenaza de que llegan los malos. El miedo, como señala Korstanje (2010, p. 113) “conduce voluntariamente al sujeto a la apacible tranquilidad de la vida, pero lo obliga a renunciar a ciertas actitudes de resistencia”, es decir lo condena a la pasividad.

El presidente se presenta como Triunfador, apuesta a sí mismo como el ganador de las elecciones, envía mensajes positivos al público: si es elegido, Venezuela alcanzará la tan ansiada prosperidad económica. El himno creado para su campaña y cuyo estribillo corean los asistentes “Todos con Maduro, lealtad y futuro y el pueblo manda con Maduro, eso es seguro”, es un cántico de alabanza al presidente:

“Nicolás Maduro, conductor de las victorias, va guiando a Venezuela por la paz y por la gloria. Por eso es que ahora tenemos la fortaleza de contar con la nobleza de un ser justo y combatiente, nuestro presidente. Hombre obrero y de los barrios, él si manda con su pueblo porque es revolucionario...”

Los atributos Conciliador y Dialogante se dejan ver después de los ataques a sus oponentes. Maduro habla de la necesidad de construir un nuevo modelo económico para Venezuela entre todos los sectores. Habla de “reconciliación y diálogo permanente” y tiende la mano para el diálogo a Falcón, pero también a Donald Trump: “Si el gobierno estadounidense, con dignidad y respeto quiere dialogar yo también. Si un gobierno de derechas tiene una idea buena para Venezuela y quiere hablar, yo también quiero”.

Todos los atributos positivos son para Maduro, el pueblo, Chávez, Bolívar y los países aliados extranjeros, que componen el endogrupo (nosotros) y los negativos para los otros candidatos a la presidencia y los líderes opositores extranjeros, el exogrupo (los otros). Los atributos elegidos para designar al exogrupo son contrarias al endogrupo: Anti demócrata, Anti patriota, Inmoral, Corrupto, Capitalista, Enemigo, Colonialista, Capitalista y Neoliberal (Tabla 1). Constantemente Maduro recurre a la presentación positiva de “nosotros” (el presidente y el pueblo) y negativa de “ellos” (opositores al régimen). Con este discurso pretende legitimar la dominación presentándose como el líder mesiánico que Venezuela necesita. Para van Dijk (2005) la auto-presentación positiva es esencialmente ideológica “fundamento de las representaciones sociales compartidas por un grupo social” (p. 17), y “puede llevarse a cabo a través de varias formas de auto-glorificación nacional, como son las alabanzas para el propio país, sus principios, historia y tradiciones” (p. 32).

Los personajes antagónicos tienen poca presencia, 18 menciones en el conjunto, la mayoría (10) para su principal oponente en las elecciones, el líder de Avanzada Progresista, Henri Falcón. De los líderes opositores extranjeros destacan Trump y Juan Manuel Santos, con 2 menciones cada uno. El presidente colombiano se lleva la peor parte porque declaró que no reconocía el proceso electoral del 20 de mayo por considerar que no estaba garantizado el derecho al voto: “Vete al carajo viejo compadre, no nos importa lo que tú pienses.... solo importa lo que piense el pueblo de Venezuela. Aquí manda y elige el pueblo de Venezuela”, le responde Maduro (empoderamiento del endogrupo).

4.3. Los símbolos en los actos de la campaña

En los discursos analizados aparecen cuatro símbolos: la bandera de Venezuela, el himno de la campaña, Simón Bolívar y Hugo Chávez. La aparición literal en los discursos de los dos últimos ya ha sido analizada como referente, pero también aparecen como símbolos físicos al igual que la bandera, que está presente siempre en el escenario.

En un principio se consideró en el estudio el Himno de Venezuela como símbolo a analizar, pero no se escucha este himno en toda la campaña ya que Nicolás Maduro utiliza su propio himno en todos los actos. La bandera está presente en todo momento en la M, logo de su campaña con los tres colores de la bandera venezolana, así como en las bandas presidenciales que portan sus colaboradores que aparecen tras él en todos los discursos como telón de fondo.

La estatua de Bolívar a caballo está presente en el discurso en el estado de Vargas, al igual que la estatua de Chávez, aunque esta última aparecerá una vez más en Caracas en su discurso como vencedor. Ese día Maduro lleva una camisa verde con un estampado de la cara de Chávez abajo bien grande y la bandera en el hombro izquierdo, justo encima del busto del comandante. Chávez sigue siendo el vínculo emocional con el pueblo y Maduro lo pone por encima de Bolívar, está más presente que el Libertador tanto discursiva como físicamente. Tal como apuntan otros estudios sobre Maduro, éste no ha conseguido despegarse de la estela de Chávez (Ferrara, 2015; Arenas, 2016). Para van Dijk (2005, p. 34) es una “falacia” recurrir en los discursos políticos a nombres de autoridades, por ejemplo, a expertos o líderes morales para apoyar su caso.

5. Conclusiones

En los discursos analizados, Nicolás Maduro hace discursos planos, con una estructura repetida una y otra vez, sin temas nuevos, ni programa electoral, sino la repetición del ensalzamiento de su figura como el líder que Venezuela necesita para garantizar su independencia y combatir contra quienes quieren oprimir al pueblo venezolano, dentro de una estrategia de polarización de “nosotros” y “ellos”, con la que constituye al “pueblo” a partir de la relación antagónica pueblo-oligarquía.

Sus discursos siguen vinculados a la figura de Chávez, convertido en mito y parte de la simbología del régimen, junto a Bolívar, la bandera y el himno. Pretende legitimar la dominación a través del control de los contextos, no solo externos (escenarios, música, bailes populares, símbolos), sino como construcciones mentales de la situación política, donde el “otro” es el culpable. Para ello, utiliza estrategias de resistencia al discurso dominante en el escenario internacional (contrario al régimen bolivariano) que se esbozan a continuación:

- Empoderamiento del pueblo. Maduro hace constantes alusiones a la soberanía del pueblo; es el que elige al presidente, el que no se dejará dominar por el poder exterior, con la que constituye la unidad de grupo (articulación equivalencial de las demandas).
- Inversión de la responsabilidad. Culpa a las “mafias económicas” capitalistas de la situación de Venezuela.
- Minimización de los problemas y exaltación de las bondades del régimen. Maduro se centra más en exaltar los supuestos resultados de las iniciativas como

el Plan de la Patria o el Plan Chamba Juvenil que en explicar cómo va a resolver los problemas de los venezolanos. Minimizando o incluso obviando hablar de los problemas, Maduro no reconoce la situación de crisis, principal argumento de la crítica del exterior (discurso dominante).

- Intensificación positiva de su imagen frente a la desacreditación del “otro”. El presidente se auto atribuye hasta 14 cualidades, más que ningún otro de los referentes utilizados, frente a la desacreditación de los líderes opositores extranjeros a quienes califica de enemigos, imperialistas, colonialistas y neoliberales.

- Apelación al miedo. Utiliza prácticas discursivas basadas en el miedo a sus adversarios políticos, la amenaza de lo que puede venir si no gana (el imperialismo).

- Apelación a la religión. Le sirve no solo para acercarse al pueblo, sino para “darle justicia” y “echar a los mercaderes del templo, a los mercaderes oligarcas del templo del pueblo”.

- Positivismo. Maduro afronta la campaña electoral con un enfoque positivo, a través del uso de palabras y referentes que connotan confianza en el líder y en un futuro próspero en la continuidad del régimen y con él como presidente, “yo los llevaré a la paz, a la prosperidad económica y a la Venezuela potencia, así lo juro”. Los personajes antagónicos tienen poca presencia y casi siempre después de la crítica llega la actitud conciliadora y dialogante del presidente, “si un gobierno de derechas tiene una idea buena para Venezuela y quiere hablar, yo también quiero”.

Referencias bibliográficas

- Arenas, N. y Gómez, L. (2006). Los círculos bolivarianos: el mito de la unidad del pueblo. En Carrera, G., Leal, C., Lomné, G. y Martínez, F. (Eds.) *Mitos políticos en las sociedades andinas: Orígenes, invenciones, ficciones*. Caracas: Equinoccio.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1998). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bolívar, A. (1997). El Análisis Crítico del discurso: Teoría y compromisos. *Episteme* 17 (1-3), pp. 23-45. Recuperado de http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_ak/article/viewFile/851/779
- Cossarini, P. y García, A. (2015). El papel de las emociones en la teoría democrática. desafíos para un uso público de la razón en tiempos de populismo. *Revista de Estudios Políticos*, (168), pp. 291-315. doi: <http://dx.doi.org/10.18042/cepc/rep.168.10>
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.
- García, B. y D'Adamo, O. (2004). Campañas electorales y sus efectos sobre el voto. Análisis de la campaña electoral presidencial 2003 en Argentina. *Psicología Política* (28), pp. 7-25. Recuperado de <https://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N28-1.pdf>
- Korstanje, M.E. (2010). El miedo político en C. Robin y M. Foucault. *Revista de Antropología Experimental* (10), pp. 111-132. Recuperado de <https://revista-electronicas.ujaen.es/index.php/rae/article/viewFile/1943/1692>

- Laclau, E. (2005). *La razón populista*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. (2006). La deriva populista y la centroizquierda latinoamericana. *Nueva Sociedad*, (205) 56-61. Recuperado de http://nuso.org/media/articles/downloads/3381_1.pdf
- Martín Serrano, M. (2004). *La Producción Social de Comunicación*. Madrid: Alianza.
- Mejía-Arauz, R. (2003). Combinación estratégica: investigación sociocultural cualitativa-cuantitativa. *Nómadas* (18), pp. 20-27. Recuperado de <https://reiteso.mx/handle/11117/3008>
- Montero, M. (1994). Génesis y desarrollo de un mito político. *Tribuna del investigador*, 1 (2), pp. 90-100. Recuperado de <https://www.tribunadelinvestigador.com/ediciones/1994/2/art3.pdf>
- Pardo, N. G. (2007). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Colombia: OPR Digital. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/10250/1/C%C3%B3mo%20hacer%20ACD.pdf>
- Retamozo, M. (2017). La teoría del populismo de Ernesto Laclau: una introducción. *Revista Estudios Políticos*, novena época, núm. 41, 157-184. DOI: 10.1016/j.espol.2017.02.002 en <http://www.elsevier.es/es-revista-estudios-politicos-79-articulo-la-teoria-del-populismo-ernesto-So185161617300185>
- Rojas, C. (2012). La persistencia del lenguaje religioso en el discurso político. El caso de Hugo Chávez. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 13 (24), pp. 157-164. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ccso/v13n24/v13n24a10.pdf>
- Van Dijk, T. A. (1980). *Texto y Contexto. Semántica y pragmática del discurso*. Madrid: Cátedra.
- Van Dijk, T. A. (1999a). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, (186), pp. 23-36.
- Van Dijk, T. (1999b). *Ideología*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2003). Prólogo del libro *Análisis crítico del discurso. Perspectivas latinoamericanas*. Berardi, L. (comp.), pp. 9-12. Santiago de Chile: Frasis. Recuperado de <http://docplayer.es/71618613-Frasis-analisis-critico-del-discurso-leda-berardi-prólogo-de-teun-a-van-dijk-editores-compiladora-perspectivas-latinoamericanas.html>
- Van Dijk, T. A. (2004). Discurso y Dominación. Lección Inaugural de la Facultad de Ciencias Humanas Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de <http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso%20y%20dominaci%20n.pdf>
- Van Dijk, T. A. (2005). Política, ideología y discurso. *Quorum Académico*, 2 (2), pp. 15-47. Recuperado de <https://www.redalyc.org/service/redalyc/downloadPdf/1990/199016762002/1>
- Van Dijk, T. A. (2010). *El discurso como interacción social: Estudios sobre el discurso II: Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2016). Estudios Críticos del Discurso: Un enfoque sociocognitivo. *Discurso & Sociedad*, 10 (1), pp. 137-162. Recuperado de <http://www.dissoc.org/ediciones/v10n01/DS10%281%29Van%20Dijk.pdf>

El poder de la comunicación en Cuba. Análisis crítico de los discursos de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación, entre los años 1959-2008

*O poder da comunicação em Cuba. Análise crítica dos discursos
de Fidel Castro sobre jornalismo e comunicação,
entre os anos de 1959-2008*

*The power of communication in Cuba. Critical analysis
of Fidel Castro's speeches on journalism and communication,
between the years 1959-2008*

Aimiris SOSA VALCARCEL

Universidad de Málaga, España / aimirissosa@uma.es

Andrea Leticia QUINTANA PUJALTE

Universidad de Málaga, España / leticiaquintanap@gmail.com

Miguel DE AGUILERA MOYANO

Universidad de Málaga, España / deaguilera@uma.es

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Monográfico, pp 133-152)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 18-08-2018 / Aprobado: 20-02-2019

Resumen

Esta investigación caracteriza los discursos de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación entre los años 1959 y 2008, durante los que transcurre su mandato político. Se describe el contexto comunicativo en que se insertan los discursos y se analizan estrategias y estructuras discursivas presentes en ellos, como formas de legitimación del poder que -como en tantas otras sociedades- utilizan los grupos dominantes. Los resultados indican el uso de estrategias de autopresentación positiva de las élites de poder, enmarcadas en un concepto de 'lo revolucionario', y presentación negativa de todos aquellos actores sociales que manifiesten modelos de sociedad contrarios a su ideología.

Palabras clave: medios de comunicación; estrategias; regulación; ideología; control

Resumo

Esta pesquisa caracteriza os discursos de Fidel Castro sobre jornalismo e comunicação entre 1959 e 2008, época em que seu mandato político transcorreu. Descreve o contexto comunicativo em que se inserem os discursos e discute estratégias e estruturas discursivas nelas presentes, como formas de legitimação de poder que - como em tantas outras sociedades - utilizam grupos dominantes. Os resultados indicam o uso de estratégias de auto-apresentação positiva das elites de poder, enquadradas em um conceito de "revolucionário", e apresentação negativa de todos os atores sociais que manifestam modelos de sociedade contrários à sua ideologia.

Palavras chave: meios de comunicação; estratégias; regulação; ideologia controle

Abstract

This research characterizes Fidel Castro's speeches on journalism and communication between 1959 and 2008, time in which his political mandate elapsed. It describes the communicative context in which discourses are inserted and discusses strategies and discursive structures present in them, as forms of legitimization of power that -as in so many other societies- use dominant groups. The results indicate the use of strategies of positive self-presentation of the power elites, framed in a concept of "the revolutionary", and negative presentation of all those social actors that manifest models of society contrary to their ideology.

Keywords: mass media; strategies; regulation; ideology; control.

1. Introducción

El discurso constituye históricamente una herramienta de especial importancia en la formulación de la ideología. Diversas características del texto y la conversación han permitido la expresión, ya sea de manera implícita o explícita, de las creencias del emisor, así como la construcción y socialización de símbolos funcionales para el establecimiento y la reproducción del poder (Castells, 1998; Garcés, 2007).

El poder y la política se deciden en el proceso de construcción del pensamiento a través de la comunicación (Castells, 2007); proceso que implica la identificación de roles en las relaciones de dominación y la creación de cogniciones socialmente compartidas que se confirman o cambian mediante el discurso (Van Dijk, 2009) para la generación de consenso en la opinión pública (Habermas, 1997) hacia los intereses de los grupos dominantes.

El discurso político constituye una de las formas de expresión clásicas mediante las que las élites dominantes -establecidas, entre otros escenarios, en las instituciones de Estado (Verón, 1987)- ejercen, reproducen y legitiman el poder (Chilton & Schäffner, 1998; Fairclough, 1995; Van Dijk, 2002), sobre todo, por su amplia influencia en los ciudadanos (Van Dijk, 2009). “Pocas formas de discurso oral son tan famosas, tan citadas ni tan ampliamente distribuidas a través de los medios de difusión masiva como el de los políticos de primera línea, tales como el presidente y el primer ministro”. (Van Dijk, 2009, p.95)

Esta investigación centra su objeto de estudio en los discursos de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación, pronunciados entre 1959 y 2008; período en el que transcurre su accionar político en el poder ejecutivo, en funciones de primer ministro (1959-1976) y como presidente de los Consejos de Estado y de ministros (1976-2008).

Para analizar el discurso del líder cubano en sus casi 50 años de mandato, conviene valorar el contexto económico y sociopolítico en el que se despliega el sistema de comunicación cubano durante dicho período. Aunque aquí no se pretende una descripción exhaustiva del complejo proceso histórico que representa la Revolución cubana, ampliamente tratado en una extensa literatura que responde a puntos de vista ideológicos y científicos diversos (Acanda, 2002; Águila, 1984; Duarte, 1974; Fornes, 2003; Guanche, 2009; Guevara, 2003; Hart, 1986; Macías, 2016; Martínez, 200; Mesa, 1994); este estudio resaltará los principales acontecimientos, “cambios institucionales, de relaciones políticas, normativos e ideológico-culturales” (Duharte, 2005, p.5), que tuvieron mayor incidencia en la configuración y el desarrollo del sistema mediático cubano en el período de estudio.

1.1. Revolución cubana y sistema mediático entre 1959 y 2008

El triunfo del Ejército Rebelde el 1 de enero de 1959 significó para Cuba un cambio radical de todos los estamentos de la sociedad. El gobierno en el que Fidel

Castro asumió el cargo de primer ministro, tanto en la administración provisional de Manuel Urrutia como en la presidencia de Osvaldo Dorticós, implementó de forma inmediata una serie de políticas sociales, entre las que destaca la aprobación de la Ley de Reforma Agraria, que erradicó el latifundio y con ello el control de las compañías extranjeras sobre la tierra cubana. Martín & Mayonada (2012, p.43) señalan que en el orden económico también se realizaron acciones que “dañaron profundamente los intereses de una parte considerable de la burgesía cubana y del gran capital norteamericano”.

En el sector mediático las publicaciones y emisoras clandestinas¹ de las organizaciones que participaron en la lucha se incorporaron de forma legal a la nueva realidad, y los medios de comunicación tradicionales continuaron circulando con normalidad. Al mismo tiempo, se produjo el cierre de medios “cuyos dueños y directores eran testaferros de la dictadura de Batista, o figuras vinculadas a escándalos y desfalcos públicos” (Marrero, 2003b, p.75), y se llevó a cabo una depuración del periodismo nacional que incluyó la adopción de un Código Revolucionario de Sanciones en 1960, con el fin de que la clase periodística respondiera a las realidades de ese momento histórico.

A raíz de este proceso de transformación del sistema mediático se desató una campaña a nivel internacional que acusaba al Gobierno cubano de violaciones a la libertad de expresión y de prensa, a la que se sumaron varios medios de la Isla, sobre todo con la publicación de informaciones provenientes de agencias norteamericanas. Como parte de la estrategia de La Casa Blanca, “el presidente Eisenhower aprobó un documento titulado «Un programa de acción encubierta contra el régimen de Castro» que autorizaba a la CIA a «realizar una ofensiva de propaganda a nombre de la oposición» al gobierno revolucionario”. (Marrero, 2003a, p.47) Dicha ofensiva incluyó el establecimiento de emisoras dirigidas hacia Cuba como *Radio Swan*, utilizada en la organización de la invasión militar a Playa Girón en 1961, bajo el propósito de “ofrecer información real y objetiva al pueblo cubano”. “Varios años después, con la misma justificación, la administración Reagan comenzó a dar los pasos para crear la llamada *Radio Martí*, que inició sus transmisiones en 1985, y financiar la operación de otras plantas radiales anticubanas”. (Marrero, 2003b, p.124)

En este escenario se produjo una radicalización de los cambios que el Gobierno cubano venía implementando, lo que condujo, en algunos casos, al abandono de los medios por parte de sus propietarios y, en otros, a la nacionalización. García (2013, p.75) destaca que:

Roto el sistema de regulación del mercado, la Revolución debía desarrollar un nuevo sistema de regulación, el más atinente a una sociedad en la que los medios

1 Se hace referencia a los periódicos *Revolución*, *Hoy*, *Combate*, *Diario Nacional*, *Sierra Maestra*; a la revista *Verde Olivo* y a la emisora *Radio Rebelde*.

habían pasado a la condición de propiedad social, donde tenía lugar un proceso orientado al socialismo []

La Unión Soviética se mostraba entonces como paradigma del socialismo, especialmente para Cuba, a pesar de los acontecimientos en torno a la Crisis de Octubre en 1962, y de las limitaciones que desde dentro de la Isla ya se reconocían al modelo soviético de organización política y social. El dogmatismo ideológico soviético pronto condicionó también la concepción y gestión de los medios de comunicación cubanos, confiriéndoles un carácter eminentemente instrumental, al servicio del sistema político.

El control centralizado sobre los medios de comunicación, la censura, el temor a la crítica periodística, la estética militante, así como el estilo apologético y triunfalista de los contenidos marcarían el sistema mediático del país que había logrado la independencia de una potencia mundial como EE.UU. y que se mostraba como referente para América Latina.

De acuerdo con García (2013, p.101), “el llamado ‘quinquenio gris’ se ubica en el reflujo político que siguió a aquellos acontecimientos”, al igual que los debates sobre las funciones de los medios, que se dieron en el seno de los congresos del Partido Comunista, fundado en 1965, y de la Unión de Periodistas de Cuba, constituida en 1963. A pesar de “la visión optimista y reflexiva que prevalecía en aquellos momentos, cuando se luchaba por hacer realidad una nueva política informativa, no se lograron rectificar los errores estratégicos que habrían puesto en peligro la esencia misma de la Revolución”. (García, 2013, p. 113-114)

El derrumbe del campo socialista, entre 1989 y 1991, unido a la política de endurecimiento del bloqueo económico de los EE.UU hacia Cuba, agravaron la situación de crisis estructural del sistema mediático cubano (Oller & Olivera, 2019), que no afectó sólo a los recursos económicos o a la posterior conectividad del país a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, pues también puso en tela de juicio la credibilidad de la comunicación pública y de sus marcos interpretativos, así como la efectividad de un modelo de financiación absolutamente estatal.

2. Marco teórico

Ya en el siglo XX, en especial durante su segunda mitad, una relación muy extensa de autores -de distinto signo y renombre, como Pierre Bourdieu, John B. Thompson, Jesús Martín Barbero o Manuel Martín Serrano, entre otros-, con las variadas ópticas de las ciencias sociales, estableció la importancia para el ejercicio del ‘poder simbólico’ de los sistemas de comunicación desarrollados por las sociedades contemporáneas: atesorando la capacidad de “estabilizar ciertos sentidos sociales sobre el mundo y su funcionamiento” (Reguillo, 2008, p. 14) y primando, así, alguna visión parcial de la realidad que, al servicio de la hege-

monía de determinados colectivos, se impondría sobre otras. Una de las formas principales en las que se manifiesta la búsqueda del poder simbólico es el discurso político, que adquiere especial relevancia cuando se difunde a través del sistema de medios de comunicación. Y, a esos efectos, el discurso político que orienta, define y legitima el uso de los medios de comunicación gana -aún- mayor significación.

Entre las disciplinas que analizan el discurso político se encuentran la sociología, la lingüística política, la pragmática lingüística (Okulski & Cap, 2010), la lingüística crítica (Halliday, 1994), las ciencias políticas, la psicología cognitiva, la semiótica y el Análisis Crítico del Discurso (ACD), cuyo centro de atención radica en “el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político”. (Van Dijk, 1999, p.23)

Las investigaciones recientes sobre ACD han favorecido el entendimiento de los usos sociales de la lengua en diferentes contextos comunicativos (Al-Momani, 2017; Álvarez & Suárez, 2016; Berardi, 2003; Bolívar & Kohn, 1999; Caballero, 2015; Domínguez, 2008; Maniglio, 2017; Melo, 2006; Pérez, 2016; Pardo, 2012; Robledo & Velásquez, 2017; Talib & Fitzgerald, 2016) así como una descripción detallada de las formas de dominación contemporáneas que se legitiman a través del discurso. Y es que, de forma directa o indirecta, “el poder se ejerce y se reproduce en el discurso y por medio del mismo. Sin comunicación –sin texto ni conversación– sería casi imposible ejercer y legitimar el poder en una sociedad”. (Van Dijk, 2009, p.110)

De acuerdo con esta perspectiva, autores como Fairclough (1989, 1995), Meyer (2003), Wodak (2003), Wodak & Chilton (2005), Van Leeuwen (2007, 2008), Pardo (2012) y Berardi (2003) sostienen que el ACD constituye un paradigma de investigación que, más allá de la búsqueda de estructuras lingüísticas en conversaciones y textos escritos, interpreta las formas de interacción social desde una mirada interdisciplinaria, en la que las estrategias y estructuras discursivas son analizadas bajo el paraguas del contexto en el que se producen e interpretan, esto es en su dimensión cultural e histórica; y desde el reconocimiento de las ideologías que las sustentan y que establecen tanto las relaciones de poder como las posibilidades de resistencia.

Van Dijk (1993, 2000, 2014), figura relevante en los Estudios Críticos del Discurso (ECD), apuesta por “una teoría centrada en términos más extensos de estructuras, procesos y constreñimientos sociales, políticos, culturales e históricos”. (Van Dijk, 1999, p.24) Su objeto de estudio se enfoca en el análisis del discurso como interacción y práctica social, que favorece “la reproducción discursiva del abuso de poder y de la desigualdad social” (Van Dijk, 2009, p.19); es decir, aquella forma de dominación que se ejerce directamente sobre el discurso de los otros y que depende de las siguientes condiciones:

Condiciones discursivas: estrategias y estructuras del texto, o lo que Van Dijk llama “la producción material y simbólica del texto y la conversación” (2009, p.80);

condiciones contextuales como, por ejemplo, que los receptores no tengan “otros discursos, ni otra opción que escuchar o leer, ni otras creencias para evaluar tales discursos” (1999, p.29); o que carezcan del acceso al discurso público, esto es, “las élites poderosas deciden quién, cuándo, dónde y con qué objetivo participan de un determinado evento comunicativo”. (2009, p.30)

El teórico señala que la reproducción discursiva del poder se aplica de manera indirecta en la mente de los sujetos. Es lo que Van Dijk (2003) define como el triángulo discurso-cognición-sociedad, que aporta a los ECD un enfoque multidisciplinar, en tanto reconoce que quienes controlan el discurso pueden controlar las representaciones mentales de los sujetos (conocimientos, actitudes, ideologías, normas, valores), lo que implica el control indirecto de la acción (Van Dijk, 2009).

Esta dimensión sociocognitiva resulta sobre todo efectiva para realizar un análisis ideal del discurso, especialmente en tiempo real. Pardo (2012, p. 51) señala que “interesa reconocer la dimensión temporal de los acontecimientos discursivos, para dar cuenta de los modos en que los discursos están articulados con las transformaciones sociales que se desarrollan en un escenario de interacción”. Por tanto, no se asumirá aquí la propuesta teórica de Van Dijk en su totalidad, aunque sí se considerará como eje metodológico, pues proporciona las herramientas necesarias para responder a los objetivos del estudio.

Esta investigación describe cómo el discurso político establece directrices de obligado cumplimiento para un sistema de medios de comunicación -en el que no existe un corpus normativo explícito- y desde el cual se instauran “las relaciones entre los actores a la hora de intermediar intereses en torno a una política determinada”. (Hernández & Ramírez, 2012, p.2)

Su objetivo general es determinar el modo en que el discurso político de Fidel Castro se establece como marco regulatorio tácito del sistema cubano de medios de comunicación.

3. Objetivos específicos:

- 3.1 Identificar las estrategias y estructuras del discurso a través de las cuales se legitima el poder.
- 3.2 Establecer los roles del discurso de Fidel Castro en el sistema de medios de comunicación en Cuba.
- 3.3 Determinar la existencia de posibles continuidades y rupturas en el discurso de Castro para la reproducción del poder, entre 1959 y 2008.

4. Metodología

La investigación se realiza desde una perspectiva cualitativa, teniendo en cuenta que estos estudios se caracterizan por su flexibilidad, con criterios de selección analíticos y de pertinencia. Se asume una tipología descriptiva, pues

los discursos son analizados e interpretados tal y como se dieron en su contexto histórico.

Se utiliza el ACD como guía metodológica, ya que proporciona “detallados y sistemáticos análisis de las estructuras y estrategias de texto y habla, y de sus relaciones con los contextos sociales y políticos”. (Van Dijk, 1999, p.24)

En apropiación de algunas de las dimensiones manejadas por Van Dijk, se reformulan en esta investigación aquellas categorías susceptibles de examinar de manera factual en el discurso político de Fidel Castro, que permitan determinar la forma en que dicho discurso se establece como marco regulatorio del sistema cubano de medios.

Las categorías de análisis (contexto, estructuras léxicas, estructuras sintácticas, retóricas y semánticas) constituyen el denominado cuadro ideológico (Van Dijk, 1999) a partir del cual el poder genera una autopresentación positiva cuando establece el *nosotros*, y una representación negativa al construir el *ellos*.

En el período de estudio se hallaron 1152 recursos discursivos de Fidel Castro, recogidos en el sitio web del Gobierno de la República de Cuba, entre los que se incluyen proclamas, comparecencias públicas, mensajes, cartas, conversaciones, declaraciones, entrevistas, conferencias, notas aclaratorias, reflexiones y editoriales publicados en la prensa, comunicados e intervenciones del líder cubano entre 1959 y 2008.

Se trata de transcripciones oficiales que, siguiendo a Van Dijk (2009, p.96), “definen el ‘registro’ del encuentro y frecuentemente son la base institucional o legal para cualquier acción o toma de decisión adicional”, en este caso relacionada con los medios de comunicación.

A partir de una búsqueda por temática vinculada a periodismo y comunicación en el total de los textos, se realizó una selección de los discursos. Como resultado se encontraron 16, que componen el universo de análisis de la investigación.

5. Resultados

En el análisis de los discursos en el período de estudio, se identificaron las estructuras del nivel semántico, léxico, sintáctico y retórico que conforman las macroestructuras semánticas o temas del discurso, formas de ordenamiento interno y la jerarquización de los contenidos. Así, en los discursos objeto de estudio se encontraron las macroestructuras siguientes:

5.1. La Revolución como proceso de regeneración

Durante los primeros años del triunfo del Ejército Rebelde en Cuba, se aprecia el interés de Castro por destacar las diferencias existentes entre los períodos pre y post Revolución. Lo hace a partir del uso de estrategias de autopresentación

positiva del proceso revolucionario que encabeza, y la presentación negativa del período republicano anterior:

La Revolución ha marchado rápido y podemos decir que nunca se hicieron tantas campañas contra un gobierno; y es curioso pensar que las campañas que no se hicieron contra los gobernantes inmorales, contra los gobernantes vendepatrias, contra los gobernantes sinvergüenzas, son las campañas que ya hoy se comienzan a hacer y que amenazan con ser cada día más audaces y más furibundas, contra el gobierno que no se ha robado un solo centavo [APLAUSOS], contra el gobierno que no ha cometido un solo acto de nepotismo, contra el gobierno que no ha incurrido en uno solo de los vicios de la vieja política [...] (Castro, 1959a, p.3)

Este discurso de la regeneración pretende construir y preservar los nuevos símbolos y modelos de contexto que exigía el naciente proceso revolucionario. En palabras del líder cubano ello implicaba, por un lado, la radicalización - también desde los medios - de las posturas respecto a la Revolución:

[] llegó un momento en que no eran posibles los términos medios, en que tenían que girar entre estos dos extremos: o con el Gobierno Revolucionario, con la Revolución, con el pueblo cubano y con el país, o contra el Gobierno Revolucionario, contra el pueblo, contra el país, con los enemigos del país. (Castro, 1961, p.6)

Y por otro, la formación de una conciencia política a favor del proceso, en la que los medios desempeñaban un papel fundamental como legitimadores simbólicos del sujeto político que constituía la Revolución:

Hay una gran cantidad de anuncios que ya no tienen importancia. Hay que divulgar aquellas cuestiones que ayudan a la economía, que ayudan a la cultura [...] hay que exponer los fundamentos de la Revolución, las razones de la Revolución, la justicia de la Revolución [...] Y estando en manos de la Revolución todos los medios de divulgación de las ideas, podemos poner toda esa formidable fuerza al servicio de la formación de una fuerte conciencia revolucionaria en el pueblo, y no descuidar ese punto [...] Hay que lograr una coordinación mayor entre los órganos de gobierno y los medios de divulgación [...] y pensar que hoy la prensa debe estar al servicio de la Revolución, y que de la misma manera en que la sirva la prensa ganará más prestigio. (Castro, 1961, p.17-18)

Desde los primeros años el dirigente sugiere las características que asumiría el sistema de medios de comunicación en Cuba: instrumental, verticalista y unidireccional, donde los intereses periodísticos y comunicativos se subordinan a los objetivos de la Revolución y, por ende, a las élites de poder.

5.2. La libertad de expresión como derecho de la Revolución

En respuesta a la campaña internacional desatada contra el Gobierno cubano, Castro se refiere a la libertad de expresión como un derecho fundamental que no solo significa hablar y escribir de manera expedita, sino que implica la libertad de pensamiento y la ruptura con toda clase de sometimiento económico:

[] porque empresa quiere decir negocio y periodismo quiere decir esfuerzo intelectual, quiere decir pensamiento; y si por algún sector la libertad de prensa ha de ser apreciada es, precisamente, no para el que hace negocio con la libertad de prensa, sino para el que gracias a la libertad de prensa escribe, orienta y trabaja con el pensamiento y por vocación [...] (Castro, 1959a, p.1)

El año 1961 esta definición adquiere otros matices, a partir de las reuniones que el entonces primer ministro sostuvo con los intelectuales cubanos en la Biblioteca Nacional. Aunque el mensaje de este discurso estaba enfocado al ámbito de la cultura y, efectivamente, establecería los preceptos conceptuales de la política cultural de la Revolución Cubana (Toirac, 2009), el texto ofrece una perspectiva de análisis pertinente para realizar una asociación entre los criterios que regularían el sector artístico y las normas que controlarían el sistema de medios de comunicación (García, 2013). De acuerdo con García (2013, p.95), si bien no puede establecerse una “traslación mecánica de definiciones y criterios” entre política cultural y política de comunicación, sobre todo porque la segunda dispone de una autonomía menor por sus vínculos directos con el sistema político, la ideología y la producción simbólica de significados; en el caso cubano, la polémica cultural que resume Fidel en *Palabras a los Intelectuales*, posee “aspectos conceptuales que pueden servir como eje para una especie de paralelo con lo ocurrido, antes y después, en el campo de la información y la libertad de prensa revolucionaria”.

Entre las líneas estratégicas aplicables al sistema de medios de comunicación se encuentran (Toirac, 2009):

- el derecho del Gobierno Revolucionario y su aparato rector, el Partido Comunista, a orientar, revisar y fiscalizar el contenido de los medios de divulgación, garantizando las condiciones materiales para su funcionamiento.
- la función educativa, de formación ideológica del pueblo, y de divulgación de la obra revolucionaria que tienen la radio, la prensa y la televisión.
- el principio constructivo y positivo que debe primar para el ejercicio de la crítica.
- la supremacía del sentido de compromiso social y político de los profesionales del sector sobre los conceptos de libertad de expresión y prensa -que a su vez se enmarcan dentro de los límites de ‘lo revolucionario’.

Bajo el precepto de ‘no dar información al enemigo’ se justificaba, desde el poder, las zonas de silencio y el lenguaje panfletario que caracterizaron el contenido periodístico a partir de la década de los setenta. Se aludía, como en tiempo

pasados, a la responsabilidad de los profesionales del sector para con el socialismo, por encima de criterios de calidad y del sentido del deber con la opinión pública:

El enemigo [...] está al tanto de lo que decimos [...] su interés es desprestigiar el socialismo, el nuestro es prestigiarlo. El de ellos es el de echarle basura y el de nosotros limpiarlo de todas las basuras [...] contando con la colaboración cada vez mejor de nuestra prensa revolucionaria, a decir verdad, que con gran responsabilidad, con gran conciencia, con gran sentido de su papel y de su misión está contribuyendo mucho en esta batalla. (Castro, 1986, p.16)

Se distingue en el discurso del mandatario el uso de palabras positivas para referirse al *nosotros*, y palabras negativas en alusión a *ellos*. Los atributos que a cada uno corresponde, también están sometidos al concepto de 'lo revolucionario'.

Conforman el *nosotros* el pueblo, las instituciones y el Gobierno, es decir, los revolucionarios, a los cuales se les califica como: honrados, esforzados, sacrificados, nobles, sensibles, honesto, flexible, leal, despierto, maduro, justo, libre, valiente...

En el *ellos* sitúa a los contrarrevolucionarios, calificados con adjetivos de connotación negativa como enemigos calumñosos, egoístas, criminales de guerra, traidores, latifundistas, verdugos, espécimen bajo, inhumano y cruel, inmoral, desvergonzados, burgueses, vendepatrias, geófagos

Entre los dispositivos retóricos usados por Castro destaca la metáfora, para indicar el rol educativo y formativo que debían desempeñar los escritores y artistas en la nueva sociedad que se intentaba construir; asimismo, los juegos de números, para resaltar en territorio norteamericano las diferencias histórico-temporales entre Estados Unidos y Cuba. Las cifras por sí solas sugieren todas las posibles brechas que pudieran existir entre ambos países.

5.3. Funciones de los medios de comunicación

En sus discursos el líder cubano se refiere a las funciones que debían asumir los medios masivos. Insiste en la función formativa y educativa para facilitar la comprensión de los fenómenos políticos y económicos que ocurrían en la praxis de la sociedad socialista.

El papel pedagógico de los medios es resaltado por el mandatario como una forma de combatir los sentidos que se instalan sobre Cuba en medios hegemónicos en el ámbito occidental. Tomar la dirección del modo de explicar los fenómenos políticos, sociales y económicos es crucial para mantener vivo al "monstruo imperialista", agente crucial en el discurso de Castro durante su mandato:

Cosas que les explico, realidades que ayudan a comprender estos fenómenos de soberanía, que ayudan a comprender esa batalla; porque hay tanta mentira, tanta demagogia, tanta confusión y tantos métodos ideados para divulgarlas, que es necesario un enorme esfuerzo de esclarecimiento constante. Si no se entienden unas cosas no se pueden entender las demás. (Castro, 1999a, p.6)

El líder cubano destaca también la función informativa, pero fundamentalmente performativa de los medios. En 1999 nota la importancia de que la prensa nacional difundiera las acciones internacionalistas que desarrollaba el país, y que tenían escasa o nula cobertura en los medios extranjeros. Para ello, convoca a los periodistas a que escriban sobre las acciones humanitarias que realizan médicos cubanos en toda Latinoamérica. La batalla por el discurso se evidencia en el siguiente extracto:

[] se decidió crear las brigadas de periodistas que fueran a reportar lo que hacían nuestros médicos, en los lugares más recónditos de países centroamericanos y del Caribe []. Establecieron el mecanismo de comunicación entre el país y los más destacados, los más heroicos apóstoles del humanismo con que en el día de hoy cuenta nuestro pueblo []. He mencionado esto porque son cosas de nuestra patria de las que no se habla jamás o muy excepcionalmente, en ninguna de las noticias que se emiten en el mundo. (Castro, 1999c, p. 11)

La divulgación es también tratada en el discurso de Castro en distintas ocasiones. Según sea el contexto, construye una autopresentación positiva de las acciones de su Gobierno y una negativa cuando corresponde a los *otros*, sus adversarios políticos. La constante está puesta en el valor que le da a la función de divulgación que tienen los medios en la propagación de la ideología.

Para denunciar el poder de los *otros* la retórica se sostiene en identificarlos con aquellos que se ocupan de manipular las conciencias desde los medios de comunicación, al servicio de los amos o patrones, categoría característica de la ideología marxista. Castro llena de sentido esa dialéctica que tiene una vigencia de casi dos siglos, y con la que el pueblo cubano está familiarizado.

En noviembre de 1999, el mandatario se dirige a los periodistas y al pueblo cubano en una comparecencia para tratar temas de actualidad. Allí, realiza la lectura de cables de agencias, entre los que destaca el caso de un niño cubano que recibió un visado para ser tratado en EE.UU, porque supuestamente el tratamiento médico no existía en Cuba. Sobre el cable recibido desde Washington, Castro comenta:

¡Mentira del tamaño del Capitolio ese que tenemos aquí! ¡Mentira del tamaño del edificio de Naciones Unidas!, sencillamente, “pero que en Estados Unidos está disponible a un costo de por lo menos 700000 dólares, que esperan ser pagados con donaciones humanitarias.” [...]. ¡Ah!, muy bueno, qué posibilidad extraordinaria

de presentarse como gente noble, y no nos permiten comprar un medicamento, no nos permiten comprar ni un alimento para niños, ¡muy noble! [...]. La indecencia del artículo al que nos referimos es grande [...] Vean el caso con el que se está haciendo politiquería, politiquería barata, los defensores del genocidio, aquellos que no quieren que le vendan alimentos al país ni para niños, ni para ancianos, ni que les vendan medicinas, y promueven el bloqueo para que no tengamos ni con qué comprarlas. (Castro, 1999b, p.9-19)

Este es uno de los discursos paradigmáticos, en los que el dirigente se autoimpone como locutor válido para la resignificación de las informaciones que, en relación con sus argumentaciones de todo el Período Especial² cubano, implicaban mentiras y difamaciones por parte de los medios, especialmente norteamericanos. El poder del discurso del líder se sobredimensiona cuando actúa como filtro para “tratar temas de actualidad” (Castro 1999b, p.1) que sobre Cuba aparecen en medios extranjeros, y que atacan “las conquistas” de la Revolución.

5.4. Propiedad de medios

La propiedad de los medios es otra estrategia argumentativa presente en los discursos de Fidel Castro, con la que busca permear los estamentos que aspiran a ser verdaderos por parte de los medios que responden al “imperialismo”, quienes atacan al socialismo, y a Cuba en particular. Para dar sustento lógico y veracidad a la argumentación, el presidente utiliza cifras y datos estadísticos que sostienen su postura:

Podemos decir que Francia, que libra una batalla casi heroica por preservar su cultura lo más posible frente a la invasión cultural norteamericana, es el único país de Europa, que yo conozca, donde no alcanza el 50% del total las películas norteamericanas que se exhiben; en los demás países del Viejo Continente pasa del 50%, llega al 60%, 65%, 70% y hasta el 80% en algunos de ellos [] Es un monopolio casi absoluto. (Castro, 1999c, p.3)

En concordancia con el análisis del cuadro ideológico ofrecido por Van Dijk (2002), cuando la propiedad de los medios es de Cuba, la construcción que hace el orador es positiva. Para ello -y según se ha identificado en discursos de contextos diversos- apela a los valores de patriotismo, responsabilidad ciudadana y unidad, en los que el significado de ‘propiedad social’ se reivindica y favorece la victoria ante el asedio enemigo.

Yo comprendo bien lo difícil que es ser periodista en un país socialista, digamos, en nuestro propio país, en que los medios, o los órganos de difusión no son pro-

2 Eufemismo con el que el Gobierno cubano llamó el período de crisis económica que comenzó como resultado del colapso de la Unión Soviética.

piedad privada de nadie, son propiedad, no voy a decir del Estado –sería imprecisa esa definición, el Estado es una institución cada vez más calumniada–; nosotros concebimos que la propiedad de estos medios es una propiedad del pueblo. Pudiera parecer una frase, una palabra, una consigna; quizás lo difícil sea usar de una manera eficiente y óptima esos medios, que son del pueblo y que tienen una asociación muy grande con eso que se llama Estado. (Castro, 1999c, p.2-3)

La concepción respecto de la propiedad ejemplifica el modo en que el mandatario logra intercambiar significados sobre un mismo término. Esto le permite justificar desde el discurso el monopolio estatal del sistema de medios de comunicación implantado en Cuba.

5.5. Integración latinoamericana

Entre los acontecimientos tratados por el presidente cubano aparecen los debates internacionales que se produjeron en favor de un Nuevo Orden Económico Internacional. Castro señala la importancia de que los medios de comunicación de América Latina y de los países del Tercer Mundo visibilicen la necesidad de adoptar una posición común para la condonación de la deuda externa de todos estos países (Puentes, 1988).

En este contexto surge en el seno de la UNESCO el planteamiento sobre un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, que defendía el derecho de los pueblos a una redistribución de los flujos comunicacionales. Fidel se refirió a este tema y señaló el “apabullante dominio de las transnacionales en el área del cine; el control no solo de la producción, sino, sobre todo, el control de la distribución de las películas”. (Castro, 1985, p.2) Insistió además en la necesidad de integración económica y cultural de estos países, para hacer frente, desde los propios medios informativos, al fenómeno de la globalización.

La noción de pueblo, ampliada a toda Latinoamérica, es una categoría a la que se recurre en los discursos del líder cubano desde los primeros años de la Revolución (Castro, 1961); sin embargo, la connotación integracionista del *nosotros* se consolida en esta etapa, a tono con las demandas de los pueblos latinoamericanos por equilibrar la balanza económica, cultural e informativa a nivel mundial.

Debemos apelar a la colaboración internacional; debemos hacer que la opinión pública internacional tome conciencia de esta lucha que desarrollan los pueblos latinoamericanos a través de sus escritores, sus intelectuales, sus cineastas, que es una lucha de liberación, realmente, una verdadera lucha de liberación. [...] hay que crear esa unión en América Latina de todos los intelectuales y de todos los creadores, porque unos potencian a los otros: el cine, la televisión, potencian la promoción del pensamiento y la obra de los escritores. (Castro, 1985, p.)

El discurso busca un consenso regional que permita internacionalizar conflictos y legitimar la fortaleza ideológica del proyecto sociopolítico cubano, sobre todo en un colectivo como el de los intelectuales, al que se le atribuye un alto capital simbólico.

5.6. Resistencia desde los medios

Frente al poder imperialista y sus medios, el valor de la resistencia es la piedra angular que permite al orador apelar a valores más profundos y despertar un fuerte sentimiento de apoyo y entusiasmo, a pesar del escenario adverso. Estos discursos de resistencia se construyen en contextos distintos a lo largo del Período Especial:

¿Cómo los veo a ustedes, los periodistas? Los veo como comisarios del pueblo en esta batalla. Sí, porque hay que revertir tendencias, hay que revertir corrientes; todavía no las hemos revertido. Todos tenemos que luchar mucho: Partido, gobierno, organizaciones de masa, fuerzas armadas. (Castro, 1993, p.5)

Al mismo tiempo esa resistencia se manifiesta en acciones de comunicación que buscan revertir los discursos hegemónicos y solventar las carencias de recursos, en tiempos de debacle económica. La situación de precariedad en Cuba desatada con el colapso de la Unión Soviética despierta la necesidad de generar un relato que asegure la permanencia del proyecto político socialista. El argumento troncal es el de la resistencia, que se instala en el imaginario colectivo con el refuerzo incondicional de los medios masivos.

6. Discusión

En los discursos de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación se constata el modo en que el poder se practica y reproduce a través del habla y el texto, en un contexto sociohistórico determinado (Chilton & Schäffner, 1998; Fairclough, 1995, Van Dijk, 1999, 2003, 2009; Verón, 1987). Tal y como sugiere Vivas (2010, p.145) estudiar las estrategias discursivas de un actor social como Castro no solo permite descubrir sus habilidades persuasivas para el logro de intereses políticos, sino también “los cambios que presentó el actor en sus discursos: los centros de atención, los temas enfatizados, etc.”.

En las macroestructuras ya comentadas se aprecia la existencia de líneas argumentales que desde el discurso político justifican el poder sobre la comunicación en Cuba. Estas líneas pueden resumirse en:

- Las conquistas de la Revolución: relato que personifica al proceso revolucionario iniciado en 1959, y que le confiere facultades para reconocer los derechos que el proyecto político socialista tiene (insertarse en el sistema social, ser legítimo, construir sus propios símbolos, expresar su ideología,) y que debe garantizar (servicios sociales públicos y seguridad económica).

El orador rememora un pasado amenazador que justifica las acciones de esa Revolución personificada.

– Preservación del sistema político: para Castro el patrimonio inmaterial presente en la sociedad constituye un baluarte para la supervivencia de su modelo. Por ello, el papel que desempeñan los medios masivos es principal, ya que permiten la construcción y socialización de símbolos funcionales para el establecimiento, legitimación y reproducción del poder (Castells, 2007; Habermas, 1997; Van Dijk, 2009) y significan, a su vez, una forma de control social.

Se aprecia una contradicción cuando reconoce a los medios como voceros de la ideología y, al mismo tiempo, niega la posibilidad de que exista en ellos espacio para las campañas y el marketing político, incluso después del surgimiento de Internet. La cultura de la resistencia se exacerba en la época del Período Especial, como argumento que busca perpetuar el proyecto en época de crisis.

– La construcción del *nosotros*: Desde los discursos de los primeros años de la Revolución se detecta la construcción que hace Castro de un *nosotros* que incluye a dirigentes del nuevo Gobierno y al pueblo, y con el que evidencia el respaldo mayoritario al proyecto político. Sin embargo, ese *nosotros* no se muestra invariante ya que, según el contexto, se transpone a los dirigentes como vanguardia de la Revolución, e incluso se amplía al espacio latinoamericano, en el que la referencia a los gobiernos y habitantes de la región funciona también como recurso para la legitimación.

El argumentario de Castro en los discursos analizados constituye una evidencia más de la histórica relación entre los poderes políticos y económicos con el sistema de comunicación desplegado en una sociedad para el ejercicio del poder simbólico. Así, en el proceso de 'producción de verdad' que resaltaba Foucault (2004) los medios de comunicación son protagonistas en tanto legítimos y se ven legitimados por el sistema político.

7. Conclusiones

El contexto social y comunicativo en el que se inscribe el discurso de Fidel Castro sobre periodismo y comunicación, entre 1959 y 2008, constituye una época de cambios para la sociedad cubana que no solo significó la transformación de su sistema económico y político, sino también la formación y desarrollo de las nuevas representaciones personales y sociales que exigía el modelo socialista.

La concepción de los medios como aparatos ideológicos al servicio del Estado se hace evidente en el discurso de Castro. Al hacer referencia a medios cubanos, esta acción ideológica es vista como real y extremadamente necesaria. Sin embargo, a la hora de hablar de la propiedad de medios por parte de actores externos, se condena la ideología puesta en ellos y la situación es denunciada como una grave intromisión en las conciencias.

El análisis de los discursos objeto de estudio revela el empleo de un *nosotros* y un *ellos* que explicita la presencia de un bando enemigo, y facilita el

reconocimiento de las causas para la toma de decisiones. Hablar en nombre de *nosotros* denota, al mismo tiempo, la existencia de un consenso entre gobernados y gobernantes, que legitima a estos últimos para administrar el control de la información y seleccionar aquella que resulta favorable a sus intereses.

El proceso de legitimación mediante el discurso de un modelo comunicativo que antepone el sentido de compromiso político sobre el concepto de libertad de expresión, constituye un aspecto esencial del ejercicio del poder en Cuba. Este proceso faculta a las sucesivas escalas de mando para la interpretación conveniente de los acontecimientos, y establece las directrices de obligado cumplimiento para la producción y el consumo de los contenidos, como marco regulatorio tácito del sistema mediático cubano.

Referencias bibliográficas

- Acanda, J. (2002). *Sociedad Civil y Hegemonía*. La Habana: Cátedra de Estudios Antonio Gramsci.
- Águila, J. (1984). *Cuba, dilemmas of a Revolution*. Boulder: Westview Press.
- Al-Momani, H. (2017). Political Discourse of Jordan: A Critical Discourse Analysis. *International Journal of English Linguistics*, 7(2), 90-98. <http://dx.doi.org/10.5539/ijel.v7n2p90>
- Álvarez, L. & Suárez, L. (2016). Análisis crítico del discurso en la apertura de los diálogos de paz en Colombia (2012). *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 28, 69-89. <http://dx.doi.org/10.19053/0121053X.4909>
- Berardi, L. (2003). *Análisis Crítico del Discurso. Perspectivas latinoamericanas*. Santiago de Chile: FRASIS
- Bolívar, A. & Khon, C. (1999). *El discurso político venezolano. Un estudio multidisciplinario*. Caracas, Venezuela: Comisión de estudios de posgrado y Fondo Editorial Tropikos.
- Caballero, A. (2015). Critical discourse analysis in the study of representation, identity politics and power relations: a multi-method approach. *Communication & Society*, 28(2), 39-54. <http://dx.doi.org/10.15581/003.28.2.39-54>
- Castells, M. (1998). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1, 238-266. <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/46/35>
- Castro, F. (1959). Discurso pronunciado en el banquete de los editores de periódicos, con motivo del Día de la Libertad de Prensa. Recuperado de <http://www.cuba.cu/gobierno/discursos/>
- Castro, F. (1961). Discurso pronunciado como conclusión de las reuniones con los intelectuales cubanos. Recuperado de <http://www.cuba.cu/gobierno/discursos/>
- Castro, F. (1985). Discurso pronunciado en la clausura del VII Festival Interna-

- cional del Nuevo Cine Latinoamericano. Recuperado de <http://www.cuba.cu/gobierno/discursos/>
- Castro, F. (1986). Discurso pronunciado en la clausura de la sesión diferida del III Congreso del Partido Comunista de Cuba. Recuperado de <http://www.cuba.cu/gobierno/discursos/>
- Castro, F. (1993). Discurso pronunciado en la Clausura del VI Congreso de la UPEC. Recuperado de <http://www.cuba.cu/gobierno/discursos/>
- Castro, F. (1999a). Discurso pronunciado en la Clausura del I Congreso Internacional de Cultura y Desarrollo en el Palacio de Convenciones. Recuperado de <http://www.cuba.cu/gobierno/discursos/>
- Castro, F. (1999b). Discurso pronunciado en ocasión de la comparecencia del presidente del Consejo de Estado de la República de Cuba, Fidel Castro Ruiz, para tratar temas de actualidad nacional. Recuperado de <http://www.cuba.cu/gobierno/discursos/>
- Castro, F. (1999c). Discurso pronunciado en la Clausura del VIII Congreso de la FELAP. Recuperado de <http://www.cuba.cu/gobierno/discursos/>
- Chilton, P. & Shaffner, C. (1998). Discourse and Politics. En T. Van Dijk (Ed.), *Discourse as social interaction* (pp. 207-230). London: Sage.
- Domínguez, M. (2008). La pobreza en el discurso del presidente de Venezuela, Hugo Chávez Frías. *Discurso y Sociedad*, 2(2), 297-329. Recuperado de [http://www.dissoc.org/ediciones/vo2no2/DS2\(2\)Dominguez.html](http://www.dissoc.org/ediciones/vo2no2/DS2(2)Dominguez.html)
- Duarte, J. (1974). *Historiología cubana*. Miami: Ediciones Universal.
- Duharte, E. (2005). Naturaleza y particularidades del sistema político cubano: de la toma del poder al Proceso de Rectificación. En *Teoría y procesos políticos contemporáneos* (pp.1-35). La Habana: Félix Varela.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. London: Longman.
- Fornes, L. (2003). *Cuba cronología. Cinco siglos de historia, política y cultura*. Madrid: Verbum.
- Foucault, M. (2004). *Society must be defended: Lectures at the collège de France, 1975-76*. London: Penguin.
- Garcés, R. (2007). La construcción simbólica de la opinión pública. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 13, 55-81. <https://goo.gl/ZF5D4U>
- García, J. (2013). *Revolución, socialismo, periodismo. La prensa y los periodistas en el Siglo XXI*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Guanche, J. (2009). *La verdad no se ensaya. Revolución, ideología y política en Cuba*. La Habana: Casa de las Américas.
- Guevara, A. (2003). *Tiempos de fundación*. Madrid: Iberautor
- Habermas, J. (1997). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gilí.
- Halliday, M. (1994). *El lenguaje como semiótica social: la interpretación social del lenguaje y del significado*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Hart, A. (1986). *Cambiar las reglas del juego*. La Habana: Letras Cubanas.

- Hernández, A. & Ramírez, G. (2012). El análisis del discurso: una herramienta para el estudio de las políticas públicas. *Encrucijada*, 12, 1-14. <http://www.revistas.unam.mx/index.php/encrucijada/article/view/58418>
- Macías, J. (2016). *La sociedad civil en la Revolución cubana (1959-2012)*. Bilbao: Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Maniglio, F. (2017). El discurso tecnopolítico de la gobernanza europea: un análisis crítico del discurso (ACD) de las políticas post-Lisboa. *Araucaria. Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 19(37), 327-351. <http://dx.doi.10.12795/araucaria.2017.i37.16>
- Marrero, J. (2003a). *Dígase la palabra moral. Rescate de un periodismo digno y veraz*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Marrero, J. (2003b). *Dos siglos de periodismo en Cuba. Momentos, hechos y rostros*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Martín, C. & Mayonada, E. (2012). *Enrique Núñez Rodríguez: una Revolución desde las páginas de Zig Zag* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://dspace.uclv.edu.cu/>
- Martínez, F. (2008). Mercado, estado y socialismo. Homogeneización capitalista y guerra cultural. *La Jiribilla*, 360. Recuperado de http://www.lajiribilla.cu/2008/n360_04/360_29.html
- Melo, V. (2006). *Analise de discurso crítica*. Sao Paulo, Brasil: Editora Contextos.
- Mesa, C. (1994). *Breve historia económica de la Cuba socialista*. Madrid: Alianza Editorial.
- Meyer, M. (2003). Entre la teoría, el método y la política: la ubicación de los enfoques relacionados con el ACD. En R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 35-59). Barcelona: Gedisa.
- Okulski, U. & Cap, P. (2010). Analysis of Political Discourse. Landmarks, challenges and prospects. En U. Okulski & P. Cap (Eds.), *Perspectives in Politics and Discourse* (pp. 3-20). Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Oller, M. & Olivera, D. (2019). La cultura periodística de Cuba a debate. En M. Oller, D. Olivera & A. Somohano (Eds.), *En Cuba, periodismo es más (+): Transposición, redundancia y dinamismo profesional* (pp. 19-46). Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Pardo, N. (2012). Análisis crítico del discurso: Conceptualización y desarrollo. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 19, 41-62. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322227527004>
- Pérez, M. (2016). El discurso ambiental en Colombia: una mirada desde el Análisis Crítico del Discurso. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 131, 139-158. <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/2634/2741>
- Puentes, H. (1988). Análisis semiológico de los Discursos del FMI y Fidel Castro. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 28, 25-29. <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1922/1942>

- Reguillo, R. (2008). Saber y poder de representación: la(s) disputa(s) por el espacio interpretativo. *Comunicación y Sociedad*, 9, 11-33. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600902>
- Robledo, C. & Velásquez, E. (2017). La desaparición de los 43 normalistas en México: una aproximación al análisis crítico del discurso en la prensa. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 8(2), 334-352. <http://dx.doi.org/10.21501/22161201.2199>
- Talib, N. & Fitzgerald, R. (2016). Micro-meso-macro movements; a multi-level critical discourse analysis framework to examine metaphors and the value of truth in policy texts. *Critical Discourse Studies*, 13(5), 531-547. <https://doi.org/10.1080/17405904.2016.1182932>
- Toirac, Y. (2009). *Política cultural: una propuesta de enfoque comunicológico para su estudio* (Tesis de Doctorado). Recuperado de <http://roar.eprints.org/10039/>
- Van Dijk, T. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>
- Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 23-36. <http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%C3%A1lisis%20cr%C3%ADtico%20del%20discurso.pdf>
- Van Dijk, T. (2000). *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2002). Political discourse and political cognition. En P. Chilton & C. Schäffner (Eds.), *Politics as Text and Talk. Analytical approaches to political discourse* (pp. 204-236). Amsterdam: Benjamin.
- Van Dijk, T. (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad. En R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 143-176). Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2009). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2014). *Discourse and knowledge. A sociocognitive approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Van Leeuwen, T. (2007). Legitimation in discourse and communication. *Discourse & Communication*, 1(1), 91-112. <https://doi.org/10.1177/1750481307071986>
- Van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and practice. New tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press.
- Verón, E. (1987). La palabra adversativa: Observaciones sobre la enunciación política. En E. Verón, et al. (Eds.), *El discurso político: Lenguajes y acontecimientos* (pp. 12-26). Buenos Aires: Hachette.
- Vivas, A. (2010). Sistemas metafóricos en discursos de Fidel Castro. “Decir la verdad es el primer deber de todo revolucionario”. *Letras*, 52(81), 139-162. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4348647.pdf>
- Wodak, R. (2003). El enfoque histórico del discurso. En R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Métodos de Análisis Crítico del Discurso* (pp. 110-141). Barcelona: Gedisa.
- Wodak, R. & Chilton, P. (2005). *A New Agenda in (critical) Discourse Analysis: Theory, Methodology, and Interdisciplinary*. Amsterdam y Philadelphia: John Benjamins Publishing.

El mesías tropical: aproximación a fenómenos populistas actuales a través del discurso de López Obrador

The tropical messiah: approaching current populism phenomena through López Obrador's discourse

O messias tropical: abordagem dos fenômenos populistas atuais através do discurso de López Obrador

Anna Marta MARINI

Università degli Studi di Milano, Italia /annamarta.marini@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Monográfico, pp.153-170)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 15-07-2018 / Aprobado: 27-02-2019

Resumen

El presente artículo propone un análisis y algunas consideraciones sobre los fenómenos populistas del siglo XXI, cuya eficacia se ha basado de manera substancial en el discurso de su principal líder político y temas específicos. En ese sentido la trayectoria política y discursiva de Andrés Manuel López Obrador –elegido presidente de México en julio 2018– resulta particularmente interesante, pues ha sido aclamado por sus posiciones izquierdistas a pesar de la transformación de su discurso a lo largo de las candidaturas federales (en 2006, 2012 y 2018). Se analiza por lo tanto sus discurso de arranque y cierre de la campaña electoral de 2018, evidenciando las estrategias y los dispositivos discursivos típicamente populistas y los rasgos incluso conservadores de sus palabras.

Palabras clave: ACD; México; AMLO; discurso político; populismo

Abstract

The article offers an analysis and some considerations about populist phenomena of the XXI century, which strength lies substantially in the discourse by the main political leader and very precise topics. In this respect, recently elected Andrés Manuel López Obrador's political and discursive trajectory is particularly interesting, as he's been acclaimed for his leftist positions in spite of the transformation his discourse has undergone throughout his candidacy attempts (in 2006, 2012 and 2018). This work therefore analyses his 2018 electoral campaign opening and closing speeches, underlining the typically populist strategies and dispositives employed and the traits –at times even conservative– in his words.

Keywords: CDA; Mexico; AMLO; political discourse; populism

Resumo

O artigo oferece uma análise e algumas considerações sobre os fenômenos populistas no século XXI, cuja eficácia reside de maneira substancial no discurso do principal líder político e temas específicos. Nesse sentido, a trajetória política e discursiva de Andrés Manuel López Obrador – o recém-eleito presidente do México – é particularmente interessante, pois foi aclamado por suas posições esquerdistas apesar da transformação que seu discurso sofreu ao longo de suas tentativas de candidatura federal (em 2006, 2012 e 2018). Este trabalho, portanto, analisa seus discursos de abertura e encerramento da campanha eleitoral de 2018, sublinhando as estratégias e dispositivos tipicamente populistas e os traços –às vezes até conservadores– em suas palavras.

Palavras chave: ACD; Mexico; AMLO; discurso político; populismo

1. Introducción

A pesar de ser un tema muy estudiado –especialmente en ámbito sociológico y politológico– el populismo sigue siendo un fenómeno polifacético y difícil de definir (Laclau, 2005; Taguieff, 2002; Vittori, 2017). Entre finales del siglo XIX y principios del siglo XXI han surgido populismos de variada naturaleza (Mudde, 2004), que han ido desarrollándose y empleando los medios tradicionales y nuevos de manera versátil y ubicua. Se trata además de un estilo político basado sustancialmente en su discurso, que generalmente se expresa a través de un lenguaje peculiar y explícita sus principales rasgos estructurales: fuerte polarización del espacio político por oposición al sistema institucional y político vigente (Guaraglia Pozzo, 2016), apelación nacionalista al pueblo, liderazgo carismático y una retórica anti-establishment.

Resulta evidente como el ejercicio de la política se basa en estrategias discursivas específicas y mecanismos de manipulación vinculados con el discurso (van Dijk, 2008); el desarrollo de fenómenos ideológica y políticamente nebulosos y heterogéneos como resultan ser los populismos necesita aún más herramientas discursivas, pues a menudo no se funda en argumentaciones efectivamente lógicas y/o racionales. Según la definición de discurso tridimensional empleada por Fairclough, cada evento discursivo se considera simultáneamente como fragmento de texto, instancia de práctica discursiva y social (Fairclough, 1992); el discurso político resulta necesariamente relacionado con el contexto social en el que se concibe, expresa y difunde. Compartir la percepción sobre determinados valores es lo que define la asociación política colectiva (Chilton, 2004), de la que surge una acción política conectada con un discurso específico. El lenguaje se vuelve por lo tanto necesario para la socialización y definición de coaliciones y oposiciones; los textos se convierten en específica realización del discurso político, un acto lingüístico cuya ejecución implica estructuras y elementos propios de un emisor o situación (Wodak, 2009). El análisis crítico y sociolingüístico de las manifestaciones del lenguaje del populismo se revela esencial para la comprensión de las dinámicas políticas y su dimensión social, así como de su expresión ideológica y construcción de una identidad nacional (De Cillia, Reisigl e Wodak, 1999). Además, un estudio contextual resulta necesario para decodificar la dimensión pragmática de la comunicación política y aún más de sus elementos populistas, que se apelan a tópicos específicos de cada contexto. La relación estrecha entre populismo y discurso es evidente aunque su estudio resulta poco profundizado en la práctica; se encuentran sin embargo investigaciones que revuelven alrededor de la presencia del discurso populista y la necesidad de un análisis en ese sentido (Charaudeau, 2009).

Recientemente el tema se ha vuelto internacionalmente relevante, pues la actual difusión de movimientos que asumen posturas populistas se suma además a una disseminación generalizada de *cues* de carácter populista en los discursos políticos. Los partidos, movimientos y oradores que insertan en su

discurso elementos típicamente populistas pertenecen a corrientes políticas muy distintas, así como a contextos socio-económicos e institucionales muy variados (Rivero, Zarzalejos & Del Palacio, 2017). Diferencias bastante netas se encuentran entre los fenómenos latinoamericanos recientes –como el chavismo venezolano o la trayectoria política del boliviano Morales–, los norteamericanos y los europeos; sin embargo se trata a menudo de diferencias debidas a diferentes niveles de desarrollo socio-económico y mediático. Analizando los mensajes de líderes políticos procedentes de países latinoamericanos como México o Brasil –caracterizados por un PIB real competitivo a nivel internacional, aunque a detrimento de la paridad de poder adquisitivo– se puede denotar un acercamiento entre sus características discursivas y los rasgos típicos de fenómenos populistas fuera de América Latina. Además, se puede percibir una paulatina transformación en esa dirección con respecto al discurso de líderes de países latinoamericanos que más han ido desarrollándose económicamente en años recientes; una tendencia hacia tópicos populistas más internacionales de destaca por ejemplo en los casos de Evo Morales (Gratius, 2007) y del ecuatoriano Rafael Correa (Rivero, Zarzalejos & Del Palacio, 2017).

Se propone por lo tanto un análisis crítico del discurso político propio de la campaña electoral del mexicano Andrés Manuel López Obrador, también conocido como AMLO; el político fue elegido presidente de México en julio 2018 después de una victoria contundente como líder del Movimiento Regeneración Nacional (Morena). Creado como movimiento social, Morena se transformó en partido en 2014 precisamente para apoyar su candidatura presidencial, declaradamente de inspiración izquierdista y popular. Por la historia política y naturaleza estructural del Estado mexicano posrevolucionario, su éxito electoral se basa necesariamente en mecanismos políticos detrás de la escena pública; sin embargo la popularidad de López Obrador y el alcance de su victoria se fundan esencialmente en sus estrategias discursivas. Se trata de un caso paradigmático de populismo contemporáneo, pues ha surgido precisamente en respuesta a un descontento popular difuso y transversal, así como a una crisis del sistema político e institucional mexicano; su presencia ha polarizado la escena pública, proponiendo una presunta subversión de los principios vigentes y conllevando una ruptura en la sociedad mexicana.

Los rasgos que caracterizan el discurso y papel político de López Obrador durante la campaña electoral presidencial se revelan muy similares a los que caracterizan los fenómenos populistas recientes a nivel internacional, independientemente de la orientación política. El análisis permite destacar un acercamiento yertura de la escena mexicana a un estilo político difuso, desarrollado de las bases del populismo más clásico y diferenciándose del estilo de regímenes izquierdistas suramericanos. De la misma manera se puede denotar la difusión de tópicos relacionados con la crisis económica y tendencia al empobrecimiento en el discurso populista europeo y estadounidense, fruto del descontento y frustración popular; aunque con rasgos específicos distintos se trata de ejes

temáticos cruciales y compartibles por electores europeos, estadounidenses y latinoamericanos, en un posible acercamiento socio-económico y discursivo a nivel internacional. El fenómeno populista cuyo líder es López Obrador podría ser entonces la clave para entender la futura evolución del populismo latinoamericano, pronosticando un progresivo desarrollo de los países del continente incluso desde la perspectiva de la cultura política y discursiva.

AMLO y el contexto mexicano

La campaña electoral de 2018 para la presidencia de México se caracterizó por el conflicto entre los candidatos, expresado sobre todo a través de ataques verbales, afrentas recíprocas y estrategias discursivas, más que programas y propuestas políticas. Entre ellos, López Obrador es el que ha ido construyendo su discurso e imagen pública a lo largo de décadas de carrera política; en su última campaña presidencial que lo llevó a la victoria su personaje se ha matizado mucho desde un punto de vista político e ideológico, mientras que se ha desarrollado retórica y pragmáticamente. Se trata de un personaje bastante controvertido, que empezó su carrera política en el Partido Revolucionario Institucional en que militó entre 1970 y 1988 incluso postulándose como candidato local en distintas ocasiones. Pasó entonces al PRD (Partido de la Revolución Democrática fundado en 1989 por una corriente izquierdista interna al PRI) y fue elegido gobernador del Distrito Federal (2000-2006); fue entonces candidato presidencial dos veces sin éxito, en 2006 y 2012. Durante la segunda campaña fue apoyado por el movimiento civil Morena, que en 2014 se convirtió en partido cuyo líder es justamente López Obrador. Postulándose para presidente del país por tercera vez, a lo largo de la campaña su partido ha ido acogiendo numerosos exmilitantes de PRI y PAN; en las elecciones de 1 de julio de 2018 Morena ganó con más del 54% de votos. El discurso morenista se destaca como una evolución del discurso propio del PRD en la que prevalece la declinación personalista y popular impulsada por López Obrador. Desde 2014 el partido ha moderado sus posiciones, incluyendo propuestas poco afines o coherentes con los planteamientos de izquierda y que sin embargo guñan un ojo a franjas de ciudadanos derechistas o habitualmente alineados con el PRI.

El estilo político de López Obrador presenta los rasgos fundamentales del discurso populista, potenciados por una mitificación evidente de la figura del líder. El actual presidente de México ha sido definido como “un mesías tropical” (Krauze, 2006) precisamente por su postura de salvador, que rescatará las masas populares del yugo del sistema corrupto. López Obrador ha construido su campaña sobre la idea de que él podía ser la única opción de voto sensata, pintándose como el candidato ideal para todo mexicano desilusionado por la política y harto de la corrupción. Su personaje público y político se estructura casi exclusivamente de manera discursiva, pues su propuestas políticas de hecho han sido

poco sólidas; a menudo se escabulló contestando que se habría ocupado de los “detalles” una vez llegado al poder¹. Sus promesas suenan muy similares a las que hizo Fox durante su campaña electoral en el año 2000 para el PAN (Partido Acción Nacional, nacido en 1939 como oposición de derecha al PRI); cuando el expresidente panista no consiguió satisfacerlas y se amparó detrás de datos falsos y bromas descaradas, fue acusado por sus adversarios de no vivir en México sino en el imaginario país de “Foxilandia” (Maya, 2004). En los próximos seis años será interesante averiguar el desarrollo de las promesas de López Obrador y aún más de su discurso, que necesariamente tendrá que enfrentarse a la compleja realidad que el pueblo mexicano vive diariamente.

Las alocuciones públicas aquí principalmente analizadas son sus discursos de arranque y cierre de la campaña electoral de 2018, siendo bien representativos de sus actos públicos recientes; así como por otras intervenciones citadas, las transcripciones y grabaciones están disponible en línea en su sitio personal oficial². Además de examinar su construcción y fundamentos generales, el análisis enfoca algunos rasgos basilares alrededor de los cuales se articula su discurso; entre ellos, el uso público y manipulación de la historia nacional, la construcción de contraposición y la resemantización de la idea de pueblo.

Aproximación al discurso de AMLO

El debut discursivo de López Obrador en la campaña presidencial duró alrededor de 45 minutos y tuvo lugar en la fronteriza Ciudad Juárez (Chihuahua). Se trata de un lugar significativo por las múltiples problemáticas relacionadas con la frontera entre México y EEUU; existe además un contraste abismal en el nivel de vida, oportunidad económica y seguridad entre las dos entidades de la zona metropolitana binacional, Ciudad Juárez y El Paso (Texas). Su economía se basa en la industria maquiladora explotada mayormente por empresas estadounidenses gracias al TLCAN establecido en 1994, cuyas medidas han favorecido un desmedido incremento de la presencia de grupos criminales, actividades delictivas y violencia generalizada. A pesar de un descenso de los índices delictivos y el consecuente aumento de la seguridad desde 2012, Ciudad Juárez sigue siendo un nudo crucial en la conflictiva frontera norte. En cambio, el cierre de campaña tuvo lugar en el estadio Azteca de la capital, símbolo del triunfo y de una celebración ostentosa, resultado de la mezcla de estilos y referencias culturales

1 Una de las fórmulas reiteradas por López Obrador en ese sentido es que, una vez elegido, habría resuelto cada cuestión “con honestidad” sin agregar detalles prácticos (véase en particular el tercer debate presidencial del 12/06/2018, disponible en el canal oficial del INE <<https://www.youtube.com/watch?v=Gy8t1AtWluE>>.

2 Transcripciones, grabaciones audio y videos de muchas de las intervenciones públicas de López Obrador se encuentran en su sitio web [<<https://lopezobrador.org.mx/>>], así como las grabaciones video se encuentran también en distintos canales de YouTube.

buscada por López Obrador e instrumental a la asimilación de seguidores precedentemente panistas y priistas.

La fuerza de su discurso se funda en el aspecto del pathos, pues sus intentos persuasivos se basan en argumentos emocionales y en su personalidad como emisor; a menudo faltan argumentos efectivamente racionales y una esencia congruente con el mensaje. Su ethos no se apoya en propuestas coherentes entre sí y con respecto a la presunta vocación izquierdista, sino que se construye alrededor de su personaje y carácter personal. López Obrador promete resolver los mayores problemas del país “con honestidad”, pero su discurso falta de argumentación lógica suficiente a respaldar sus propuestas que a menudo se quedan por ende al rango de disparates. Los temas a enfrentar en el debate político actual son cada vez más complejos, mientras que los cánones impuestos por la comunicación mediática apuntan a una simplificación del discurso; sin embargo él parece evitar explicaciones y términos adecuados incluso cuando debería soportar su discurso con argumentaciones sólidas. Generalmente dispone su discurso interponiendo digresiones coloquiales, bajando de registro, tomando tonos amigables y acercándose a su audiencia; a menudo López Obrador recurre a estrategias alocutivas y deícticas para involucrar el público directa y emocionalmente, por ejemplo empleando fórmulas como “ustedes me conocen”. El elemento deíctico y performativo surge también a través del uso anafórico de la construcción verbal “vamos (a hacer)”, rigurosamente en la primera persona plural y yuxtaponiendo su público con el partido y sí mismo. López Obrador añade a su discurso narraciones personales reportando en discurso directo las palabras de supuestos seguidores, que le confesaron sus ansiedades y quejas buscando su ayuda; se trata de un recurso sutil y eficaz para estimular emociones y participación. En ese sentido, en el discurso de arranque de la campaña, el político comparte una supuesta anécdota: “un migrante poblano [...] se acercó y me dijo: ‘licenciado así como Juárez separó la iglesia del Estado, usted busque, procure, con el apoyo del pueblo, separar al poder económico del poder político’”. El elemento del acercamiento a su público se revela central en la construcción de su personaje y se desarrolla de manera versátil; sin embargo el líder se dedica en particular a sus seguidores de las franjas populares, mientras que el acercamiento a un público de clase intelectual se cumple a través de la actividad de intelectuales de renombre. Morena cuenta con el apoyo de un grupo de intelectuales de izquierda, por su mayoría escritores, cuales por ejemplo Paco Taibo II, Fabrizio Mejía Madrid, Federico Navarrete, e incluso Elena Poniatowska.

Como se verá más adelante, una de las estrategias fundamentales que estructuran los discursos de López Obrador es la oposición a sus adversarios, a menudo explicitada en tonos maniqueos y caracterizada por una elección de adjetivos que expresan juicio de valor moral e intelectual.

Hablando de políticas, López Obrador reitera que habrá más inversiones, más fondos y más dinero público ya desde finales de 2018 (o sea para su toma

de posesión que en México tradicionalmente se celebra el 1 de diciembre), sin todavía explicar mecanismos y medidas gubernamentales que lo permitirán. A lo largo de la campaña electoral, el partido ha propuesto medidas a menudo llamativas pero vagas en contenidos; lo que efectivamente ha atraído muchos seguidores ha sido el personaje de López Obrador y sus respuestas a la frustración generalizada y falta de reales alternativas.

Alineándose con los casos clásicos y más estudiados, el discurso de los nuevos populismos surgidos en el siglo XXI está estructurado según un esquema maniqueo alimentado por una idea fundamental de defensa retórica de un pueblo imaginado, cuya base son “los de abajo”, es decir esas clases sociales desatendidas y desfavorecidas por las medidas políticas actuadas durante los gobiernos anteriores. El discurso de López Obrador encaja en esa tradición discursiva y se articula de manera fuertemente polarizante, a menudo basándose en la contraposición –más o menos explícita– entre ellos/nosotros característica de los movimientos sociales disidentes y de oposición de la izquierda mexicana (Marini, 2017). Esa perspectiva sin embargo no se vincula necesariamente a ideologías sino que se funda en la deconstrucción de convenciones políticas y oposición al sistema vigente. La idea de “cambio radical para bien” representa de un elemento clave al fin de construir una legitimación, tanto de la propia propuesta política como promesa real cuanto del papel salvador del líder populista. La dimensión irracional es por lo tanto fundamental en el discurso populista y especialmente en los casos de populismo izquierdista latinoamericano, donde la figura principal del movimiento adquiere rasgos mesiánicos y se entrelaza con temas, representaciones y actitudes de carácter religioso. López Obrador ha desarrollado una commistión de elementos muy distintos entre ellos, de las referencias a valores cristianos a la remisión a tradiciones priistas a través de consignas típicas del presidencialismo y nacionalismo mexicano. La connotación mesiánica de su discurso se explicita de manera por medio de la combinación de lenguajes verbales y no verbales, como por ejemplo la construcción de la iconografía en las imágenes del candidato en las redes sociales o la escenografía de algunas de sus intervenciones públicas. Asimismo explota sentimientos identitarios y espirituales, apelándose a valores supuestamente compartidos por la nación entera y a un pasado mitificado cuya narrativa ha sido evidentemente endulzada. De hecho, el uso instrumental de la historia nacional y la manipulación de la narración historiográfica son elementos claves a soporte del discurso morenista, en pos de la aprobación popular y de la construcción de argumentaciones –emocionales más que lógicas– de carácter nacionalista.

AMLO, el PRI y el uso público de la historia nacional

A López Obrador le gusta soltar la palabra “histórico” refiriéndose a casi cualquier aspecto de su actividad política y campaña; las últimas elecciones presi-

denciales han sido “históricas”, así como su triunfo, el alcance del partido, la oportunidad dada por su victoria a la izquierda latinoamericana y varios hechos relacionados con él y Morena. Su coalición para las elecciones se nombró “Juntos haremos la historia” pues su victoria representaría una transformación histórica para el país; asimismo le gusta soportar su discurso con variados referentes históricos, ganándose la aprobación del público local. Su primer discurso de campaña electoral arranca por lo tanto rindiendo homenaje a la historia de Ciudad Juárez, ese Paso del Norte nebulosamente “legendario” en la memoria histórica colectiva de los mexicanos por su papel fronterizo jugado durante la Revolución.

A menudo López Obrador compara a sí mismo con los presidentes mitificados por el nacionalismo mexicano, especialmente con Benito Juárez (1858-1872), Gustavo I. Madero (1911-1913) y Lázaro Cárdenas (1934-1940). En sus discursos no se exime de soltar supuestas citas de Juárez y Madero³, héroe de la Revolución en la narrativa nacionalista posrevolucionaria; mientras que el cardenismo representa un mito nacional muy radicado en el imaginario colectivo mexicano y la mención de Cárdenas generalmente gana aplausos y consenso. Por lo tanto, en su discurso de arranque recuerda las luchas revolucionarias y declara que decidió iniciar su campaña precisamente “aquí al pie de la estatua del mejor presidente que ha habido en la historia de nuestro país, Benito Juárez García”. Cerrando la campaña, López Obrador afirma que su elección representa una transformación “no menos profunda que la Independencia, la Reforma y la Revolución”; se trata en este caso del principal tópico de respaldo a la invención de la “Cuarta Transformación” representada por su llegada al poder, que se supone ser un acontecimiento histórico épocal y un cambio extraordinario aún antes de suceder.

Para ganar consenso emplea muchas referencias histórico-culturales específicas; uno de sus tópicos favoritos es el deseo de regresar a políticas posrevolucionarias, estructurando el tema asimilando los gobiernos neoliberales con el régimen caudillista de Porfirio Díaz (1876-1911) terminado con la Revolución:

[...] de los años 30 a los 80 del siglo pasado, los gobernantes no se atrevían, no se atrevieron a privatizar las tierras ejidales, los bosques, las playas, los ferrocarriles, las minas, la industria eléctrica, ni mucho menos a enajenar el petróleo; sin embargo ahora, en estos aciagos tiempos del neoliberalismo, los gobernantes se han dedicado, como en el Porfiriato, a conceder el territorio y a transferir empresas y bienes públicos, e incluso funciones del Estado, a particulares nacionales y extranjeros. (discurso de arranque de la campaña)

³ Se trata generalmente de proposiciones estructuradas alrededor de la frase “como decía”, posiblemente inspiradas por discursos de los personajes nombrados y sin embargo que no resultan como citas comprobadas por fuentes historiográficas.

El líder construye por lo tanto la imagen de un pasado glorioso, pintando “su pueblo” a partir de una narración implícitamente muy similar al tópico trumperiano condensado en el eslogan “Make America Great Again”⁴. López Obrador considera como posrevolucionario y ejemplar el régimen del PRI hasta los años ‘80, punto de inflexión neoliberal; implícita y estratégicamente, el discurso morenista de hecho propugna un regreso del régimen priista original. Queda evidente el papel fundamental de un análisis pragmático para la comprensión de las implicaturas propias de su discurso (Reyes, 1990), articuladas en distintos niveles de significado y cuya desambiguación e interpretación es variable según la tipología de receptores. Debido a su compleja estratificación de intenciones e implicaturas, los aspectos populistas de su discurso representan una comunicación que evidentemente no se puede reducir a códigos convencionales de relación entre significado y significante (Escandell Vidal, 1993). En los debates presidenciales⁵, López Obrador subraya además que su propuesta de política exterior es la del PRI “de antes”, un mixto de proteccionismo y libre comercio con la injerencia del Estado en la economía. Su reconstrucción de la historia de los gobiernos neoliberales resulta bastante aproximativa y basada en sus propias opiniones negativas; se limita a descargar toda la responsabilidad económica y política en los gobiernos precedentes, sin considerar mínimamente las dinámicas geopolíticas y económicas internacionales. De la misma manera sus referencias a los acontecimientos históricos simbólicos para la narrativa nacionalista mexicana posrevolucionaria se quedan al rango de menciones vagas y coherentes con las mitificaciones institucionales. Cuando pinta el gobierno priista entre los años ‘30 y ‘80 cual periodo de oro de México contemporáneo, habría que preguntarse si López Obrador incluye por ejemplo cuestiones como la represión estudiantil y la guerra sucia en su cuenta, temas que nunca ha mencionado en su elogio al régimen antecedente al neoliberalismo.

AMLO y sus enemigos

El discurso populista se funda en algunas características precisas, entre las cuales se halla la identificación de un enemigo dialéctico y la consecuente construcción de una oposición que reivindica justicia. Es más, el discurso populista clásicamente explota la agresión del oponente como condición intrínseca a las dinámicas de cambio (Kazin, 1998). El estilo retórico de López Obrador se basa en narrativas maniqueas que se alimentan de la frustración de los ciudadanos mexicanos; el líder se ha dedicado a la construcción de tales narrativas durante

4 Se trata de hecho de un tipo eslogan retomado de la campaña presidencial de Ronald Reagan (1980), impulsor de las políticas internacionales neoliberales condenadas por el mismo López Obrador.

5 La grabaciones oficiales de los tres debates electorales se encuentran en el canal oficial del INE (Instituto Nacional Electoral) que los emitió en directo en las fechas 22/04, 20/05 y 12/06 de 2018 [<<https://www.youtube.com/user/IFETV/>>].

todas sus campañas presidenciales, de 2006 a 2018, negándose a tender puentes o desarrollar un discurso de oposición constructivo.

Para él el enemigo desde siempre ha sido el neoliberalismo y por ende los caminos políticos emprendidos por el gobierno federal desde los años '80. El líder cita a los presuntos culpables por su nombre, por ejemplo acusando a menudo y abiertamente al expresidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994): "desde el gobierno de Carlos Salinas se optó, de manera absurda, por abandonar el campo y acabar con la industria nacional" (del discurso de arranque de la campaña de 2018). A través de una macroproposición en contra del neoliberalismo, en su discurso en Ciudad Juárez reitera la colocación "periodo neoliberal" y el marco temporal al que se refiere (desde los años '80 hasta el día de hoy). Ese tópico se revela esencial para la construcción de uno de sus temas fundamentales: el necesario regreso a las políticas priistas antecedentes a dicho periodo, anhelando una devolución política y –según sus intervenciones en debate especialmente– incluso económica. Relacionándose con el contexto fronterizo local, el tema del neoliberalismo se articula con una introducción en la que López Obrador toca todos los temas relacionados, para luego retomarlos a lo largo del discurso diseminando referencias y reiteraciones. Traza entonces un paralelo entre los gobiernos neoliberales y el régimen porfirista, respaldando y legitimando sus palabras con su habitual mención de datos histórico, luego descalifica políticas que tacha genéricamente de neoliberales como maneras "absurda" de actuar. López Obrador sin embargo no explica en detalle cuáles fueron los defectos de las medidas que desprecia, sino que se limita a respaldar sus acusaciones con unos datos que parecen surgir de diagnósticos detallados (aunque rara vez respaldados por referencias) y sacando otro tópico central de su discurso: la corrupción.

Su mensaje enfoca la corrupción –generalizada y difusa transversalmente en la sociedad mexicana y sus instituciones– como un problema desatado por los gobiernos neoliberales. Hacia el final de la macroproposición inicial sobre el neoliberalismo, el líder suelta un ejemplar disparate afirmando que "nunca antes se había padecido de tanta corrupción como ahora, nunca en la historia de México desde la época de La Colonia, se había padecido de tanta corrupción"; se trata de un buen ejemplo conforme con su estilo retórico, implícitamente respaldado por sus numerosas referencias supuestamente históricas y construido retóricamente por epanadiplosis y anáfora. La colocación más reiterada por López Obrador en hablar de sus enemigos políticos es "mafia del poder", una categoría "corrupta" y borrosa en la que caben políticos, ciudadanos, expertos y, en general, individuos y grupos que no confluyen en su partido. Expresándose sobre el tema de la corrupción, López Obrador ha descalificado a las organizaciones ciudadanas y especialistas que durante años han trabajado para promover sistemas de transparencia y anticorrupción, tildándolos públicamente de "fifís" en un mitin de campaña (Estado de México, 25/04/2018). Por supuesto el mensaje implícito que pasan sus palabras es que solamente las medidas propuestas

por su partido son aceptables y dignas de ser apreciadas, minimizando el desempeño y compromiso de cualquier otro en el combate contra la corrupción.

Entre sus adversarios se colocan también los integrantes del EZLN (Ejército Zapatista de Liberación Nacional) y por ende del colectivo de inspiración socialista y libertaria La Otra Campaña. Los zapatistas y sus simpatizantes “desde abajo y a la izquierda” no comparten el estilo político de López Obrador, que consideran conforme precisamente con ese establishment que discursivamente el líder denota en cada ocasión pública⁶. Desde 2001 –cuando su apoyo a la aprobación de una Ley Indígena en contraste con acuerdos previos provocó su boicot electoral por parte de los zapatistas– el mismo López Obrador ha alimentado un discurso bastante agresivo en contra del EZLN. Hay que recordar sus reiterados y cáusticos comentarios en contra de la precandidata indígena María de Jesús “Marichuy” Patricio (Marini, 2018), que se postuló en el octubre 2017 apoyada por EZLN, CNI (Congreso Nacional Indígena) y CIG (Consejo Indígena de Gobierno); entre muchos, el primero llegó por Twitter cuando AMLO declaró que “El EZLN en 2006 era ‘el huevo de la serpiente’. Luego muy ‘radicales’ han llamado a no votar y ahora postularán a una candidata independiente” (16/10/2017).

Después su victoria y en un clima de celebración y entusiasmo, López Obrador ha recibido congratulaciones por jefes de Estado como Trump, expresidentes neoliberales como Salinas y panistas cuales Fox y Calderón, empresarios de la oligarquía mexicana como Slim. Sin embargo no recibió felicitaciones por representantes de la izquierda mexicana “de abajo”, efectivamente de inspiración socialista y marxista, radicada a menudo en los contextos rurales y deprimidos del país, relacionada con movimientos sociales locales, grupos indígenas e instituciones como la enseñanza normalista. De hecho, fue López Obrador quien facilitó el nombramiento de José Luis Abarca como alcalde de Iguala para el PRD, a pesar de sus comprobadas conexiones criminales; Abarca se reveló implicado en la desaparición forzada de los 43 estudiantes de Ayotzinapa el 26 de septiembre de 2014. Encarado con el tema por padres de los normalistas en el marzo de 2017, el líder de Morena se escabulló descalificando como “provocadores” a los que le pedían explicaciones⁷.

En su discurso de arranque López Obrador se permite hacer algunas alusiones a burlas difundidas en redes sociales sobre su predecesor Enrique Peña Nieto; por ejemplo declara que se cortará “el copete de privilegios que hay en el gobierno” pues Peña Nieto ha sido ridiculizado por su copete. A menudo desacredita a sus adversarios políticos y en general a los que no comparten sus ideas pintándolos como inmorales e inferiores; sus palabras sobre los demás candidatos les quitan legitimidad de manera insultante, conflictiva e innecesaria.

6 Ya el día 04/07/2018 justo después de la victoria electoral de López Obrador, el canal oficial del EZLN emitió un comunicado comentando en el cierre que “podrán cambiar el capataz, los mayordomos y caporales, pero el finquero sigue siendo el mismo” [<http://enlacezapatista.ezln.org.mx/>].

7 El evento fue grabado y está disponible en la red; su versión original se atribuye a la página Facebook Somos los Otros NY [<https://www.facebook.com/losotrosNY/videos/1013244945476340/>].

En su discurso de cierre de campaña, el líder reitera su posición en contra de la “inmoralidad y decadencia” que han caracterizado los gobiernos recientes, implícitamente calificando a sí mismo y por ende a sus seguidores como moralmente superiores. Las políticas económicas neoliberales son “infames” y de “descomunal deshonestidad”, los gobiernos precedentes perpetraron “el envilecimiento y la nefasta destrucción del tejido social” y permitieron “el predominio de una mafia del poder”; López Obrador no deja de arremeter contra las instituciones y “su desmedida avaricia”, y de nombrarse “guardián de las libertades políticas”. En los debates electorales suelta además ofensas pueriles hacia sus directos adversarios, poniéndoles apodos inadecuados al contexto discursivo⁸; su constante deslegitimación de los adversarios como estrategia de vaciamiento su valor social y político adquiere a menudo carácter de violencia simbólica.

Después de muchas apelaciones por celebridades e intelectuales para un cambio también hacia actitudes generosas y conciliadoras entre facciones políticas, en su discurso de cierre de campaña López Obrador intenta adoptar una postura más pacificadora. El político inserta por lo tanto frases para asegurar que “no habrá represalias” con respecto a los partidos derrotados y sugerir que se alcanzará el “cambio por el camino de la concordia”; sin embargo las proposiciones añadidas en ese sentido parecen más bien parches puestos ad hoc en su habitual estructura discursiva.

AMLO y la nación

En su tercera campaña presidencial, el discurso de López Obrador ha tomado más que nunca tonos patentemente nacionalistas. Si bien la reivindicación soberanista se ha ido exacerbando antes las políticas estadounidenses sobre la migración y el muro fronterizo, el tema con que el líder ha celebrado los presuntos rasgos moralmente apreciables del pueblo mexicano revive la tradición nacionalista posrevolucionaria.

En el discurso de arranque de campaña se destaca el empleo deíctico de nuestro/nuestra (33 recurrencias) referido sobre todo a México (2) como “país” (8), “patria” (3), “nación” (2), así como directamente a su “autoridad soberana” (1) y “pueblo” (3) inclusive de los migrantes (“connacionales” y “paisanos”). En el discurso de cierre, López Obrador reitera conceptos nacionalistas construidos alrededor de las palabras “pueblo” (8), “nación” (4), “país” (6) y “soberanía” (3). El tema de la soberanía se vincula al ámbito de las relaciones exteriores y a reivindicaciones económicas de matiz autárquico, nunca argumentadas en

⁸ Por ejemplo durante el segundo debate presidencial oficial (20/05/2018) López Obrador apodó su contrincante Ricardo Anaya (PRD-PAN) como “Canallín” y “Ricky-Riquín-Canallín”. En sus intervenciones durante la campaña y por Twitter, por ejemplo tildó a los demás candidatos de “piruris”, “fresas”, “fifis” y “puchos” quitándoles importancia y consideración; además mencionó a José Antonio Meade (PRI) como “señoritingo”, “titere”, “pelele” y “ternurita”.

detalle o concretamente. En ese sentido, su reiterada crítica al Tratado de Libre Comercio de América del Norte se basa en afirmaciones poco esclarecedoras pues niega y admite a la vez la existencia de beneficios económicos, para después retomar el tema y comunicar que de toda manera los nuevos acuerdos se realizarán consecuentemente a su elección. Una vez más, López Obrador justifica la borrosidad –o incluso la ausencia– de sus propuestas políticas con el opinable argumento lógico de que proyectos, soluciones y medidas llegarán después su toma de posesión.

A menudo López Obrador yuxtapone el partido al pueblo, construyendo un sentido de participación y pertenencia a una colectividad; su empleo de la primera persona plural a lo largo de todo el discurso es la señal más evidente de tal estrategia. A pesar de una candidatura basada substancialmente en su papel de único líder del movimiento, el orador emplea la primera persona singular casi exclusivamente para expresar confianza en sus electores y acercarse a ellos de manera más personal. En sus ejemplos en campo económico, explota temas tradicionalmente sensibles para los ciudadanos mexicanos cual por ejemplo el precio de la canasta básica. Así declara que “vamos a distribuir una canasta de alimentos a precios bajos” (discurso de cierre de campaña) e imputa al “periodo neoliberal” el actual precio del kilo de tortilla, pues “hace 30 años un salario mínimo alcanzaba para comprar cincuenta y un kilos de tortilla, y ahora solo alcanza para adquirir seis kilos de tortilla” (discurso de arranque). Tal referencia se puede además interpretar como una indirecta a la nota metida de pata de Enrique Peña Nieto durante su campaña electoral en 2011, cuando para justificar su ignorancia sobre el tema soltó un despropósito machista afirmando que “no soy la señora de casa”. En ese sentido, el papel activo de la esposa del líder morenista durante la campaña electoral ha garantido una imagen incluyente con respecto a las mujeres, diferenciándose de sus predecesores torpemente machistas.

El pueblo pintado por López Obrador se enlaza con el mito nacionalista posrevolucionario y esa construcción de la identidad nacional que incluso intelectuales como Octavio Paz (1950) contribuyeron a bosquejar a lo largo del régimen priísta. La macroproposición final del discurso de arranque se basa precisamente en una apelación a ese supuesto carácter mexicano, a partir de su “fortaleza cultural” que según él explicaría la resistencia frente al yugo impuesto por la economía neoliberal. Durante el cierre de campaña se apela a esos “valores fundamentales que nos hermanan” sin especificar ninguno y –aunque no sea un hecho real– agradece por su apoyo indígenas y campesinos, guiñando además un ojo a la izquierda radical con sus referencias a una presunta “lucha” para la “revolución”. A pesar de haber criticado la postulación de la precandidata independiente indígena Marichuy y de no haber propuesto medidas con respecto a los pueblos indígenas, su discurso ondea una bandera incluyente y matiza los contrastes con los movimientos zapatistas y libertarios.

El elemento moral está presente a lo largo de toda su campaña y, como hemos visto anteriormente, forma parte fundamental de su construcción de contraposición y de la imagen de sus enemigos. Sin embargo, en el discurso de cierre de campaña el tópico adquiere una posición central y reiterada constantemente durante su alocución. En esa ocasión, López Obrador explota un rasgo clásico del populismo norteamericano (Kazin, 1998) en su declinación moral, evidenciando que su victoria permitirá de ajustar las instituciones dañadas por sus predecesores corruptos pues se trata de “la victoria de todo un pueblo frente a la inmoralidad y la decadencia de los últimos tiempos”. El emisor estructura su discurso retomando regularmente la idea de que su gobierno será por fin un gobierno moralmente digno, diferenciándose por ende de sus predecesores. Algunas de las proposiciones más relevantes en ese sentido se articulan alrededor de frases como “el nuevo presidente de México contará con autoridad moral y política” y con “está determinación llevada a la práctica se moralizará al país”; López Obrador plantea además la prioritaria “elaboración y divulgación de la Constitución Moral”, es decir una guía de valores para la población⁹. Antes de emplear la consigna tradicional del discurso político mexicano “¡Qué viva México！”, su intervención se cierra subrayando que siendo él “un hombre de convicción y principios” y –por ende– su “honestidad no tiene precio”.

El populismo del siglo XXI: unas consideraciones conclusivas

Como se intentó destacar a través de este trabajo, basado también en un estudio extenso y comparado de la evolución del personaje de López Obrador y su discurso, el nuevo discurso populista de izquierda latinoamericano se articula por ejes comunes a la mayoría de los fenómenos populistas contemporáneos. Se evidencian además diferentes niveles posibles de interpretación discursiva, según el conocimiento de los temas elegidos por el orador para respaldar sus afirmaciones públicas. Contextualizando sus eslóganes y discursos a lo largo de la campaña electoral, a través de un análisis crítico se puede argüir que el efectivo mensaje de López Obrador no corresponde con la imagen de líder honesto, izquierdista y concreto que él mismo ha construido a lo largo de su carrera. Aceptar la idea de que López Obrador no pertenece a la élite política del país presupone un escaso entendimiento de la realidad y mecanismos políticos, así como un conocimiento muy superficial de su larga trayectoria militante en partidos oficiales como PRI y PRD.

El carácter substancialmente personalista de Morena también se puede asimilar a los casos de populismo clásico así como a los más recientes. Típicamente,

⁹ El 26 de noviembre de 2018, López Obrador presentó oficialmente una convocatoria para la creación de dicha constitución “no pretende imponer conductas o creencias religiosas a nadie sino ofrecer lineamientos de convivencia consensados” y no tendrá valor jurídico ni carácter obligatorio.

durante la campaña electoral los programas concretos dejan de ser el eje prioritario para ganar consenso mientras que el líder impulsa, estimula y fascina a sus potenciales electores por medio de su personalidad. La construcción del acercamiento al público se revela esencial pues cuanto más el elector coincidirá con el líder –ilusionándose de pertenecer a un mismo grupo social y compartir representaciones políticas– más estará dispuesto a ser representado por él a nivel institucional. Se recuerda en ese sentido el caso desconcertante de Donald Trump, cuyo núcleo duro de electores se compuso de ciudadanos de extracción social proletaria y habitantes de zonas gravemente deprimidas como por ejemplo los Apalaches (Revelli, 2017). Queda evidente que la realidad cotidiana, expectativas y necesidades de un “hillbilly” tienen muy poco en común con las de un magnate multimillonario como Trump; sin embargo el actual presidente de EEUU. consiguió construir un personaje discursivo que se apela al descontento y frustración de esa tipología de elector, así como presenta rasgos sociolíngüísticos y temáticas comprensibles y compatibles por amplios segmentos de la sociedad estadounidense. López Obrador aprovecha de mecanismos muy similares, jactándose de ser “necio” y poco refinado, implicando así su similaridad con la mayoría del pueblo mexicano; sus seguidores no se ofenden por eso sino que se identifican aún más con él, pues el discurso del líder alimenta un orgullo popular anti-establishment y poco importa si el rasgo en cuestión es negativo.

La característica más asimilable con la tradición populista latinoamericana es la dimensión mesiánica e implícitamente religiosa del discurso de López Obrador. Si bien la mayoría de sus actitudes y de las idiosincrasias que estructuran su personaje discursivo se acercan a un nuevo populismo internacional, su carácter salvador añade un valor espiritual a su papel político como líder.

La actividad política de Morena se caracteriza además por el empleo de los nuevos medios de comunicación, acercándose por un rasgo esencial más al estilo político y comunicativo de del populismo actual. Los nuevos medios como las plataformas sociales han ido desempeñando un papel crucial en la difusión del discurso populista; tal evolución conlleva necesariamente el desarrollo de un lenguaje específico y flexible a la vez, así como de mecanismos lingüísticos útiles para la adecuación del mensaje a los diferentes medios empleados. Líderes latinoamericanos de izquierda como por ejemplo Rafael Correa y Hugo Chávez se han apoyado substancialmente en los medios tradicionales, monopolizando la información y explotando una presencia personal difusa de manera capilar. López Obrador por su parte explota la naturaleza originaria de Morena, nacido como movimiento social popular muy presente en las redes sociales. La difusión del mensaje morenista a través sobre todo de nuevos medios contribuye además a fortalecer la imagen construida de un partido ajeno a la corrupción de la información y que por ende expresa la voluntad del pueblo en contra de la élite al poder. Se acerca en esto por ejemplo a partidos como el italiano Movimento 5stelle, que reivindica su naturaleza popular proclamando su capacidad de dar voz a los ciudadanos a través de las redes sociales. El canal de comunicación

representado por las redes sociales representa un campo muy rentable para explotar el descontento de los ciudadanos a fines políticos, especialmente en un país como México donde históricamente ha existido un duopolio televisivo y el último presidente priista Peña Nieto tuvo un comprobado acuerdo de visibilidad con la cadena Televisa.

Muchos de los temas de carácter anti-establishment explotados por López Obrador resultan ser compartidos también por los movimientos populistas actualmente activos en Europa. La limitación de privilegios y fueros por ejemplo ha sido un tópico fundamental en la campaña del Movimento 5stelle italiano –declaradamente allende la “división entre izquierda y derecha”– que actualmente comparte el gobierno con la Lega Nord, partido posicionado a la derecha extrema; se trata de un eje temático bastante banal y sin embargo que gana gran aprobación popular gracias a la frustración generalizada por la crisis económica y el empobrecimiento creciente. De la misma manera la reivindicación genérica y económica de la soberanía nacional y autoridad soberana ha sido el eje substancial de las campañas de la ya mencionada Lega Nord (Italia), el Front National (ahora Rassemblement National, Francia), el FPÖ (Austria) entre otros, y de discursos políticos de jefes de gobierno como por ejemplo Theresa May (Reino Unido) y Alexis Tsipras (Grecia), además evidentemente del vecino de México Donald Trump. Como Trump, López Obrador pregonó la necesidad de regresar a un país glorioso como era antes de la hegemonía de las políticas impuestas por sus enemigos declarados; en su caso, se trata como hemos visto de los gobiernos neoliberales predominantes desde los años ‘80 hasta el día de hoy, para los líderes europeos el actual enemigo parece ser la Unión Europea y su estructura institucional comunitaria tambaleante (Feltri, 2018).

Para concluir, más conformemente a su naturaleza populista que a su vocación de cambio izquierdista, desde el día después de los resultados electorales el actual presidente de México parece ya disfrutar del presidencialismo propio del sistema político e institucional instaurado por el régimen priista. Tres días después de las elecciones empezó a sugerir nombramientos que no corresponden al Ejecutivo y sin consideración por las normas de procedimiento, así como pretender de marcar la agenda nacional, cambiar miembros de su gabinete entonces todavía no formado y cumplir funciones presidenciales. Después de su toma de posesión el 1 de diciembre de 2018, López Obrador sigue empleando un discurso polarizante típico de la campaña electoral que alimenta la división social y el conflicto en la sociedad civil. A pesar de todo esto, con respecto a la deriva autoritaria que a menudo sigue la elección de un líder populista aún es muy temprano para consideraciones en ese sentido sobre el caso de Andrés Manuel López Obrador.

Referencias bibliográficas

- Chilton, P. (2004). *Analysing political discourse: theory and practice*. London: Routledge.
- De Cillia, R., Reisigl, R. & WODAK, R. (1999). Discursive construction of national identities. *Discourse and society*, 10 (2), 149-173.
- Escandell Vidal, M.V. (1993). *Introducción a la pragmática*, Barcelona, Editorial Anthropos.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- Feltri, S. (2018). *Populismo sovrano*. Torino: Einaudi.
- Gratius, S. (2007). La tercera ola populista en América Latina. *FRIDE*, Documento de trabajo, 45, pp. 33.
- Guariglia Pozzo, M. (2016). Populismos y neopopulismos. En Casaús, M. & Macleod, M. (Eds.), *América Latina entre autoritarismo y la democratización 1930-2012* (pp. 62-117). Madrid, Marcial Pons.
- Kazin, M. (1998). *The populist persuasion. An American history*. Edición revisada. USA: Cornell University Press
- Krauze, E. (2006). El mesías tropical. *Letras libres*, 57, 14-24.
- Laclau, E. (2005). *On Populist Reason*. London, Verso.
- Marini, A.M. (2017). *Politiche e progetti di riforma educativa in Messico. Storia, attualità e analisi critica del discorso*. Unpublished MA thesis, Università degli Studi di Milano.
- Marini, A.M. (2018). La normalidad racista del discurso público en México y el caso de Marichuy. *Iberoamérica Social*, 6 (XI), 65-83.
- Maya, R. (2004). Inédito rechazo de oposición para mensaje presidencial. *CIMAC Noticias*. Recuperado de <https://www.cimaenoticias.com.mx/>.
- Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*, 39 (4), 541-563.
- Paz, O. (1959). *El laberinto de la soledad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Revelli, M (2017). *Populismo 2.0*. Torino: Einaudi.
- Reyes, G. (1990). *La pragmática lingüística. El estudio del uso del lenguaje*, Barcelona, Editorial Montesinos.
- Rivero, Á., Zarzalejos, J. & Del Palacio, J. (Eds.) (2017). *Geografía del populismo. Un viaje por el universo del populismo desde sus orígenes hasta Trump*. Madrid: Tecnos – FAES.
- Taguieff, P.A. (2007). *L'Illusion populiste: de l'archaïque au médiatique*. Nueva edición integrada. Paris: Flammarion.
- Van Dijk, T. (2008). *Discourse and power*. UK: Palgrave Macmillan.
- Vittori, D. (2017). Re-conceptualizing populism: bringing a multifaceted concept within stricter borders. *Revista Española de Ciencia Política*, 44, 43-65.
- Wodak, R. (2009). Language and politics. *English: description, variation and context*, Macmillan Education UK, 577-594.

El *ethos* de competencia: estrategias polifónicas de legitimación de Rafael Correa en los *Enlaces Ciudadanos*

*The ethos of competition: polyphonic strategies of legitimation of
Rafael Correa in the “Citizen Links”*

*O ethos competente: estratégias polifônicas de legitimação de Rafael
Correa no “Enlaces Ciudadanos”*

María Pilar COBO GONZÁLEZ

Universidad de Buenos Aires, Ecuador / pilicobo@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Monográfico, pp.171-186)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 28-08-2018 / Aprobado: 27-02-2019

Resumen

Durante el gobierno de Rafael Correa en Ecuador (2007-2017), el programa *Enlace Ciudadano* funcionó como uno de los principales dispositivos gubernamentales de comunicación. Al final de los *Enlaces*, José Maldonado, indígena de Peguche, leía un resumen en kichwa de estos. Durante este resumen, y en general en los *Enlaces*, Correa y Maldonado intercambiaban comentarios y bromas, muchas veces enfocados hacia una disputa por la competencia de ambos en el idioma kichwa. El objetivo de este trabajo, que se basará en categorías del análisis del discurso y se enfocará en los *Enlaces* efectuados en la comunidad indígena de Zumbahua, será demostrar que el expresidente ecuatoriano se vale de varias estrategias polifónicas para reforzar un *ethos* de competencia en relación con la lengua kichwa y la cosmovisión indígena.

Palabras claves: Enlaces ciudadanos, Rafael Correa, polifonía, kichwa, análisis del discurso

Abstract

During the government of Rafael Correa in Ecuador (2007-2017), the program *Citizen Link* functioned as one of the main government communication devices. At the end of this program, José Maldonado, a native of Peguche, read a summary of these in Kichwa. During this summary, and in general in the program, Correa and Maldonado exchanged comments and jokes, often focused on a dispute about the competence in the Kichwa language. The objective of this work, which will be based in some categories of discourse analysis and focus on the *Links* made in the indigenous community of Zumbahua, will be to demonstrate that the Ecuadorian president uses several polyphonic strategies to reinforce an ethos of competition in relation to the Kichwa language and the indigenous worldview.

Keywords: Citizen links, Rafael Correa, polyphony, kichwa, discourse analysis

Resumo

Durante o governo de Rafael Correa no Equador (2007-2017), o *Enlace Ciudadano* (Conexão Cidadã) funcionou como um dos principais dispositivos de comunicação do governo. Ao final de cada *Enlace*, José Maldonado, nativo de Peguche, lia um resumo em Kichwa. Durante os resumos, e de modo geral ao longo dos *Enlaces*, Correa e Maldonado trocavam comentários e piadas, muitas vezes focados em uma disputa sobre a competência de ambos na língua kichwa. O objetivo deste trabalho, que será baseado em várias categorias de análise de discurso e terá como foco os *Enlaces* realizados na comunidade indígena de Zumbahua, será demonstrar que o ex-presidente equatoriano utiliza diversas estratégias polifônicas para reforçar um espírito de competência linguística em relação à língua Kichwa e a cosmovisão indígena.

Palavras chaves: Conexão Cidadã, Rafael Correa, polifonia, kichwa, análise do discurso

1. Introducción

Durante el gobierno de Rafael Correa en Ecuador (2007-2017), el *Enlace Ciudadano* (EC) fue uno de los principales dispositivos gubernamentales de comunicación. Este programa se transmitía cada sábado (por eso se lo conocía coloquialmente como ‘sabatina’),¹ y duraba entre tres y tres horas y media. Los EC se efectuaban en diversas poblaciones de Ecuador, especialmente en barrios marginales o en comunidades indígenas. La intención de este programa, que llegó hasta la emisión 523, y se transmitía por radio y televisión a escala nacional, era servir como un espacio de ‘rendición de cuentas del mandatario a sus mandantes’, pues el expresidente informaba a la ciudadanía, sin intermediarios, acerca de sus actividades cotidianas y de ciertas decisiones que tomaba el Gobierno. Sin embargo, la mayoría del tiempo expresaba su opinión sobre temas coyunturales polémicos y atacaba a sus opositores. Por eso, los EC marcaban la agenda semanal de los medios, de la que Correa se nutría, a su vez, para las próximas emisiones.

El primer EC se transmitió el 20 de enero de 2007, cinco días después de que Correa asumiera la presidencia, y el último, el 523, se transmitió el 20 de mayo de 2017, cuatro días antes de que dejara el mandato. Fueron muy escasos los sábados en los que no se transmitió este programa y también muy escasas las ocasiones en las que Correa no lo lideró. Cuando no podía asistir, delegaba el liderazgo a sus vicepresidentes Lenín Moreno (2007-2013, actual presidente de Ecuador) y Jorge Glas (2013-2017). Asimismo, en pocas ocasiones el EC se transmitió en lugares cerrados y con asistencia restringida, pues la intención era que el presidente estuviera cerca del pueblo. En un inicio, este programa fue concebido como una cadena nacional en la que Correa dialogaba con varios periodistas, pero con el tiempo esta dinámica cambió, y Correa era el único que tenía la palabra, en ocasiones se la cedía a alguno de sus ministros u otros funcionarios para que explicaran algún tema puntual.

Al final de los EC se leía un resumen en kichwa de las actividades del presidente. En los primeros programas, la encargada de leer y elaborar este resumen fue Mónica Chuji, indígena kichwa de la Amazonía y secretaria de Comunicación, pero cuando esta dejó el cargo, el resumen fue responsabilidad de José Maldonado, más conocido como Mashi (palabra kichwa que significa ‘compañero’). En sus primeras participaciones, solo leía el resumen, pero posteriormente también fungió de presentador de las sabatinas. En este papel, el personaje del Mashi adquirió protagonismo, pues era el único que podía bromear con Correa.

La estrategia de incluir el resumen en kichwa tuvo como intención hacer visibles a los indígenas, especialmente a los de la nacionalidad kichwa, la más grande del país y cuyo idioma es la lengua ancestral más hablada. Según

1 En este trabajo me referiré al programa indistintamente como *Enlace Ciudadano* o sabatina.

Maldonado, el objetivo de este segmento era “dar a conocer a la población indígena kichwa las actividades que desarrolla el Gobierno en su propia lengua. De tal forma que ellos puedan saber, y sobre todo entender, lo que hace este Gobierno” (Entrevista, 2016). Además, esta nacionalidad ha desempeñado un importante papel político en el país. El kichwa cuenta con un gran valor simbólico, pues ha sido considerado la lengua de la resistencia y la reivindicación indígena.

Durante varias sabatinas que se llevaron a cabo en las comunidades indígenas kichwahablantes, Correa intentaba mostrar su competencia en kichwa: saludaba en esta lengua con los asistentes o mantenía diálogos cortos con Maldonado. En algunas ocasiones, como una manera de legitimar esta competencia, cuestionaba la manera de expresarse de Maldonado en su lengua materna. Estos cuestionamientos, que ocurrían entre broma y broma, se referían a que Maldonado hablaba un kichwa ‘pelucón’, que no correspondía al kichwa ‘popular’ (y, por tanto, legítimo) de los asistentes.

Uno de los lugares donde el expresidente ecuatoriano capitalizó el valor simbólico de la lengua y de la cultura indígenas fue Zumbahua, en la provincia de Cotopaxi. Cuando Correa terminó su carrera universitaria, colaboró durante un año como voluntario en la misión que los padres salesianos regentan en ese pueblo. En varias ocasiones, se refería a este año como su ‘mejor posgrado’, pues aquí conoció de cerca la realidad indígena (lo que él llama ‘el problema indígena’) y aprendió la lengua.

El *corpus* elegido para este trabajo son las tres sabatinas que tuvieron como sede Zumbahua,² pues, al ser este uno de los ‘bastiones’ del expresidente, es donde más se manifiesta la necesidad de este de legitimarse como competente en el kichwa, y, por lo tanto, se evidencian los cuestionamientos hacia la competencia lingüística de Maldonado. Además, es necesario tomar en cuenta que los destinatarios directos de la sabatina en Zumbahua son, en su mayoría, kichwahablantes, lo que condiciona la recepción de este ‘mano a mano’ que ocurre entre Correa y Maldonado en relación con la competencia lingüística. También influye el hecho de que, entre los receptores, se encuentran varios amigos indígenas de Correa, dirigentes del pueblo y de la provincia. Esto permite reforzar un *ethos* de presidente cercano al pueblo.

2. Marco teórico-metodológico

Para este trabajo he tomado como base varias categorías propuestas por el análisis del discurso. Me interesa relatar, sobre todo, las estrategias polifónicas de las que se vale Correa para legitimar su posición de competencia como kichwahablante. Helena Casalmiglia y Amparo Tusón definen al análisis del discurso

² El 1 de julio de 2011 (EC 229), el 26 de diciembre de 2015 (456) y el 11 de marzo de 2017 (515).

como “un instrumento que permite entender las prácticas discursivas que se producen en todas las esferas de la vida social en las que el uso de la palabra -oral o escrita- forma parte de las actividades que en ella se desarrollan” (1999, p. 26). Para Dominique Mainguenaau, es “la disciplina que, en lugar de proceder a un análisis lingüístico del texto en sí mismo o a un análisis sociológico o psicológico de su ‘contexto’ tiene como objetivo articular su enunciación en un determinado lugar social” (2008, p. 17). El hecho de que el análisis del discurso pueda ser aplicado como una metodología para acercarse a cualquier discurso lo vuelve interdisciplinario, pues su objetivo es “comprender las prácticas discursivas asociadas con ámbitos diversos de la vida social” (Narvaja de Arnoux, 2009, p. 14).

Una de las principales nociones relacionadas con el discurso, que fue retomada del modelo dialógico de Mijail Bajtin por Oswald Ducrot (1984), es la polifonía. El enfoque polifónico postula que

El autor de un enunciado no se expresa nunca de manera directa, sino que lo hace a través de la puesta en escena de voces o de puntos de vista frente a los cuales adopta actitudes diversas. El sentido del enunciado nace así de la confrontación de esas diferentes voces presentes en él y del posicionamiento enunciativo del locutor frente a ellas (García Negroni, 2009b, p. 17).

De acuerdo con este enfoque, el enunciador trae a su discurso varias voces, y esto ocurre, como veremos, con las estrategias polifónicas que emplea Correa para legitimar su *ethos* de competencia en relación con el kichwa. Otro postulado que se articula con el enfoque polifónico es la heterogeneidad constitutiva, estudiada principalmente por Jacqueline Authier-Revuz (1984).

En primer lugar, y para establecer el contexto discursivo del *EC*, en este trabajo lo caracterizaré desde la perspectiva de la escena de enunciación propuesta por Mainguenaau (2004). De esta manera, se podrá entender la importancia del *EC* y del resumen en kichwa dentro de la estrategia comunicacional de Correa. Posteriormente, analizaré el *ethos* de Correa en las sabatinas y, particularmente, en el segmento de resumen en kichwa (Mainguenaau, 2010; Charaudeau, 2009) e integraré este análisis en el concepto de locutor *lambda* planteado por Ducrot (1984) y a la categoría de locutor *lambda* narrado, introducida por Montero (2017). Después, analizaré cómo se presenta la heterogeneidad constitutiva (Authier-Revuz, 1984) en los cuestionamientos de Correa hacia Maldonado, para, por último, acercarme a la contraposición entre el kichwa ‘culto’ y el ‘kichwa’ popular desde la negación metalingüística (Ducrot, 1984; García Negroni, 2009a). El objetivo de este análisis será demostrar que el expresidente ecuatoriano se vale de varias estrategias polifónicas para reforzar un *ethos* de competencia en relación con la lengua y la cosmovisión indígena.

3. La escena de enunciación política del resumen en kichwa del *Enlace Ciudadano*

Mainguenaau (2004) plantea que todo discurso, en tanto texto, puede ser abordado desde la situación de comunicación y la escena de enunciación. Estos abordajes resultarán muy útiles para analizar la interacción que ocurre entre Correa y Maldonado. Para Mainguenaau, la situación de comunicación da a conocer “desde el exterior (...) la situación del discurso a la que el texto está indisolublemente ligada” (2004, p. 3). Este autor plantea una serie de parámetros para caracterizar esta situación. A continuación, analizaré el *EC* desde estos parámetros.

Finalidad. En relación con este parámetro, Mainguenaau afirma que “todo género discursivo apunta a realizar un cierto tipo de modificación de la situación de la cual forma parte” (2004, p. 4). En la página de la Secretaría de Comunicación (Secom) se explica la finalidad de este programa:

El Enlace Ciudadano permite al Primer Mandatario rendir cuentas de su gestión a todos los ecuatorianos, quienes, por este medio, están al tanto de temas coyunturales, así como de la gestión gubernamental en diversos ámbitos. Dada su importancia política, este espacio se ha convertido en referente mediático y fundamental para la opinión pública. (Secom)

El *EC* está planteado como un espacio de rendición de cuentas del Mandatario a sus mandantes, tal como Correa lo afirmó en el primer Enlace: “Ese es nuestro deber, yo soy un simple mandatario (...) el que recibe el mandato, el mandante que ordena es el pueblo ecuatoriano, y debemos rendir cuentas a ese pueblo ecuatoriano”.

Estatus de los participantes. Los estatus de ambos participantes en esta interacción están claramente definidos. Correa es el presidente ecuatoriano y Maldonado es el traductor del *EC* al kichwa.

Circunstancias apropiadas. El *EC* se inscribe dentro del género ‘Informe presidencial periódico’³ y, como tal, requiere de algunas circunstancias que lo validen, como el hecho de que Correa acuda cada semana a un lugar distinto, para demostrar que es cercano al pueblo, y que ese lugar sea un sitio que, anteriormente, había contado con poca atención por parte de los gobiernos de turno. En relación con el resumen en kichwa, que puede ser considerado como un género que denominaré ‘Resumen del informe presidencial periódico en una lengua ancestral’, las circunstancias apropiadas en las que este ocurre se deben, sobre todo, a que el kichwa es la lengua ancestral más hablada en el Ecuador y consta en la Constitución como idioma oficial de relación intercultural. Además, la

³ He nombrado así al género en el que, considero, se inscribe el *EC*, pues pueden identificarse rasgos estables como la rendición de cuentas del mandatario a sus mandantes y la periodicidad, que es un rasgo muy importante. Dentro del mismo género puede encontrarse, por ejemplo, el programa *Aló Presidente*, de Hugo Chávez, que tiene características bastante similares a las del *Enlace Ciudadano*.

interculturalidad y la plurinacionalidad son rasgos importantes del proyecto político de Correa.

Modo de inscripción en la dimensión temporal. Mainguenau sostiene que este aspecto puede encontrarse en cuatro ejes: periodicidad, duración, continuidad y caducidad (2004, p. 4). En relación con la periodicidad, el resumen se llevaba a cabo cada sábado a mediodía, aproximadamente a las 13:00, y era el último segmento del *Enlace*. La duración de la interacción en la que se lee el resumen es de aproximadamente 20 minutos. En relación con la continuidad, ocurren diversas interrupciones, que generan que el tiempo real de lectura del resumen sea, en promedio, de dos minutos. La caducidad del resumen ocurre en el mismo momento en que este se lee, pues, al contrario de las declaraciones que Correa efectúa durante el resto del *EC*, que marcan la agenda de la semana siguiente, lo que ocurre durante esta interacción carece de trascendencia.

Medio. Si bien el *EC* ocurre en un escenario público (generalmente un espacio abierto como una cancha), frente a un público, está pensado para ser transmitido, especialmente por televisión e internet. Gracias a estos medios, los 'mandantes' pueden acceder a la rendición de cuentas de su 'mandatario'.

Plan de texto. El *EC* muestra un plan claramente pautado. En primer lugar, Correa daba su informe semanal de actividades, luego hablaba de ciertos temas coyunturales y polémicos, cedía la palabra a sus colaboradores, y luego daba paso al resumen en kichwa. Durante la década en la que fueron emitidas las sabatinas, el informe fue matizado por ciertos segmentos, como 'La cantinflada de la semana', que no eran necesariamente estables.

Un cierto uso de la lengua. El segmento del resumen en kichwa, que es donde ocurre con mayor frecuencia la interacción entre Correa y Maldonado, se da principalmente en esa lengua. No obstante, la interacción entre el expresidente y el Mashi es en español. El registro que se usa es coloquial.

Hasta aquí hemos visto los rasgos constitutivos de la situación de comunicación, que han servido para contextualizar la interacción entre Correa y Maldonado en el *EC*, especialmente en el resumen en kichwa. Si la situación de comunicación es considerar el discurso desde el exterior, la escena de enunciación, como lo indica Mainguenau, es considerar la situación discursiva desde el interior, desde "la huella de un discurso en el que la palabra es puesta en escena" (2004, p. 5). Para comprender esto, el autor plantea tres aspectos: la escena englobante, la escena genérica y la escenografía, que pueden ser aplicadas al resumen en kichwa del *Enlace Ciudadano*.

La escena englobante. Esta es la que "otorga un estatuto pragmático al discurso, lo integra a un tipo" (Mainguenau, 2004, p. 5) y "define el estatus de los participantes" dentro de este estatuto pragmático (Mainguenau, 2010, p. 211). La escena englobante en la que se inscribe el *EC* es la de discurso político y, al encontrarse el resumen en kichwa dentro de este discurso, podríamos decir que también puede entrar dentro de una escena englobante. No obstante, debido a que el resumen está matizado por varias interrupciones que le restan continui-

dad, y que van más allá de un simple discurso político, me parece más pertinente inscribir a este segmento dentro de una escena englobante de discurso político populista, pues la inclusión de este resumen en el *EC* responde a los rasgos populistas del gobierno correísta.

La escena genérica. Esta se encuentra relacionada con el género del discurso. La escena genérica en la que se inscribe el *EC* es la de ‘Resumen del informe presidencial periódico’.

La escenografía. Mainguenaud define a esta de la siguiente manera:

La escenografía es la escena del habla que presupone el discurso para poder ser enunciado y que a su vez debe validar a través de la misma enunciación: todo discurso, en su mismo despliegue, pretende instituir la situación de enunciación que lo hace pertinente. (2010, p. 211)

En este sentido, la escenografía en la que se encuentra inscrita la interacción entre Correa y Maldonado es amistosa, distendida, y responde al discurso político populista. Dentro de la escenografía, se pone en funcionamiento un dispositivo del habla que busca instituir el *ethos* de Correa como un presidente cercano al pueblo. Este dispositivo se manifiesta mediante el lenguaje utilizado, las constantes bromas y las interacciones que reflejan a un líder carismático populista. A continuación, revisaré cómo este *ethos* de Correa se relaciona con la lengua y lo indígena dentro del *EC*.

4. El *ethos* de Correa en relación con la lengua y lo indígena

El *ethos* “designa la imagen de sí que construye el locutor en su discurso para ejercer influencia sobre su alocutario” (Amossy, 2002, p. 246). Mainguenaud advierte que, en relación con la elaboración del *ethos*,

interactúan fenómenos de órdenes muy diversos: los indicios en los cuales puede apoyarse el intérprete para identificar un *ethos* van desde la selección del registro de lengua, de las palabras o de un acento regional ligado a la planificación textual, pasando por el ritmo o la intensidad... El *ethos* se elabora así mediante una percepción compleja que moviliza la afectividad del intérprete extrayendo sus informaciones del material lingüístico y del entorno. (2010, p. 207)

La imagen que construye Correa de sí mismo en las sabatinas es la de un presidente cercano al pueblo, capaz de ‘bajar’ de su investidura para acercarse a la ciudadanía gracias a diversos indicios: está vestido como indígena (con sombrero y poncho) y habla la lengua de los alocutarios; funciona como un ‘garante’, en sentido que da Mainguenaud a este (2010, p. 8), es decir, da voz y corporalidad a aquello que espera el destinatario del enunciador.

A este *ethos* discursivo, se suma lo que Mainguenaau llama ‘*ethos* prediscursivo’ (*ethos* previo, para Amossy, 2010), que se refiere a aquello que subyace fuera del discurso, a la información con la que el destinatario cuenta antes de hacer frente al *ethos* mostrado. Este *ethos* “concierne con frecuencia al fundamento de la imagen que él construye en su discurso; en efecto, él intenta consolidarla, ratificarla, retrabajarl a o borrarla” (Amossy, 2002, p. 247). En el caso de Correa, existe un *ethos* mostrado del presidente cercano al pueblo, pero también un *ethos* prediscursivo que se relaciona con el tiempo en el que Correa no era presidente sino un estudiante universitario que fue de voluntario a Zumbahua porque quería conocer acerca del ‘problema indígena’.

Correa llega a Zumbahua como presidente cercano al pueblo, y ese *ethos* se evidencia en su discurso, pero también existe un *ethos* previo a su investidura, que ayuda, de cierta forma, a legitimar su posición y la influencia que puede tener sobre su destinatario. En el segmento de resumen en kichwa, estos destinatarios están representados y mediados por Maldonado, quien representa a los indígenas e informa en su lengua lo que dice Correa.

Correa cumple con las características que Patrick Charaudeau da al líder populista. Según este autor, este líder se muestra, en primer lugar, como representante del pueblo, y es este el *ethos* más evidente que presenta Correa, con el cual le unen vínculos “de orden sentimental más que ideológico” (2009, p. 268). Charaudeau identifica dos tipos de *ethos* en este tipo de líder: el de autenticidad y el de potencia. En las sabatinas, se pueden ubicar estos dos tipos de *ethos*. Por un lado, el de autenticidad, en el que “se trata de establecer una relación de confianza ciega” (Charaudeau, 2009, p. 268) entre el mandatario y sus mandantes. Esto se logra gracias a la vestimenta, a la comunicación en kichwa, y a la presencia de Maldonado como mediador y representante de los alocutarios.

El *ethos* de potencia, en cambio, se caracteriza por “arrebatos de protesta, fórmulas de choque y manejo de la ironía” (Charaudeau, 2009, p. 269). En la interacción con Maldonado, este *ethos* no es muy evidente, pues se privilegia a la relación de cercanía y de camaradería. El *ethos* de potencia es, en cambio, evidente en el resto del EC, en el que Correa se enfrenta con los opositores y los ‘corruptos’. Sin embargo, en ocasiones, Correa no duda en evidenciar este *ethos* en la interacción con Maldonado, sobre todo cuando está en juego su legitimidad como presidente cercano al pueblo. Veamos la siguiente escena:

1. P: Mashi, allí shamushka.
2. M: Pagui pagui pagui
3. P: Sumak sumakmi mushuk wata charinkichik, mashikuna.
4. M: O sumak sumak watakachun, sumak sumak watachun. Sea, el chun es subjuntivo, que sea un super super año.
5. P: Pero es correcto mushuk eeh sumak sumak, gran, grandioso. Mushuk wata, nuevo año. Charinkichik, tengan.
6. M: Mmm está bien.

7. P: Es que usted no conoce.
8. M: Pasable pasable.
9. P: Es que usted no conoce el kichwa culto, Mashi. Yo aprendí el kichwa culto. ¿Al Mashi le entiende alguien en Zumbahua? ¿Al kichwa del Mashi?⁴

En las líneas 3-5, ocurre una tensión entre Correa y Maldonado en relación con la competencia lingüística, y se evidencian estos *ethesthe* de los que habla Charaudeau: por un lado, el *ethos* de autenticidad, al hablar kichwa e interactuar con Maldonado y los indígenas, y, por otro lado, el de potencia, al descalificar irónicamente lo que dice Maldonado, calificándolo como un kichwa ininteligible para el pueblo. Correa también crea un tipo de *ethos* de competencia, no solo como estadista sino como hablante de la lengua ancestral. En el siguiente apartado, veremos cómo Correa legitima este *ethos* de competencia al ubicarse como un locutor *lambda* dentro de aquello que enuncia.

5. El locutor *lambda* como legitimador del *ethos* de competencia correísta

Ducrot indica que “el objeto propio de una concepción polifónica del sentido es mostrar cómo un enunciado señala, en su enunciación, la superposición de varias voces” (1984, p. 184). Esto quiere decir, entre otras cosas, que quien efectúa el enunciado no se concentra en una sola figura, sino que

en la situación enunciativa se ponen en escena, como en una representación teatral, una serie de personajes cuyas voces y puntos de vista aparecen en distintas capas y niveles: por un lado el Locutor (L, el “locutor en tanto tal”), fuente de la enunciación y responsable del enunciado (y no necesariamente identificable con el sujeto empírico); por otro, el locutor como “ser del mundo” (λ), origen del enunciado y objeto de su enunciación; finalmente, el o los enunciadores que dan cuenta de los distintos puntos de vista presentados en el enunciado. (Montero, 2017, p. 157)

Durante las sabatinas, cuando Correa intenta legitimar su *ethos* de competencia, como conocedor de la lengua y de la cosmovisión indígena, suele ubicarse como un locutor *lambda* dentro del discurso. Es decir, no solo actúa como el responsable de su discurso, sino como el protagonista de este. Aquí se puede incluso usar la categoría de ‘*lambda narrado*’ que introduce Ana Soledad Montero, y que se refiere al locutor que es objeto de su discurso (2017, p. 159). Para legitimarse como competente en el conocimiento del kichwa y la cosmovisión indígena, Correa apela a su experiencia de voluntariado en Zumbahua. Se

4 EC 456, transmitido en 26 de diciembre de 2015, desde Zumbahua, Cotopaxi.

convierte en el protagonista de su historia, como podemos ver en el siguiente apartado:

Siempre venir a Zumbahua para mí es un motivo de profunda alegría, es recordar uno de los años más felices de mi vida, es recordar mi mejor posgrado, porque nunca he aprendido tanto como el año que viví en Zumbahua, aprender la cosmovisión indígena, aprender la pobreza, aunque yo era pobre, pero pobre urbano, no es lo mismo que la pobreza rural. Estropear un poquito el kichwa (...). Realmente lo que aprendí de Zumbahua es extraordinario.⁵

En el fragmento citado, el expresidente ecuatoriano se posiciona como el protagonista de su discurso, y se vale de este protagonismo y de esta experiencia para legitimar su competencia. Como locutor *lambda* narrado, no se ubica como un mero espectador de la situación indígena ni como alguien improvisado, sino que funciona como garante su propio discurso. En relación con el kichwa, acepta que lo ‘estropea’ un poco, pero este ‘estropear’ garantiza que pueda comunicarse en la lengua y hacer la diferencia entre un kichwa culto o ‘pelucón’⁶ y un kichwa popular. Este último es el que Correa ‘estropea’, el que pertenece al pueblo.⁷

También, como locutor *lambda*, recurre a aquello que otros le han dicho personalmente para validar su competencia, y, de paso, establecer esta diferencia entre estos tipos de kichwa, como en este caso: “A ver si le entienden, Mashi. Usted tiene kichwa pelucón, me han dicho”.⁸ Si bien en este último caso, Correa se muestra como protagonista de su propio discurso (al ser el receptor de la ‘queja’), se evidencia otro rasgo que sirve para legitimar este *ethos* de competencia, al traer otros discursos, otras voces, hacia su discurso. En el siguiente apartado, veremos cómo esta heterogeneidad le sirve a Correa para avalar su *ethos* de competencia.

6. La heterogeneidad como aval del *ethos* de competencia

Authier-Revuz define a la heterogeneidad mostrada como “aquella a través de la cual se altera la unicidad aparente del hilo del discurso, [y cuyas formas] inscriben allí al otro (según las modalidades diferentes, con marcas unívocas de señalamiento o sin ellas)” (1984, p. 5). Estas formas “operan una doble designación: la de un lugar para un fragmento de estatuto diferente en la linealidad de la cadena y de una alteridad a la que remite el fragmento” (1984, p. 6). Correa, como locu-

5 EC 229, emitido el 1 de julio de 2011, desde Zumbahua, Cotopaxi.

6 Esta es una palabra con la que Correa solía referirse a las personas adineradas, alejadas del pueblo.

7 En lo referente a los tipos de kichwa, podemos ubicar una escala tópica que va desde lo ‘pelucón’ hasta lo popular. Lo pelucón se relaciona con el tópico del rico, del adinerado, del que está alejado del pueblo, de lo acartonado; mientras lo popular atañe al tópico de pueblo, de lo cercano a la tierra, de lo real.

8 EC 515, emitido el 11 de marzo de 2017, desde Zumbahua, Cotopaxi.

tor, trae el discurso de la alteridad hacia el suyo y, de esta forma, busca legitimar sus afirmaciones. Eso vemos en el último ejemplo que cité en el apartado anterior: “A ver si le entienden, Mashi. Usted tiene kichwa pelucón, me han dicho”.⁹ Aquí, trae la voz de otro hacia su discurso, para establecer la diferencia entre el kichwa ‘pelucón’ y el kichwa popular. Ese otro, expresado en el enunciado autonómico “me han dicho”, sirve para legitimar la existencia de estos ‘kichwas’ y el *ethos* de competencia de Correa.

En la siguiente interacción, aparecen estas otras voces, y el cambio de lenguas en el discurso de Correa y Maldonado da cuenta de esta heterogeneidad del discurso y refuerza el *ethos* de competencia del expresidente:

P: ¿Alli shamushka, Mashi? ¿Kawsankichu? ¿Allillachu kanki?

M: Allillami kani, taita.

P: Ashka chiri tiyan, Mashi.

M: Ari, kay llacta, chiri chiri llactami kan. Ari, ñukaka¹⁰

P: Vamos a ver si habla de verdad kichwa, me avisan si no le entienden, ¿ah? Porque este es kichwa pelucón, entonces a las finales no es el kichwa de Zumbahua.

M: Y kanka...¹¹

P: Como el Mashi es kichwa de esos terratenientes de Peguche, que tienen de 400 hectáreas y más, entonces no sé si es el kichwa popular, me avisan. Sino para no renovarle el contrato. Había una chica muy guapa que era traductora de kichwa.¹²

En este caso, aunque no hay un discurso autonómico, es evidente la heterogeneidad. Correa y Maldonado ‘desdoblan’ su discurso para mostrarse como el otro (sobre todo en el caso de Correa), el pueblo, y constituyen marcas de pluralidad. Hay apelaciones también al discurso del pueblo, a ese otro que avala si el kichwa hablado por Maldonado es el kichwa popular, el de Zumbahua. En la última intervención de Correa, hay una apelación al discurso de otro (de la “de la chica guapa”), como una amenaza para el que no habla el kichwa del pueblo. Todas estas formas hacen referencia a un ‘afuera’, a ‘un exterior’.

En este último fragmento, los rasgos de heterogeneidad se muestran como no marcados. Al respecto de estas formas de heterogeneidad, Authier-Revuz indica:

Las formas no marcadas de la heterogeneidad mostrada —discurso indirecto libre, ironía, por un lado; metáforas, juegos de palabras, por el otro— representan la

⁹ EC 515, emitido el 11 de marzo de 2017, desde Zumbahua, Cotopaxi.

¹⁰ P: Bienvenido, Mashi. ¿Cómo va la vida? ¿Está contento?

M: Estoy contento, presidente.

P: Tengo mucho frío, Mashi.

M: Sí, esta tierra es muy muy fría. Sí, yo... [La traducción es mía]

¹¹ M: Y usted... [La traducción es mía].

¹² EC 229, emitido el 9 de julio de 2011, desde Zumbahua, Cotopaxi.

incertidumbre que caracteriza la localización del otro en el continuum del discurso, otra forma de *negociación* con la heterogeneidad constitutiva; una forma más *arriesgada*, ya que estas formas juegan con la dilución, la disolución del otro en uno, del que este último puede salir enfáticamente confirmado, pero donde también puede perderse. (1984, p. 11)

En efecto, en la manera como Correa se dirige a sus interlocutores (Maldonado y el pueblo, mediado o no por este), podemos encontrar estos rasgos no marcados de heterogeneidad mostrada. Utiliza, por ejemplo, la ironía al referirse a Maldonado como un terrateniente de Peguche, y se vale del tópico que relaciona la riqueza con lo ‘pelucón’. Además, recurre a la broma de amenazarlo con retirarle el contrato y dárselo a una “chica guapa”.

Para terminar con este análisis del *ethos* de competencia en relación con el kichwa y la cosmovisión indígena que quiere mostrar Correa en las sabatinas, en el siguiente apartado revisaré cómo la negación metalingüística sirve para reforzar ese *ethos*.

7. La negación del discurso del interlocutor como refuerzo del *ethos* de competencia

En las tres sabatinas que analizo ocurren escenas en las que Correa descalifica el kichwa que habla Maldonado y lo asocia con un kichwa ‘pelucón’, alejado del pueblo. Recordemos que el *ethos* que domina en los *Enlaces Ciudadanos* de Rafael Correa es el de presidente cercano al pueblo. Para legitimar este *ethos*, en la interacción que ocurre con Maldonado, debe valerse también de un *ethos* de competencia en lo relacionado con la lengua kichwa y la cosmovisión indígena. La forma de garantizar la cercanía al pueblo y la competencia cultural es, en las interacciones, negar la competencia y la popularidad (en tanto cercanía al pueblo) de Maldonado, su interlocutor.

Si bien Maldonado funge de interlocutor que representa al pueblo y a la vez sirve de mediador entre el mandatario y los mandantes, cuando el expresidente necesita reforzar su propio *ethos* no duda en negar esta mediación y asociar a Maldonado con el otro, el rico, el ‘antagonista’. En el caso de estas interacciones, ocurre lo que María Marta García Negroni, basada en Ducrot, llama negación metalingüística, pues en esta el locutor “cuestiona y descalifica la enunciación de uno o más términos del interlocutor” (2009a).

Antes de continuar, citaré aquí nuevamente las tres escenas con las que trabajaré. La Escena 1 corresponde al EC 229, del 1 de julio de 2011:

P: Vamos a ver si habla de verdad kichwa, me avisan si no le entienden, ¿ah? Porque este es kichwa pelucón, entonces a las finales no es el kichwa de Zumbahua.

M: Y kanka...

P: Como el Mashi es kichwa de esos terratenientes de Peguche, que tienen de 400 hectáreas y más, entonces no sé si es el kichwa popular, me avisan. Sino para no renovarle el contrato. Había una chica muy guapa que era traductora de kichwa.

Escena 2, correspondiente al EC 456, del 26 de diciembre de 2015:

P: Mashi, allí shamushka.

M: Pagui pagui pagui

P: Sumak sumakmi mushuk wata charinkichik, mashikuna.

M: O sumak sumak watakachun, sumak sumak watachun. Sea, el chun es subjuntivo, que sea un super super año.

P: Pero es correcto mushuk eeh sumak sumak, gran, grandioso. Mushuk wata, nuevo año. Charinkichik, tengan.

M: Mmm está bien.

P: Es que usted no conoce.

M: Pasable pasable

P: Es que usted no conoce el kichwa culto, Mashi. Yo aprendí el kichwa culto. ¿Al Mashi le entiende alguien en Zumbahua? ¿Al kichwa del Mashi?

M: ¿Culto o oculto? Capaz que es oculto.

P: Vamos a ver si le entienden al Mashi el kichwa de aquí, a ver.

M: Sí entienden.

Escena 3, correspondiente al EC 515, del 11 de marzo de 2017.

P: Mashi, allí shamushka.

M: Pagui, pagui, pagui.

P: A ver si le entienden, Mashi. Usted tiene kichwa pelucón, me han dicho.

M: Ahí con frío, presi, superpacheco.

En estas tres escenas, la negación metalingüística es la principal estrategia que usa Correa para reforzar su *ethos* de competencia. Tanto en la escena 1 como en la 3, se refiere al kichwa ‘pelucón’ de Maldonado. Este es negado y deslegitimado por el kichwa que hablan el expresidente y el pueblo: el kichwa popular, legítimo. En la escena 2 también hay una negación de la competencia lingüística de Maldonado, pero esta vez Correa no diferencia entre ‘pelucón’ y popular sino entre ‘culto’ e inculto. En este caso, el kichwa ilegítimo es el de Maldonado, mientras que el de Correa es el culto, el de Zumbahua. Aquí, Correa recurre a una distinción más ‘fuerte’ porque en la interacción que precede a la afirmación hay una tensión metalingüística, en la que los dos interlocutores intentan demostrar su propia competencia y manejo de la lengua.

En la escena 3, ocurre algo interesante: Maldonado, al usar un juego de palabras (¿culto u oculto?) cuestiona la competencia lingüística de Correa; por lo tanto, no es un interlocutor silencioso, hay un intercambio de negaciones metalingüísticas. Esto sucede también, aunque con menor fuerza al final del

segmento estudiado, cuando Maldonado dice “sí entienden”. Aquí, Maldonado abandona su papel de mediador y se transforma en un interlocutor descalificador y descalificado. No obstante, aunque Maldonado trata de legitimar su competencia, Correa refuerza su *ethos*, pues tiene las de ganar en este intercambio, ya que antes se ha valido del *ethos* de un presidente cercano al pueblo.

8. Conclusiones

Como hemos visto en este trabajo, dentro de las interacciones que ocurren en los segmentos del resumen en kichwa de los *Enlaces Ciudadanos* de Rafael Correa, este último busca mantener una imagen que le permita permanecer cercano al pueblo. Si bien este *ethos* se logra con la interacción de Correa con Maldonado, interlocutor y representante del pueblo, el expresidente no duda en ir más allá para demostrar que no solo es cercano al pueblo sino competente en lo relacionado con la lengua y la cultura.

Para demostrar este *ethos* de competencia, Correa se vale de varias estrategias, como recurrir a un *ethos* previo del estudiante universitario que conoció de cerca ‘el problema indígena’, reforzado este por su papel como locutor *lambda* y *lambda* narrado, que ‘se usa’ como protagonista de su propio discurso. También recurre estrategias polifónicas, como la heterogeneidad no mostrada y la negación metalingüística. Todas estas estrategias logran legitimar ante el pueblo de Zumbahua un *ethos* de presidente cercano al pueblo y competente en los temas que le atañen.

Dentro de esta demostración de competencia lingüística y de conocimiento de la cultura indígena, no importa pasar por alto la competencia de quien ha sido, de cierta forma, legitimado en los *Enlaces* como el representante del pueblo al que Correa se dirige. Es importante tomar en cuenta que los *Enlaces Ciudadanos* responden a una estrategia populista comunicacional del gobierno de Correa y que el resumen en kichwa sirve como una instancia simbólica para reforzar esta estrategia.

Referencias bibliográficas

- Amossy, R. (2002). Ethos. En P. Charaudeau & D. Mainguena (Coords.), *Diccionario de Análisis del Discurso* (pp. 246-247). Buenos Aires: Amorrortu.
- Amossy, R. (2010). Imágenes del sí, imágenes del otro. En *La presentación de sí. Ethos e identidad verbal*. Traducción de María Mercedes López. UBA.
- Authier-Revuz, J. (1984). Heterogeneidad(es) enunciativa(s). *Languages* 73 (marzo). Traducción de Marcela Constenla, UBA.
- Casalmiglia, E. & Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.

- Charaudeau, P. (2009). Reflexiones para el análisis del discurso populista. *Discurso y sociedad*, 3 (2), 253-279.
- Ducrot, O. (1984). *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Hachette.
- García Negroni, M.M. (2009a). Negación y descalificación: a propósito de la negación metalingüística. *Ciencias & Letras* 45 (enero-junio), 61-82.
- García Negroni, M.M. (2009b). Dialogismo y polifonía enunciativa. Apuntes para una reelaboración de la distinción discurso/historia. *Páginas de guarda* 7 (otoño 2009), 11-61.
- Mainguenaud, D. (2004). ¿"Situación de enunciación" o "situación de comunicación"? Discurso 5. Traducido por Laura Miñones. Disponible en: <http://semiologia-cbc-distefano.com.ar/bibliografia/unidad-2/Maingueneau-2003-Situacion-de-enunciacion-y-situacion-de-comunicacion.pdf>
- Mainguenaud, D. (2008). *Términos clave del análisis del discurso*. Buenos Aires: Nueva visión.
- Mainguenaud, D. (2010). El enunciador encarnado. La problemática del Ethos. Versión 24, 203-225. México: UAM. Traducción de Ramón Alvarado.
- Maldonado, J. (2016). Entrevista por correo electrónico efectuada el 1 de octubre de 2016.
- Montero, A. S. (2017). La representación de sí en los discursos político-narrativos: de lambda al ethos. *Signo y señal* 32 (julio-diciembre), 155-173.
- Narvaja de Arnoux, E. (2009). *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Buenos Aires: Santiago Arcos.

Enlaces Ciudadanos

- Enlace Ciudadano* 229, emitido el 9 de julio de 2011, desde Zumbahua, Cotopaxi. Disponible en: <http://www.enlaceciudadano.gob.ec/enlaceciudadano229/>
- Enlace Ciudadano* 456, transmitido en 26 de diciembre de 2015, desde Zumbahua, Cotopaxi. Disponible en: <http://www.enlaceciudadano.gob.ec/enlace-ciudadano-nro-456-desde-zumbahua-cotopaxi/>
- Enlace Ciudadano* 515, emitido el 11 de marzo de 2017, desde Zumbahua, Cotopaxi. Disponible en: <http://www.enlaceciudadano.gob.ec/enlace-ciudadano-nro-515-desde-zumbahua-cotopaxi/>

“É muito ruim você não saber ler”: os sentidos de analfabetismo no programa brasileiro de televisão *profissão repórter*

*“It’s too bad not knowing how to read”: the meanings of illiteracy in
brazilian television program profissão reporter*

*“Es muy cruel no saber leer”: los sentidos de analfabetismo en el
programa brasileño de televisión profissão repórter*

Kalliandra QUEVEDO CONRAD
Brasil/ kalliandraconrad@gmail.com

Natália MARTINS FLORES
UFSM / nataliflores@gmail.com

Maria Ivete TREVISAN FOSSÁ
UFSM, Brasil / fossa@terra.com.br

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Monográfico, pp.187-205)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL

Recibido: 16-07-2018 / Aprobado: 16-03-2019

Resumo

Investigamos os modos de discursivização do analfabetismo no Programa Profissão Repórter, da Rede Globo de Televisão, do Brasil, relacionando-os com práticas de cidadania. Partindo da abordagem teórico-metodológica da Análise de Discurso Crítica (ADC), operacionalizamos os conceitos de intertextualidade manifesta e constitutiva na análise de uma edição do programa sobre analfabetismo (21/07/2015). Mapeamos as marcas textuais dispostas na superfície do texto para cotejar possibilidades de compreensão da cidadania desde os discursos da mídia. As estratégias discursivas constroem sentidos de vergonha, desajuste e atraso para o analfabetismo, posicionando os analfabetos como sujeitos desqualificados para o mercado de trabalho e para as relações sociais. Antes de ser um direito-dever, a cidadania se torna um privilégio, pois depende das condições econômicas das pessoas.

Palavras-chave: Análise Crítica do Discurso; Produção de sentidos; Cidadania; Discurso midiático

Abstract

We investigate the modes of discursivization of illiteracy in *Profissão Repórter* Program, of Brazilian *Rede Globo Television* relating them to citizenship practices. From the theoretical and methodological approach of Critical Discourse Analysis, we operationalize the concepts of manifest and constitutive intertextuality in the analysis of a specific edition of the program about illiteracy, of July 21, 2015. We map the textual marks arranged on the surface of the text to view the possibilities of understanding citizenship since media discourses. Discursive strategies construct meanings to illiteracy of embarrassment, misfit and delay, positioning illiterate people as disqualified for jobs and social relations. Instead of being a social right, citizenship becomes a privilege, as it depends on the economic conditions of people.

Key-words: Critical Discourse Analysis; Production of meanings; Citizenship; Media Discourse

Resumen

Investigamos los modos discursivos desde el enfoque teórico-metodológico del análisis crítico del discurso, de una edición del programa acerca del analfabetismo del *Programa Profesión Reporter*, de la Red Globo de Televisión, de Brasil (21/07/2015). Mapeamos las marcas textuales dispuestas en el guión para buscar posibilidades de comprensión de la ciudadanía desde los discursos de los medios. Las estrategias discursivas construyen sentidos de desajuste y retraso para el analfabetismo, poniéndolos como sujetos descalificados para el mercado de trabajo y para las relaciones sociales.

Palabras clave: Análisis Crítico del Discurso; Producción de sentidos; Ciudadanía; Discurso mediático.

1 Introdução

A mídia assume posição central na conformação de sentidos e significados para práticas e realidades sociais no cenário midiatisado contemporâneo. O discurso jornalístico, em particular, opera uma construção de realidades sociais (Alsina, 1989), de conhecimentos sobre o mundo sensível (Genro Filho, 1987; Meditsch, 1992) que atuam como pontos de referência social. Um dos modos prevalecentes pelos quais buscamos conhecer, entender e até mesmo exercer nossos direitos/deveres como cidadãos perpassa o discurso midiático e seus produtos. Segundo Sodré (2010), isto se deve à formação de um quarto *bios* e a novas formas de sociabilidade capitaneadas pela “tecnocultura”, produtoras de novas referências simbólicas para as pessoas inseridas na midiatisação.

A conformação dos sentidos, no jornalismo, se dá por meio de um processo complexo de negociação e reconfiguração, não sendo transparente nem direta. Segundo nos mostram os estudos do discurso e da linguagem, essa construção discursiva faz-se de forma opaca (Orlandi, 2002). O discurso jornalístico se movimenta em diferentes posições que, por vezes, são contraditórias, complementares, paradoxais. Esta ambiguidade pode ser observada na complexidade dos seus processos de produção de sentidos, que costumam resgatar fragmentos históricos de objetos discursivos, re-atualizando-os no contexto social imediato de produção do discurso.

No Brasil, a televisão assume um papel importante na construção de representações midiáticas. Para 89% dos brasileiros, ela é o primeiro ou segundo principal meio de informação, segundo dados da Pesquisa Brasileira de Consumo de Mídia (2016). As emissoras de canais abertos têm liderança neste consumo, com a Rede Globo de Televisão ocupando o primeiro lugar, com 73% de preferência. A linguagem audiovisual faz com que a TV tenha um amplo alcance, sendo consumida por pessoas de diferentes níveis e classes sociais (Paterno, 1999).

Partindo desses pressupostos, este artigo propõe uma reflexão sobre os modos de discursivização do analfabetismo na mídia televisiva brasileira e sua relação com práticas de cidadania¹. Selecionei o *Profissão Repórter*, da Rede Globo de Televisão, do Brasil, como objeto empírico desta pesquisa. Há mais de 10 anos no ar, o programa propõe-se a descortinar os bastidores da reportagem, tratando de temáticas do cotidiano social, situações de violência e risco. Entendemos que o formato e as pautas priorizadas pelo programa são elementos contingenciais para pensar no modo como nos construímos como cidadãos.

1 Embora não seja o objetivo deste trabalho, reconhecemos que a análise da questão da educação pode ser realizada sob diferentes prismas, como a hipótese da subalternidade e a teoria crítica dos direitos humanos.

O fato de ser produzido por uma das maiores emissoras televisivas brasileiras constitui-se, também, em uma das justificativas para empreendermos este estudo, tendo em vista a capilaridade social desta emissora no país.

A partir disso, apresentamos a análise de uma edição específica do programa sobre analfabetismo, de 21 de julho de 2015, que consiste em um recorte da tese de doutorado de Conrad (2018), intitulada “Estratégias Discursivas no programa Profissão Repórter: os sentidos de cidadania aquém e além do discurso”. Utilizamos a abordagem teórico-metodológica da Análise de Discurso Crítica (ADC), a partir de Norman Fairclough (2016), com a operacionalização as categorias de intertextualidade constitutiva e intertextualidade manifesta.

2. Marco teórico

As formas de produção e (re)produção da desigualdade social nas práticas sociais se estabelecem como foco privilegiado da corrente da Análise Crítica do Discurso, cujas raízes teórico-epistemológicas, da década de 1980, se fundam no estudo de discursos e representações de minorias sociais. Dentro os analistas do discurso dessa corrente, adotamos a perspectiva dos estudos de Fairclough (2016), cuja compreensão de discurso e prática social permitem refletir sobre os movimentos de constituição, reprodução e mudança social. O discurso é pensado, aqui, como um elemento atrelado à prática social, se fundando sob duas “camadas”: como um modo de ação (sobre o mundo e sobre os outros, principalmente) e como um modo de representação.

Fairclough (2016) reconhece a existência de diferentes orientações para as práticas sociais nas quais a linguagem se manifesta como discurso, dando especial atenção à orientação política e ideológica. Ao usarmos a linguagem para dar significação ao mundo social, estamos estabelecendo relações de poder, já que podemos alterar e transformar os significados em curso. O processo de significação hierarquiza, silencia, nomeia, dá voz, exclui, caracteriza, configurando a interdependência entre as práticas política e ideológica. Chegamos, então, ao conceito de ideologia, aqui entendido como “os significados gerados em relações de poder como dimensão do exercício do poder e da luta pelo poder” (Fairclough, 2016, p.98).

Nesses termos, entendemos que o discurso construído pela *mainstream media*² não é apenas um ato individual que põe em relação as instâncias do veículo e dos telespectadores. Esse discurso ocupa uma posição de poder, pois, historicamente se constituiu como um espaço legitimado para a produção de diferentes gêneros, reforçando valores socioculturais e posições sociais hege-

2 O termo em inglês *mainstream* refere-se, segundo Carpentier, Lie e Servaes (2001), a um tipo de mídia privada ou estatal, caracterizada pela produção em larga escala, comercialização de propaganda e estrutura hierárquica, atendendo à racionalidade instrumental do modo de produção capitalista.

mônicas. Essa perspectiva, que relaciona discurso e poder na construção de significados sociais, é salientada por Fairclough (2016):

O discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. O discurso é uma prática, não apenas de representação de mundo, mas de significação do mundo, **constituindo e construindo o mundo em significado** (p.95 - grifos nossos).

Nesta prática de significação do mundo, o discurso veiculado pela *mainstream media* adquiriu uma posição de poder privilegiada e central; pode-se dizer, que é o principal espaço com o qual nos relacionamos em busca de informações e direitos de cidadania, afetando nosso conhecimento de mundo, nossas representações e nossas relações sociais.

Dialoga com essa perspectiva o conceito de *quarto bios* ou midiatização de Sodré (2010), cuja implicação seria uma “qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo” (Sodré, 2010, p.14). O autor explica que o processo de midiatização no qual vivemos cria uma “eticidade”, no sentido de novos valores, hábitos, costumes entre o sujeito e sua relação com as formas de comunicação linear ou em rede. De acordo com Sodré (2010),

É que a tecnocultura - essa constituída por mercado e meios de comunicação, a do quarto bios - implica uma transformação das formas tradicionais de sociabilização, além de uma nova tecnologia perceptiva e mental. Implica, portanto, um novo tipo de relacionamento do indivíduo com referências concretas ou com o que se tem convencionado designar como verdade, ou seja, uma outra condição antropológica (p. 27).

Com determinadas estratégias discursivas, a mídia atua como uma produtora de verdades e constitui nosso conhecimento de mundo e nossas práticas sociais. Segundo Sodré (2010), essa instância é “uma técnica política de linguagem” (p.26), não apenas designativa, mas, especialmente, produtora de realidade. Essa perspectiva é também adotada por Miguel Rodrigo Alsina (1989), que caracteriza a atividade jornalística, em especial, como “um rol socialmente legitimado para producir construcciones de la realidad públicamente relevantes” (p.30). Os consumidores e a sociedade institucionalizam e legitimam o papel da mídia e do jornalismo de construtores da realidade, justificando este mecanismo.

Ainda que não seja a única instância a produzir representações sociais da realidade, a mídia atua como mediadora da nossa relação com o social, conformando também a nossa condição de cidadãos. As temáticas que ganham visibilidade

dade nos programas de televisão, nas novelas e nas produções jornalísticas acabam pautando, de certa maneira, as discussões sobre esses temas nas diferentes esferas sociais. Por essa razão é que Ramalho & Resende (2011) comentam que:

Hoje, é preciso reconhecer o papel de destaque das mídias como instrumento de lutas hegemônicas, o qual ampliou a possibilidade de grupos cada vez mais restritos disseminarem seus discursos, suas visões particulares de mundo como se fossem universais (p.52).

Entende-se que o discurso produzido pelo Profissão Repórter, apesar de assumir uma posição dominante, possui suas linhas de fuga, seus pontos de escape, uma vez que o discurso, na abordagem crítica, está assentado na perspectiva dialética. Possui, desse modo, uma estrutura relativamente estável, além da prática e do evento, tidos como elementos “contraditórios e em luta, com uma relação complexa e variável com as estruturas, as quais manifestam apenas uma fixidez temporária, parcial e contraditória” (Fairclough, 2016, p.98).

Nesse sentido, o discurso “contribui tanto para reproduzir a sociedade [...] como é, mas também contribui para transformá-la” (Fairclough, 2016, p.96). As práticas discursivas seriam, então, um momento de estabilização de práticas sociais, as quais não são completamente fixas como as estruturas sociais. Para Ramalho & Resende (2011), a prática social seria um estrato intermediário cujos contornos se situam entre as estruturas sociais (tidas como estruturas fixas) e as ações individuais (que seriam estruturas mais flexíveis).-

3. Metodologia

O Profissão Repórter é um programa jornalístico semanal da grade de programação da Rede Globo de Televisão, uma das maiores emissoras de televisão do Brasil. Surgiu em 2006 como um quadro do programa Fantástico, exibido aos domingos. Atualmente, o Profissão Repórter é exibido nas noites de quarta-feira e disponibilizado posteriormente no site da emissora (Memória Globo, n.d.)³. Sua narrativa, com duração aproximada de 35 minutos, descortina os modos de produção da reportagem, fixando-se em efeitos de autorreferencialidade em que se mostram os bastidores da notícia e os desafios da reportagem.

Para Gross & Paschoalick (2012), a consolidação do Profissão Repórter deu-se a partir de uma identidade atrelada diretamente à figura do seu idealizador, o jornalista e repórter Caco Barcellos. Comandando o programa há mais de 10 anos, Caco tem uma trajetória na Rede Globo marcada por reportagens jornalísticas que tematizam os direitos humanos, abordando assuntos como desaparecidos políticos, Ditadura Militar e guerra civil angolana. Além dessas, o repórter

3 Disponível em: <http://g1.globo.com/profissao-reporter/> Acesso em 10/03/18.

também é autor dos livros-reportagem *Rota 66* (1992) e *Abusado* (2003), ambos premiados pelo Prêmio Jabuti⁴. Os livros tratam de reportagens investigativas que denunciam o tráfico de drogas no Rio de Janeiro e a violência policial de São Paulo (Memória Globo, online). Essa mesma linha parece ter sido seguida pelo Profissão Repórter, cujo formato prioriza a “periferia” da sociedade contemporânea e busca construir uma “reportagem de contrastes” (Barcellos, 2016, p. 43).

O Profissão Repórter prioriza temáticas do cotidiano social e situações de violência e riscos (Gross & Paschoalick, 2012). Segundo Caco Barcellos (2016), o programa consistiu-se num “espaço para contar histórias dos outros. De quem não tem voz ou de quem tem voz demais. Mas, sempre, do outro” (p. 44). Essa perspectiva dialógica é projetada por meio do uso de estratégias de autorreferencialidade, encenação dos bastidores, uso de cenas de *making of* e de “testemunhos humanizados dos repórteres (Gross & Paschoalick, 2012, p.46). Tal abordagem permite concebermos o programa como um espaço midiático privilegiado de construção de representações sobre minorias sociais e cidadania.

Além disso, levamos em conta o alcance social que a Rede Globo, como canal de televisão aberta, tem em um país continental como o Brasil. Segundo Pesquisa Brasileira de Consumo de Mídia (2016), 63% dos brasileiros se informam por meio da televisão. Essa estimativa cresce para 89% se considerarmos a televisão como primeiro ou segundo meio de comunicação preferido. As características da sua linguagem audiovisual permitem a ela ser consumida por todas as classes sociais, independentemente do grau de escolaridade das pessoas (Paterno, 1999). Nota-se, por exemplo, que 84% dos analfabetos entrevistados na Pesquisa de Mídia (2016) se informam sobre os acontecimentos por meio da televisão. Nesse sentido, “Hoje, não é possível pensar a realidade brasileira sem a televisão. Ela conforma desejos, influencia a categorização dos anseios, generaliza particularidades, compõe o tecido da cultura. Educa” (Baccega, 2002, p. 1). Por essa razão, falar sobre cidadania nesse ambiente tem grande importância.

Por compreender que o direito/dever à educação é uma das principais bases para o desenvolvimento de outras formas de cidadania, direcionamos nosso olhar para os programas que versavam sobre esse tema. A seleção do *corpus* de análise partiu de um recorte temático feito com base no levantamento dos programas disponíveis no site do Profissão Repórter, totalizando 83 programas veiculados a partir do ano de 2014⁵. Chegamos, assim, ao total de cinco edições com a temática educação: escolas, analfabetismo, transporte escolar, escolas ocupadas e merenda escolar. Tendo em vista a extensão do programa e a necessidade de se realizar uma análise qualitativa sobre esse material, selecionamos a edição de 21 de julho de 2015 sobre analfabetismo⁶ para ser objeto de análise deste artigo.

4 Criado há mais de 60 anos, o Prêmio Jabuti é uma das premiações literárias mais importantes do Brasil.

5 Disponível em <http://g1.globo.com/profissao-reporter/> Acesso em 05/05/17.

6 Disponível em <http://g1.globo.com/profissao-reporter/edicoes/2015/07/21.html> Acesso em 04/12/17.

O mapeamento das conexões entre as escolhas dos atores sociais e o contexto mais amplo da produção discursiva proposto pela ADC implica em desconstruir e reconstruir o ato de produção de um evento por meio de suas estratégias discursivas. Fazemos isso a partir da operacionalização da categoria de intertextualidade trabalhada por Fairclough (2016) a partir de dois níveis: a intertextualidade manifesta e a constitutiva. Enquanto a primeira refere-se ao que está em uma camada mais visível do texto, a segunda considera as relações entre ordens do discurso, feitas por meio do interdiscurso, constituindo uma camada mais densa e propriamente constitutiva dos discursos.

De acordo com Resende & Ramalho (2004), “a análise intertextual refere-se às relações dialógicas entre o texto e outros textos [...]” (p.187) e, podemos completar, entre discursos. A intertextualidade constitutiva, cujo termo foi desenvolvido nos estudos de Julia Kristeva, pode ser aproximada dos conceitos de interdiscursividade e interdiscurso utilizados por outras correntes da Análise de Discurso ao mostrar que os enunciados se constroem a partir da sua relação com enunciados e discursos anteriores. O discurso faz-se a partir do interdiscurso, num jogo em que dizeres anteriores lhe são constitutivos (Maingueneau, 2005). A produção de um texto só pode existir, então, a partir da existência de outros textos, numa natureza de dialogicidade. Nesse sentido, Maingueneau (1997) diz que a intertextualidade é um “processo de reconfiguração incessante”, no qual “a formação discursiva é levada a incorporar elementos pré-construídos, produzidos fora dela” (p.113).

A intertextualidade manifesta nomeia a dimensão em que esses diálogos com outros textos se mostram explicitamente. Por essa razão, ela dá corpo a um nível mais pontual de análise, pois permite ao pesquisador mapear as marcas textuais implicadas em determinada construção discursiva. Fairclough (2016) elenca uma série de operadores para a sua análise, dos quais selecionamos a negação e a pressuposição⁷. De acordo com o autor, as *pressuposições*, “são proposições que são tomadas pelo(a) produtor(a) do texto como já estabelecidas ou ‘dadas’” (Fairclough, 2016, p.161). Essas proposições deixam marcas no texto, a exemplo das conjunções que introduzem uma oração junto de um verbo; e os artigos definidos que expressam “significados ‘existenciais’” (p.161). Na aplicação desse elemento analítico, me interesso pelas formas como as pressuposições se apresentam: se são “manipulativas” ou “sinceras” no texto midiático do Profissão Repórter. Como afirma Fairclough (2016),

as pressuposições são formas efetivas de manipular as pessoas, porque elas são frequentemente difíceis de desafiar. Um entrevistado, em uma entrevista da mídia, que desafia uma pressuposição em uma pergunta do(a) entrevistador(a), pode pa-

⁷ A intertextualidade manifesta ainda comprehende as dimensões de representação do discurso, metadiscurso e ironia (Fairclough, 2016, p.159). Para os fins deste trabalho, selecionamos apenas as categorias de pressuposição e negação.

recer facilmente como quem está se esquivando do problema. As pressuposições manipulativas também requerem sujeitos interpretantes com experiências e suposições particulares em textos anteriores e, assim fazendo, elas contribuem para a constituição ideológica dos sujeitos. (p.162-163)

Assim como as pressuposições, o texto também que contém enunciados de *negação* que produzem efeitos específicos no discurso a partir de relações intertextuais, uma vez que uma frase negativa carrega uma pressuposição afirmativa. Com isso, reúnem “outros textos para contestá-los ou rejeitá-los”, da mesma forma que podem usar a negação para reforçar o efeito de sentido que estão produzindo hegemonicamente na interação.

Partindo dessas categorias e das relações entre intertextualidade manifesta e constitutiva, realizamos um mapeamento das marcas textuais sobre analfabetismo dispostas na superfície do texto para cotejar possibilidades de compreensão da cidadania desde os discursos da mídia.

4. Resultados e Discussão

A edição de 21/07/2015 do Profissão Repórter aborda o tema educação apresentando um “retrato” do analfabetismo no Brasil. As estratégias discursivas configuram o modo como o programa dá significado e visibilidade ao direito à alfabetização de crianças e adultos em situação de vulnerabilidade. Para construir esse “retrato do analfabetismo no Brasil”, o programa se vale de estratégias intertextuais que nos conduzem a um mapeamento de posições de sujeito apresentados no seu discurso. O programa pauta-se pelo contexto da desigualdade social, compreendido como uma condição estruturante das relações sociais.

Inicialmente, o Profissão Repórter traz dados numéricos como estratégias discursivas capazes de estabilizar os sentidos, buscando “mostrar as pessoas que estão por trás dos números e das estatísticas” (Barcellos, 2016, p.77). O programa utiliza os dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), conduzida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), que aponta que 13 milhões de brasileiros são analfabetos. Segundo a reportagem, para reduzir esse índice, o Governo Federal implantou o programa *Brasil Alfabetizado*, concedendo bolsas a educadores. Sob essa abordagem, a repórter Mayara Teixeira investiga o envolvimento do município de Alagoinha do Piauí (PI) em possíveis fraudes na concessão dessas bolsas aos educadores.

Embora o programa se utilize desses dados para dar veracidade às informações, a própria reportagem realiza uma pesquisa informal na cidade. E o resultado dessa pesquisa contradiz o índice de 44% do IBGE, já que o programa contabiliza apenas 22% de analfabetos, conforme as entrevistas feitas com os moradores. Os habitantes do município de Alagoinha do Piauí não acreditam

que possuem o maior índice de analfabetismo. Pelas marcas lexicais utilizadas nos enunciados negativos, percebemos que os sujeitos se encontram em uma posição de humilhação e vergonha, semelhante aos sentidos suscitados pela posição discursiva de Edilson, um dos entrevistados. O exemplo, a seguir, ilustra essa perspectiva:

[Mayara Teixeira, repórter (*off*)]: Por onde a gente passa, todos olham. O primeiro olhar é de **curiosidade**⁸... que logo se transforma em **desconfiança**. E a desconfiança vira **incômodo**.

[...]

Mas por que nossa presença incomoda tanto? O motivo de tudo isso é um *ranking* nacional. Esse aqui é o município de Alagoinha do Piauí. **Segundo o IBGE**, a cidade **com maior número de analfabetos em idade adulta**.

Moradores:

[Morador 1]: -Não, **eu acho que não**. Tem muito alfabetizado também.

[Morador 2]: -Tem analfabeto tem, mas que é o maior índice, **eu não concordo, não**.

[Morador 3]: -Também não concordo, não.

[Morador 4]: -Eu acho que foi **mal informado**; aqui não é a cidade que tem os analfabetos distante, não.

As palavras “curiosidade”, “desconfiança” e “incômodo” constroem intertextualidades a partir da pressuposição de que o município de Alagoinha do Piauí já é reconhecido pelo alto índice de analfabetismo no Brasil. Um percurso de sentidos vai sendo construído pela representação do discurso indireto da repórter, de modo a reforçar o sentido de vergonha e constrangimento dos moradores. As relações estruturadas pelas estratégias discursivas sugerem que a situação de analfabetismo do município ocorre em função de práticas corruptas envolvendo os educadores da cidade em fraudes no programa *Brasil Alfabetizado*.

Nesse contexto, ser analfabeto significa não estabelecer vínculos com a sociedade, assim como não firmar relações sociais em um mundo estruturado sob a hegemonia das palavras, dos números, dos meios de comunicação. Significa atraso, subdesenvolvimento, desemprego, pouca ou nenhuma possibilidade de lutar por melhores condições de vida. No caso de Edilson, inclusive para conseguir um emprego de pintor é preciso ter domínio de leitura e escrita, já que o ambiente do Centro de Apoio ao Trabalhador de São Paulo pressupõe que as pessoas que o frequentam são alfabetizadas:

Atendente do Centro de Apoio ao Trabalhador (CAT): O senhor **dá uma olhada lá no painel de vagas**. Se tiver alguma vaga que interesse o senhor, o senhor anota o **código da vaga, identificação da vaga e o nome da vaga**.

⁸ As marcações em **bold** que empregamos nos exemplos destacam os núcleos de sentidos que buscamos explanar nas análises.

Edilson: Vish, Maria! Como é que eu vou **saber** disso e aquilo! Olha aí! Eu vou **saber** qual é o painel de vagas aqui! Você tá vendo a **dificuldade**?

Eliane Scardovelli, repórter (*off*): Olha a **situação** que eu fico, né? E se a gente não tivesse aqui quem é que ia **ajudar o Edilson** a descobrir o que significam todas essas placas aqui.

Eliane Scardovelli, repórter: E aí, Edilson?

Edilson: E daí que eu fiquei **perdido**, né?

Eliane Scardovelli, repórter: Mas, então, por que que **você não disse pra ela** que você não sabia ler?

Edilson: Eu fiquei com **vergonha**, né. Aí eu não falei nada, fiquei quieto.

[...]

Outra atendente do CAT: O senhor estudou até qual série?

Edilson: **Olha, geralmente... pra ti falar a verdade, eu não estudei.** Não estudei, eu tava no norte, no norte eu não estudei. **Tô começando a estudar agora.**

[...]

Edilson: Agora, com a **leitura** também ajuda, né? Você ter um pouco de leitura, você já sabe **se virar mais**, entendeu? **Não é dependente dos outros.** Porque se vê ali, ele me colocou ali, vai no painel. Eu ia procurar o que no **painel sem saber ler?** Me fala pra mim! Eu ia procurar o quê? **Sem saber ler?** Fiquei feito um **besta** ali.

Mesmo que o programa tenha anunciado previamente a sua situação de analfabetismo, Edilson não teve coragem de contar que é analfabeto, o que ratifica os sentidos de humilhação e vergonha. Quando consegue admitir que não sabe ler nem escrever, utilizando-se de recursos linguísticos metadiscursivos e de negação (“Olha, geralmente... pra ti falar a verdade eu não estudei”), Edilson precisa, por força dos valores sociais e culturais circulantes, revelar que está estudando. O enunciado “Tô começando a estudar agora” tem efeitos de justificação.

Na sua apuração, o Profissão Repórter se posiciona como observador da ‘realidade’ dos sujeitos (re)apresentados como personagens. Perante a situação de Edilson, o enunciador se desloca dessa posição para interferir e ajudá-lo. Isso se mostra visível pela situação de comunicação apresentada em outra cena, na qual Edilson é exposto, pela equipe de produção da reportagem, a várias formas de comunicação escrita: fichas, cartas, documentos, placas e painéis, configurando um contexto que depende da compreensão da língua e de suas diferentes expressões.

Além disso, a situação de Edilson é reforçada pelas lexicalizações advindas dos efeitos do analfabetismo. Os sintagmas “dificuldade”, “perdido”, “dependente” e “besta” evidenciam as relações sociais que Edilson constrói com o mundo e o modo como ele (inter)age diante de determinadas situações. Essas unidades linguísticas também fazem parte das estratégias de controle interacional da repórter, cujo interesse parece querer reafirmar as dificuldades que a posição de analfabetismo confere ao personagem.

Por estarem ligados a valores científicos de exatidão, objetividade e imparcialidade, os dados de institutos de pesquisa ocupam uma posição de caráter inquestionável. Apesar disso, pelo controle interacional do programa, o repórter dá voz aos moradores como uma forma de policiar a agenda e os tópicos da reportagem, que se orienta para os sentidos de corrupção do analfabetismo em Alagoinha do Piauí. Nesse sentido é que o programa dá voz a Abelardo, ex-vereador da cidade, eleito por seis vezes, o qual é confrontado pelas estratégias de tomada de turno e controle de tópicos utilizadas pela repórter Mayara Teixeira.

A representação indireta do discurso é empregada para contextualizar as identidades sociais e as relações que se estabelecem no discurso e também para fornecer pistas sobre o controle interacional. A repórter determina e policia a agenda, de modo a questionar as práticas do vereador em relação ao programa *Brasil Alfabetizado*⁹. Pelos enunciados de Abelardo, a repórter acentua os sentidos de corrupção, enfraquecendo o sentido de analfabetismo apontado na pesquisa realizada pelo IBGE.

Dessa forma, a trajetória discursiva delineada pelo programa traz à tona a posição de sujeito fiscalizador que o Profissão Repórter assume. Revestida de caráter investigativo, a reportagem determina as interações que compõem a estrutura textual pelas vozes discursivas que mobiliza: os moradores, o ex-vereador, o Ministério Público e o secretário de educação de Alagoinha do Piauí. Pela construção de sentidos empreendida, a repórter comprova que os índices de analfabetismo do IBGE foram utilizados para embasar as fraudes do programa *Brasil Alfabetizado* e, a partir disso, aciona as vozes de autoridade do poder público, tanto para reafirmar esse sentido, com a Defensoria Pública, quanto para responsabilizá-lo, com a Secretaria de Educação do município. Inicialmente, o programa parece direcionar os sentidos de corrupção exclusivamente ao Governo Federal. Esse significado é alterado quando a repórter, em *off*, enuncia: “O programa é federal, mas o município deveria acompanhar a aplicação do dinheiro”. A presença da conjunção “mas” marca uma relação de oposição e, ao mesmo tempo, pressupõe que a responsabilidade quanto à prática das fraudas pode se dar nos dois níveis, federal e municipal.

Em outro contexto do programa, a repórter Eliane Scardovelli acompanha os sujeitos em processo de aprendizagem, conhecendo suas histórias e dificuldades. O espaço de uma igreja é transformado em local de aprendizagem para os adultos que desejam se alfabetizar. O deslocamento do significado potencial de escola faz dela um tipo peculiar de ambiente de ensino-aprendizagem, tanto pelo espaço físico quanto pelo fato de não abrigar crianças, adolescentes ou jovens, mas, sim, adultos trabalhadores. Percebe-se, ao longo da reportagem,

⁹ O Programa Brasil Alfabetizado, do Ministério da Educação, foi criado no governo Lula em 2003. É desenvolvido em todo o território nacional, e tem por objetivo oportunizar o acesso à alfabetização de jovens, adultos e idosos, priorizando municípios que apresentam alta taxa de analfabetismo (como a região Nordeste, que apresenta 90% de taxa de analfabetismo). Fonte: <http://portal.mec.gov.br/programa-brasil-alfabetizado>. Acesso em 08/03/19.

que a repórter se mostra receptiva às dificuldades dos entrevistados, configurando uma relação fonte-repórter menos autoritária e mais aproximativa, haja vista as escolhas lexicais empregadas, como evidencia o trecho a seguir:

Repórter (*off*): 13 milhões de brasileiros com mais de 15 anos **não sabem ler nem escrever**. Isso significa que até o fim do ano **o Brasil não vai cumprir** um pacto internacional de **reduzir pela metade o analfabetismo de adultos**.

Repórter: **Posso ver, posso ver?**

Aluna: Ah, isso aqui, isso tem muita coisa errada.

Repórter: **Nossa!** A senhora tá escrevendo um monte, já!

[...]

Adenir: Pra quem não sabe é **muito difícil**, mas **a gente vai tentando**, uma hora chega lá, né?

Repórter: **Oh, claro!**

Adenir: **Não pode desistir**, né?

Repórter: **Isso aí!**

Adenir: **A primeira nominho que eu li** assim na rua...foi é...lavanderia! **E eu fiquei toda feliz**, né, de eu conseguir (risos).

O enunciado negativo “o Brasil não vai cumprir um pacto internacional de reduzir pela metade o analfabetismo de adultos” está relacionado ao contexto do analfabetismo adulto e infantil. Isso indica que, além dos sujeitos representados no programa, há uma parcela muito maior de pessoas que continuarão analfabetas, o que pressupõe um grande número de brasileiros sem interação com o mundo e perspectivas de desenvolvimento político, econômico, social ou cultural, tendo em vista a importância da escolaridade para essa realização. Por isso, a partir dos sistemas de conhecimento e crença sustentados pelo discurso do programa, o valor do estudo é expressado pelos enunciados negativos, como, por exemplo: “Não pode desistir”, “Se eu desistir, eu não vou conseguir aprender” e “Não dá pra desanimar”.

Esses enunciados, que expressam negação, também acionam o contexto particular que envolve o processo de alfabetização em fase adulta e que demarca as identidades dos sujeitos no discurso: são trabalhadores com família, que exercem profissões de baixa remuneração ou estão em situação de pobreza e vulnerabilidade social, recebem o benefício do Bolsa Família¹⁰, trabalham na roça, ou estão desempregados. Entendemos que o contexto mais amplo é delineado pela sociedade capitalista, cujos efeitos atingem as pessoas menos privilegiadas e, portanto, com menos cidadania. Conforme o pensamento de Piza (2010),

¹⁰ O Bolsa Família (Lei nº 10.836, de 2004) é um programa de distribuição de renda, criado pelo Governo Federal, que ajuda famílias em situação de pobreza e extrema pobreza. Mais informações disponíveis em: <http://bolsa-familia.info/>. Acesso em: 5 jan. 2018.

A sociedade capitalista produziu um abismo profundo entre ricos e pobres, consequência do processo ilimitado de acúmulo de capital, hoje um sistema mundial de produção. Isso tem levado parte das populações dos países pobres a ficar totalmente a mercê da propaganda ideológica, vivendo na miséria e acreditando em ilusões como a 'cidadania para todos'. A sociedade capitalista se constrói a partir do indivíduo e de seu desempenho sem ligação essencial alguma com os outros. (p.71)

Todas essas questões arranjam o significado da educação como um direito do cidadão, apresentando as condições individuais e materiais como parte fundamental para o exercício da cidadania. Tratando-se das conjunturas individuais, essa concepção da cidadania conquistada pelo desempenho dos sujeitos reflete-se na posição discursiva assumida por Joselito Estrela. Joselito foi alfabetizado aos 38 anos e, hoje, é técnico de pesquisa em um laboratório da Universidade de São Paulo (USP). Ele foi situado no programa Profissão Repórter como exemplo de ascensão social. Na estrutura textual, esse sujeito está apresentado ao final do episódio, após as histórias de vida de sujeitos em posição de aprendizagem e sob condições de desigualdade social, configurando uma estratégia de controle interacional com a finalidade de significar o valor da superação, da não desistência e do esforço próprios do indivíduo, excluindo os contextos sociais, econômicos e políticos que também interferem nesse processo.

Por outro lado, quando se tratam das condições materiais de existência, percebemos que a história da família de Arielina Andrade Silva, a qual representa uma situação de analfabetismo infantil, traz a trajetória de uma mulher negra, em situação de vulnerabilidade social, viúva, mãe de sete filhos. Destes, apenas dois continuam na escola. Vejamos o exemplo:

Arielina: Eu não sei o que deu na cabeça deles que **eles não quis ir** [sic.] [para a escola]. Eu acho que é de fato deles... não sei... **eles não têm as coisas direito pra ir**, um **sapato novo, um sapato bão**, umas coisa assim pra eles ir pra escola. Eles **desisti**, eles ficaram com **vergonha** do pessoal ir **mais bonito que eles**, indo **mais arrumado** e eles indo do jeito deles.

A posição discursiva de Arielina, e também as de Eli Santos e Edilson Oliveira, mostram-se semelhantes na representação do programa. Eli é diarista e Edilson é pintor desempregado; são histórias de pobreza, família com mais de cinco filhos, infância na roça ou em outra ocupação de trabalho manual. Eles foram crianças que tiveram que trocar a escola pelo trabalho (a roça) e que, hoje, já adultos, buscam a alfabetização como meio de inserção social, econômica, cultural e política. Para esses sujeitos, conforme o discurso do Profissão Repórter, o significado da alfabetização está na oportunidade de estabelecer relações de diferentes ordens, imprescindíveis para sua sobrevivência e seu convívio social, bem como para seu sustento.

Percebe-se que os sentidos de não cidadania, uma cidadania negada pela falta de condições materiais para o sustento da família, são expressados pelos sintagmas negativos “não quis ir” e “não têm as coisas direito”. Esses trechos evidenciam a importância de pensar a alfabetização para além de uma etapa escolar, cujos sentidos se limitam a tornar o sujeito apto a ler e a escrever. O direito à educação possui efeitos aquém e além das condições materiais dos sujeitos, as quais, por vezes, funcionam como impedimentos, interdições sociais para o acesso e a permanência na escola.

Pelos enunciados de Arielina, a escola figura como um ambiente social estruturado sob valores estéticos e determinados padrões sociais que nos ‘dizem’ o que é aceitável ou não. Etiquetando os sujeitos como adequados/inadequados para frequentar a escola, o direito à educação fica vinculado ao direito de acesso e permanência e também ao consumo como um meio de garantir a adequação dos sujeitos aos valores éticos e estéticos que as relações sociais escolares demandam. Nessa perspectiva, a oportunidade de alfabetização suscita sentidos de emprego e renda, melhores condições de vida, interação social e consumo, servindo, assim, como meio para a realização de aspirações pessoais, na construção da própria identidade dos sujeitos e na expressão da suas subjetividades. No entanto, as desigualdades estruturais, aquelas que não podem ser superadas pelo esforço individual, são demarcadas pelos trechos do exemplo a seguir:

Mayara Teixeira, repórter: Até que ano a senhora acredita que ele [César] possa **continuar estudando?**

Maria Roselândia Costa, mãe de César: Por mim, **ele estudaria a vida inteira!** É **tudo que eu quero** pra meus filhos!

Repórter: É seu **sonho**? Estudar a vida inteira?

César, 10 anos, 6º ano: Sim! É, eu quero se **formar em médico.**

[...]

Mayara Teixeira, repórter: O senhor estudou até que série?

Ademar José da Costa, pai de César: Eu? Nem a primeira! **O estudo que meu pai me deu era a roça.** A pessoa saber **ler e escrever é bom demais**, o cabra vai e chega assim, num **supermercado**, e quer comprar uma coisa, qualquer coisa, aí tem o preço ali [ininteligível] e tá sabendo o **preço** ali, né?

Os exemplos desses sujeitos expressam as posições de desigualdade social estruturais que constituem a situação do analfabetismo no Brasil. A ausência de condições sociais e econômicas para exercer o direito à educação limita e até mesmo impede a permanência dos sujeitos na escola. O que se apresenta nessas histórias de vida é a realização de um Estado de bem-estar social que fornece subsídios mínimos para a sobrevivência dessas famílias, cuja relação torna-se paternalista.

O Estado de bem-estar social estaria preocupado com os “desejos psicológicos” dos indivíduos, enquanto que o Estado social de direito buscaria se respon-

sabilizar pelos “mínimos de justiça” de cada cidadão, ou seja, suas necessidades básicas (Cortina, 2005, p.66). No programa Profissão Repórter, o direito/dever à educação pode ser considerado um privilégio, alcançado pelo mérito dos indivíduos e, em alguns momentos, com ajuda do Estado, uma vez que o programa *Brasil Alfabetizado* é uma iniciativa do Governo Federal.

Já os valores axiológicos sugerem que o problema social de acesso e permanência na escola pode ser resolvido com persistência, motivação pessoal e trabalho árduo. A meritocracia, reforçada pelo dogma “se você quer, você pode”, própria do capitalismo neoliberal, apresenta-se vigente no programa, através do modelo de exceção de Joselito. O exemplo, a seguir, retrata essa visada interpretativa.

Repórter (*off*): Joselito foi um dos primeiros alunos da professora Margarita. [...]

Hoje, ele é um técnico responsável por este laboratório de pesquisa em cirurgia para estudantes de medicina da USP. [...]

Repórter: E o estudo teve que participação nessa **conquista**?

Joselito: Muita! O estudo teve uma...participação **fundamental**, porque sem ele **eu não ia conseguir nada**.

Como um caso de sucesso, a história de Joselito Estrela reapresenta os sentidos ideacionais para a superação do analfabetismo, contrapondo os significados anteriores. No entanto, a posição de cidadãos em processo de aprendizagem, pelas estratégias intertextuais, constrói os “sujeitos sociais e os tipos de eu” (Fairclough, 2016) dos analfabetos sob um rol de significados que os desqualificam para o mercado de trabalho e as relações sociais. Por isso, identificamos que, entre os significados que percorrem e perpassam o termo “analfabetismo”, estão os sentimentos de vergonha, desajuste e atraso, que se referem à estratégia de pressuposição. Por meio dessa estratégia, é possível inferir que o processo de desenvolvimento da alfabetização pressupõe normativas, especialmente no que diz respeito à idade escolar. Os enunciados negativos reforçam esse sentido, especialmente quando os repórteres colocam os entrevistados em situações que podem ser consideradas constrangedoras. Este trecho representa tal perspectiva:

Eli Santos, diarista: Eu acho que eu tenho dificuldade pra aprender. Mas aí, quando eu penso que, se eu desisti, eu não vô consegui aprender, aí eu volto. Aí eu quero continuar. **Que é muito ruim você não saber ler. É a pior coisa que tem é você não saber ler.**

Teve uma vez que eu entrei num açougue pa... aí eu não sabia, né... fui e perguntei o preço da carne. Aí o rapaz foi e falou assim: “Ah, você não tá vendo o preço aí não”.

Aí eu fiquei morrendo de vergonha.

[...]

Os exemplos apresentados até aqui remontam ao contexto de desigualdade social que caracteriza o cenário brasileiro, no qual fazemos uma aproximação com os conceitos de cidadania diferenciada e cidadania insurgente, de Holston (2013). A primeira é entendida como uma cidadania seletiva e condicionada às relações de poder desiguais, visto que produz um “tratamento especial” a alguns cidadãos, enquanto nega esses mesmos direitos a outros (Holston, 2013). Pela cidadania diferenciada, podemos pensar que o direito à alfabetização e, de modo mais amplo, à educação, é tomado como um privilégio, representado pela posição de sujeito de Joselito. Já a cidadania insurgente é forjada por indivíduos e grupos suprimidos dessa elite de cidadãos privilegiados que (re)formulam a concepção de cidadania, ressignificando-a para um contexto de luta política contra as desigualdades (Holston, 2013). Nesse sentido, nossa análise aponta para sentidos de resistência, observados pelo modo como as pessoas em situação de vulnerabilidade lidam com as dificuldades do processo de alfabetização tardia.

5 Conclusões

Os modos de organização e produção de significação sobre o mundo são, de alguma forma, perpassados pela mídia, que funciona como um mapa de referências sobre o modo como agimos, interagimos e representamos a realidade social. A partir disso, tomando como exemplo a referida análise, consideramos pertinente destacar o papel que a mídia *mainstream* vem assumindo na sociedade contemporânea ao produzir, por meio de seus discursos, diferentes possibilidades de construção da cidadania.

As estratégias discursivas do discurso jornalístico produzem formas de conhecimento sobre o contexto social, podendo visibilizar e/ou silenciar determinados grupos sociais, bem como seus direitos de cidadania, tal como visualizamos no programa sobre analfabetismo no Brasil do Profissão Repórter. O analfabetismo se torna um problema de cidadania à medida que o consideramos como um direito de todo cidadão e toda cidadã, já que as práticas de leitura, escrita e interpretação do mundo são essenciais para todos os tipos de relações sociais que estabelecemos.

No entanto, a análise do programa nos mostra que as formas de comunicação visual que se utilizam da escrita são naturalizadas em diferentes situações cotidianas. Essa perspectiva aparece no modo como os entrevistados do Profissão Repórter ocupam posições discursivas que acionam sentidos de vergonha, desajuste e atraso para o analfabetismo, posicionando os analfabetos como sujeitos desqualificados para o mercado de trabalho e para as relações sociais e de consumo.

Antes de ser um direito-dever, a cidadania se torna um privilégio, pois depende das condições econômicas das pessoas. O processo de alfabetização na

idade própria (que ocorre a partir dos quatro anos de idade¹¹) dá lugar à necessidade do trabalho, especialmente para as pessoas que moram no campo, pois o trabalho na roça é o meio de sustento de famílias relativamente numerosas e em situação de extrema pobreza.

A seu turno, o Estado, embora seja considerado como uma instituição cujo dever é de garantir o direito à alfabetização, é representado pelo programa como um lugar de práticas ineficientes e corruptas, sendo incapaz de fornecer acesso a esse direito a todos.

Diante disso, consideramos que o programa Profissão Repórter discursiviza o analfabetismo no Brasil como um direito-privilégio, já que pessoas menos favorecidas economicamente precisam sacrificar suas vidas para garantir o direito à leitura, à escrita e à compreensão do mundo. Ao nosso ver, o problema dessa construção midiática está em reduzir a questão do analfabetismo às escolhas e esforços individuais dos sujeitos, sem problematizá-la em um espectro mais amplo e estrutural.

Ademais, entendemos que a alfabetização deveria ser tratada como um direito que sustenta o acesso a outros direitos (como os direitos civis e políticos), haja vista as possibilidades de se construir uma leitura de mundo mais crítica e emancipatória. A educação torna-se, assim, uma forma de luta contra diferentes formas de opressão em prol de uma vida mais justa e digna. E a televisão, em especial, no contexto brasileiro, possui um papel essencial na construção de sentidos sobre os modos de entender a importância da cidadania e do que significa ser cidadão e cidadã na contemporaneidade.

Referências bibliográficas

- Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Baccega, M. A. (2002). Televisão e escola: aproximações e distanciamentos. *Anais do Congresso Anual em Ciência da Comunicação*, Salvador, BA, Brasil, 25. Recuperado de <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/15999749417050870364241954281402151688.pdf>
- Barcellos, C. (2016). *Profissão Repórter 10 anos: grandes aventuras e grandes coberturas*. São Paulo: Edição Planeta.
- Carpentier, N., Lie, R. & Servaes, N. (2001). *Community media: muting the democratic media discourse?* Brighton: Kocce Centre for Critical Studies in Communication and Culture.
- Conrad, K. Q. (2018). *Estratégias discursivas no programa profissão repórter: os*

¹¹ Conforme o Art. 208 da Constituição Federal Brasileira de 1988, Art. 208, entende-se “a educação básica obrigatória e gratuita dos 4 (quatro) aos 17 (dezessete) anos de idade, assegurada inclusive sua oferta gratuita para todos os que a ela não tiveram acesso na idade própria”.

- sentidos de cidadania aquém e além do discurso.* (Tese de doutorado), Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil.
- Cortina, A. (2005). *Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania*. São Paulo: Edições Loyola.
- Fairclough, N. (2016). *Discurso e mudança social*. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Genro Filho, A. (1987). *O Segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Editora Tchê.
- Gross, D. & Paschoalick, P. (2012). Profissão Repórter, um panorama. In: R Soares & M Gomes (orgs.). *Profissão Repórter em diálogo*. (p.31-49), São Paulo: Alameda.
- Holston, J. (2013). *Cidadania Insurgente: disjunções da democracia e da modernidade no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Maingueneau, D. (2005). *Gênese dos Discursos*. (Tradutor Possenti, S.). Curitiba: Criar Edições.
- Maingueneau, D. (1997). *Novas tendências em análise do discurso*. Campinas: Editora da Unicamp.
- Meditsch, E. (1992). *O conhecimento do jornalismo*. Florianópolis: Editora da UFSC.
- Memória Globo. *Caco Barcellos*. Recuperado em 5 de maio de 2017, de <http://g1.globo.com/profissao-reporter/>.
- Paternostro, V. (1999). *O texto na tv: manual de telejornalismo*. Rio de Janeiro: Campus.
- Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. (2016). *Pesquisa Brasileira de Consumo de Mídia*, Brasília, DF. Recuperado de: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atauais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>.
- Orlandi, E. (2002). *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes.
- Ramalho, V. & Resende, V. (2011). *Análise de Discurso (para a) crítica: o texto como material de pesquisa*. Campinas/SP: Pontes Editora.
- Ramalho, V. & Resende, V. (2004). Análise de Discurso Crítica, do Modelo Tridimensional à Articulação Entre Práticas: Implicações Teórico-Metodológicas. *Linguagem em (Dis)curso* - LemD, Tubarão, 5(1), 185-207.
- Sodré, M. (2010). *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Editora Vozes.

Críticas y protestas en contra del discurso de los medios en Colombia. El Movimiento de Víctimas en contra del canal de televisión RCN

Criticisms of the media discourse in Colombia. Protests against RCN television studios by Victims' Movement.

Críticas ao discurso da mídia na Colômbia. O Movimento de Vítimas protesta contra o canal de televisão RCN

Luis Eduardo OSPINA RAIGOSA

Universidad Nacional de Colombia / luchospin@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Monográfico, pp.207-230)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 20-08-2018 / Aprobado: 27-02-2019

Resumen:

Este es un Estudio Crítico del Discurso del video “Plantón No Más 3 Caínes - 22 de marzo de 2013” que da cuenta de la manifestación del Movimiento de víctimas en Colombia frente a la sede de RCN televisión. A esta acción se le denomina ‘respuesta social’. La teleserie cuenta la historia del paramilitarismo desde la mirada de los victimarios y además invisibiliza a las víctimas. En la historia de los medios son escasas las protestas en contra del discurso mediático, lo que le otorga a este acontecimiento relevancia analítica. La voz testimonial y la construcción de un colectivo son características del discurso estudiado. Criticar a los medios evidencia el declive de su credibilidad y la capacidad de agencia ciudadana.

Palabras clave: Respuesta social; Teleserie “Tres caínes”; Estudio Crítico del Discurso; Voz testimonial; crítica de medios; organizaciones de víctimas.

Abstract

This study critically analyzes the discourse of the video “Plantón No Más 3 Caínes - Marzo 22, 2013” that highlights the manifestation of a victim’s movement in Colombia which took place in front of the headquarters of RCN television studios against one of its series titled “Los 3 Caines”. This kind of phenomenon is stated as a “social movement response”. The series tells the story of the Colombian para-militarism from the perspective of the perpetrators instead of the victims’ point of view making them invisible to the spectator. Along the history of mass-media, there have been few protests against their discourse, thus the relevance to examine it in detail. The testimonial voice and the construction of a collective are characteristic of the discourse analyzed in this study. Criticizing the media shows the decline of their credibility and the capacity of citizens as a group.

Key words: Social movement response; TV series “Tres caínes”; Critical Discourse Analysis; Testimonial voice; Mass-media Criticism; Movement of Victims.

Resumo:

Este é um Estudo Crítico do Discurso do vídeo “Plantón No Más 3 Caínes - 22 de março de 2013” que dá conta da manifestação do Movimento de vítimas na Colômbia em frente à sede da televisão RCN. Essa ação é chamada de “resposta social”. A novela conta a história do paramilitarismo a partir da perspectiva dos perpetradores e também torna as vítimas invisíveis. Na história da mídia existem poucos protestos contra o discurso da mídia, o que confere relevância analítica a esse evento. A voz testemunhal e a construção de um coletivo são características do discurso estudado. Criticar a mídia mostra o declínio de sua credibilidade e a capacidade de agência do cidadão.

Palavras-chave: Resposta social; Teleserie “Três caínes”; Estudo do Discurso Crítico; Voz testemunhal; crítica de mídia.

1. Introducción

La capacidad organizativa del movimiento de víctimas en Colombia los posiciona como agentes al momento de pensar y crear nuevos órdenes sociopolíticos. Pese a la importancia de las víctimas organizadas, en los grandes medios de comunicación –y de forma particular los canales nacionales de televisión comercial–, hay una poca presencia de sus voces, lo que indica que se les da una baja visibilización mediática.

Dos investigaciones (Bonilla y Tamayo 2005, González 2012) han arrojado que el cubrimiento televisivo en géneros informativos y de opinión sobre el conflicto armado, ha acotado la visibilidad pública de las víctimas. Los contenidos analizados por esas investigaciones indican que las víctimas no son una fuente primaria de la información noticiosa. Organizaciones como el Movimiento de víctimas de crímenes de Estado-MOVIVE ha demostrado tener una posición crítica frente a los canales de televisión que ha expresado en escenarios públicos y usando una variada riqueza discursiva.

El presente artículo se propone interpretar la potencialidad de los discursos que enuncian las víctimas contra los medios de comunicación. Para ello toma como punto de partida el plantón que realizó el MOVIVE contra el canal RCN en el año 2013. Dicho plantón fue una respuesta del movimiento de víctimas frente a la emisión de la teleserie “Tres caínes”. Este artículo se constituye como un Estudio Crítico del Discurso (ECD) que analiza el video “Plantón No Más 3 Caínes - 22 de marzo de 2013” (Tercer Canal, 2013 a), disponible en YouTube.

La teleserie “Tres caínes” producida en Colombia por R.T.I para el canal privado de televisión RCN recibió críticas de diversos sectores sociales en ese país, por la manera como representó el accionar de grupos paramilitares en el marco del conflicto armado colombiano. La producción televisiva además fue emitida en más de diez países de América Latina (Wikipedia, 2018) entre ellos Ecuador, por el canal TC Televisión; México, por la extinta Cadenatres; Puerto Rico y Estados Unidos por la cadena de televisión Mundo Fox.

“Tres caínes” se basa en la vida de los paramilitares Carlos Castaño, Vicente Castaño y Fidel Castaño. En sus primeros episodios muestra, ambientada en 1980, a la familia Castaño Gil como unos ganaderos que juran vengarse el día en que su padre es secuestrado y asesinado por la guerrilla de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia-FARC. A medida que pasan sus 80 episodios la teleserie narra cómo los hermanos Castaño organizan un ejército paramilitar y desarrollan sus vidas en torno a este proyecto.

Un estudio acerca de la teleserie “Tres caínes” (Rodríguez Pinilla, 2018) explica que la reconstrucción de la violencia paramilitar en Colombia recreada en la teleserie, se basa en la experiencia dramática de los hermanos Castaño. Usa como detonante del drama una venganza personal entre actores del conflicto y desde allí determina el accionar paramilitar omitiendo móviles como la apropiación sistemática del territorio por intereses económicos (Zélik, 2015). La

teleserie construyó un “mapa de significados en el que los victimarios se representaron como héroes, las víctimas como no-sujetos de derecho y el Estado como una organización incapaz de garantizar la seguridad y la defensa de los ciudadanos” (Rodríguez Pinilla, 2018: IX).

La teleserie se emitió entre el 4 de marzo y el 18 de junio de 2013 (tres meses y medio) y durante ese periodo, diversos grupos sociales emitieron distintos tipos de discursos en contra de ella. Colombianos y colombianas por la paz (Cuartas, 2013), La Universidad de Antioquia (Consejo Académico Universidad de Antioquia, 2013) y la Diócesis de Quibdó (2013) publicaron comunicados cuestionando la teleserie.

Se llevó a cabo una iniciativa web denominada Noengcaínes que interpeló a los anunciantes para que no pautaran en esta producción, dicha iniciativa ciudadana logró que 13 marcas dejaran de pautar en la teleserie, asunto que no tiene precedentes en la historia de los medios en Colombia. Además, el 29 de abril de 2013, la Autoridad Nacional de Televisión-ANTV¹ el periódico El Tiempo y la Universidad Externado de Colombia, realizaron un Foro titulado “Responsabilidad social de los medios de comunicación frente a la memoria histórica y las víctimas del conflicto” (ANTV, 2013), a propósito de las críticas contra la teleserie.

El contenido temático y el tratamiento dramático de la teleserie generaron respuesta de variados ciudadanos en Colombia. Este fenómeno resulta interesante por la manera como grupos sociales críticos responden a los medios masivos de comunicación. Analizar los discursos en contra de los medios de comunicación significa centrar el interés en las alternativas que construyen los grupos sociales para hacer veeduría y contrapeso a los discursos que se proponen desde los grandes medios de comunicación que están insertos en procesos hegemónicos de la sociedad actual.

2. Consideraciones socio-históricas

En la actualidad Colombia vive una crisis social ocasionada por el conflicto armado. Los actores del conflicto, donde se cuentan las fuerzas del Estado, las guerrillas y los paramilitares, han generado más de ocho millones de víctimas (RUV, 2018) y profundizado los problemas estructurales en este país desde hace décadas.

El conflicto social, económico, político y cultural, que afecta a Colombia desde hace más de sesenta años, se ha transformado en las últimas décadas. La concentración de la propiedad de la tierra, la desmedida acumulación de capital, la precarización

1 Entidad gubernamental de Colombia que tiene por objeto brindar las herramientas para la ejecución de los planes y programas de la prestación del servicio público de televisión.

de las condiciones laborales, el desempleo, la violencia, el desplazamiento, la negación del acceso a los lugares de toma de decisiones y el drama humanitario, son elementos que han caracterizado la crisis social por la que atraviesa Colombia y que han instigado al conflicto social y armado. (Pardo, 2012: 213)

La violencia como herramienta política ha sido una constante en el conflicto interno. Según el informe “¡Basta ya! memorias de guerra y dignidad” (CNRR, 2013) el conflicto colombiano ha causado la muerte de 220 mil personas entre 1958 y 2012. “La violencia es producto de acciones intencionales que se inscriben mayoritariamente en estrategias políticas y militares” (CNRR, 2013: 31).

En la última década del siglo XX cuando el fenómeno paramilitar inició una escalada de grandes proporciones se vivió una ofensiva violenta que logró, años después, cooptar gran parte de la institucionalidad. Los paramilitares son un actor armado que ha logrado imponerse, con el apoyo de sectores de la sociedad y del Estado (López, 2010), en zonas del país usando amenazas, asesinatos, masacres, torturas y desplazamiento forzado.

Los grupos paramilitares son quienes más han utilizado la sevicia,残酷, como estrategia de guerra (CNRR, 2013: 55). De la misma manera, es el grupo armado que más ha cometido masacres en Colombia. De las 1.982 masacres documentadas entre 1980 y 2012, los paramilitares perpetraron el 58,9%, lo que equivale a 1166 masacres. Las guerrillas fueron responsables de 346 y la Fuerza Pública del 295. (CNRR, 2013: 55).

Con estos antecedentes la presencia de una teleserie que tiene a tres paramilitares como protagonistas se vuelve un relato ofensivo para los ciudadanos afectados e indignados por la situación de violencia provocada por este grupo armado. En el 2014, un fallo judicial del Tribunal Superior de Bogotá (TSDJB, 2014) anunció que los medios de comunicación fueron “complacientes” con los paramilitares, toda vez que publicaron extensas entrevistas con el máximo jefe de las Autodefensas Unidas de Colombia (AUC), Carlos Castaño Gil, (uno de los paramilitares ficcionados en la teleserie). El fallo tiene un apartado de 8 páginas (desde la 142 a la 150), donde habla del proyecto de “cimentación del bloque Catatumbo”, del “discurso del odio” y del papel de los “medios de comunicación y la opinión pública” en dicha consolidación. (TSDJB, 2014: 142-150).

Este fallo recopila evidencias de la manera como los grupos paramilitares tenían dentro de sus estrategias posicionarse en la opinión pública como una organización legítima. En este orden de ideas se puede indicar que hay una pugna por construir o mejorar la imagen pública del grupo que ha cometido delitos de lesa humanidad en el país (CNRR, 2013: 57). Hay una lucha por el sentido para construir un relato de legitimación sobre un grupo armado en específico.

En este panorama la acción social de protesta del movimiento de víctimas cobra una relevancia inusitada debido a que responde de forma propositiva a la estrategia de legitimación por parte de un discurso hegemónico. El problema principal sobre el que se ubica esta investigación es el proceso de interlocución

que resultó por la emisión de la teleserie “Tres caínes” por parte de un canal de televisión y la respuesta social del movimiento de víctimas que cuestionó la representación del conflicto armado que se propuso en la teleserie.

En la historia de los medios de comunicación en Colombia existen pocos casos donde grupos sociales organizados protesten en contra de un contenido televisivo, lo que convierte este caso en un acontecimiento relevante por la acción de dichos grupos sociales para crear y para poner a circular discursos de respuesta contrapuestos al sentido del mensaje televisivo. Este particular hace que resulte pertinente realizar un análisis detallado de las formas como se construyó este discurso.

3. Marco teórico

Los Estudios Críticos del Discurso (ECD) son un conjunto de enfoques de investigación sobre el discurso que “se enfoca en los grupos e instituciones dominantes y en la forma en la que éstos crean y mantienen la desigualdad social por medio de la comunicación y el uso de la lengua. El ACD también centra su atención en la forma en la que los grupos dominados se resisten y oponen discursivamente a dicha dominación”. (van Dijk, 2004: 8).

El interés por focalizar sobre los discursos de grupos sociales que responden a la acción de los medios de comunicación comporta una posición política situada en favor de la deconstrucción del actual panorama mediático, que se caracteriza por ser excluyente frente a la multiplicidad de voces sociales. Esta decisión de investigación está estrechamente emparentada con las apuestas de análisis del discurso en perspectiva crítica que se han desarrollado en América Latina.

Los ECD en América Latina se han caracterizado por su compromiso con los problemas locales y regionales. Los analistas de discurso, no solo se han preocupado por dar cuenta de las especificidades del discurso como acto comunicativo, sino que de manera muy concreta han asumido asuntos estructurales y coyunturales de la realidad social y cultural” (Pardo, 2011a: 30).

Los discursos de respuesta a los contenidos mediáticos por parte de grupos sociales críticos son una veta poco explorada en el campo de los ECD. Comprender este fenómeno social mediante el desentrañamiento de los discursos se vuelve una contribución en clave de oposición discursiva frente a los poderes hegemónicos. Para definir la acción de los grupos sociales contra los medios se optó por construir la categoría de respuesta social que permite definir específicamente los procesos de respuesta de la sociedad sobre sus medios.

4. Discursos de respuesta social

Por respuesta social se entiende la posibilidad propia de grupos sociales para manifestarse en contra de un discurso mediático de forma creativa y propositiva, generando algún tipo de contenido que circula por un soporte tecnológico para proponer un nuevo horizonte de comprensión que luche contra el sentido propuesto por el medio. En este orden de ideas, la respuesta social es una acción discursiva, lo que le otorga una capacidad expresiva y de circulación social.

Para llegar a esa definición, se partió de la categoría propuesta por Jose Luiz Braga (2006), quien plantea que existen unos dispositivos de respuesta social que se definen como los procesos organizados de las sociedades para abordar las producciones de sus medios de comunicación.

Existe toda uma variedade de “dispositivos sociais”: cineclubes, *sites de media criticism*, fóruns de debates de rádio e televisão, crítica jornalística, revistas cujo tema é o próprio mídia, produções acadêmicas sobre os meios, processos de autocrítica da imprensa... (Braga, 2006: 36) [Existe toda una variedad de dispositivos sociales: cineclubes, sitios de crítica de medios, foros de debate sobre radio y televisión, crítica de prensa escrita, revistas cuyo tema es el propio medio, producciones académicas sobre los medios de comunicación, procesos de autocrítica de prensa...] (Traducción propia).

La respuesta social es un concepto que se usa exclusivamente para dar cuenta de la relación medios de comunicación-grupos sociales. Esto quiere decir que la respuesta social está dirigida hacia los productos y los discursos de los medios de comunicación y no de otras instituciones sociales que pueden ejercer dominación discursiva (Estado, escuela, iglesia entre otras). El concepto resulta útil para analizar cómo la sociedad responde a sus medios de comunicación y no a otras instancias de poder.

El plantón que realizó el Movimiento de Víctimas frente al canal RCN y en contra de la telenovela “Tres caínes” es un ejemplo de respuesta social. Es una manifestación en contra de un contenido televisivo que, de forma creativa propuso un sentido diferente, sustentado en otras voces. El hecho de que este plantón fuera registrado en un video y mediatizado a través de la plataforma Youtube lo configura como un discurso de respuesta social que evidencia las capacidades expresivas del grupo social que lo agencia.

5. El Discurso

En los ECD los discursos hacen parte de los conocimientos propios de los grupos sociales. A través de los discursos se expresan los intereses, las posturas y los valores de la sociedad. De la misma manera, los saberes colectivos se crean

y se recrean desde el discurso. Las capacidades expresivas de un grupo social se despliegan y se desarrollan discursivamente dando cuenta de sus posibilidades comunicativas. Esta investigación acoge la conceptualización de discurso propuesta por Neyla Pardo Abril (2012) quien articula la dimensión abstracta, entendida como forma de conocimiento, y su materialización: los textos materiales sobre los que se inscriben:

Los discursos son conocimientos socialmente construidos que dan cuenta de las distintas dimensiones de la realidad y que, por tanto, permiten caracterizar el papel que cumplen los agentes sociales, reconocer sus intereses, verificar las formas como circulan los saberes colectivos, las axiologías que portan y sus propósitos, así como el marco de validación y legitimación desde donde se posicionan. (...) A partir de estas propuestas se organiza una manera de comunicar, que se reconoce como una expresión simbólica, capaz de circular a través de distintos recursos físicos y tecnológicos. Así, el discurso desarrolla su potencial de comunicación en toda la comunidad. (Pardo, 2012: 22-23)

Esta definición amplia de discurso, permite desarrollar el potencial de toda la comunidad, porque tiene el acento en el reconocimiento del otro. La presente investigación reconoce que existe un carácter multimodal (Kress & van Leeuwen 2001) en el vídeo de análisis. Sin embargo, el énfasis no radica en entender cómo se articulan los diferentes sistemas de signos para amplificar la producción de sentido, sino en la voz testimonial como ruta para comprender el discurso de respuesta social.

6. Voz testimonial

Las voces discursivas son el concepto en el cuál se va a focalizar en este *corpus* de análisis. Comprendiendo el significado de las voces se puede dar cuenta de las razones que llevaron a la respuesta social. El carácter testimonial (y por tanto personal) de las voces comporta una legitimidad ética pues el testimonio es una reconstrucción de sus experiencias vividas. Las voces de la respuesta social se configuran como el testimonio vivo de las personas cuyos discursos han sido excluidos por la teleserie “Tres caínes”.

La voz es la enunciación de un agente, de una persona con capacidad de acción. Este rasgo distintivo aporta elementos para configurar el actor social que enuncia. “La voz caracteriza al actor y al punto de vista en virtud de las estrategias lingüísticas construidas cuando el actor discursivo pone a circular las ideas en su discurso, así como las unidades conceptuales que emplea”. (Pardo Abril, 2011b: 151). La voz, entonces, tiene connotaciones personalistas y es enunciada por responsables individuales.

El testimonio es un tipo de voz que enuncian aquellos que han sido participantes de un hecho. El testigo representa el saber experiencial de lo que se propone discursivamente. En el vídeo objeto de análisis hay voces testimoniales que construyen las respuestas sociales. Focalizar en estas voces permite comprender en qué consistieron dichos discursos de respuesta social. En esta investigación el testimonio viene de aquellos que han sido excluidos.

De acuerdo con Achugar (2002) la voz testimonial emerge en la actualidad cuando el mapa de sujeto occidental (hombre, blanco, “civilizado”) ha sido descentrado –al menos teóricamente-. El testimonio “ha circulado o ha servido en Occidente como modo de cuestionar el *status quo* o como un modo de romper la univocidad del discurso hegemónico” (Achugar, 2002: 66). Así, ocupa un espacio legítimo y ético en la disputa por el poder y el reconocimiento

7. Los recursos y las estrategias discursivas

Los recursos se entienden como “el conjunto de elementos significativos, que se relacionan para la producción discursiva” (Pardo Abril, 2012: 120). Las estrategias se entienden como la combinación de recursos para llevar a cabo un plan y conseguir un propósito determinado. Las estrategias discursivas sirven para “desarrollar acciones comunicativas, cuyo propósito consiste en la amplificación del significado y en la posibilidad de orientar disposiciones hacia prácticas sociales particulares” (Pardo Abril 2012: 120). Este ECD aprovecha algunos conceptos gráficos visuales para analizar el *corpus* y entender la voz testimonial de la respuesta social.

La legitimación es una de las estrategias que resultan más afines a los discursos de respuesta social. Por ser discursos de grupos sociales que han sufrido procesos de exclusión simbólica –como las víctimas– la legitimación que se propone en la respuesta social sirve al propósito de expresar la concepción de mundo de los discursos que han sido in-visibilizados.

Para que un tipo de conocimiento sea legítimo, debe ser socializado y puesto en circulación en una sociedad. De acuerdo con Berger y Luckmann (2003) los saberes pueden legitimarse en tanto son puestos a consideración socialmente y condensados en la memoria, para ello se deben convertir en algo tangible y físico. En este sentido, la materialización de los procesos de legitimación queda signado en los diferentes discursos.

Los actos de legitimación mediante acciones discursivas son una manera de validar y refrendar la legitimidad adquirida o deseada por los grupos sociales. La telenovela “Tres caínes” es un primer acto discursivo que legitima unos actores en detrimento de otros. Los actos discursivos siguientes son la respuesta social de los grupos que se sienten vulnerados y qué, mediante estas acciones discursivas legitiman sus acciones y su colectivo.

La legitimación es el acto de conceder aceptabilidad a los actores sociales dentro de un orden específico. Si se piensa en términos de los grupos dominantes “la legitimación conlleva a realizar estrategias que intenten mantener la posición social y la autoridad de un grupo o de una institución” (Martín Rojo y Van Dijk, 1998: 60). En el caso de la respuesta social, los discursos propuestos impiden cimentar formas de pensamiento de los grupos dominantes. En tanto acto de legitimación la respuesta social propone una línea de pensamiento que va en contra de los significados imperantes.

Cuando grupos que habitan los universos, poseen versiones diferentes o divergentes del mismo, estas versiones y grupos quedan estereotipadas o marginadas al estar al margen de las realidades impuestas o establecidas de las cuales subyacían. Este tipo de versiones, se convierten en alternativas de esos sistemas universales compartidos y con ello en enemigos de los universales colectivos. (Berger y Luckmann, 2003:131)

Un recurso discursivo presente en el *corpus* es el reordenamiento que propone unos roles entre los actores que aparecen referenciados en el discurso. El reordenamiento contribuye a mostrar los actores como agentes o pacientes, lo cual es de gran importancia al momento de entender las facetas de los actores involucrados. De acuerdo con (Pardo Abril, 2011b) en la operación lingüística de activación y pasivación, se presenta al actor con capacidad de acción o sin ella.

Un recurso a tener en cuenta en el análisis es el de la autorización que se propone cuando el discurso recurre a la ley o la moral, con el fin de dotar al discurso de veracidad mediante la aprobación social. Dicho ejercicio, empodera el actor discursivo y de paso desvirtúa discursos alternos. La autorización ocurre por el valor probatorio que subyace a la opinión de un experto o protagonista. “Es un modo de argumentación que forma parte de los procesos lingüísticos tendientes a persuadir, es decir, a introducir o provocar la acción a través de discurso con información suficiente y necesaria presentada en forma breve, clara y verosímil” (Pardo Abril, 2011: 177).

Cabe decir, que el recurso de la autorización también se adquiere cuando aquel que enuncia, reviste de una autoridad basado en un saber experiencial. Es decir, su experiencia vital frente a un hecho lo autoriza para hablar de tal suceso. Este tipo de autorización, está anclada en el razonamiento práctico (Fairclough, 2003), que aplica el interlocutor que quiera conocer los detalles de lo que acontece de parte del protagonista directo. La voz del testigo, también integra el recurso de la autorización, dado que la voz testimonial tiene un carácter personal y de responsabilidad de lo que se enuncia.

8. Los movimientos sociales y las tecnologías digitales

La respuesta social es el movimiento por el cuál un grupo social emite una respuesta frente a un medio de comunicación. Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), han hecho posible una interrelación diferente entre grupos sociales y medios de comunicación de masas sobre la que es necesario detenerse. Las TIC pueden entenderse como una red de artefactos y dispositivos que despliegan nuevas prácticas sociales y en donde se vivencian procesos culturales que otorgan un nuevo significado y configuran tendencias de uso e innovación social, de dominación o de cooperación.

Las tecnologías por sí solas no producen transformaciones políticas, sino que son las redes y las prácticas sociales en las que se insertan las TIC las que otorgan un significado y configuran formas de uso y espontaneidad social, a la vez que procesos de dominación o de cooperación. Resulta importante dimensionar a la web como una red que funciona en clave de la globalización, el mercado y las relaciones de dominación que estos comportan, pero también se entiende a la web como un espacio de construcción de nuevas prácticas y usos que operan, en algunos casos en función de lazos de cooperación.

La relación entre las tecnologías digitales y los movimientos sociales no se limita a lo instrumental. Según Castell (2012) la Internet da lugar a una ‘cultura de la autonomía’, entendida como la “capacidad de un actor social para convertirse en sujeto definiendo su acción alrededor de proyectos construidos al margen de las instituciones de la sociedad, de acuerdo con los valores e intereses del actor social” (Castell, 2012: 220).

Es mediante las redes interactivas de comunicación como las personas logran conectarse entre sí, organizarse políticamente y compartir sus críticas. Para Castell (2012) la Internet es un soporte material, un instrumento de acción de estos movimientos, en la medida en que les permite “movilizar, organizar, deliberar, coordinar y decidir” (Castell, 2012: 19). Cabe indicar que hay una continuidad entre las acciones en línea y las acciones presenciales. Ese continuo permite que las relaciones virtuales y las relaciones cara a cara se mantengan y se proyecten, articulando la toma de decisiones colectivas.

Rueda (2008) afirma que los colectivos sociales y de resistencia en las redes digitales podrían imprimir un giro político en el régimen de la propiedad social y el bien común de la humanidad. La web hace que emergan otras condiciones de la acción colectiva. Según Rueda (2008), una característica importante es que “se matiza la centralidad del espacio público urbano de interacción cara a cara, así como la llamada esfera pública, y se promueve una nueva provista por una inmaterialidad de las redes electrónicas” (Rueda, 2008: 14). Esta doble vía, entre el espacio virtual y el espacio público ofrece alcances inusitados.

9. Metodología

Este estudio es de corte cualitativo y tiene un interés por interpretar el proceso de producción de sentido de un video que circula por una plataforma digital como *YouTube*. Por efectos de espacio, se analizan los fragmentos (0:41-1:03) y (2:28 y 2:43) del video “Plantón No más Tres caínes” (Tercer Canal, 2013 a) disponible en *YouTube* (<https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=jB-alp3NqI8>).

El posicionamiento epistemológico se asume desde el paradigma interpretativo, por la necesidad de comprender el significado de las acciones sociales desde la mirada de sus participantes. “El lenguaje es entendido como un recurso y como una creación, es una forma de reproducción y producción del mundo social” (Vasilachis de Gialdino, 1992: 153).

La posición se sustenta en la hermenéutica debido a la capacidad de reconstrucción del significado. “La hermenéutica puede comprenderse como un método para aprehender y producir relaciones significativas” (Meyer, 2003, p. 38). Así, son procedimientos interpretativos los que hacen posible describir, descifrar, inferir y analizar el significado del discurso estudiado.

El sentido crítico se denota al estudiar un fenómeno donde existe reproducción y el abuso de poder desde el discurso mediático pero sobre todo, se nota al revisar las posibilidades de respuesta y resistencia que asumen quienes son despojados de recursos simbólicos y materiales.

Este ECD da cuenta de los recursos discursivos que el *corpus* tiene como expresión del fenómeno estudiado. Los recursos discursivos evidencian “el conjunto de elementos significativos interrelacionados que son desplegados en los procesos de producción y comprensión discursiva” (Pardo, 2012, p. 120). Dando cuenta de los recursos discursivos, se puede entender las maneras en que los agentes apropián objetos simbólicos para la construcción de significado.

Luego de descifrar los recursos se determinan algunas estrategias discursivas utilizadas en el *corpus* y en un proceso inferencial se relacionan con el marco sociohistórico. El proceso inferencial se hace para trascender la dinámica comunicativa del *corpus* y generar niveles de comprensión sobre las prácticas sociales que constituyeron el fenómeno estudiado.

La técnica aplicada es estadístico descriptiva, articulada al análisis multivariado; se focaliza en la descripción de los recursos. Esta técnica se ejecutó con ayuda del programa *NVivo* que permite al investigador describir los temas más recurrentes en los enunciados del *corpus*, a través de determinar las frecuencias y recurrencias lingüísticas en ellos.

El procedimiento se realiza en tres momentos que van desde la descripción del *corpus*, hasta el análisis y la interpretación. En ese tránsito se pone en relación las unidades discursivas principales, los recursos discursivos que utilizan y mediante inferencias se propone una manera de entender los alcances políticos y sociales de esas expresiones discursivas.

Los tres momentos son: a) descripción del video objeto de análisis. b) Reconocimiento del tejido semiótico: inicia reconociendo las voces discursivas. “Esta categoría permite identificar el papel del actor social en la construcción y comprensión discursiva, sus roles, sus puntos de vista, la coherencia discursiva y el conjunto de recursos que apropia para expresarse” (Pardo, 2012, p. 121). c) Del discurso a lo sociocultural: se genera explicaciones posibles sobre el conjunto de relaciones entre lo que se propone discursivamente y las realidades culturales y políticas en las que inciden los discursos.

10. Análisis para la discusión

El video incorpora algunos recursos que, en apariencia, le dan una impronta de reporte televisado, resaltando su condición de transmitir un acontecimiento en vivo. El video abre con un fragmento de una consigna que dura dos segundos y de inmediato de muestra el primer testimonio. En el segundo 16 se escucha la primera intervención en *off* por parte de la narradora. A continuación, vienen cuatro testimonios en *in*, que no tienen ninguna transición visual. Aquí ya se empieza a perfilar el propósito del video, dado que cada testimonio introduce una crítica a la teleserie y justifica la acción del plantón. Ya no se está ofreciendo solamente información, sino que se está opinando y tomando postura en favor de un grupo (las víctimas) y una actividad social específica (la protesta).

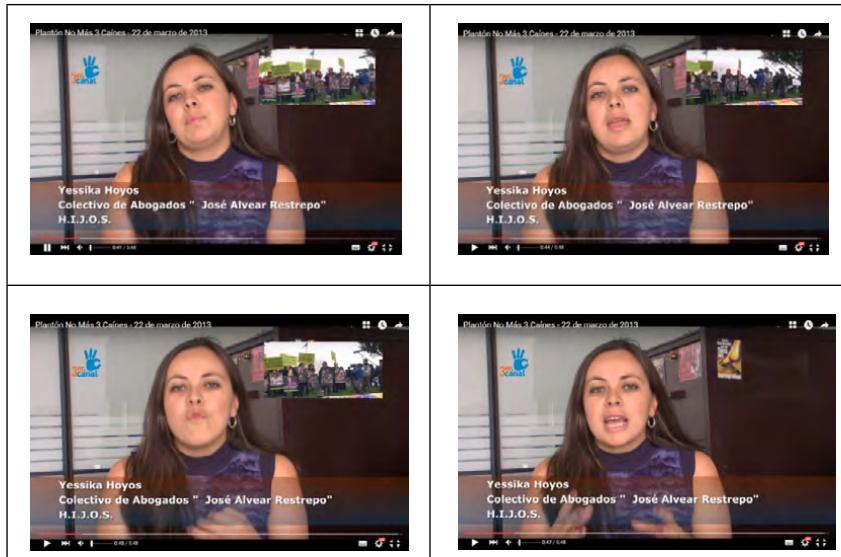
Cabe decir, que las intervenciones de la narradora en el curso del video son solo tres, que suman exactamente 60 segundos. Es un segmento corto si se relaciona con los 5 min. 48 seg. de duración total del video. Esta poca presencia de la voz en *off* muestra que el video tiene un carácter centrado en las voces testimoniales. El recurso de la voz en *off* sirve al propósito nemotécnico de generar identificación en el interlocutor al mostrarse inicialmente como un reporte noticioso.

La secuencia fotográfica da apertura a la primera voz del video, María José Pizarro lee la carta que el Movimiento de Víctimas enunció colectivamente como declaración en contra de la teleserie “Tres caínes”. Luego viene un cambio de escena que ofrece un intervalo con una riqueza que vale la pena explorar. En ella se enuncia la voz de Yessika Hoyos, miembro del Colectivo de abogados “José Alvear Restrepo” y de H.I.J.O.S. El padre de Yessika Hoyos fue un líder sindical asesinado por el paramilitarismo.

Hoyos se encuentra en un escenario diferente al de los manifestantes, un espacio interior que posiblemente sea una oficina. Sin embargo, se encuentra simbólicamente ligada al escenario de la manifestación por un recuadro en la parte superior derecha de la pantalla, en donde se aprecia la escena de la manifestación desde una vista más frontal y un movimiento de cámara panorámico de izquierda a derecha. El recurso de fragmentación de la pantalla además de

anclar significativamente ambos momentos, sirve como respaldo gráfico a la voz testimonial.

En la secuencia 1, se muestran los recursos utilizados en el vídeo con respecto a la fragmentación de la pantalla, así como el movimiento de las manos de Yessika Hoyos que constituye rasgos gestuales de la persona que enuncia y contribuye a reforzar los significados de la voz testimonial.



Secuencia 1. Yessika Hoyos. Vídeo “Plantón No más Tres caínes” Fuente: (Tercer Canal, 2013 a)
Intervalo temporal: 0:41-1:03

La abogada se dispone visualmente en un encuadre centrado en primer plano, así como un leve ángulo en contrapicado. Esto tiene implicaciones comunicativas tales como el reforzamiento de la voz testimonial mediante la visualización detallada del rostro que hay en el primer plano y un intento de darle relieve a Yessika al mostrarla por encima del nivel visual común mediante el leve ángulo contrapicado.

Los recursos visuales que posicionan la figura de la mujer, combinan cohergentemente con su comunicación no verbal. Emplea marcadores corporales que refuerzan sus ideas a través de las manos. Por ejemplo, cuando remarca la palabra “ofende” con el movimiento de su mano en dos ocasiones, como se puede apreciar en la Secuencia 1. Discursivamente, Hoyos habla en tercera persona pero se incluye a través de su señal (movimiento de la mano) y resignifica el sentimiento contextualizado en la manifestación: “ofende la dignidad de las víctimas, ofende la sociedad...”.

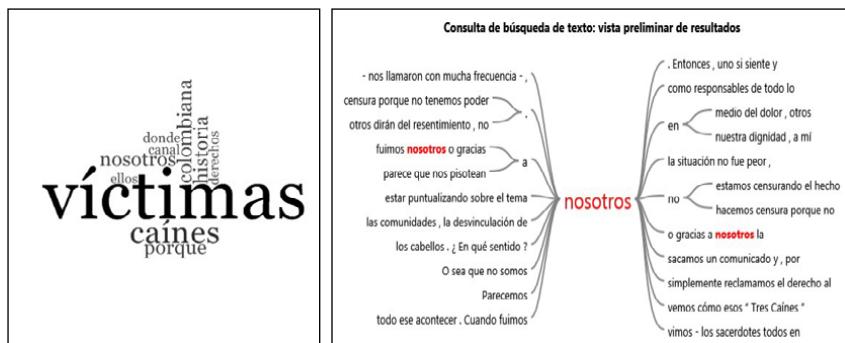
La voz de Yessika enuncia: “Ofende la dignidad de las víctimas, ofende la sociedad. No podemos permitir que los canales de televisión se excusen en la libertad de expresión para contar la historia mal, para recrear en la sociedad colombiana, mostrar a los victimarios como si fuesen héroes. No podemos permitir que eso siga sucediendo” (Tercer Canal, 2013 a). El verbo ‘ofender’ está conjugado en tercera persona singular, de esta manera está señalando implícitamente a la teleserie, también hace uso de este verbo dos veces. Esa repetición sirve para dar énfasis y al mismo tiempo reforzar lo que está diciendo: la serie no solo ofende a las víctimas, sino a la sociedad colombiana en su totalidad.

En cuanto a la expresión “no podemos permitir”, esta se configura como una petición de impedir que algo continúe sucediendo. Esta petición está dirigida a la multitud, donde ella está incluida. El verbo ‘permitir’ conjugado en primera persona plural da cuenta de esa participación. La repetición aparece como una herramienta retórica, para enfatizar que ‘no se puede permitir’ el abuso de los medios de comunicación, que, en su libertad del hacer, recrean una sociedad colombiana ajena a las realidades y particularidades de sus miembros, principalmente de las víctimas del conflicto armado.

El verbo “podemos” contiene el sentido de primera persona plural “nosotros”. Esto evidencia que quien habla y otros miembros del colectivo de víctimas son un grupo social compuesto por sujetos políticos. Cabe resaltar este morfema toda vez que su dicción en plural habla de una enunciación colectiva, venida de la multitud que integra la respuesta social, las voces que se enuncian hablan constantemente de un nosotros, integrando de forma frecuente el morfema de primera persona del plural “-os”. (Hacemos, sacamos, exigimos, fuimos, vimos, parecemos...) El carácter plural se enuncia en casi todas las voces testimoniales.

En el *corpus*, hay una tendencia sobre la unidad léxica “Nosotros”, siendo la tercera palabra más frecuente. En la imagen 1 se muestra gráficamente la presencia de la palabra “nosotros” y la manera como se ramifica en todo el *corpus*.

Imagen 1. Gráficos producidos por NVivo



Entre el minuto 2:28 y 2:43 el grupo de manifestantes enuncian la totalidad de la consigna que está incompleta al inicio del video. La escena que lo acompaña es un movimiento panorámico de la manifestación. En la secuencia 2 se puede apreciar algunos fotogramas que captan el movimiento y en donde se transcribe la consigna.

“¡Esta historia no me representa! ¡Los “Caínes” son una vergüenza! ¡Que respondan los de RCN! ¡¿Qué Colombia es la que quieren?!”



Secuencia 2. La consigna. Vídeo “Plantón No más Tres caínes” Fuente: (Tercer Canal, 2013 a) Intervalo temporal: 2:28-2:43

Las consignas son mensajes que condensan la reivindicación principal del movimiento social. También contribuyen a reforzar los lazos de unidad del conjunto de personas que forman parte de la respuesta social y hacen posible un marco de interpretación sobre lo que sucede.

Narrar una actividad argumentativa puede ser muy complicado, también pueden ser condensadas en un texto muy breve. Por ejemplo, una consigna –de las que se utilizaron mucho en el 68– donde una frase resume todo un marco de información y eran estrategias discursivas de enunciación que se utilizan mucho a través de los recursos de la anáfora y de la elipsis. Esto provoca un trabajo de interpretación por parte del destinatario (Pezzini, 2013: 9).

En el video la consigna es quizá el elemento más relevante en la estructura. Está presente al inicio, en las partes medias y como cierre. Como formato breve sintetiza el sentido completo de la respuesta social. Como recurso expresivo da cuenta de la multiplicidad de voces que conforma el movimiento social. Como

enunciado expresa las ideas fuerza del movimiento. Tiene un propósito en dos direcciones, plantear una postura frente al oponente y afirmar la cohesión del grupo.

En este caso particular, la consigna inicia determinando un objeto “¡Esta historia...”. Lo que quiere decir que más adelante se piensa anunciar a qué historia se hace referencia. “...no me representa!”. La primera configuración como sujeto político que se hace visible en la consigna, habla de una micro resistencia a la historia de los ‘Tres caínes’. Es decir, el término “no me representa” connota un contrario al que no se le cree, ni se le da legitimidad y que se encuentra en contraposición a lo que es ese colectivo.

La expresión “me”, como pronombre personal expresa la agencialidad del actor social. Son además un cuerpo colectivo que se empodera de su rol cuando enuncian en coro “no me” en la consigna construida. Como recurso expresivo la consigna tiene la capacidad de generar un agenciamiento, donde la expresión “me” refleja esa agencialidad, por ello, el enunciado en su conjunto se configura con voz activa, ejecutando tres acciones concretas:

1. El rechazo categórico a la manera de representar a los sujetos victimizados en la teleserie Tres caínes.
2. El señalamiento a la teleserie como un producto vergonzoso.
3. Una pregunta retórica “¿Qué Colombia es la que quieren?” dirigida al canal RCN que exige un diálogo abierto sobre su postura frente al conflicto armado

“La consigna sintetiza el significado y la orientación de la acción” (Harnecker, 1980: 24). La condición de empoderamiento se articula al verbo principal del enunciado “exigir”, que parte del hecho de autoría ética que tienen las víctimas por haber sido protagonistas directas de un conflicto que las vulneró. La exigencia se constituye como requisito necesario para cualquier tipo de diálogo. Exigir se vuelve fundamental cuando el relato que propone la teleserie está re victimizando y tergiversando la realidad del conflicto colombiano.

La consigna, en definitiva, es un enunciado que sintetiza el propósito del plantón. La respuesta social pretende, por un lado, cuestionar la teleserie por su versión del conflicto armado, y por el otro solicitar respuesta de un canal privado que viene dando una lectura del accionar paramilitar y en alguna medida legitimando simbólicamente sus acciones al posicionarlos como protagonistas. La teleserie de ficción también pretende poner a circular una versión del conflicto armado conveniente a uno o más actores.

En lo que respecta a la apropiación de las tecnologías digitales por parte del movimiento, cabe destacar el uso de las redes digitales para manifestar el inconformismo y convocar al plantón. Se encontraron diversos materiales en la web que invitaban a la protesta frente al canal. Invitaciones desde los portales de organizaciones sociales (HIJOS, 2013 a; CIJP, 2013), notas de prensa de medios alternativos (Semanario Voz, 2013) y videos donde se invita a asistir al plantón

(Tercer Canal, 2013b, 2013c). Hay una capacidad de convocatoria mediante la apropiación de portales digitales que activa la movilización y a su vez manifiesta las inconformidades. Según Castell (2012), los movimientos sociales se sirven de la internet y las redes inalámbricas para propósitos múltiples, al tiempo que le imprimen sus posturas de denuncia y manifestación, convocan a acciones colectivas en los territorios.

Los discursos de invitación puestos en línea pueden entenderse como la forma de pasar de la virtualidad de la web a la materialidad de las calles. Son una apuesta por la continuidad de la respuesta social en el espacio público. “(...) la revolución de Internet no invalida el carácter territorial de las revoluciones a lo largo de la historia. Más bien lo extiende del espacio de los lugares al espacio de los flujos” (Castell, 2012: 72).

El Plantón evidencia que se conserva el espacio público como el lugar para la expresión política y para la puesta en escena de las visiones de mundo invisibilizadas. El movimiento de víctimas tiene la capacidad de transitar de la acción digital, materializada en el discurso de invitación, a la manifestación en las calles. En este caso la Internet ofrece escenarios lo suficientemente autónomos para la realización de este continuo.

Los movimientos sociales ejercen el contrapoder construyéndose en primer lugar a sí mismos mediante un proceso de comunicación autónoma, libre del control del poder institucional. Como los medios de comunicación de masas están controlados en gran medida por los gobiernos y las corporaciones, en la sociedad en red la autonomía comunicativa se construye fundamentalmente en las redes de internet y en las plataformas de comunicación inalámbrica. Las redes sociales digitales ofrecen la posibilidad de deliberar y coordinar acciones sin trabas”. (Castell, 2012: 27)

Por otro lado, la mediatización del evento mediante la realización y publicación del vídeo analizado evidencia una apuesta por dimensionar la respuesta social y dejar un registro material de dicha acción. Así, realizar el vídeo de análisis hace parte de una estrategia de visibilización de las organizaciones sociales que pone a circular sus posturas y su capacidad de acción. El vídeo “Plantón No Más 3 Caínes - 22 de marzo de 2013” da cuenta de las capacidades expresivas de las organizaciones participantes.

Las pocas notas de prensa que cubrieron el plantón no indican la cantidad de asistentes y se enfocan en resaltar la dignidad y la justicia social como banderas del ejercicio colectivo. (APR, 2013; HIJOS 2013 b). Además, dan cuenta de la diversidad y de la cohesión de las organizaciones sociales que convocó: “Colectivo de Abogados José Alvear Restrepo, Indepaz, Corporación Reiniciar, UP, Juventudes Comunistas, Comisión Intereclesial de Justicia y paz, MOVICE, Comisión Colombiana de Juristas entre otras” (HIJOS, 2013 b). Esta presencia, permite inferir una actuación en red de parte de estas organizaciones sociales. Frente al Movice, Mosquera afirma:

De sectores de la sociedad civil, aparece una poderosa organización que representa los crímenes de Estado, y que se presenta como un contrapoder a la institucionalidad de Justicia y Paz, a su manera de ver la justicia, la verdad y la memoria principalmente: se trata del Movimiento de Víctimas de Crímenes de Estado (Movice), movimiento conformado por 300 organizaciones que nace el 25 de junio de 2005. (Mosquera, 2015: 215)

El alcance de la manifestación no se limita a la cantidad de asistentes. La ponencia de la respuesta social radicó en la contundencia de enunciar un discurso contrapuesto al discurso hegemónico. Este tipo de acciones apuntan a la multiplicidad, ofreciendo un panorama discursivo polifónico en la medida en que proponen versiones de mundo diferentes en concordancia con sus intereses de justicia, paz y transformaciones sociales y que es contrario al discurso institucionalizado de la teleserie.

11. Resultados y conclusiones

Analizar el discurso de las respuestas sociales permite entender ese acontecimiento desde su dimensión discursiva. Cuando se focaliza sobre actores invisibilizados se quiere escuchar las otras versiones de mundos posibles. Es una apuesta por poner lenguajes comunes con otros reconocibles, lo que se convierte en el primer paso del diálogo. El concepto de respuesta social parte del reconocimiento de las facultades de los grupos sociales para manifestarse frente a lo que los afecta.

Las formas de manifestación evidencian las capacidades expresivas de los grupos sociales que materializan, en un soporte tecnológico, sus puntos de vista y con ello exponen nuevos horizontes de comprensión que respondan a la complejidad de la realidad social. Así, la respuesta social expresa una posibilidad frente a un problema de la comunicación contemporánea: las maneras de participación para la creación de discursos masivos que contengan visiones plurales y voces múltiples. En este sentido, la respuesta social analizada propone un horizonte de comprensión más democrático y plural que el de la teleserie.

Luego de realizar el análisis de la respuesta social del Movimiento de víctimas cabe resaltar la enunciación de un ‘nosotros’ como manera de interlocutar. Este elemento esgrime un carácter plural de parte del movimiento. La enunciación de un ‘nosotros’ es evidencia de grupos sociales con cohesión interna. Los grupos sociales que llevaron a cabo esta respuesta social están constituidos por singularidades múltiples que tienen un objetivo común. Lo que quiere decir que son una red abierta y expansiva que converge en un ‘nosotros’ para la consecución de sus propósitos y sus llamados sociales.

La consecuencia de esta acción discursiva de respuesta social es la pretensión de intervenir y modificar una situación socio-histórica. El problema que

se viene planteando consiste en que un sector que ha sido excluido sistemáticamente de los escenarios de visibilidad mediática (Bonilla y Tamayo 2005, González 2012). La respuesta social es una apuesta por intervenir en dicha forma de exclusión y transformarla para generar aperturas.

Las víctimas como agentes con potencialidad múltiple y transformadora, están llamadas a ahondar los procesos democráticos (Mosquera, 2015) y esto exige una relación diferente con los medios masivos de comunicación. La responsabilidad política y social de los medios de comunicación no puede reducirse a “decir” lo que pasa en el acontecer nacional, matizado por los distintos intereses que albergan. Más bien, la responsabilidad consiste en “oír” la multiplicidad de discursos que circulan en la sociedad colombiana, para garantizar unos mínimos de apertura que permitan una polifonía de voces y de testimonios que enriquezcan la cultura democrática de la nación.

El discurso de respuesta social analizado se caracteriza por darle preponderancia a la voz testimonial y a las capacidades expresivas de corte experiencial y humano de los protagonistas. Es allí donde reside su fuerza expresiva para interpelar los discursos mediáticos. El testimonio es un discurso legítimo y ético en la disputa por el poder y el reconocimiento. De acuerdo con Achugar (2002), el testimonio se abre hacia la multiplicidad y se caracteriza por la responsabilidad de la enunciación en la voz de clases y grupos subalternos en aras de transformar la relación de poder.

Las respuestas sociales humanizan el panorama mediático en la medida en que sus características constitutivas apuntan al reconocimiento de una multiplicidad de actores sociales con capacidad de agencia y posibilidades de diálogo. La respuesta social analizada es un espacio de disputa para entender lo que significa el conflicto y sus actores y la representación de país que se propone en la televisión. Hay una lucha por el sentido, lo que significa que las propuestas de los discursos de las élites no están del todo estabilizadas.

La estrategia discursiva de la legitimación resulta adecuada dada la pugna por el sentido común sobre la definición de conflicto. Por un lado, se encuentra la teleserie que propone un relato del conflicto armado colombiano cercano a la visión de uno de sus actores. Por el otro, se encuentran las organizaciones de víctimas construyendo y socializando un relato poco difundido en la sociedad colombiana.

La ficción televisiva “Tres caínes”, hace uso de voces que están unificadas a la institucionalidad de la teleserie. En contraste, el discurso de respuesta social se constituye por voces críticas que apuntan a postular otras miradas de ser y estar en el mundo. Son voces diversas, ancladas a las experiencias individuales, pero con cooperaciones colectivas que les permite actuar en multitud.

La respuesta social es un discurso multidireccional que pone en relación grupos sociales diversos. Esta multidireccionalidad se hace posible gracias a las características de Internet entendida como una esfera pública inmaterial (Rueda, 2008). Por el contrario, la teleserie “Tres caínes”, se transmite como un

contenido clásico de radiodifusión, en un panorama mediático donde existen solo dos canales de televisión comercial de orden nacional, asunto que le da un carácter unidireccional de divulgación.

Referencias Bibliográficas

- Achúgar, H. (2002). Historias paralelas/historias ejemplares: La historia y la voz del otro. En: Achúgar, H. y Beverley, J. *La voz del otro: testimonio, subalternidad y verdad narrativa*. Ciudad de Guatemala: Latinoamericana Editores. (61-84). Recuperado de: https://www.academia.edu/4898148/La_Voz_del_Otro_Testimonio_y_subalternidad_Varios_autores
- ANTV. (junio 2013). *Foro ANTV: La responsabilidad de los medios de comunicación frente a la memoria histórica y las víctimas del conflicto*. Medios y redes sociales. Dos puntos de vista: <https://www.YouTube.com/watch?v=G941J8HCErM> Mediatisación de las víctimas: <https://www.YouTube.com/watch?v=VvBMo-cQLCCE>
- Agencia Prensa Rural-APR. (marzo de 2013). *Víctimas exigen a RCN retirar la infamia del dramatizado 'Los Tres Caínes'*. Bogotá. Recuperado de: <https://prensarural.org/spip/spip.php?article10490>
- Bonilla, J.I. y Tamayo, C (diciembre de 2005). El conflicto armado en pantalla, noticieros, agendas y visibilidades. En: *Revista Controversia*. N°185. Bogotá: CINEP. (21-49). Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Colombia/cinep/20100925103014/elconflictoarmadoControversia185.pdf>
- Braga, J.L. (2006). *A sociedade enfrenta sua mídia: discursos sociais de crítica midiática*. Sao Paulo: Pauluscomunicação.
- Berger, P. y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores. Recuperado de: <https://zoonpolitikonmx.files.wordpress.com/2014/09/la-construccion-social-de-la-realidad-berger-luckmann.pdf>
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: alianza Editorial. Recuperado de: https://arditisp.files.wordpress.com/2017/10/castells_redes_indignac_2012.pdf
- Comisión Interreligiosa de Justicia y Paz- CIJP. (20 de marzo de 2013). *Invitación a Acto de Indignación Novela Los 3 Caínes*. Recuperado de: <https://www.justiciaypazcolombia.com/invitacion%E2%80%8B-a-acto-de-indi%E2%80%8Bgnacion-novela-los-3-caines/>
- Comisión Nacional de Reparación y Reconciliación-CNRR. Grupo de Memoria Histórica. (2013) ¡Basta ya! Colombia: memorias de guerra y dignidad. Bogotá: Centro Nacional de Memoria Histórica: DPS. Departamento para la Prosperidad Social. Recuperado de: <http://www.centrodememoriahistorica.gov.co/descargas/informes2013/bastaYa/bastaya-colombia-memorias-de-guerra-y-dignidad-2015.pdf>

- Consejo Académico de la Universidad de Antioquia (8 de marzo del 2013). *Pronunciamiento: programa “Tres Caínes” y su alusión a la UdeA*. Medellín: Universidad de Antioquia. Recuperado en noviembre de 2015 de: <http://upublicaresiste.blogspot.com.co/2013/03/pronunciamiento-programa-tres-caines-y.html>
- Cuartas, G. (2013). *Carta abierta contra la serie Los Tres Caínes*. Kienyke.com. Recuperado en noviembre de 2015 de: <http://www.kienyke.com/noticias/la-carta-de-gloria-cuertas/>
- Diócesis de Quibdó. (29 de junio 2013). *Los Tres caínes en Bojayá*. Recuperado de: [marzo de 2016] <https://bojayaunadecada.files.wordpress.com/2013/07/comunicado-diocesis-capitulo-bojaya-los-tres-caínes.pdf>
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse Textual analysis for social research*. London: Routledge. Recuperado de: file:///C:/Users/hc1/Downloads/ii.%20 Norman_Fairclough_Analysing_discourse%20(1).pdf
- González, V. (2012). Las víctimas en los medios de comunicación. En: *Revista Comunicación y ciudadanía*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia (90-98). Recuperado de: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/comciu/article/view/3226/2875>
- Harnecker, M. (1980). Estrategia y táctica. En: *Cuadernos de Educación Popular*. Madrid: PSOE.
- H.I.J.O.S. (23 de marzo de 2013 a). *Invitación acto de indignación, Novela “Los 3 caínes”*. Recuperado de: <http://hijosenbogota.blogspot.com/2013/03/acto-de-indignacion-novela-los-3-caínes.html>
- H.I.J.O.S. (23 de marzo de 2013 b). *Acto de Indignación y carta de familiares víctimas contra RCNTV* Recuperado de: <http://hijosenbogota.blogspot.com/2013/03/acto-de-indignacion-y-carta-de.html>
- Kress, G. & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse. The modes and media of contemporary communication*. Londres: Arnold.
- López, C. (Ed) (2010). *Y refundaron la patria...De cómo maftosos y políticos reconfiguraron el Estado colombiano*. Bogotá: Random House Mondadori.
- Martín Rojo, L. y van Dijk, T. (1998). Había un problema y se ha solucionado. La legitimación de la expulsión de inmigrantes en el discurso parlamentario español. En: Martín Rojo, L y Whittaker, R. *Poder-decir o el poder de los discursos*. Madrid: Arrecife. (1-71). Recuperado de: https://www.academia.edu/541657/_Hab%C3%ADa_un_problema_y_se_ha_solucionado._La_legitimaci%C3%B3n_de_la_expulsi%C3%B3n_de_inmigrantes_illegales_en_el_discurso_parlamentario_esp%C3%A1ol_
- Meyer, M. (2003). Entre la teoría, el método y la política: la ubicación de los enfoques relacionados con el ACD. En (Wodack, R y Meyer, M): *Métodos de análisis crítico de discurso*. Barcelona: Gedisa. Recuperado de [marzo de 2016]: <http://analisisdeprensa.cl/web/wp-content/uploads/2015/04/Libro-Wodak-Metodos-de-Analisis-Critico-del-Discurso-Wodak-y-Meyer.pdf>
- Mosquera, Cl. (2015). La progresiva emergencia de las víctimas como agentes políticos en Colombia. En: Vargas, A. (comp) *Transición, democracia y paz*.

- Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Pardo Abril, N. (2012). *Discurso en la web, pobreza en YouTube*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Instituto de Estudios en comunicación y Cultura.
- Pardo Abril, N. (2011a). Aproximación al estado del arte de los estudios críticos del discurso. En J. Ruiz Celis, *Aproximaciones interdisciplinares al estado de los estudios del discurso* (págs. 19-50). Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Pardo Abril, N. (2011b). *Cómo hacer un análisis crítico de discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Instituto de Estudios en comunicación y Cultura. Recuperado de: <http://www.bdigital.unal.edu.co/10250/1/C%C3%B3mo%2ohacer%20ACD.pdf>
- Pezzinni, I (2013). “Estrategias de la condensación en los formatos breves”. En: *Memorias de la Cátedra Europea*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia-IECO. Recuperado de: <http://www.redladcolombia.com/pdfs/Descargas/Memorias%20Final.pdf>
- Registro Único de Víctimas (RUv) (noviembre de 2018). *Víctimas registradas*. Bogotá: Red Nacional de información al servicio de las Víctimas. Disponible en: <https://www.unidadvictimas.gov.co/es/registro-unico-de-victimas-ruv/37394>
- Rodríguez Pinilla, L (2018). *El Estado colombiano y los crímenes de lesa humanidad en el prisma de la pantalla televisiva. Un estudio acerca de la serie Tres Caínes*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia - Sede Bogotá. Recuperado de: <http://bdigital.unal.edu.co/64785/>
- Rueda, R. (abril de 2008). Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red. En: *Revista Nómadas*. Edición N° 28. Vol. 1. Bogotá: Universidad Central. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n28/n28a2>
- Semanario Voz. (18 de marzo de 2013). *Preparan protesta en Bogotá contra canal RCN por “Los tres caínes”*. Bogotá. Recuperado de: <http://semanariovoz.com/preparan-protesta-en-bogota-contra-canal-rcn-por-los-tres-caines/>
- Tercer Canal. (marzo de 2013 a). Plantón No más Tres caínes. Vídeo de YouTube. Recuperado de: <https://www.YouTube.com/watch?v=jB-a1p3Nql8>
- Tercer Canal, (21 de marzo de 2013 b). *Plantón No Más 3 Caínes -Víctimas UP*. Vídeo de YouTube Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=oBLZmEe167Q>
- Tercer Canal, (21 de marzo de 2013 c). *Plantón No Más 3 Caínes - MOVICE*. Vídeo de YouTube Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=hgd_UXEi34A
- Tres Caínes, (s.f). En Wikipedia. Recuperado de 1 agosto de 2018 de https://es.wikipedia.org/wiki/Tres_Ca%C3%ADnes
- Tribunal Superior del Distrito Judicial de Bogotá. Sala de Justicia y Paz (TSDJB). (2014). Fallo en contra de Salvatore Mancuso y otros. Magistrada Ponente: Alexandra Valencia Molina. Disponible en (sentencia 18): <https://www.rama-judicial.gov.co/web/sala-de-justicia-y-paz-tribunal-superior-de-bogota/decisiones-de-la-sala>
- Vasilachis de Gialdino, I. (1992). *Métodos cualitativos I. Los problemas teórico epistemológicos*. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina. Versión resumida recuperada de: <http://seminariodesafios.sociales.uba.ar/files/2014/09/>

- Vasilachis-I-at-al.-M%C3%A9todos-culitativos-I.pdf
- Van Dijk, T. (17 de febrero de 2004). *Discurso y dominación*. Lección inaugural de la Facultad de Ciencias Humanas. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de: <http://www.discursos.org/oldarticles/Discurso%20y%20dominaci%F3n.pdf>
- Zélik, R. (2015). *Paramilitarismo. Violencia y transformación social, política y económica en Colombia*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores, Fescol, Goethe Institut.

El discurso sobre género en la página de Facebook del Movimiento Pro Vida y Pro Familia en Paraguay

The discourse on gender in the Facebook page of the Pro-Life and Pro-Family Movement in Paraguay

O discurso sobre gênero na página do Facebook do Movimento Pró-Vida e Pró-Família no Paraguai

Clara Lorena PÁEZ GONZÁLEZ

Universidad Federal de la Integración Latinoamericana, Paraguay / claralorena-paez@gmail.com

Antonio DE LA PEÑA GARCÍA

Universidad Federal de la Integración Latinoamericana, México / antonio.delapena@unila.edu.br

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Monográfico, pp.231-245)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 20-08-2018 / Aprobado: 16-03-2019

Resumen

Este artículo plantea reflexiones con relación a las representaciones ideológicas hegemónicas, contenidas en el discurso del Movimiento Pro Vida y Pro Familia en Paraguay. Para ello se desarrolló un análisis hermenéutico del discurso de los videos que hicieron parte de la campaña en Facebook “Somos muchos, muchos más”. La interpretación de los datos se realizó desde la perspectiva de los estudios feministas de género y a partir del debate paraguayo sobre la diversidad de las configuraciones familiares y su papel en contenidos educativos. El análisis del contexto social y político al momento del desarrollo de la campaña, y las discusiones en torno a los comicios electorales del momento, indican que el principal objetivo fue el promocionar un perfil específico de candidato político, acorde a los valores del sector conservador del electorado.

Palabras clave: discursos hegemónicos; perspectiva de género; políticas educativas; análisis de discurso; facebook.

Summary

This article presents reflections about the hegemonic ideological representations contained in the discourse of the Movement for Life and the Family in Paraguay. This includes a hermeneutic analysis of the discourse of videos that were part of the Facebook campaign “We are many, many more” produced by the Movement. The interpretation of the data has been made from the perspective of feminist gender studies and from the Paraguayan debate about the diversity of configurations and family structures and their role in educational content. The analysis of the social and political context and the debate around the subsequent elections indicate that the main objective of the campaign was promoting a specific profile of political candidate, according to the values of the conservative electorate.

Keywords: hegemonic discourses; gender perspective; educational policies; discourse analysis; facebook.

Resumo

Este artigo propõe reflexões sobre as representações de ideologias hegemônicas contidas no discurso do Movimento pela Vida e a Família no Paraguai. Para isso, foi desenvolvida uma análise hermenêutica do discurso dos vídeos que faziam parte da campanha do Facebook “Somos muitos, muitos mais”. A interpretação dos dados foi realizada a partir da perspectiva de estudos feministas de gênero e do reconhecimento das diferentes configurações e estruturas familiares. A análise do contexto e a verificação dos resultados das eleições subsequentes indicam que o objetivo principal era promover um perfil específico de um candidato político, de acordo com os valores do setor conservador eleitoral.

Palavras-chave: discursos hegemônicos; perspectiva de gênero; políticas educacionais; análise de discurso; facebook.

1. Introducción

La idea de una estructura familiar única y tradicional, entendida como el núcleo conformado por un hombre, una mujer y sus hijos es una ideología dominante a nivel global. La heterosexualidad, la convencionalidad y el tradicionaismo son elementos de este modelo, el cual establece formas adecuadas de ser y actuar (Oswald, Blume & Marks, 2005). La relación entre opuestos sexuales juega un papel central en estas ideas, ya que una familia, para ser normal, debe estar basada en una relación de opuestos sexuales, lo cual, a su vez, implica la existencia de identidades binarias claramente definidas (Manning 2014, p. 4). Cualquier desviación representa una anormalidad con consecuencias morales, sociales y psicológicas negativas. Desde esta perspectiva, la familia es vivida e pensada como una institución heteronormativa, es decir, como un modelo de relaciones donde la heterosexualidad es la práctica humana normal y deseable (Chevrette, 2013, pp. 170-190). Dicho de otra forma, los valores considerados legítimos y aceptables como el matrimonio, la monogamia y la coresidencia de padres cristalizan los sistemas morales e institucionales de un grupo (Jackson, 2006; Manning, 2014).

En este estudio, planteamos una serie de reflexiones con relación a las representaciones ideologías hegemónicas contenidas en el discurso del Movimiento por la Vida y por la Familia en Paraguay¹. Analizamos como un grupo conservador con influencia política nacional define y defiende un modelo dominante de familia y de relaciones de género. El discurso del Movimiento es entendido como político y hegemónico ya que hace uso de las herramientas semánticas de “polarización y categorización nosotros-ellos” (Sakki & Pettersson, 2016, Van Dijk, 2005) que buscan reproducir una visión tradicionalista mediante la categorización divisiva entre *nosotros* (de valores correctos) y *ellos* (de valores corrompidos), estrategia básica de la representación de ideologías en el discurso político (Van Dijk, 2016).

La red social virtual Facebook fue utilizada para analizar videos cortos del Movimiento en los cuales se defienden valores tradicionales de la familia, relaciones de pareja y roles de género como parte de una campaña en contra de la inclusión de temas de género en el último nivel de la educación básica del país. En este sentido, los contenidos publicados a través de ese medio digital ofrecen una representación clara y accesible del discurso político empleado. En términos comunicativos, el uso de esta plataforma ofrece la capacidad de alcanzar un público mucho más amplio que formas tradicionales de comunicación oral o escrita, e inclusive blogs o páginas de internet exclusivas de un grupo. Al estar albergado dentro de una red social como Facebook, este “discurso digital” (Sakki & Pettersson, 2016) se transforma en una poderosa herramienta discursiva y política, que permite una participación social más amplia.

1 Enlace de la página: <https://fb.com/endefensadelavidayfamilia/>

La influencia de las redes sociales en el carácter participativo de las sociedades contemporáneas ha sido abordada desde varias perspectivas académicas. Mientras que, las primeras teorías sobre las redes sociales han sido demasiado optimistas cuando se hablaba de una renovación de la democracia (Loader 1997; Tsagarakisianou et al. 1998; Blumler & Gurevitch 2001. In: D. Loader & Dan Mercea 2011: 757), afirmando que estas plataformas podrían mejorar la gobernabilidad democrática abriendo espacios para el debate abierto y en igualdad de condiciones entre todos los ciudadanos, representantes y responsables de la formulación de políticas públicas. Los estudios posteriores llegaron a conclusiones más cautelosas, afirmando que si bien los medios sociales podrían facilitar la participación social, en lugar de ser transformadora, ha replicado los intereses sociales y económicos ya arraigados en la sociedad (Hill & Hughes 1998. In: D. Loader & Dan Mercea 2011: 757, 758). Por ello, analizar los materiales políticos divulgados por esta organización Pro Vida a través de Facebook nos sirve como punto de partida para describir los elementos que hacen a este discurso hegemónico en específico.

2. Perspectiva de género e ideología de género

La perspectiva o “enfoque” de género encuentra sus raíces en el feminismo ilustrado que surge en Europa occidental del Siglo XVII y que comienza a defender la premisa de la igualdad natural entre todos los seres humanos. En 1622, Marie de Gournay se pronuncia ante el sometimiento de las mujeres a los varones en su obra “Igualdad entre Hombres y Mujeres” (Bravo, 2008, p. 17). Más adelante, la lucha por el derecho al voto por parte de las mujeres se encargaría de dejar en evidencia las incongruencias de la democracia. Esto dio paso al feminismo socialista con su crítica a la familia burguesa en las primeras décadas del siglo XIX. Ya durante la segunda mitad del siglo XX, el feminismo comienza a permear diversas disciplinas, con lo cual se inicia un debate sobre la construcción del sistema sexo-género, como una construcción sociocultural, que a partir del sexo y la edad, asignaba significados y valores a cada persona.

La perspectiva o visión de género es una categoría analítica que toma los estudios que surgen desde las diferentes vertientes académicas de los feminismos para, desde esa plataforma teórica, cuestionar los estereotipos y elaborar nuevos contenidos que permitan incidir en el imaginario colectivo de una sociedad al servicio de la igualdad y la equidad (Ravalli, 2017, p. 14).

Este enfoque analiza el origen de esas desigualdades en la mezcla errónea entre sexo y género. Para De Beauvoir (1953, p. 295) el sexo engloba las características físicas, biológicas, anatómicas y fisiológicas que definen como varón o mujer a los seres humanos. Mientras que el género abarcar todas

las características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas y económicas que las diferentes sociedades asignan a las personas de forma diferenciada como propias de varones o de mujeres. De ese modo se permite el reconocimiento y la integración de las personas gays, lesbianas, transexuales, bisexuales, intersexuales y queer.

En ese sentido, la perspectiva de género cuestiona la jerarquización de los roles construidos que históricamente han otorgado superioridad a todas aquellas funciones relacionadas al ser “masculino”, lo que automáticamente genera prejuicios y opriime no sólo a la mujer, sino a todos aquellas personas que por sus características no pueden ser catalogadas como hombres. Esta idea de subordinación natural nos lleva a considerar al patriarcado como única forma organización social familiar dentro de una sociedad. En la cual es el hombre el que tiene el control sobre los demás integrantes de la familia.

Esta breve revisión de las premisas de los estudios de género se contrapone a lo que grupos conservadores y tradicionalistas han llamado “ideología de género” la cual se refiere a una amplia gama de ideas y prácticas asociadas a la perspectiva o enfoque de género y que son consideradas moralmente inadecuadas por sus críticos. Desde esta perspectiva, la llamada ideología de género defiende el matrimonio entre personas del mismo sexo, la homoparentalidad, el aborto, las identidades de género no-tradicionales y los derechos sexuales progresistas, entre otros. Todos ellos antítesis del orden social y valores aceptables. El término, como algunos autores notan, se ha convertido en la argamasa que ha unido los intereses de grupos conservadores y tradicionalistas, incluyendo partidos políticos de derecha (Kováts & Poim 2015; Miskolci 2018) y sus plataformas políticas educativas. Las demandas para excluir la ideología de género del ámbito social y político han sido notorias en varios países europeos, entre ellos Eslovaquia, Francia y Polonia (Kovats & Poim 2015). En América Latina, los casos de Brasil (Pinheiro & Coelho 2016), Perú y Colombia (Viveros & Rodríguez 2017) entre otros llaman igualmente la atención por el debate generado entre contenidos educativos, política y discurso.

3. Contexto

A mediados de 2017 en Paraguay, se masificó la difusión de un audio a través de la red de mensajería “Whatsapp” en el cual se escuchaba a una mujer afirmar que el plan educativo del tercer ciclo (los últimos tres años escolares antes de la universidad) del Ministerio de Educación y Ciencias (MEC) contemplaba la enseñanza de que el género no está determinado por el sexo, sino que éste debe ser construido por la persona. La mujer insiste en que este delineamiento educativo ya estaba siendo aplicado desde hace dos años. Simultáneamente la organización autodenominada “Pro vida y pro familia” comenzó a formular un debate, desde la perspectiva tradicionalista, sobre la cuestión de género en los medios

de prensa y en las redes sociales. Con la difusión del rumor de que el MEC había puesto en circulación materiales educativos para la enseñanza de la perspectiva de género, la organización Pro familia” consiguió captar la atención de un mayor número de personas, la mayoría de ellas provenientes de segmentos religiosos.

A partir de allí, este sector inició una campaña mediática exigiendo al ministerio que prohibiera que ese tipo de ideas fueran enseñadas en las escuelas. A la par fueron presentadas varias denuncias, una de ellas dirigida a la Coordinación Departamental de Educación de la región de Alto Paraná, por parte de la Asociación de Instituciones Educativas de Gestión Privada de este departamento (Aiepap). En ella, solicitaban el rechazo a la incorporación de la ideología de género en documentos del MEC y presentaban lo que consideraban evidencias de que en las mallas curriculares del ministerio se promocionan términos como “género, equidad de género, perspectiva de género, derechos sexuales y salud reproductiva, propios de los promotores de la ideología de género” (Última Hora, 2017, septiembre 16).

Como ya aconteció en países como Colombia y Perú (Serrano 2017, p. 158), las manifestaciones contra la llamada ideología de género lograron unificar a diversas instituciones religiosas. Las iglesias católicas y protestantes levantaron la misma bandera, utilizando todos los espacios disponibles para motivar a sus fieles a salir a las calles para “defender la vida y la familia”. En octubre del mismo año, en la Catedral de Asunción se llevó a cabo un encuentro con pastores para una oración en conjunto por los 500 años de la Reforma Luterana. En dicho evento, denominado “del Conflicto a la Comunión”, el monseñor Adalberto Martínez, en representación de los obispos, señaló que los católicos y evangélicos necesitan profundizar acciones conjuntas en la defensa de la vida, la familia y por la reconstrucción del tejido moral (ABC, 2017, octubre 26).

Como respuesta, el MEC emitió un comunicado en el que desmintió versiones acerca de una supuesta modificación de la enseñanza sobre contenido de género en los programas educativos y pidió que sean presentadas pruebas válidas para ese tipo de denuncias. Según lo publicaban los medios locales, entre ellos ABC Color y Última Hora, durante la audiencia pública realizada en el Congreso, el entonces ministro de Educación de dicho país, Enrique Riera, afirmó que podría quemar los libros sobre ideología de género en una plaza pública, cediendo así ante la presión de la organización Pro familia que eventualmente llevaría a una resolución con las demandas del movimiento conservador.

A su vez las organizaciones a favor de la perspectiva de género se posicionaron pidiendo al ministerio respetar el compromiso asumido por el país en el marco legal existente. La postura fue plasmada en una carta dirigida al ministerio y firmada por 18 organizaciones civiles. Este grupo sostiene que la perspectiva de género permite diseñar políticas públicas para la igualdad, de manera a no seguir perpetuando la violencia contra las mujeres. Fue así como se conformó el movimiento “Igualdad de Género Sí”, compuesto por 34 organizaciones civiles defensoras de derechos humanos y estudiantiles. Este sector se pronun-

ció en contra de la Resolución N° 29.664 del MEC, que “prohíbe la difusión y utilización de materiales impresos como digitales referentes a la teoría o ideología de género en las instituciones públicas”. A su vez denunciaban la tergiversación y manipulación mediática por parte del sector tradicionalista. La Coordinadora de Derechos Humanos del Paraguay (Codehupy) solicitó al entonces ministro de educación, Enrique Riera, “conocer y acceder a los documentos de investigación y análisis que sirvieron de base” para la promulgación de dicha resolución.

4. Método

En términos generales, utilizamos una aproximación hermenéutica entendida como un proceso de identificación y categorización de elementos discursivos en atención al contexto que los produce complementada con técnicas cuantitativas para sistematizar e interpretar el discurso de la campaña “Somos muchos más” del Movimiento Pro familia. El corpus estuvo compuesto por la transcripción de 82 videos de corta duración publicados en la página de Facebook del movimiento, cuyas extensiones varían desde 12 segundos, hasta 2 minutos 24 segundos. El criterio para la selección de la muestra fue espacio - temporal, priorizando los meses de julio y agosto de 2017, por haber el momento de mayor intensidad del debate sobre la cuestión de género dentro de la agenda mediática en Paraguay. Como la página muestra, los videos fueron grabados de forma casera a partir de teléfonos móviles por diferentes usuarios de la citada red social, utilizando los idiomas castellano y guaraní, y en algunos casos, el “jopara” (la mezcla de ambos idiomas de uso común en Paraguay). El conjunto de participantes que aparentemente decidieron sumarse de manera voluntaria, estuvo compuesto por 36 mujeres, 37 hombres y 9 parejas (hombre y mujer, algunas de ellas acompañados por sus hijos).

El procedimiento de análisis consistió en categorizar los textos de forma cuantitativa usando tres técnicas: (1) conteo, (2) frecuencia y (3) ranking de palabras mediante el software gratuito AntConc 3.4.4 versión 2014 (Anthony, 2014). A partir de esos resultados se definieron las tres categorías principales: (1) familia, (2) ideología de género y (3) candidatos políticos. Posteriormente, mediante usando el mismo programa se identificaron los co-textos de cada una de las 3 categorías (análisis de las tres palabras anteriores y de las tres posteriores de cada palabra-categoría), con el fin de identificar y contextualizar elementos ideológicos contenidos en las expresiones utilizadas por los participantes en la defensa de sus posturas. Fueron excluidas aquellas oraciones más generales e imprecisas, debido a que las mismas son propias del lenguaje oral y que al migrar al lenguaje escrito dejan de tener un sentido lógico o se tratan de repeticiones innecesarias.

5. Análisis y discusión

5.1. Auto presentaciones

Cada uno de los videos inicia con la presentación de los protagonistas. Las presentaciones muestran cierta diversidad en cuanto al nivel de instrucción, edad, género, ocupación y origen de los participantes. Al observar las transcripciones de la totalidad de los videos se puede percibir ciertos elementos que aparecen como respaldo a la afirmación de que son “muchos más”, por el hecho de que los videos están protagonizados por hombres y mujeres de diferentes edades, profesiones e, incluso, con las dos lenguas oficiales de Paraguay (el castellano y el guaraní). Seguido a la presentación personal, las personas indican su membresía al grupo, el cual argumentan, defiende la familia creada por Dios constituida por un varón, una mujer y los hijos. Seguido, por lo general, de enunciados que enfatizan que el grupo está en contra de valores extranjeros, haciendo referencia a la ideología de género. Es importante destacar que la palabra “muchos” tuvo 255 coincidencias, seguido por “somos” con 163. Sobre este punto se puede interpretar que con el uso del recurso gramatical de la repetición de palabras, el grupo busca instalar la idea de ser el sector mayoritario de la sociedad, mientras que los ‘adversarios’ son una minoría simple.

5.2. La familia como diseño original creado por Dios

Para este movimiento la familia es un diseño original y natural, que fue creado e impuesto por Dios, está conformada por madre y padre que se unen para multiplicar. Además, la definición de estructura familiar engloba ideas de nación, valores morales y cuidado. A partir de las características ideológicas que se muestran en la Tabla 1, interpretamos que al hablar de núcleo familiar, los hablantes automáticamente excluyen a aquellas integradas solo por mamá, o por papá, o por la abuela; o, en especial, por parejas del mismo sexo, todas estas pasan a ser incompletas o “no sanas”. De hecho, una de las participantes dice ser “madre y padre”, lo cual indica que el progenitor masculino no participa de la crianza del niño, pero que justamente por eso ella da su testimonio a favor de la familia tradicional.

Tabla 1. Categoría: Familia

Interlocutor	Palabras y frases utilizados para describir la categoría familia
Mujer con un niño	tradicional; en donde se recibe cuidado y amor; es impuesta por Dios, es un regalo de Dios.
Hombre y mujer acompañados por niños	papá, mamá y los hijos; un hombre y una mujer; diseño original.

Hombre adulto	diseño celestial y no es negociable, ni debatible; legítima
Mujer joven	unión del varón y la mujer.
Pareja de jóvenes (hombre y mujer)	principios y valores que son nuestros; diseño original creado por Dios, único y real.
Mujer con un bebé en brazos	en donde se imparten valores morales.
Mujer joven	de acuerdo al orden natural de las cosas, según la ciencia.
Pareja de jóvenes (hombre y mujer)	un hombre y una mujer es el orden natural, orden de Dios.
Hombre mayor	encabezada por un varón y una mujer; se unen para multiplicar.
Pareja (hombre y mujer, adultos)	institución creada por Dios.
Hombre joven Mujer adulta	se necesita un hombre y una mujer; modelo natural; diseño original papá, mamá e hijos.

Fuente: elaboración propia.

Aunque no lo expresan de forma explícita, al definir la familia como “la unión de dos personas con el objetivo de procrear”, también anula la posibilidad de que una pareja sin hijos pueda ser considerada una familia de acuerdo al “modelo natural”, ya que sostienen la idea de que el fin de esa unión es la de multiplicarse.

Cabe resaltar la utilización del poema “*yo soy paraguayita, no niego mi nación, a mamá le doy un beso y a papá mi corazón*” por uno de los participantes. Esta poesía es muy conocida a nivel nacional, es enseñada en los hogares e incluso utilizada dentro de la educación formal por los maestros de niveles iniciales. Esto muestra cómo el sistema educativo históricamente ha inculcado un modelo de familia desde la primera etapa de escolarización de los niños. En las escuelas de enseñanza básica es común que durante los eventos artísticos los niños pequeños declamen este poema vistiendo trajes típicos del país, reforzándose así el mensaje de la indivisibilidad del modelo mamá, papá e hijos de la “cultura” paraguaya.

En este apartado, una subcategoría que merece atención es el concepto de “vida”, cuya definición abarca “desde la concepción, hasta la muerte natural”. Su reiterada aparición junto al concepto “familia” deja implícita la idea de que prácticamente son dos conceptos inseparables. Cuando analizamos los verbos que la acompañan, encontramos que la más repetitiva es la perifrasis verbal “estamos a favor de”. También se observan repeticiones de los verbos “defendemos”, “apoyamos/apoyen”. El hecho de que un grupo sienta la necesidad de estar a favor de algo o que debe defender ese algo, quiere decir que existe cierta amenaza que

provine de un grupo o situación externa al movimiento que defienden los participantes. Esa amenaza queda explícita sólo en 14 de los 82 videos, en los que se habla directamente de la oposición al aborto, lo cual indica que este fue un tema secundario dentro de esta campaña específica, y dentro del periodo de tiempo de la muestra tomada.

5.3. Ideología de género como la nueva “guerra contra el Paraguay”

De acuerdo a la evaluación general de los videos, se puede percibir que en ellos los protagonistas agrupan los conceptos “ideología de género”, “género”, “ideología”, y “aborto”, en un solo grupo, considerándola como las ideas de los “otros”. A partir de las características ideológicas encontradas se puede construir la definición de “ideología de género como una creencia extraña y/o extranjera, que se quiere implementar de forma forzada en Paraguay, que atenta contra el valor de la vida y de la familia, y es ajena a la cultura nacional. También, como puede leerse en la Tabla 2, indican que es una idea impulsada por una minoría, sin ningún tipo de fundamento científico, por lo que piden que la educación de los hijos sea delegada exclusivamente a los padres para que ellos puedan educarlos de acuerdo a sus creencias.

Tabla 2. Categoría: ideología de género

Interlocutor	Palabras y frases utilizados para describir la categoría género
Pareja (hombre y mujer)	no queremos que nuestros estudiantes, nuestros niños crezcan mal educados.
Hombre joven	no quiero que a mi hermanito, que a mi sobrina, le enseñen ideología de género en la escuela; una ideología sin ningún fundamento científico.
Mujer joven	quieren venir a imponer en nuestro país su creencia; quieran atacar la vida y la familia.
Mujer adulta Hombre joven	estamos a favor de la ciencia y no así con la ideología de género. Se nos quiere enseñar forzosamente, estoy a favor de la ciencia.
Pareja (hombre y mujer, adultos)	respetamos los valores y estamos en contra de la ideología de género; estamos en contra de todo estamento que se quiera levantar contra la familia que es una institución creada por Dios.
Hombre adulto	no quiero que, ni los gobernantes, ni nadie, me quite el derecho de educar a mis hijos conforme a mis creencias y no basado en la ideología de género de una inmensa minoría.

pareja (hombre y mujer, jóvenes)	no queremos que hombre y mujer se confronten y se enfrenten por una ideología extraña; estamos a favor de la vida y queremos que nuestros hijos crezcan con leyes que amparen la familia.
mujer joven	porque quiero para mis hijas biología y no una ideología; no quiero una fantasía, quiero una realidad.
hombre adulto	es una ideología altamente destructiva.

Fuente: elaboración propia.

Dos puntos son destacables en esta categoría. Primero la idea de la ideología de género como algo anticientífico, como una creencia o valor arbitrario que quiere ser impuesto. Dicha postura va de acuerdo con el discurso político elaborado por grupos conservadores en Europa y América Latina para desacreditar la perspectiva de género. En segundo lugar, llama la atención la utilización de antecedentes históricos relacionados a conflictos armados para compararlos con la tan “temida” ideología de género. El participante Carlos Alberto Rodríguez, quien se presenta como periodista, desarrolla el siguiente relato:

En los momentos más tristes y duros de la historia paraguaya, cuando la población quedó aniquilada por la guerra, la familia fue amparo y refugio incluso de los que quedaron sin familia. Heridas profundas, físicas, emocionales. No había hospitales, no había psicólogos, no había psiquiatras, pero la sanidad vino desde la familia paraguaya. Hoy han lanzado otra guerra contra el Paraguay. No es con armas, es con mucho dinero. Y está impulsada por la ideología de género.

La utilización de esta metáfora revela la manera en el que esta organización busca instalar el miedo y “demonizar” a los “otros” que son todas aquellas personas que se muestran a favor de la ideología de género y/o del aborto. Existe una clara polarización ideológica como se muestra en la Tabla 5, en la cual se pueden leer los principales expresiones utilizadas por los interlocutores para referirse a sus “rivales”, en los videos seleccionados dentro de la campaña “Somos muchos, muchos más”, los cuales fueron transcritos en su totalidad.

Tabla 5. Polarización ideológica

Mientras nosotros...	ellos
defendemos la familia,	atacan a la familia.
cuidamos a los niños,	atacan a los niños.
defendemos la vida,	abogan por la muerte.

estamos a favor de la ciencia,	sus ideas van en contra de la ciencia.
defendemos valores que son nuestros,	apoyan ideas extranjeras.
decimos la verdad,	manipulan por dinero.

Fuente: Elaboración propia, basado en formato de Van Dijk (2016).

Para Van Dijk (2016, p. 149), estas son categorías pragmáticamente controladas que aparecen en los discursos ideológicos. La categoría de polarización cumple el rol de generar una representación positiva del grupo interlocutor, mientras crea una representación negativa de sus “rivales”.

5.4. El perfil de los candidatos políticos deseables

El último eje temático está relacionado a las elecciones generales de Paraguay en 2018. En la mayoría de los videos, los protagonistas dejan esta idea para desarrollarla al final y la realizan a modo de advertencia para quienes desean postularse a los cargos electivos. En la mayoría de los videos, los protagonistas repiten frases muy similares, algunas en un tono de advertencia. La tabla 3 presenta siete frases representativas del perfil de candidatos políticos deseados por este sector de la sociedad.

Tabla 3 Categoría: candidatos políticos

Interlocutor	perfil deseado de candidatos políticos
Mujer adulta	estamos muy atentos a los candidatos que se presentan porque hay un poder que tenemos y lo vamos a ejercer.
Pareja (hombre y mujer, adultos)	que defiendan abiertamente la vida y la familia.
Mujer adulta	que tengan este mismo sentir, este mismo pensamiento de defender la vida y la familia.
Hombre adulto	que apoyen la legítima unión del varón y la mujer.
Mujer joven	que se muestren abiertamente a favor de la vida y de la familia.
Hombre adulto	que abrace el movimiento por la vida y la familia.
Hombre adulto	por eso estamos de ojo en cualquier candidato que quiera levantarse para legalizar estas cosas que van a traer tanto daño a nuestra nación.

Fuente: Elaboración propia

Los participantes advierten que no votarán a aquellos candidatos que apoyen la ideología de género y que no defiendan abiertamente a vida y a la familia tradicional. Quien quiera ganar un cargo deberá estar a fin a la idea de este grupo y esa amenaza se sustenta en el eslogan que refuerza la idea de que son mayoría: “somos muchos, muchos más”. El apoyo a la vida “desde su concepción hasta la muerte natural” se constituye en un requisito para que los integrantes de este movimiento decidan apoyar o no a un candidato.

6. Conclusiones

En los últimos años, los grupos autodenominados pro-familia y pro-vida se han multiplicado en diversos países de América del Sur. Estamos ante lo que Viaggione (2005) llama el “secularismo como ideología de la modernidad”, haciendo referencia a las estrategias políticas utilizadas por los activistas religiosos conservadores que buscan sacarle provecho a los “canales abiertos por la democracia para obstaculizar los derechos sexuales reproductivos”. En el 2017, en Paraguay esta estrategia se basa en instalar una barrera a la educación integral de la sexualidad, incluso antes de que sea efectivamente incorporada a la malla curricular del sistema nacional de educación. Además de haber logrado que la máxima autoridad de dicho ministerio emita una resolución para prohibir la utilización de materiales educativos que hablen sobre la perspectiva de género, coloca mayores trabas a los educadores que por iniciativa propia pudieran incluir estas referencias en disciplinas relacionadas a la salud en general.

Por otro lado la campaña “Somos muchos más”, dejó a entrever una clara intención de ganar mayores espacios de poder dentro del sector político formal. La estrategia fue simple: en la previa de las elecciones generales amenazaron con retirar su apoyo a todos aquellos candidatos que no se mostrasen a fin con las ideas del movimiento. Poco después, en octubre del 2017, Domingo Coronel, productor de televisión y conocido referente del movimiento pro-familia, anunció su intención de presentarse como candidato para diputado (ADN Digital, 2017, octubre 27). Esto finalmente no sucedió, sin embargo, los discursos pre-electorales de los principales candidatos se ciñeron a los parámetros establecidos por este grupo, en un intento por acaparar sus votos. Esto incluyendo al actual presidente de la República, Mario Abdo Benítez (Última Hora, 2017, mayo 11), quien actualmente es celebrado por grupos evangélicos por haber puesto al frente de dos importantes ministerios referentes de este segmento religioso (Noticia Cristiana, 2018, agosto 25).

Si bien no contamos con datos suficientes para determinar cuál fue el porcentaje del electorado que eligió a los candidatos en base a los criterios propuestos por este grupo, es interesante mencionar el caso del Partido Verde (PV). Se trata de una nucleación política muy poco conocida cuya fundación data del 2005, pero que fue reconocida por el Tribunal Superior de Justicia Electoral

(TSJE) recién en el 2010. Sin embargo, no fue sino hasta su participación en las elecciones del 2018 que llamó la atención de los medios de prensa. Y es que, a pesar de haber anunciado oficialmente su lista de candidatos dos meses antes de los comicios, logró posicionar a su candidato a presidente en el tercer lugar, por debajo de los dos partidos tradicionales del país. Si bien sólo obtuvo un 3% del total de votos en un sufragio con porcentaje de participación de 61,2%, resulta relevante puesto que se trató de uno de los primeros candidatos en posicionarse desde el principio como pro-vida y pro-familia. Esto también evidencia que por debajo de un discurso que aparentemente solo busca proteger “los valores tradicionales”, pueden esconderse importantes intereses políticos.

Finalmente, a partir del análisis del discurso se pudo observar como la estrategia de este movimiento incluye la tergiversación de lo que significa la perspectiva de género o estudios de género. De ese modo hace oídos sordos a un debate histórico, con el que se ha logrado ganar espacios no solo para las mujeres, sino para numerosos grupos históricamente marginalizados. Desde nuestra perspectiva, esto podría significar un enorme retroceso para las conquistas en torno a la igualdad de derechos y la no discriminación.

Referencias bibliográficas

- ABC. (2017, Octubre 26). *Unión católico-evangélica para defender a la familia*. ABC. Recuperado de: <<http://www.abc.com.py>>.
- ADN Digital. (2017, Octubre 27). Domingo Coronel buscaría escaño en Diputados. ADN Digital. Recuperado de: <<http://www.adndigital.com.py>>.
- Anthony, L. (2011). *AntConc (Windows, MacintoshOS X, and Linux)*. Recuperado de: <<http://www.antlab.sci.waseda.ac.jp>>.
- Bravo, E. S. (2008). *Qué es y para qué es la perspectiva de género. Libro para la asignatura pendiente: perspectiva de género en educación superior*. Oaxaca: Lluvia Oblicua Ediciones.
- Chevrette, R. (2013). Outing heteronormativity in interpersonal and family communication: Feminist applications of queer theory “beyond the sexy streets”. *Communication Theory journal*, 2 (23), 170-190.
- De Beauvoir, S. (1953). *The Second Sex*. London: Penguin Books.
- D. Loader & Dan Mercea (2011). Networking Democracy? *Information, Communication & Society*, 6 (14), 757-769.
- Jackson, S. (2006). Interchanges: Gender, sexuality and heterosexuality: The complexity (and limits) of heteronormativity. *Feminist theory Journal*, 7(1), 105-121.
- Kováts, E., & Pöim, M. (Eds.). (2015). *Gender as symbolic glue: The position and role of conservative and far right parties in the anti-gender mobilization in Europe*. Foundation for European Progressive Studies.
- Manning, J. (2015). Paradoxes of (im) purity: Affirming heteronormativity and queering heterosexuality in family discourses of purity pledges. *Women's Stu*

- dies in Communication*, 38(1), pp. 99-117.
- Miskolci, R. (2018). Exorcizando um fantasma: os interesses por trás do combate à “ideologia de gênero”. *Cadernos pagu*, (53).
- Movimiento Reforma Nacional Pro Vida - Pro Familia (2018, abril 15). El candidato a presidente que se declaró pro vida desde el principio, el del Partido Verde. *Facebook*. Recuperado de: <<https://www.facebook.com/movamientoreformanacionalprovidaprofamilia>>.
- Noticia Cristiana. (2018, agosto 25). Dos ministros evangélicos en el nuevo gobierno de Paraguay. Noticia Cristiana. Recuperado de: <<https://www.noticiacristiana.com>>.
- Oswald, R. F., Blume, L. B., & Marks, S. R. (2005). Decentering Heteronormativity: A Model for Family Studies. En: V. L. Bengtson, A. C. Acock, K. R. Allen, P. Dilworth-Anderson, & D. M. Klein (Eds.), *Sourcebook of family theory & research* (pp. 143-165). California: Sage Publications Inc.
- Pinheiro, N., & Coelho, F. M. F. (2016). A mobilização católica contra a “ideologia de gênero” nas tramitações do plano nacional de educação brasileiro. *Religare: Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências das Religiões da UFPB*, 13(1), 27-48.
- Serrano, J. F. (2017). La tormenta perfecta: Ideología de género y articulación de públicos. *Revista Latinoamericana Sexualidad, Salud y Sociedad*. Nº 27 diciembre. ISSN 1984-6487.
- Sakki, I., & Pettersson, K. (2016). Discursive constructions of otherness in populist radical right political blogs. *European journal of social psychology*, 46(2), 156-170.
- Viaggione, J. M. (2009). Sexualidad, Religión y Política en América Latina. *Diálogos Regionales*. Río de Janeiro. Recuperado de: <<https://laicismo.org/>>.
- Última Hora. (2017, septiembre 16). Denuncia por ideología de género en el MEC causa revuelo en redes. Última Hora. Recuperado de: <<http://www.ultimahora.com>>.
- Última Hora (2017, mayo 11) Marito se declara pro vida y familia y rechaza matrimonio igualitario. Última Hora. <<https://www.ultimahora.com>>.
- Ravalli, M. J. (Ed.). (2017). *Comunicación, Infancia y Adolescencia: Guía Para Periodistas. 1º edición*. Buenos Aires: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).
- Van Dijk, T. A. (2016). Estudios Críticos del Discurso: Un enfoque sociocognitivo. *Revista Discurso & Sociedad*, 10(1), 137-162.
- Viveros, M. V., & Rodríguez, M. A. R. (2017). Hacer y deshacer la ideología de género. *Sexualidad, Salud y Sociedad (Río de Janeiro)*, (27), 118-127.

El conflicto estado-pueblo Mapuche en Chile. Análisis crítico, argumental y descolonial del discurso del diario El Mercurio

Carlos Felimer DEL VALLE ROJAS

Universidad de La Frontera, Chile/ carlos.delvalle@ufrontera.cl

Susana Alejandra OSORIO SOLANO

Universidad de La Frontera, Chile/ susana.osorio@mail.com

Chasqui, Revista Latinoamericana de comunicación

No. 139, diciembre 2018 – marzo 2019 (Sección Monográfico, pp 247-268)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: Ciespal

Recibido: 19-07-2018 / Aprobado: 27-02-2019

Resumen

El análisis del periódico chileno *El Mercurio* da cuenta de la tendencia de sus relatos a relevar la diferencia entre “el mapuche” y “el chileno”, con el objetivo de identificar un enemigo que le permita promover sentimientos nacionalistas al atribuir al mapuche características negativas como: “salvajes, bárbaros e incivilizados”, en el siglo XIX; “oportunistas, desagradecidos y viciososo” en el siglo XX; y “flojos, improductivos y enemigos del progreso”, en el siglo XXI. Todo lo anterior, aunque con matices en las valoraciones, indica que la matriz colonial del poder se mantiene prácticamente inalterada.

Palabras clave: conflicto; mapuche/chileno; matriz colonial del poder; enemigo.

Summary

The analysis of the Chilean newspaper *El Mercurio* accounts for the tendency of his stories to reveal the difference between “the Mapuche” and “the Chilean”, with the aim of identifying an enemy that allows him to promote nationalist feelings by attributing to the Mapuche negative characteristics such as: “savages, barbarians and uncivilized”, in the 19th century; “Opportunists, ungrateful and vicious” in the twentieth century; and “lazy, unproductive and enemies of progress”, in the 21st century. All of the above, although with nuances in the valuations, indicates that the colonial matrix of power remains practically unchanged.

Keywords: conflict; mapuche people/chilean people; colonial matrix of power; enemy.

Resumo

A análise do jornal chileno *El Mercurio* explica a tendência de suas histórias de revelar a diferença entre “os mapuches” e “os chilenos”, com o objetivo de identificar um inimigo que lhe permita promover sentimentos nacionalistas, atribuindo às características negativas mapuche como: “selvagens, bárbaros e incivilizados”, no século 19; “oportunistas, ingratos e cruéis” no século XX; e “preguiçoso, improdutivo e inimigo do progresso”, no século XXI. Todos os itens acima, embora com nuances nas avaliações, indicam que a matriz colonial de poder permanece praticamente inalterada.

Palavras-chave: conflito; mapuche/chileno; matriz colonial de poder; inimigo.

1. Introducción

Lo que hoy conocemos de historia, no es más que el relato dispuesto por aquellos que vencen en una guerra y que tienen la capacidad para escribirla, editarla y propagarla; porque, ¿quién ha escrito la historia entre mapuches y “chilenos”? ¿Se puede ver con claridad el discurso del vencedor y del vencido? La respuesta a lo anterior, será objeto de reflexión y análisis a continuación; no obstante, podríamos afirmar que los medios de comunicación son en nuestras sociedades la megafonía de quienes tienen el poder, de manera que el estudio del discurso del principal medio hegemónico del país, implica acercarnos también a la comprensión del pensamiento de la élite gobernante. Lo anterior se logra a través del control de los discursos en tanto componentes fundamentales del proceso de comunicación social, porque permite ejercer dominio sobre el sentido que se construye de la realidad.

Aunque la lectura de un diario -por muy importante que sea en una sociedad- es insuficiente para entender un conflicto de larga data y con tantas aristas como el conflicto histórico entre el estado nacional y el pueblo mapuche, se ha tomado por términos prácticos El Mercurio, un periódico que “nace en 1827 en Valparaíso y desde entonces acompañará al estado nación y a los grupos económicos en la defensa de sus intereses” (Del Valle, 2016).

. Es importante destacar en este sentido, que por razones metodológicas, para el registro hemerográfico, se limitó el análisis de columnas, editoriales y noticias en 3 períodos de tiempo: a) 1850 a 1880 con la intervención del Estado en la zona de la frontera, b) 1950-1973 con la crisis de la economía regional, específicamente la reforma agraria y el proceso de expropiación en la región de La Araucanía, al sur de Chile; y c) 2013 -2014, que correspondió a la agudización del conflicto después de la recuperación de la democracia.

2. Estado del arte

En primer lugar, es necesario mencionar que según el Sistema de Verificación de Circulación y Lectoría, SVCL de Chile, El Mercurio entre 2001 (fecha de su incorporación al estudio) y 2018 aparece como el medio de comunicación más importante y difundido en los sectores ABC1 y C2 (clase media y acomodada); identificando además que la mayoría de los lectores (entre un 55% y un 60%) oscilan entre los 25 y 39 años.

Adicionalmente, según el Boletín de Circulación y Lectura del Primer Semestre de 2018, El Mercurio fue el diario impreso de mayor circulación semanal, con 320.543 ejemplares, es decir el 27% de total nacional; en tanto que ocupa el segundo lugar cuando se incluyen las plataformas digitales, con un 19%, superado en 6 puntos por Las Últimas Noticias. Lo anterior, ofrece pistas, en torno a la confianza de un importante sector de la población (precisamente

responsable de la toma de decisiones en ciertas áreas y, en general, con ciertos niveles de influencia) hacia este medio de comunicación y plantea interrogantes sobre cómo ciertos prejuicios han sido también reproducidos en las diferentes instituciones sociales; no obstante, este último no es objeto de la presente investigación.

Desde el punto de vista teórico-metodológico, el enfoque general corresponde al Análisis Crítico del Discurso (ACD), que ha sido entendido como una práctica política para relevar los modos de control de las élites sobre los grupos minoritarios o minorizados (Van Dijk, 2009; Chouliaraki & Fairclough, 2001), como método (Phillips & Jørgensen, 2002; Jäger, 2008) y como una técnica de análisis (Sayago, 2014; Santander, 2011). No obstante, para esta investigación se utilizó como técnica de análisis, ya que ofrece la ductilidad para profundizar en cuanto a la complejidad del sentido, revisar las palabras y tópicos a fin de identificar expresiones ideológicas; pero también como técnica en el sentido de la producción y reproducción de discursos propagandísticos, que “sirviéndose del estereotipo y las emociones [...] convencen a la opinión pública de la necesidad de participar en el conflicto.” (Requeijo, Sanz & Del Valle, 2013, p. 31).

Ahora bien, dentro del análisis del discurso, se asumió una dimensión históriográfica amplia (1850- 2014) de la cobertura y tratamiento realizado por la prensa periódica (*El Mercurio*) al conflicto entre el estado-nación y el pueblo mapuche, considerando todos los textos de opinión (Editoriales y Columnas) y Noticias que hicieran alusión al mismo, desde la perspectiva de los hitos principales en el marco de una periodización.

A continuación, para el procesamiento del corpus, se trabajó específicamente desde el modelo de Análisis Argumental del Discurso (AAD), que ha sido desarrollado y evaluado en diferentes trabajos (Bonilla, 2006; Del Valle, 2005; Giménez, 1981), al cual se suman elementos de la Teoría de la Valoración (Martín y White, 2005) y que, además, ha sido aplicado en distintos proyectos de investigación financiados por el Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico, FONDECYT de Chile (1120904, 1130542, 1110711, 1150666, entre otros):

Núcleo Temático	Subtemas	Sujeto	Predicado	Adjetivos	Expresiones Calificativas	Modos de equivalencia mapuche y terrorista	Tipo de relación entre los actores (antagonista o cooperativa)	Actitudes (afecto, juicio o apreciación)	Compromiso (Monoglosia o Heteroglosia)	Gradación
-----------------	----------	--------	-----------	-----------	---------------------------	--	--	--	--	-----------

Por otra parte, el carácter descolonial del análisis del discurso, en este contexto específico de las relaciones entre el Estado nacional y el Pueblo mapuche en Chile, se sitúa en la discusión y propuesta de una interculturalidad epistémica, subversiva e insurgente (Walsh, 2012, 2008, 2005) y en la necesidad éti-

co-política, por una parte de un giro epistémico descolonial como consecuencia de la matriz colonial del poder (Mignolo, 2007) que vemos presente, por ejemplo, en los discursos del periódico *El Mercurio*; y, de otra parte “la constitución de un nuevo pensamiento comunicológico en la región” (Herrera, Sierra & Del Valle, 2016, p. 79).

3. Metodología

Se trata entonces, de una investigación de corte cualitativo, basada en una matriz para generar de manera sistemática y unificada la información aportada por los textos y que prefirió el método hermenéutico para el análisis e interpretación de los datos; en tanto, se requería una visión de la realidad que considerara aspectos lingüísticos, las subjetividades, los medios/fines y sobre todo, el componente simbólico, que tradicionalmente ha sido invisibilizado y/o ignorado.

Respecto al universo de los datos, es importante destacar dos aspectos:

1. La única muestra seleccionada, tiene que ver con los períodos de análisis. En este sentido y tal como señala Salazar (2003), una periodización es un instrumento adecuado para observar el desarrollo histórico y, a su vez, las formas simbólicas acuñadas en un conjunto de discursos periodísticos producidos por los medios de comunicación, los cuales, en su calidad de actores del sistema político (Borrat, 1989; Curran, 2002) intencionan la construcción social de una realidad (Berger & Luckmann, 2001; Carter, 2013; Adoni & Mane, 1984), sobre la base de una legitimación en torno a visiones de mundo que son representativas de una élite.

En este sentido, podemos observar algunas fases de desarrollo, agudización y contención del conflicto entre el Estado-Nación y el Pueblo Mapuche, las cuales, al ser observadas a través del rol de la prensa, nos permiten desprender algunos hitos, de acuerdo al trabajo de Pinto (2014 y 2003):

Periodización:

Fase 1: Intervención del Estado en la Zona de La Frontera (1850 -1900)

Hito 1: “Ocupación de La Araucanía” (1860 -1883)

Fase 2: Centenario de la Independencia y la Primera Mitad del Siglo XX (1910-1950)

Hito 2a: Año de la Conmemoración del Centenario (1910)

Hito 2b: Fundación Sociedad Caupolicán (1910)

Fase 3: Crisis de la Economía Regional (1950 -1989/1990)

Hito 3a: Reforma Agraria y Proceso de Expropiación (1965-1970; 1970-1973)

Hito 3b: Golpe Militar (1973)

Hito 3c: Regionalización (1974)
Hito 3d: Creación Vicaría de la Solidaridad (1976)
Hito 3e: Nueva Constitución Política (1980)
Hito 3f: Primera Protesta Nacional (1983)
Hito 3g: Atentado contra Pinochet (1986)
Hito 3h: Plebiscito (1988)
Fase 4. Recuperación de la Democracia ([1989]1990-2014)
Hito 4a: Acuerdo de Imperial (1989)
Hito 4b: Violencia Colectiva de la CAM (Atentado Incendiario de Lumaco, 1997)
Hito 4c: Creación del Programa Orígenes (2000-2001)
Hito 4d: Formación de la Comisión Verdad Histórica y Nuevo Trato con los Pueblos Indígenas (2003)
Hito 4e: Agudización del Conflicto con Resultado de Muerte (2002, 2008, 2009, 2012 y 2013)

Aunque el trabajo de Pinto fue útil para la contextualización completa, fueron algunos hitos mencionados los que resultaron elegidos y que fueron considerados para el análisis de textos. En ese orden de ideas, se seleccionaron:

a. 1850 - 1880 = Con la Intervención del Estado en la Zona de La Frontera, pero poniendo un acento especial entre los años 1859 (inmediatamente anterior a la “Ocupación de La Araucanía”) y 1863.

La relevancia de este periodo se debe a que incluye la decisión del Estado de Chile de ocupar La Frontera a fines de la década de 1850, agobiado por una crisis económica (1857), cuyos efectos pretendió contener poniendo a esta región bajo su control para aumentar la producción agrícola y conectarse por los pasos fronterizos de la zona con los mercados del Atlántico (Pinto, 2003); se produjo al mismo tiempo un interesante debate acerca de la justicia o injusticia del Estado de emprender este proceso y que fue expresado en diarios como *El Mercurio de Valparaíso*, *El Ferrocarril de Santiago*, *la Tarántula de Concepción* y *Los Ángeles*. Por ende, volver a este debate, permite entender cómo la sociedad nacional enfrentó la ocupación de La Frontera, anticipándose a los conflictos que podrían desencadenarse en el futuro y que quedó registrado en documentos de la época, incluyendo la prensa.

b. 1950 - 1973: Aunque para fines de la década de los 40's, muchos dirigentes mapuches habían cuestionado la presencia del Estado y condenaron en parte su actuación, no negaron su derecho a estar presente en La Frontera. Siguiendo a Pinto (2014) esta actitud se logra entender porque la expansión económica que se observó en la zona, también les ofreció una cierta ventaja económica a los mapuches. No obstante, a partir de los años 1950, desaparece la bonanza económica, se observa un escaso progreso de las industrias regionales, contrastante con la in-

dustria nacional, que aceleró la polarización y las opiniones respecto a la presencia del pueblo mapuche. Es en este periodo, cuando algunos dirigentes chilenos creyeron que había que erradicar a los mapuches de la zona (teoría del cordón suicida); otros, que era necesario prestarle más ayuda para que se sumaran a los procesos de modernización de la agricultura; mientras algunos dirigentes mapuches empezaron a plantear la necesidad de iniciar la lucha por la autonomía. Muchos de estos diálogos fueron publicados por El Mercurio y El Siglo de Santiago, el Diario Austral de Temuco y algunas revistas de circulación nacional como En Viaje.

- c. **2013 – 2014:** Más de una década después de recuperada la Democracia, se observó que el conflicto Estado- Pueblo Mapuche, seguía sin resolverse, explicado en gran medida, por el sentimiento generalizado de diversas organizaciones mapuches (Centros Culturales, Admapu, Consejo de Todas las Tierras). El debate se agudizó con diversos hechos luctuosos que causaron la muerte de Alex Lemún (2002), Matías Catriel (2008), Mendoza Collío (2009), el cabo Hugo Albornoz (2012) y el matrimonio Luschinger – Mackay (2013). A este escenario, se suma el debate en la prensa por la decisión del Estado de criminalizar el movimiento mapuche y aplicar la Ley Antiterrorista, a la par de las declaraciones del intendente Francisco Huenchumilla (2014) de pedir perdón por las acciones del Estado y buscar la paz social por todos los medios legítimos.
2. No hubo muestra para seleccionar las editoriales, columnas o noticias publicadas por el diario El Mercurio. Aquí, se tomó la totalidad de los registros y la distribución fue la siguiente:

Tabla 1 Distribución de los registros

Períodos	Columnas	Editoriales	Noticias	Con Autor	%Con autor del total	Total
1850 – 1880	45	29	15	67	75%	89
1950 – 1973	41	45	121	180	87%	207
2013 – 2014	15	26	94	71	53%	135

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, en este apartado, es imprescindible aclarar que el objetivo de este artículo y de la investigación fue la comprensión de la construcción socio-imaginaria del relato del “mapuche” en el discurso periodístico del Diario El Mercurio de Chile entre 1850 y 2014, en el contexto del conflicto Estado-Nación y Pueblo Mapuche, desde la propuesta metodológica del Análisis Crítico del Discurso.

Lo anterior, se encuentra enmarcado en la declaración de Agamben (2011) cuando sostiene que la prensa es un “dispositivo” que logra concretar el “imaginario social” en medio de relaciones sociales a la vez diversas y compartidas; así como también de Angenot (2010) cuando afirma que la acción de interpre-

tar y comprender los discursos que interactúan en la esfera pública mediante cadenas dialógicas, se sustentan en las relaciones intertextuales e interdiscursivas de todo sistema social, donde los medios de comunicación, juegan un papel preponderante.

4. Resultados importantes

Los hallazgos dan cuenta de cambios en El Mercurio en cuanto a las formas utilizada para referirse al pueblo mapuche y a las dinámicas relacionales, las cuales coinciden y están correlacionadas con el discurso y la proyección que los líderes políticos han tenido con los también llamados pueblos originarios. Esto es significativo, porque involucra un componente de adaptación y maleabilidad del lenguaje, que está directamente relacionado con la longevidad del mensaje y el posicionamiento en el tiempo, como un tema “actual y coyuntural” a pesar de los cambios generacionales (van Dijk, T. , 2011).

4.1. Cambios en la imagen del mapuche

La progresión que se observa longitudinalmente en El Mercurio, no es una que se extiende del mapuche como un salvaje bárbaro a la del ciudadano ejemplar; sino que como es de esperarse, es paulatina y sutil. En un primer momento, se habla claramente del indígena como una *amenaza* para la seguridad de la población civil y como un factor de riesgo para el orden y la gobernabilidad.

Los indios invaden nuestras poblaciones rurales, incendian y se llevan consigo cuanto encuentran a su paso (...) ¿cuánto tenemos que sufrir para que dejen la Araucanía, la corona del martirio y las vejaciones por parte de los bárbaros? ¿Cuándo dejarán de poner en jaque a nuestro país y gobierno? (*Enero 25 de 1861*).

En el texto, la forma de expresar los hechos, otorgándole al lector una participación simbólica no es casualidad, la reproducción de testimonios de esta índole, llevan consigo el interés de despertar empatía hacia la población víctima e incitar al lector a tomar posturas ante un hecho, situándolos también en la posición de futuras víctimas.

Posteriormente, emerge la imagen del mapuche *traidor*, ese que acude al gobierno chileno para protegerse de algunas acciones cometidas por ciudadanos/gobierno argentino y que después, pide intervención al gobierno español para protegerse de las leyes chilenas que le parecen injustas.

Solicitar al S.E. Presidente de la República nos ampare y nos ayude en la posesión de más de 60 leguas de terrenos de nuestra propiedad que han sido arrebatados por algunos naturales de Mendoza, reconocemos el señorío de Chile y hemos preferido estar bajo la jurisdicción de nuestro país. (*Enero 7 de 1864*).

Al aprehenderlo se encontraron en su poder dos solicitudes dirigidas a la Reina en que hacía ver el estado de atraso y de pobreza en que por causa del gobierno estaba la clase indígena y el deseo de esta de que la España recobrase sus antiguos dominios. (*Diciembre 1 de 1864*)

En ambos relatos se puede apreciar claramente una situación de vulnerabilidad del mapuche frente a personas naturales y al Estado; sin embargo, el cómo se presenta y el contexto que lo rodea, dista del caso anterior, provocando en el lector un sentimiento de traición del indígena a pesar de todo el bien causado por el gobierno y la sociedad chilena.

En una tercera etapa, sobresale el indígena como un *aprovechado* que se contradice, que reclama independencia (González, 2006) y distancia del Estado en sus asuntos, pero que culpa a éste por su pobreza.

(...) los malvados siguen en sus depredaciones, reclamando que el Estado y el ejército no entre en sus tierras, desean libertad mientras pisotean a nuestras mujer y niños y nos tienen en estado de alerta. (*Enero 29 de 1861*)

(...) al aprehenderlo (al Indio Antil) se encontraron en su poder dos solicitudes dirigidas a la Reina en que hacía ver el estado de atraso y de pobreza en que por causa del gobierno estaba la clase indígena y el deseo de esta de que la España recobrase sus antiguos dominios. (*Diciembre 1 de 1984*)

Llama la atención que en los diferentes relatos que se extienden hasta el periodo de 1973, el espacio de réplica o defensa, donde el mapuche puede plantear sus posturas sobre un accionar determinado, es casi nulo y se asume su participación y culpabilidad.

Seguidamente, se empieza a consolidar de manera reiterada en las diferentes editoriales y columnas, la premisa acerca del indígena como un obstáculo para el progreso, como un sujeto destructor y que impide la construcción de un país y una nación “desarrollada” (Maldonado, 2014). En este punto, es importante reflexionar sobre los discursos, porque estos muestran al indígena como un ser subdesarrollado, que es necesario auxiliar para que eleve sus condiciones mínimas (Žižek, 1998) y se caricaturiza la idea de su vida girando en torno a supersticiones desordenadas.

Hoy Imperial ha sido destruida y asesinados sus habitantes, los fuertes amenazados; el telégrafo cortado por los mismos invasores y ¿dónde han estado las tropas que guarnecen la frontera que no han contenido la invasión? (*Noviembre 11 de 1882*)

Cerca de 3 o 4 mil indios armados, algunos de rifles, adquiridos en la República Argentina, se dejaron caer sobre la Imperial, dando muerte al subdelegado y a más

de 60 personas, tomando numerosos cautivos y destruyendo completamente la población. (*Noviembre 15 de 1881*)

Son ellos porciones de tierras feraces que no producen, porque sus propietarios no quieren, no pueden ni saben trabajarlas. Mientras se predica en torno a una utópica reforma agraria, mientras se pretenda exigir a los agricultores que no dejen una loma sin arar - prescindiendo de la inevitable rotación de los cultivos - se justifica y se protege la incurable desidia de los mapuches que dejan sus campos ociosos, convirtiéndose en rémoras sociales y económicas para el país. (*Febrero 7 de 1955. El subrayado es propio*)

Los aborigenes de esa región se encuentran en estado muy primitivo (...) Su proceder corresponde a ceremonias de épocas antiquísimas, que se practicaban para aplacar los elementos, están llenos de supersticiones absurdas, que les impide razonar y evolucionar. (*Junio 26 de 1960. El subrayado es propio*)

Los mapuches tienen una reputación de orgullo y violencia que data de los días lejanos y difíciles de la conquista de Valdivia, y sus descendientes no deben ser más de 500.000 hoy, que viven en condiciones, generalmente primitivas y que serían peor, de no ser por la intervención y las ayudas que constantemente el gobierno le da con nuestros impuestos, los cuales claramente han sido desaprovechados. (*Febrero 13 de 1971. El subrayado es propio*)

De los anteriores extractos se pueden inferir dos cosas: la primera está asociada a la visión del mapuche no solo como un obstáculo para el progreso, sino como un factor de retraso, destrucción y riesgo para la vida e integridad de poblaciones indefensas y sin protección alguna; la segunda, tiene que ver con la carga valórica que está presente en los relatos (a fin de hacerlos evidentes, han sido subrayados) y en donde claramente hacen énfasis al estado primitivo y feroz de los indígenas, elevando sus tradiciones a supersticiones y cuestionando su capacidad de razonar y evolucionar.

Por su parte, al revisar las noticias en el periodo 2013 y 2014, se observa una imagen hacia el pueblo mapuche reduccionista, exponiéndolos como un factor de pobreza e inseguridad regional (Bauman, 2009), gestor de una mala reputación del país ante los organismos internacionales y como una amenaza para la sociedad civil y los bienes públicos, lo cual también ha sido dado a conocer por otros autores como “indigenización de la pobreza” (CNCA, 2011; Cimad amore, Eversole y McNeish, 2006) y que es confirmado en los siguientes relatos:

Si bien la marcha se desarrolló de forma pacífica, cuando la comitiva avanzaba por la intersección de Miraflores con Santo Domingo se registraron disturbios, lo que obligó a que Fuerzas Especiales de Carabineros interviniere en el sector (...) semáforos y señalética fueron destruidos durante los enfrentamientos por los indígenas. (*Octubre 12 de 2013*)

El comité de la ONU contra la Discriminación Racial pidió hoy a Chile “acelerar el proceso de restitución de tierras ancestrales” a los pueblos indígenas y proporcionarles los recursos que les permitan proteger sus tierras y recursos, conforme a la legislación internacional (...) la delegación oficial de Chile expuso ante los expertos los avances del proceso de compra y transferencia de tierras, destacando que entre el año 2010 y junio de 2013, el Estado compró y transfirió casi 40 mil hectáreas de tierra, beneficiando a 30 mil familias indígenas. Pese a ello, el comité dijo que le preocupa que representantes indígenas hayan señalado que “las tierras entregadas a cambio de tierras ancestrales, incluso en zonas cercanas, a menudo han resultado improductivas y difíciles de aprovechar”. (*Septiembre 2 de 2013*)

Un nuevo ataque incendiario-por parte de activistas de la causa indígena- se registró durante las últimas horas en la región de La Araucanía, lo que constituiría el tercero de este tipo en menos de dos días. (*Mayo 15 de 2014*)

Estos últimos fragmentos, contienen importantes diferencias respecto a los analizados en los períodos anteriores y demuestran un importante cambio de El Mercurio al evitar la utilización de adjetivos calificativos y la descripción de relatos desde una sola perspectiva; pero describe la noticia y omite palabras claves en una investigación judicial y en todo proceso informativo como “presunto”, “probable”, condenando a priori a participantes o miembros mapuches, perpetuando así los prejuicios contra miembros de esta comunidad.

ILUSTRACIÓN 1: EVOLUCIÓN DE LAS REFERENCIAS ASOCIADAS AL PUEBLO MAPUCHE EN EL MERCURIO



Fuente: Elaboración propia

4.2 Atributos asignados y su nominalización

Jocelyn-Holt (1986) afirma que la reproducción constante de una idea tenía un efecto poderoso en la creación de una conciencia colectiva, en el surgimiento de afectos y odios y en el fortalecimiento de sentimientos identitarios. Con esto presente, estudiar lo que ha reproducido históricamente uno de los diarios de mayor circulación y lectura en Chile, resulta necesario para comprender y poder explicar algunas actitudes y apreciaciones que se han generalizado en torno a un pueblo con costumbres diferentes, hasta ahora barbarizadas por el com-

portamiento aislado de alguno de sus miembros, que no representa el modus vivendi de sus comunidades.

Lo anterior, puede ser mejor comprendido cuando se revisa la forma en que se ha hecho alusión al pueblo mapuche y que estará relacionado con la nominalización de muchos adjetivos, esto es, elevar a categoría de sustantivo, adjetivos descriptivos de conductas negativas. En este orden de ideas, *El Mercurio*, para referirse al pueblo mapuche en 1850 utilizó sinónimos como “los indómitos, los salvajes, los bárbaros” lo cual, sin duda, alimentó la distancia, ahora desde el lenguaje entre los “chilenos” y los “mapuches”. Tal planteamiento es profundamente demostrativo porque cataliza sentimientos, en ambos sentidos, del “otro” como bárbaro y enemigo, que era necesario vencer para poder sobrevivir en paz.

Con los años, estas referencias se fueron moderando sutilmente y para 1870, empezaron a aparecer expresiones como “indios araucanos” para describir a aquellos sujetos que lideraban acciones bélicas contra la población civil y los bienes públicos/privados como haciendas y plazas.

Si a lo anterior, le sumamos los cambios políticos nacionales e internacionales, nos encontramos con una realidad con una fuerte carga ideológica: las protestas o reclamaciones que comunidades mapuches realizaron entre 1950 y 1973 eran tildadas de “protestas comunistas”, siendo desacreditadas las razones de su movilización, reduciéndolas a un asunto político, lo que significó en términos prácticos una mediocre intervención y resolución por parte de los actores involucrados. De igual forma, es importante aclarar que durante este periodo, muchos líderes mapuches se sumaron a la lucha comunista y este último partido, abrazó la causa indígena, dando paso a una relación con límites difusos, pero que sin duda, no son ni pueden ser considerados sinónimos o equivalentes.

Finalmente y en este orden de ideas, llegamos al 2013 en donde se observa un mayor cuidado –comparativamente hablando- de parte de la línea editorial de *El Mercurio*, lo que se traduce en la disminución de generalizaciones o de adjetivos atribuidos a un colectivo. Es por ello, que se empieza a observar expresiones como un “grupo de extremistas mapuches” o “algunos líderes mapuches”. Lo anterior, aunque es un avance importante para evitar la reproducción de nuevos prejuicios, sigue siendo insuficiente dado otros elementos que acompañan las noticias como la voz activa/pasiva al redactar datos positivos o negativos de este sector poblacional.

Otro de los ejercicios metodológicos que realizó, tiene que ver con un comparativo de los adjetivos, a fin de medir la distancia que discursivamente se ha reproducido entre los mapuches y el Estado, dividido este último entre sociedad civil y gobierno/fuerzas militares. La tabla que se observa a continuación (Tabla 1: Comparativo de adjetivos en los registros de *El Mercurio*) contiene tres columnas correspondientes a cada uno de los sujetos de análisis y se hace una división entre los adjetivos que se consideran positivos y los que claramente tienen una connotación negativa:

Tabla 2: Comparativo de adjetivos en los registros de *El Mercurio*

INDÍGENAS MAPUCHES			SOCIEDAD CIVIL - COLONOS CHILENOS			GOBIERNO & EJÉRCITO		
1850-1880	1950-1973	2013-2014	1850-1880	1950-1973	2013-2014	1850-1880	1950-1973	2013-2014
Fuertes	Valientes	Fuertes	Esfuerzado	Dignos de confianza	Colaboradores	Patriotas	Heroicos	Inclusivos
Valientes	Nacionalista	Esfuerzados	Civilizados	Creativos	Resilientes	Esfuerzados	Productivos	Conciliado-res
Resistencia		Apgado a sus tradiciones	Organizados	Valientes	Perseverantes	Sacrificados	Dispuestos	Valientes
			Perseverantes					
			Esfuerzados					
			Familiares					
			Honestos					
			Solidarios					
POSITIVOS								

Fuente: elaboración propia

Al comparar los atributos positivos, se observa claramente una desproporción entre los sujetos: mientras que el 15% de los adjetivos favorables se utilizan para describir a los indígenas mapuches, el 49% lo hace de la sociedad civil o “colonos chilenos”, como en su momento fueron llamados y un 35% para hacer referencia a la institucionalidad (Gobierno y/o Ejército). En este sentido, es significativo que las cualidades asignadas al pueblo mapuche, en los relatos se realza también como una amenaza y están asociadas a la “fuerza física” que viene a ser amenazante para la población o “colonos” de la zona.

Tabla 3: Comparativo de adjetivos en los registros de *El Mercurio*

INDÍGENAS MAPUCHES			SOCIEDAD CIVIL			GOBIERNO & ELÉRCITO		
1850-1880	1950-1973	2013-2014	1850-1880	1950-1973	2013-2014	1850-1880	1950-1973	2013-2014
Enemigo	Ogullosos	Desagradecidos	Crédulos	Pesimistas		Negligentes	Débiles	
Borrachos	Oportunistas	Flojos	Ingenuos				Burocratas	
Indómitos	Maltratadores	Comunistas	Improductivos				Corruptos	
Brujos	Desagradecidos	Atrasados	Enemigo del progreso				Negligentes	
Bárbaros								
Destruidores		Activos						
Primitivos		Malvados						
Cruelos		Explosivos						
Incivilizados		Viciosos						
Borda Salvajes		Saqueadores						
Traidores		Cobardes						
Incultos		Cruelés						
Ladrones		Sucios						
Temperamentales		Comunistas						
Maltratadores		Invasores						
Descuidados		Indómito						
Mítológicos								
Sanguinarios								
Explosivos								
Feroces								
Saqueadores								
Brutos								
Cobardes								
Invasores								

Fuente: elaboración propia

En contraposición con el inciso anterior, cuando hablamos de los adjetivos negativos referenciados en los registros de *El Mercurio*, notamos que el 80.3% hace referencia y describe a los indígenas mapuches, lo cual además de ser desproporcionado con los otros sujetos, enfatiza en rasgos de la personalidad que afectan la cohesión y la interacción social.

Si se observa con mayor detalle, podrá advertirse que pese a que se exponen atributos negativos para la sociedad chilena, el 66% (2 de 3) está asociado a características que resultan “desventajosas” al tener a un “otro” aprovechado, traidor y saqueador. Esta percepción, nutre de manera reiterada los sentimientos de desafección, las actitudes racistas y de supremacía; pero sobre todo, ratifica que de manera voluntaria o involuntaria, *El Mercurio* históricamente ha sido reproductor de un proyecto político de oposición radical que apunta a hacer una distinción entre la civilización y la barbarie, donde la barbarie no tiene lugar en una sociedad “moderna y desarrollada”.

4.3 Relaciones entre los sujetos

A fin de evitar tintes ideológicos o caer en conclusiones sin respaldo, se procedió a diseñar una matriz que pudiera servir para analizar cada uno de los artículos seleccionados en los diferentes períodos de tiempo, la cual incluía múltiples categorías, siendo una de ellas, el tipo de relación entre los actores (antagónicas o cooperativas) y la equivalencia de mapuches con terroristas. Los hallazgos, en el caso de estas dos, ratificaría aún más la evolución que se ha planteado hasta aquí:

- En el período de 1850 a 1880, el 62% de los registros procesados hace una equivalencia de mapuche con terrorista, el 92% muestra una relación antagónica entre los mapuches y la sociedad civil chilena y el 60% hace alusión a los mapuches como *bárbaros, incivilizados o salvajes*.
- En el período de 1950 a 1973, el 12% hace una equivalencia de mapuche con terrorista; en tanto, el 60% muestra una relación antagónica del mapuche con la sociedad civil/Estado.
- Llama la atención que en el lapso que se extiende 1970 a 1973, se incrementan en un 58% los relatos donde figuran tomas ilegales a los fundos de campesinos por parte de mapuches, llegando a 1080 fundos “invadidos” y efectivamente denunciados en menos de 1.000 días. Del mismo modo, se observó una constante en el argumento utilizado por parte de miembros mapuches para justificar la expropiación: “estos terrenos no están siendo bien explotados”, lo que plantea interrogantes, que no son objeto de este artículo acerca de la forma correcta de explotación de la tierra para los pueblos originarios.
- En el período 2013-2014, el 67,5% de los relatos considera en sus titulares y encabezados la palabra mapuche expresamente, estando vinculada y con una connotación negativa/culpable en el marco de las acciones reivindicativas y protestas, los ataques incendiarios, los enfrentamientos y la presencia policial,

- En contraste, al considerar los relatos en donde aparece claramente una relación entre el Estado/Sociedad Civil y el Pueblo Mapuche, el 7% lo hace bajo una presunción de culpabilidad del Estado. Otro patrón característico de este periodo, está asociado a los titulares o encabezados de las noticias: el 75% de los reportes muestra una relación claramente antagónica entre el pueblo mapuche y el Estado-Nación; siendo esta, la única característica que con leves variaciones se ha mantenido constante a través de los años (Sousa, 2013).

5. Conclusiones

Recapitulando todo lo dicho hasta aquí, emerge un hecho que ha sido frecuente a lo largo de la historia: la tendencia de los relatos a realizar una distinción entre el mapuche y el chileno, lo cual viene a confirmar que durante el siglo XIX, muchos Estados con problemas institucionales y de orden social y económico, buscaron identificar un enemigo común, que les permitiera desarrollar sentimientos nacionalistas, en tanto, despersonalizaban al “otro” otorgándoles atributos como “salvaje y bárbaro”, que en el caso chileno, vino a ser un enemigo interno llamado *pueblo mapuche* (del Valle, 2018, 2018, 2017, 2016).

Al respecto, Hoffmann (2002) desarrolla más explícitamente cuando afirma:

Primero, el nacionalismo es la reacción a un problema: ¿qué provee al individuo de identidad social?; segundo, provee la respuesta o la explicación a tal problema: la identidad está constituida por la pertenencia a una nación, siendo el resto de éstas débiles e inferiores; tercero, sugiere un programa de acción: la protección de la seguridad y muchas veces, la originalidad nacional (p. 197-198)

En los relatos analizados, se puede observar cómo cada uno de los grupos sociales (mapuches por un lado y “chilenos/colonos” por otro) desarrollaron un discurso dualista, en donde el “otro” se diferencia ideológicamente y donde las diferencias son mutuamente excluyentes; lo cual, alimentado a la percepción negativa de inseguridad al sentirse rodeado de la contraparte y la reproducción de ciertos prejuicios en medios de comunicación como en El Mercurio, se posterga la idea de una identidad nacional única.

Hechter (2000) por su parte, aporta a la discusión incorporando una nueva variable: “el nacionalismo se distingue como una acción colectiva diseñada para hacer las fronteras de la nación congruentes con aquellas de la unidad de gobierno...” (p.7) lo que significa en términos prácticos, que cada una de las partes siente que su territorio ha sido o está siendo invadido, desarrollando entonces, una necesidad y urgencia por tomar acciones correctivas, algunas de las cuales, se encuentran fuera del margen de la ley, tales como la expropiación ilegal o la violencia en el peor de los casos; esto se puede apreciar en los siguientes relatos:

Un grupo de 15 campesinos mapuches de las comunidades de Loncopán y Pañefilo, trató de recuperar sus tierras el domingo pasado, produciéndose un enfrentamiento con los dueños del predio. (*Febrero 13 de 1971*)

Un grupo de veinte indígenas, encabezados por Felipe Curipan Pichinilla, ocupó el lunes un predio agrícola de 50 hectáreas, de propiedad de Pelayo Caraux (...) En el predio fueron recibidos a tiros por los propietarios, los cuales salieron a enfrentarlos violentamente. (*Enero 27 de 1971*)

El grupo que encabezaba Arturo Ancamil, identificándose como miembro del Partido Comunista, se apoderó de parte del fundo mencionado, ubicado a cuatro kilómetros de Lumaco, perteneciente a la Sucesión 'Molina'. En ese lugar los mapuches levantaron rucas de madera con zinc nuevo, por lo que presume que se habían preparado convenientemente. (*Julio 1 de 1967*)

El incidente comenzó debido a la negativa por parte de los indígenas para permitir que los colonos entraran alrededor de mil animales, entre vacunos, cabríos y caballares, que arreaban, para que pastorearan en una superficie de más o menos 600 hectáreas de pastizales de buena calidad (...) se desató una lucha cuerpo a cuerpo entre ambos grupos, incidentes que fue adquiriendo proporciones luego que las partes, además de golpes de pies y puños, comenzaron a utilizar garrotes y armas de fuego, con las que intercambiaron numerosos disparos. (*Enero 3 de 1965*)

Lo anterior, introduce otro hecho que persiste en la actualidad: La exclusión dificulta el desarrollo de vínculos emocionales con "el otro", que son necesarios y positivos para incentivar voluntariamente a un grupo poblacional a aportar, contribuir en el desarrollo y protección de una causa común; lo que significa, una mayor probabilidad de encontrar mapuches que se identifican y reconocen como tales, pero que ven la identidad chilena, como algo lejano o que no les pertenece.

Si a esta realidad le sumamos una nueva cosmovisión acerca de la tierra, de la producción, del desarrollo e incluso, de la vida; se deduce fácilmente que hay elementos mutuamente excluyentes, siendo necesario la prevalencia de una visión, que no necesariamente corresponde a la idiosincrasia mapuche; por lo tanto, se empieza a gestar otra idea a continuación: la del mapuche como enemigo interno que se opone al progreso, a la modernidad y a la producción y que se ve a simple vista "ejemplificada" en las cifras de pobreza que acompañan las zonas mayoritariamente pobladas por mapuches.

Ahora bien, a manera de síntesis de lo que se ha abordado hasta aquí, podemos plantear algunas consideraciones finales:

a. Continuidad de la matriz colonial del poder. La matriz ideológica de tipo colonial que subyace en las representaciones del mapuche durante los diferentes períodos (1850-1880; 1950-1973; 2013-2014), perma-

nece inmutable. En efecto, ¿qué tienen en común los adjetivos con los cuales se representa al mapuche en *El Mercurio* durante todos estos períodos? Básicamente la imagen del enemigo, ya sea de la civilización o del progreso. El enemigo es fundamental para la matriz colonial, porque “Al parecer no podemos pasarnos sin el enemigo. La figura del enemigo no puede ser abolida por los procesos de civilización” (Eco, 2011: 55). Pero la matriz colonial no es sólo de carácter político, ideológico y económico, sino también profundamente cultural. En este sentido, es necesario comprender el rol que *El Mercurio* juega con los otros actores -según el período- militares, políticos, religiosos católicos, empresarios, religiosos evangélicos, etc.; porque en la práctica se trata de un ejercicio permanente, sistemático, institucionalizado y vigente del poder: “El colonialismo es también un proyecto cultural donde el conocimiento habilitado por la conquista o producido por ésta, contribuye a la formación y renovación de relaciones de control y subordinación social.” (Nahuelpán, 2013, p. 76). Sobre esta compleja matriz debemos seguir trabajando.

- b. Cambios en la imagen del mapuche.** Por otra parte, si consideramos los aspectos semánticos de los discursos y la forma de abordar lo que hasta ahora se ha llamado “conflicto mapuche”, podemos evidenciar que el periódico *El Mercurio* ha tenido cambios; especialmente expresados en una moderación del lenguaje, asociado ésta evidentemente al cambio del contexto normativo, por ejemplo sobre los derechos humanos de las minorías.
- c. Atributos asignados y su nominalización.** La moderación en los atributos asignados que observamos en los últimos años, coincide con los avances más globales hacia una sociedad con un aparato institucional más sólido en relación a la defensa de los derechos humanos. Sin embargo, las cualidades con las que históricamente se ha homogenizado a los indígenas mapuches, desde el diario *El Mercurio*, se caracterizan por su sesgo negativo y por las generalizaciones que las sustentan; siendo más recurrentes que en el caso de otros actores, como los “colonos chilenos” o los representantes de las instituciones públicas; todo lo cual influye en la permanencia de ciertas percepciones y prejuicios.
- d. Relaciones entre los sujetos:** Aunque se observan estrategias orientadas a lograr que el pueblo mapuche se sienta incluido en el Chile actual, este antagonismo histórico que persiste inmutable a través de *El Mercurio* -como una de las expresiones vigentes de la matriz colonial- nos exige esfuerzos conjuntos para lograr la desconstrucción de los prejuicios y sesgos que se manifiestan en el lenguaje de la prensa dominante.

Este trabajo es financiado por el Proyecto CONICYT-Chile PIA/ANILLOS SOC180045; y es financiado por el Proyecto CONICYT-Chile FONDECYT 1150666.

Referencias bibliográficas

- Adoni, H. & Mane, S. (1984). Media and the social construction of reality. Toward an integration of theory and research. *Communication Research*, 11 (3), pp. 323-333.
- Agamben, G. (2011). “¿Qué es un dispositivo?”. *Sociológica*, 26 (73), pp. 249-264.
- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México DF: FCE.
- Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Bauman, Z. (2009). *La globalización. Consecuencias humanas*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Berger, P. y Luckmann, T. (2001). *La Construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Borrat, H. (2003). “El periódico, actor del sistema político”. *Revista Análisi: quedenrs de comunicación i cultura*, 12, pp.67-80.
- Baczko, B. (2005). *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Castoriadis, C. (2004). *Sujeto y verdad en el mundo histórico-social*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Chouliaraki, L. and Fairclough, N. (2001). *Discourse in Late Modernity. Rethinking Critical Discourse Analysis*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Cimad amore, A., Eversole, R. y Mcneish, J. (Coord.). (2006). *Pueblos indígenas y pobreza. Enfoques multidisciplinarios*. Buenos Aires: CLACSO
- Courtés, J. (1995). *Ánalisis semiótico del discurso. Del enunciado a la enunciación*. Madrid: Gredos.
- Curran, J. (2002). *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*. Barcelona: Editorial Hacer.
- Del Valle, C. (2018). La producción del enemigo íntimo en la industria cultural chilena: Crítica a la certeza moral, la razón neoliberal y la sujeción criminal. En Caldevilla, D. (Ed.) *Perfiles actuales en la información y en los informadores*. Madrid: Editorial TECNOS. pp. 51-68.
- Del Valle, C. (2017). La producción del ‘enemigo interno’ en la industria cultural en Chile: De la discriminación a la ‘sujeción criminal’. En García, M. y Maniglio, F. (Eds.). *Los Territorios Discursivos de América Latina. Interculturalidad, Comunicación e Identidad*, Quito: Ediciones CIESPAL. pp. 8-26.
- Del Valle, C. (2016). Genealogía crítica del conflicto entre el Estado de Chile y el Pueblo Mapuche a partir de las producciones discursivas de la prensa, las sentencias penales en los tribunales de la región de La Araucanía y otros relatos. Hacia una historiografía de la exclusión mediática y jurídico social. En Pinto, J. (Ed.) *Conflictos étnicos, sociales y económicos en la Araucanía, 1900-2014* (pp. 247-282). Santiago de Chile: Pehuén.

- Del Valle, C. (2005). Comunicación para la Participación: Discursos, Estructura de Medios y Acceso en las “Experiencias Participativas” (Gubernamentales y No Gubernamentales) de Chile, Tesis inédita de Doctorado, Departamento de Periodismo I, Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Eco, U. (2011). *Construir al enemigo y otros escritos*. Titivillus, epub.
- Jocelyn-Holt, A. (1986). “La idea de nación en el pensamiento liberal chileno del siglo XIX”. *Opciones*, 9.
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Edward Arnold
- Fairclough, N. y Wodak, R. (1997). Análisis crítico del discurso. En Van Dijk, Teun A. (Comp) (2008). *El discurso como interacción social. Estudios sobre el discurso II: Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.
- Ferguson, R. (2007). *Los medios bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa
- Giménez, G. (1989). *Poder, estado y discurso. Perspectivas sociológicas y semiológicas del discurso político-jurídico*. México: UNAM.
- González, P. (2006). *Sociología de la explotación*. Buenos Aires: CLACSO.
- Hall, S. (1981). La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico, en Curran, James et al (1981) *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Herrera, E., Sierra, F. y Del Valle, C. (2016). Hacia una Epistemología del Sur. *Decolonialidad del saber- poder informativo y nueva Comunicología Latinoamericana. Una lectura crítica de la mediación desde las culturas indígenas. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 131, pp. 77-105.
- Jäger, S. (2008). *Entre las Culturas: Caminos Fronterizos en el análisis del discurso. Discurso & Sociedad*. Münster: LIT
- Maldonado, C. (2014). Decolonialidad en las redes virtuales: El caso de Azkintuwe. Tesis inédita de Doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Marimán, P., Caniueo, J., Millalen y Levil, R. (2006). ¡Escucha Winka! Cuatro ensayos de historia nacional mapuche y en epílogo sobre el futuro. Santiago de Chile: LOM.
- Martin, J.R. and White, P.R.R. (2005). *The Language of Evaluation. Appraisal in English*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mignolo, W. (2007). El pensamiento decolonial: Desprendimiento y apertura. Un manifiesto. En Castro-Gómez, S. y Grosfoguel, R. *El giro decolonial: Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global* (pp. 25-46). Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Moreno, A. (2008). Modelos de integración y de marginación social en la prensa de masas: el Caso (1952-1976). *Mediaciones sociales*, 3, pp. 175-198.
- Nahuelpán, H. (2013). El lugar del “indio” en la investigación social. Reflexiones en torno a un debate político y epistémico aún pendiente. *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 24, pp. 71-91.

- Phillips, L y Jorgensen, M. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. London: Sage.
- Pintos, J. (2005). Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales. *Revista Utopía y Praxis Latinoamericana*, 10 (29), pp. 37 -65
- Pinto, J. (2014). Brotes de violencia en La Araucanía. Justicia e injusticia en el conflicto Estado-Pueblo Mapuche. *Espacio Regional*, 2, 11.
- Pinto, J. (2003). *La formación del Estado y la Nación y el Pueblo Mapuche*. Santiago: Dibam.
- Potter, J. (1998). *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social*. Barcelona: Paidós.
- Requeijo, P.; Sanz, C. y Del Valle, C. (2013). Propaganda norteamericana en la Primera Guerra Mundial: Simplificación y deformación a través del cartel. *Historia y Comunicación Social*, 18, pp. 31-42
- Rodrigo, M. (1996). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós
- Sagayo, S. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las Ciencias Sociales. *Revista de Epistemología de las Ciencias Sociales*, 49.
- Salazar, G. (2003). *Historia de la acumulación capitalista en Chile*. Santiago de Chile: LOM.
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso. *Cinta de Moebio*, 41, pp. 207-224.
- Van Dijk, T. (2011). *Sociedad y discurso. Cómo influyen los contextos sociales sobre el texto y la conversación*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. (2009). *Discurso y poder. Contribuciones a los estudios críticos del discurso*. Barcelona: GEDISA.
- Walsh, C. (2012). *Interculturalidad crítica y (de) colonialidad*. Quito: Editorial Abya Yala.
- Walsh, C. (2008). Interculturalidad, plurinacionalidad y decolonialidad: las insur- gencias político-epistémicas de refundar el Estado. *Tabula Rasa*, 9, pp. 131-152.
- Walsh, C. (2005). Interculturalidad, conocimientos y decolonialidad. *Signo y Pensamiento*. 26, vol. XXIV, pp. 39-50.
- Žižek, S. (1998). Multiculturalismo o la lógica cultural del capitalismo transna- cional, en F. Jameson y S. Žižek. *Estudios culturales. Reflexiones sobre el mul- ticulturalismo* (pp. 137-188). Barcelona: Paidós.

Ensayo

La Comunicación Domesticada. La perspectiva crítica en comunicación y las figuras de su declive

*Domesticated Communication. Critical Perspectives on Communication
and the Shapes of their Decline*

*A comunicação domesticada. A perspectiva crítica na comunicação e
as figuras de seu declínio*

Claudio SALINAS MUÑOZ

Universidad de Chile / claudiorsm@yahoo.com

Hans STANGE MARCUS

Universidad de Chile / hstangemarcus@yahoo.es

Carlos OSSANDÓN BULJÉVIC

Universidad de Chile / cob2002@u.uchile.cl

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 139, diciembre 2018 marzo 2019 (Sección Ensayo, pp. 271-291)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 27-12-2017 / Aprobado: 10-07-2018

Resumen

Este ensayo propone que las concepciones sobre ciencia que están en la base de las definiciones de la investigación en el campo de la comunicación no alcanzan a configurar un trasfondo epistemológico. Dicho de otro modo: es una idea de ciencia básicamente instrumental, que identifica ciencia con método, pero no construye debate epistemológico, puesto como está a organizar la administración de la producción científica de esta área del saber. Es en este contexto que el ensayo describe cuatro pérdidas que han afectado al campo de la comunicaciónn en América Latina durante los últimos treinta años: la pérdida de perspectiva histórica y epistemológica; de una comunidad de debate; de una dimensión referencial y de capacidad comprensiva de la realidad.

Palabras clave: comunicación; epistemología; ciencia; perspectiva crítica.

Abstract

This essay proposes that main conceptions about science, at the base of several definitions of research in communication, do not achieve a structured epistemological background. In other words: communication research manages basically instrumental ideas on science, which identify it with method, but does not construct an epistemological debate. Instead, the field organizes some concepts just to administrate scientific production of this area of knowledge. In this context, the essay describes four losses that have affected the knowledge of communication in Latin America during the last three decades: the loss of historical and epistemological frames; the loss of a community debate; the loss of referential dimensions and the loss of ability to understand social reality.

Keywords: communication; epistemology; science; critical approach..

Resumo

Este ensaio propõe que as concepções sobre ciência que estão na base das definições de pesquisa no campo da comunicação não conseguem configurar um fundo epistemológico. Em outras palavras: é uma ideia de ciência basicamente instrumental, que identifica a ciência com o método, mas não constrói um debate epistemológico, embora organiza a administração da produção científica dessa área de conhecimento. É neste contexto que o ensaio descreve quatro perdas que afetaram o campo da comunicação na América Latina nos últimos trinta anos: a perda da perspectiva histórica e epistemológica; de uma comunidade de debate; de uma dimensão referencial e de uma capacidade abrangente para interpretar a realidade.

Palavras-chave: comunicação; epistemologia; ciência; abordagem crítica.

Imaginar un lenguaje significa imaginar una forma de vida.

Ludwig Wittgenstein

(...) como lo había advertido Gramsci, ninguna ideología ni teoría adquiere su verdadero valor hasta que encuentra un partido, vale decir, una expresión organizacional-institucional.

Stuart Hall

1. Introducción

Es cada vez más común encontrar, en el ámbito de los estudios críticos de comunicación en América Latina, trabajos que recurren en su construcción teórica a autores como Foucault, Deleuze, Williams, Hall, Virno y otros de diversas indoles críticas, cuyos conceptos –referidos a procesos históricos, mentalidades o a cuestiones políticas– son “operativizados” mediante metodologías que provienen del campo del *framing*, del análisis de contenidos, de los estudios de *agenda-setting*, aplicados a casos pequeñísimos o a situaciones de estudio locales de los que poco conocemos sus contextos o antecedentes. La operativización de marcos teóricos filosófico-políticos, vertidos en esquemas metodológicos que oscilan entre las categorías analíticas del estudio del discurso y de la etnografía, omiten muchas veces el trasfondo de debate que les da pleno sentido en aras ya sea de abreviar la exposición para dejar lugar a la descripción de resultados, ya de simplificarla para corresponder las claves teóricas con las variables de análisis. Como sea, el problema no es abordar la comunicación desde una perspectiva político-filosófica, ni estudiar objetos empíricos desde métodos sociológicos.

El problema parece ser otro, justo en el cruce de ambas aproximaciones. En efecto, en trabajos anteriores (Salinas, Stange & Ossandón, 2015, 2015b) hemos señalado que la perspectiva crítica en la investigación en comunicación pagó el precio de su inscripción institucional en la forma de una desactivación política y una confusión epistemológica que redujo toda problematización teórica a las exigencias de una científicidad disciplinaria. En estos trabajos planteamos que el declive de las perspectivas críticas observado por diversos autores (Castro-Gómez, 2001; Reinoso, 2000; incluso el propio Martín-Barbero, 2002) refiere a un debilitamiento de su potencial político a causa de unos modos específicos de institucionalización en el campo académico latinoamericano.

Para corroborar estas observaciones, hemos revisado la evolución histórica de una serie de dimensiones representativas del trabajo de investigación, tal como se presentan en 36 ediciones de seis revistas señeras del campo, desde 1981 hasta 2013. Se trata de las revistas *Signo y pensamiento*, *Chasqui*, *Revista*

latinoamericana de comunicación, Diá-logos de la comunicación, Razón y palabra y Comunicación y medios. Otras revistas podrían también ser consideradas en la revisión, pero creemos contar con una muestra suficientemente significativa de algunas de las publicaciones con mayor trayectoria en el campo, y que experimentan su proceso de institucionalización¹.

En total, se examinaron 406 artículos publicados en dichas ediciones. Las dimensiones estudiadas fueron: los temas y objetos de estudio de cada artículo; los marcos espaciales y temporales en que se inscriben los textos; las filiaciones institucionales y procedencias disciplinarias de los investigadores; las referencias bibliográficas; las aproximaciones metodológicas y, por último, los formatos discursivos de los textos. En un segundo momento, se seleccionaron 17 de estos artículos (aquellos cuyo tema era la historia, la metodología o las bases epistémicas de la comunicación) para un examen más profundo de las dimensiones “metatextuales” del campo.

2. Un recorrido por las prácticas de investigación en comunicación

Los estudios críticos en comunicación tienen antecedentes muy importantes en la década del setenta, principalmente en lo que respecta al estudio ideológico de los mensajes comunicacionales, la crítica a los enfoques de la *Mass Communication Research* y las preocupaciones por la concentración de propiedad de los medios (Beltrán, 2000; Mattelart, 1970).

Esta perspectiva se refleja en los artículos publicados por lo menos hasta la primera mitad de la década del ochenta. Los principales temas tratados en ellos son el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (17,6%), las políticas nacionales de comunicación (9,8%), el estatuto científico de la comunicación (7,8%), y las nuevas tecnologías (7,8%). De manera consistente, las referencias de los artículos son principalmente hacia el Informe McBride, Luis González Motta, Abraham Moles, Mario Kaplún, Paul Lazarsfeld, Eliseo Verón, Marshall McLuhan, UNESCO, Antonio Pasquali y David Berlo. Tanto los temas como las referencias tratadas indican una preocupación política en la constitución del campo, así como un interés por reflexionar críticamente el estatuto y validez científicos de las investigaciones, a pesar de que dicho carácter es más deseado que real: en efecto, el 21,5% de los trabajos del periodo no presentan metodologías explícitas y el 29,4% ofrece enfoques que combinan métodos «patentados» por la *Mass Communication Research*, con aproximaciones propias del marxismo (una especie de «cientificismo de izquierda» propia del marxismo estructuralista). El 25,4% de los artículos estudiados ofrece méto-

1 Alguien podrá preguntar: ¿por qué no revisar libros o actas de congresos? ¿Por qué solo revistas? La respuesta sería: porque para reconstruir series históricas de las prácticas científicas del campo, las revistas ofrecen el material más persistente a lo largo de los últimos treinta años.

dos empíricos o basados en estadísticas económicas y casi no hay trabajos que estudien discursos o representaciones. Sin embargo, el formato de los textos es principalmente el ensayo teórico (68,6%), lo que evidencia que es el interés por la discusión teórico-política la que conduce los objetivos de estos trabajos. Esto lo sabemos porque más de la mitad de los artículos aluden directamente a las condiciones presentes de sus objetos de investigación –sobre todo los que refieren a las políticas nacionales de comunicación en algún grado– y un tercio de ellos enmarca los alcances de sus proposiciones en el ámbito regional latinoamericano de forma explícita (otro tercio coloca sus resultados en un ámbito de discusión mundial, sobre todo al referirse a las “asimetrías comunicacionales Norte-Sur”).

Es importante notar al menos dos rasgos característicos de las revistas publicadas en estos años. Primero, su interés por incidir en los debates contingentes las llevan a abrir sus páginas a congresistas, políticos en ejercicio, autoridades de gobierno, periodistas de medios masivos, etc., quienes evidentemente están por fuera de lo que podríamos entender como campo académico de las comunicaciones (esto es particularmente notorio en las ediciones de la revista *Chasqui*, editada por CIESPAL). Segundo, es explícita la necesidad de definir dicho campo académico, lo que motiva la publicación de no pocos artículos acerca de la pertinencia de diferentes metodologías, la organización curricular de la enseñanza universitaria, la consolidación de agendas de investigación y el rol social del comunicador como “científico”. Es patente este esfuerzo en el número 3 (1983) de la revista *Signo y pensamiento*, editada por la Universidad Javeriana de Bogotá, cuyo monográfico se titula «Investigación es la consigna».

La década siguiente (1985-1995) asistirá a un desplazamiento del análisis comunicacional desde los métodos empíricos hacia los métodos discursivos. Bajo la impronta de Gramsci y del redescubrimiento del factor *cultural* gracias a los impulsos de los *cultural studies* de raíz anglosajona, los estudios en comunicación abren importantes nuevos derroteros para la investigación: se enfatiza más en las *mediaciones culturales* que en los medios, se busca conectar y no separar la cultura de masas de las culturas populares (Martín-Barbero, 1987).

Los principales temas abordados son las audiencias y los estudios de recepción (20,5%), el estatuto disciplinario de la comunicación (17,6%), el rol de los medios en los regímenes democráticos (14,7%), los estudios sobre campañas y marketing político (11,8%) y la cultura popular (8,8%). Las principales referencias citadas en esta década son: Jesús Martín Barbero (referido por la mitad de los artículos, al menos), Armand Mattelart, José Joaquín Brunner, Jean-François Lyotard, Jürgen Habermas, Mauro Wolf, Jean Baudrillard, Stuart Hall, Norbert Lechner y Raymond Williams. Es evidente la fuerza con que aparecen autores de los *Cultural Studies* junto con la ostensible disminución de referencias provenientes de corrientes como la “comunicación administrativa” o de la primera época crítica, con la excepción de Armand Mattelart.

Otro cambio interesante es que la totalidad de los autores de esta década realiza trabajos de investigación en universidades o instituciones privadas, por lo que desaparecen de escena los autores provenientes del mundo político o directamente de los medios de comunicación. Esto guarda relación con el cambio de los marcos espacio-temporales en los que se desenvuelven los textos: la perspectiva histórica se vuelve predominante en el tratamiento de los temas y problemas a investigar, por sobre una visión contingente o coyuntural de los mismos.

Casi el 90% de los textos tiene la forma de un ensayo teórico, relegando los informes de investigación a menos del 10% de los trabajos. Esto es indicativo, como ya insinuamos, de la importancia que se da a la discusión con marcos teóricos por sobre la discusión técnica de resultados. En este sentido, es interesante notar tanto la dispersión disciplinaria de los autores (que provienen de la comunicación, el periodismo, la literatura, la sociología, la lingüística y la antropología, fundamentalmente; ya no del derecho, la psicología o la economía, como en el periodo anterior) como la mixtura metodológica que los artículos presentan, en la cual es más común percibir trabajos que recurren a los estudios de discurso en combinación con algún otro método (como la etnografía o el estudio histórico) que textos asentados en métodos empíricos o de economía política.

La introducción de los Estudios Culturales determinará el carácter de la investigación comunicacional en perspectiva crítica durante toda la siguiente década, pero no logrará desplazar completamente una perspectiva científica empírica que será cultivada con regularidad en la academia. El número 29 de *Diá-logos*, por ejemplo, bajo el monográfico “Procesos políticos, elecciones y comunicación en América Latina” (1991), presenta un destacable número de artículos asentados en una aproximación empírico-funcionalista. Como si al preguntar por asuntos como los procesos electorales nos viéramos compelidos a reponer la centralidad del medio y de las preguntas por los efectos y las conductas. De esta forma, conviven en la práctica académica modos de investigación estabilizados en dos matrices bien diferenciadas. Para ciertos temas: enfoques culturalistas; para otros: empíricos y experimentales. La tendencia se repite en el número 42, dedicado a “Procesos políticos y comunicación” (1995). Frente al problema de lo político, aparecen claramente dos tradiciones paralelas que no dialogan: se toma partido por una o por otra.

El resultado de esto será que, hacia mediados de los años noventa, existirán dos tradiciones científicas simultáneas para el mismo problema. La diferencia entre ambas tradiciones no será nítida ni se establecerá de manera institucional, pero bastará con revisar el vocabulario de los artículos, sus marcos teóricos o las referencias convocadas para reconocer el lugar epistemológico desde el cual hablan los autores.

El campo académico de la investigación parece haber adoptado en este periodo dos concepciones diferentes y mutuamente excluyentes sobre la comunicación: por una parte, entendiéndola como objeto de un marco científico funcionalista particular, basado en los métodos de las ciencias sociales y centrado

en el estudio de los medios; y, por otra parte, comprendiéndolo como un problema cultural y político central en las formación de las prácticas e identidades sociales contemporáneas, sustentado más en los estudios de discurso y de las prácticas ligadas a él.

La segunda mitad de la década de los noventa presenta un nudo de dos fenómenos indisociables: la instalación definitiva de la comunicación como área disciplinaria en las universidades latinoamericanas (véase Sosa, 2000), con la consiguiente institucionalización de la perspectiva crítica culturalista y de la perspectiva empírico-funcionalista, muchas veces sin una nítida diferenciación, a pesar de sus evidentes exclusiones epistemológicas.

El periodo 1996-2001 verá casi duplicado el promedio de artículos publicados en cada revista respecto del periodo anterior (de 7 en 1986-1995 a 11 en este periodo). Esto supondrá una dispersión y fragmentación de los temas trabajados, así como de las referencias bibliográficas utilizadas. Muchos de los temas están, en principio, dentro de la órbita de los intereses de la comunicación en perspectiva crítica, pero, como veremos más adelante, su tratamiento en la práctica se orienta hacia el estudio empírico: la relación medios-democracia (16,2%), los regímenes democráticos (9,5%), la libertad de expresión (9,5%), televisión (9,5%), radio (8,1%), globalización (8,1%), NTIC (8,1%), la violencia y el delito (8,1%) y el neoliberalismo (6,7%). Si bien las principales referencias son todavía Néstor García Canclini, Jesús Martín-Barbero, Armand Mattelart y Guillermo Orozco, el peso relativo de estos autores disminuye respecto del periodo anterior y el campo se abre a autores que provienen de campos tales como la ciencia política, el análisis tecnológico y los estudios sobre efectos mediáticos de alcance medio: Pierre Bourdieu, Manuel Castells, UNESCO, Dominique Wolton, Robert Dahl y José Luis Piñuel. Resulta evidente el eclecticismo de las referencias, del mismo modo que es notorio, tanto en los temas como en los autores citados, el reposicionamiento de los medios como preocupación central en el estudio de la comunicación.

Disminuye ostensiblemente el número de textos que transcriben entrevisas, discursos o ponencias, al tiempo que aumenta la modalidad de “informe de investigación”, con su clásica estructura introducción-resultados-discusión-conclusiones. El ensayo seguirá siendo la modalidad textual mayoritaria del periodo (66%), pero no se trata de un ensayo en el que se presenten reflexiones o discusiones teóricas, sino de un tipo de “ensayo académico” con carácter híbrido, a medias entre el típico *paper* anglosajón y la tesis de grado universitaria. Un tercio de los textos exhibe el empleo de métodos empíricos o de análisis económico y estadístico, y otro tercio emplea métodos mixtos entre estas mismas aproximaciones y métodos discursivos. Estos últimos forman el último tercio de los métodos empleados, lo que evidencia el declive del “giro discursivo” en las prácticas de investigación del periodo.

Estos fenómenos no solo reafirman la percepción de que el campo de estudios que se institucionaliza en las universidades modela un cariz doble –el estu-

dio de los medios desde una perspectiva empírica y el estudio de los discursos desde una perspectiva crítica, un modelo de comunicación de las ciencias sociales y otro de las humanidades- sino que también advierte que ambas concepciones sobre la comunicación van progresivamente borroneando sus límites y confundiéndose al interior de una sola y misma práctica “disciplinaria”, cuya identidad no es otra que la de las instituciones universitarias que la alojan. Esto es otra forma de decir que la práctica de los investigadores comienza a uniformarse, con consecuencias en la estandarización de los modos textuales, como ya vimos, y que podría también verificarse en la concentración de las formaciones disciplinarias de los propios investigadores, que provienen cada vez más de los programas de pregrado y postgrado de comunicación (administrados por los nuevos departamentos y facultades latinoamericanos, o de las academias españolas o estadounidenses) y cada vez menos de campos como la literatura, la filosofía, la historia –todas humanidades.

Del mismo modo que las disciplinas y formatos textuales se homogenizan, el alcance de los resultados de las investigaciones se concentra también en ámbitos bien específicos: los textos se orientan preferentemente a la intervención en debates contingentes y nacionales (por ejemplo, al hablar de telecomunicaciones, campañas públicas o legislaciones de prensa) y pierden presencia los debates regionales latinoamericanos y los trabajos de perspectiva histórica, que sin dejar de ser significativos, ya no son la tendencia predominante.

El fin de la década de los noventa encuentra a la comunicación como un campo instalado en los departamentos universitarios y modelado de acuerdo a sus exigencias institucionales: con mayor producción académica, más uniforme, pero cuyos resultados tienen alcances limitados preferentemente a las coyunturas nacionales y cuyas preguntas han vuelto a mirar, como objeto particular, a los medios masivos de comunicación. En este contexto, la literatura crítica se ha transformado en el “marco teórico” de unas investigaciones generalmente conducidas por métodos cuantitativos o funcionalistas.

Durante los últimos años conviven en la academia preocupaciones redivivas por la relación entre cultura y comunicación con retornados intereses por los medios y las tecnologías²; se acude a literatura sociológica e histórica junto a revisitaciones a los autores de la teoría de los efectos;³ se consolidan los métodos discursivos, pero mixturados con enfoques cuantitativos;⁴ en definitiva, convi-

2 Los principales temas estudiados en el periodo 2001-2013 son: medios masivos (13,3%), casos de discurso mediático (11%), estatuto científico de la comunicación (8,3%), periodismo (7,5%), NTIC (6,7%), democracia (5,8%) y espacio público (5,8%).

3 En un ámbito general, los principales autores referidos en el periodo son: Jesús Martín-Barbero, Jürgen Habermas, Néstor García Canclini, Manuel Castells, Michel Foucault, Roland Barthes, Pierre Bourdieu, Guillermo Orozco, Zygmunt Bauman y Raúl Fuentes. La literatura referida en este periodo es casi el doble de la de períodos anteriores, lo que reduce el valor específico de cada autor y desdibuja la percepción de corrientes y tradiciones.

4 Un tercio de los artículos recurre a métodos mixtos, principalmente entre distintos tipos de análisis discursivo o discursivo con base experimental y métodos experimentales con etnográficos; un quinto de los estudios recurre a métodos experimentales cuantitativos y el resto de los trabajos acude a diversos métodos, como el análisis histórico, análisis crítico del discurso, análisis retórico, etnografía, análisis estadístico o de contenido.

ven sin diferenciación las dos concepciones de comunicación antes descritas. El rasgo más importante del periodo, sin embargo, es su ingente producción: desde 2002 se publica casi el doble de artículos que en el lustro anterior y casi cuatro veces más que a comienzos de los noventa. Esta enorme producción es también más uniforme, y los formatos, estilos y parámetros de la investigación se homogenizan. Escribimos más, pero de manera menos variada. Tal uniformidad parece explicarse por la homogenización de los modos textuales (con la consolidación del “ensayo académico”, que es esencialmente una mini-tesis de siete mil palabras) y de las formaciones disciplinarias. El carácter del campo de estudios académico, ecléctico a la vez que uniforme, se expresa en su falta de orientación política: los estudios apuntan por partes iguales a intervenir en la contingencia o a mirar con distancia histórica, y la mitad de los textos no tiene una clara vocación local, nacional o latinoamericana. Las líneas editoriales de los números monográficos se fragmentan y pierden organicidad.

La percepción de este conjunto es que las perspectivas críticas no desaparecen pero pierden fuerza: compelidas por las agendas institucionales y las políticas universitarias, pierden autonomía en la definición de sus objetos y formulación de sus tesis; sometidas a una relación problema-marco teórico-método demasiado estructurada y escolar, las investigaciones simplifican las discusiones teóricas y las complejidades conceptuales a versiones posibles de categorizar de manera positiva.

La confusión entre perspectivas epistemológicas y las discrepancias entre teoría y práctica investigativa habrían sido “resueltas” apelando a la identidad que le otorga al campo su inscripción institucional, la que se funda en una narrativa histórica unificante (en la que la perspectiva crítica y el momento culturalista son una fase o etapa de una secuencia de perspectivas teóricas) y en la apelación sin más a la naturaleza científica del campo.

Un primer rasgo de esta apelación científica es la referencia a la historia del campo académico de la comunicación. A lo largo de los artículos examinados, diversos autores revisan la historia de las investigaciones en comunicación como una historia de fases, etapas e hitos, en los cuales la aparición de la perspectiva crítica bien significa nada más que otra etapa o fase de esta historia, bien la realización de una especie de conciencia que da forma y madurez epistémica a esta disciplina.

En el relato sobre las etapas de la historia de la comunicación en nuestra región, la crítica aparece una y otra vez como una perspectiva dentro de un marco teórico mayor. Se diferencia de otras perspectivas por el carácter reflexivo de su análisis, por la menor facticidad de sus objetos o por el sentido contextual de sus preguntas, pero no constituye ella misma una *episteme* sino, por el contrario, alimenta otro nivel más profundo de legitimación de las prácticas investigativas. Nos referimos al esfuerzo persistente por vincular y validar los estudios en comunicación en su correspondencia con la “ciencia” o con las “prácticas científicas” y, en particular, con las “ciencias sociales” en primer

lugar y las “humanidades” en segundo lugar. Los artículos revisados dan cuenta de este razonamiento de manera constante a lo largo de las diversas décadas comprendidas en nuestro examen. La legitimidad del saber producido por la investigación crítica es su validación científica y, por supuesto, esta validación se juega también en el campo institucional en el cual ciertas prácticas de investigación –reiteramos– son tenidas por “válidas” en tanto que “científicas”.

Podríamos pensar entonces que el esfuerzo epistémico más consistente no ha sido el de establecer congruencias entre paradigmas teóricos sobre la comunicación y ciertas prácticas de estudio que le serían propias, sino el de justificar el carácter científico de la investigación en comunicación por medio de la verificación de sus marcos y métodos como propios de las ciencias sociales.

3. La administración política del saber comunicacional

La consigna instalada es: *la comunicación debe ser ciencia o, al menos, parecerlo*. Este es el predicamento que explicaría que tradiciones teóricas críticas provenientes de las humanidades y las ciencias sociales, de carácter difícilmente “disciplinaria”, sean reducidas a una caja de herramientas dentro de una fórmula metodológica que no produce conceptos ni problemas con cierto grado de universalidad, sino resultados e indicadores. Operaciones como las que describimos nos llevan a preguntar si los “marcos” utilizados no son más “referenciales” que “conceptuales” (Vidales, 2015, p. 30) o hasta qué punto estos logran ser la articulación de los factores teóricos involucrados, tanto en la mirada que recae sobre los objetos, como sobre la propia complejidad de este.

Lo que decimos no tiene, sin embargo, solo relevancia en el ámbito de las prácticas de investigación. La distinción y entremezcla que destacamos más arriba es, al mismo tiempo, la expresión de una ostensible inconsistencia epistemológica, no sin consecuencias para el “campo” de la comunicación en América Latina. Nos referimos no solamente a un concepto empobrecido de la política que separa artificialmente la comunicación de las prácticas discursivas, más aún de las tenidas por “científicas” –mote que, por su parte, cae también en un detrimento teórico, toda vez que lo científico es por sí mismo objeto de un intenso debate epistémico y metodológico sensible en muchas disciplinas– sino sobre todo o más particularmente a la pervivencia, en el seno mismo de estos estudios, de dos enfoques en principio distintos e incluso en disputa: el empírico-funcionalista y el crítico-culturalista, que, sin embargo, aparecen tramados en una misma práctica investigativa sin ningún fundamento que sostenga esta imbricación, no contando con una explicación que le de coherencia epistemológica. La tensión indicada puede entenderse en el seno de las exigencias que se harán sentir a partir de la década del 90 sobre la comunicación, concebida ahora como área disciplinaria en las universidades latinoamericanas (Sosa, 2000). Asistimos así a otra curiosa paradoja: la inconsistencia epistemológica señalada

se da en un contexto de bastante consistencia o coherencia institucional. Los requerimientos de validación o normalización de los estudios en comunicación adquirirán un peso o una relevancia institucional y personal que se impondrá por sobre cualquier disputa por el sentido de estos estudios. Es esta sobreeterminación la que actuará como una *política de investigación* cuya pujanza y poderío nosotros no vamos ciertamente a desconocer.

Lo que se constata, en el fondo, es que el arrimo a la matriz histórica moderna de ciencia se reduce más bien, como ya hemos insinuado, a un conjunto de procedimientos estandarizados, en cuyo caso es la mayor o menor experticia en su manejo o aplicación lo que define el grado de “cientificidad” de las prácticas de investigación. Estas prácticas, si bien están en condiciones de resolver la organización de sus objetos de investigación, se hallan por otra parte menos dotadas para advertir el tipo específico de “racionalidad científica” que la sustenta (hay más de una): su historicidad y su diversidad, así como sus rendimientos, límites o superaciones posibles (Pérez Soto, 2012, p.19).

Esta carencia de reflexión histórica y epistemológica, indispensable para que el campo de la comunicación se mantenga vivo, “no es exclusiva –nos recuerdan Lydia Sánchez y Manuel Campos– de la teoría de la comunicación, sino que es extensible a ciertas variedades de ciencias humanas y sociales en general. Creemos, no obstante, que en el caso de la comunicación es más que evidente” (2009, p. 7), cuestión que se hace notoria, añadimos nosotros, a la luz de su historia más reciente.

Conducidos por unos inescapables procesos de institucionalización y de burocratización, las actuales prácticas de investigación en comunicación –nos referimos, como es evidente, a aquellas que buscan reconocerse en las tradiciones críticas– se han venido desenvolviendo en una escena que establece un nítido contraste con la que se dio en las décadas anteriores. El carácter “científico” de la comunicación parece reflejarse más en las rutinas de proyectos y formularios, en las normas de publicación indexada, en las tasas de citación e impacto, es decir, en los protocolos de administración de la productividad de los investigadores, antes que en la problematización teórica o política o en la discusión acerca de la pertinencia metodológica de los trabajos en perspectiva “crítica”. Volcados, así, los investigadores a la gestión de sus propios proyectos o al desarrollo de aquellos que han caído más bien en sus manos, estas prácticas están en la actualidad afectadas por cuatro pérdidas o carencias que darían cuenta de un déficit teórico de la perspectiva crítica y su subsunción en un régimen productivo institucional. Son ellas la que le dan cuerpo o visibilidad a lo que hemos creído percibir como el *declive* de los estudios críticos en comunicación.

3.1. La pérdida de perspectiva histórica y epistemológica

Los estudios en comunicación han venido instalando una nueva/antigua matriz desde la cual el “campo” de la comunicación se ha podido proyectar. Se trata, de-

cíamos, de aquella matriz que en un sentido genérico podemos calificar de *moderna* (Mattelart, 2002) y que, en este caso, se expresa en un esfuerzo persistente por vincular y validar los estudios en comunicación en su correspondencia con la “ciencia” o con las “prácticas científicas”. Una matriz que si bien no permite validar directamente las inconsistencias señaladas, entre otras razones porque no siempre las reconoce como tales, puede al menos desarrollar una retórica que, desde su propia autonomía enunciativa, evite la marginalización institucional o universitaria.

Como es de esperar, el arrimo a la matriz moderna es de dulce y agraz. Uno de los rasgos importantes de esta matriz es su sensibilidad histórica. Esta sensibilidad que trae en sus entrañas –podríamos decir– una perspectiva crítica o de revisión de lo realizado, de sus fases y cambios, es posible comprobarla en no pocos autores y artículos de las revistas que hemos consultado (Salinas, Stange & Ossandón, 2015, 2015b). Del mismo modo, y formando parte de la misma matriz (particularmente dispuesta, como se sabe, desde Descartes en adelante, a la consideración de los problemas del conocimiento), hay que reconocer la presencia en distintos períodos de artículos de corte epistemológico que revisan el estado de la investigación en comunicación en América Latina. Artículos tales como “¿Hacia dónde va la investigación en comunicación?” de Valery Pisarek (1989) o “Desafíos de la investigación en comunicación” de Rafael Roncagliolo (1989) o el más reciente de Juan Carlos Arias y Sergio Roncallo (2012), son solo una pequeñísima muestra de lo que decimos.

No deja de ser curioso, sin embargo, que los recuentos históricos o revisiones del estado del “campo” y de la investigación, así como las problematizaciones epistemológicas, operen de un modo paralelo o no tengan una incidencia mayor en una muy considerable cantidad de estudios que, aun bastante advertidos de la necesidad de reconstituir los debates o las distintas aproximaciones del problema específico o circunscrito que se investiga, no se sienten mayormente concernidos por los modos como se ha venido configurando el “campo” en un plano más global o constituyente. En estos estudios, los “problemas” examinados o su “estado del arte” no se conciben formando parte de unos giros, de unas inflexiones o de unos debates capaces de comprometer los grandes ejes de un “campo” cuya dispersión no se riñe con su creciente homogenización. Estos estudios están más interesados en agotar la bibliografía directamente pertinente al objeto elegido que en discutir o remover lugares o modalidades de enunciación más generales, fundantes o institucionales⁵, cuestión que tiene como una de sus consecuencias la atomización y deshistorización (ver Carlos Vidales, 2015) que

5 Para M. I. Vassallo de Lopes y R. Fuentes, la reflexión en el campo de la comunicación sobre el factor institucional es más bien pobre. Dicen: “Es fácil constatar el reducido interés en cómo se institucionalizan los estudios de comunicación en nuestros países. Pero también lo es verificar la ausencia de reflexión acerca de los mecanismos y procesos institucionales dentro de los proyectos de investigación, a comenzar por la reflexión sobre la propia elección de un objeto de estudio que, como bien se sabe, está condicionada por los no poco visibles mecanismos de fomento a la ‘investigación inducida’” (2001, p. 9).

se aprecia en este campo del saber. Como si se hubiese perdido la costumbre de pensar “en contra de” en aquellos aspectos donde se juega la racionalidad o el sentido de lo que se hace. Como si la ideología implícita fuese “cada cual a lo suyo”, que lo que se haga esté “bien hecho” y ojalá “sirva”.

Sin una perspectiva histórica del campo, sin la obligación de remover tradiciones o formas de investigar más constituyentes u organizadoras, los estudios actuales en comunicación, incorporando el carácter crítico de sus “marcos teóricos”, son fácil presa de los indicadores propios de las revistas de “corriente principal”. Y esto en desmedro de la importancia estratégica y política que tiene hoy la comunicación, ya suficientemente advertida por varios investigadores, y de la impronta de suyo crítica que tiene la matriz en la cual descansan los estudios en comunicación.

Es claro que la situación que describimos no atañe tan solo a América Latina. Bryant y Miron (2004), en su revisión longitudinal de 135 ediciones de las tres más antiguas revistas de comunicación estadounidenses, publicadas entre 1956 y 2000, constatan que los artículos allí presentados aluden a más de 600 teorías de la comunicación diferentes (entendiendo por teoría: hipótesis, supuestos y explicaciones acerca de los fenómenos abordados). Del mismo modo, constatan que sólo el 26% de las referencias se utilizan para construir marcos teóricos y apenas el 3% para sustentar proposiciones interpretativas, mientras que el 48% son meras referencias. En sus conclusiones, indican que tanta producción académica no ha tenido como resultado un mayor conocimiento del fenómeno ni ha permitido desarrollar mayores capacidades teóricas para explicar, comprender o predecir la realidad.

Por otra parte, y haciendo valer unas distinciones que son pertinentes para el presente artículo, Miquel De Moragas, señala:

En 1959, Bernard Berelson, entonces profesor de la Universidad de Chicago y colaborador de Lazarsfeld, publicó un polémico y estimulante artículo con el título de “The State of Communication Research” (Berelson 1959) que se inicia con la provocativa frase de ‘My theme is that, as for communication research, the state is withering away’, que puede traducirse como ‘Mi propuesta es que, por lo que respecta a la investigación en comunicación, la situación es de decadencia’.

Wilbur Schramm, uno de los principales divulgadores y organizadores académicos de la investigación especializada en comunicación en Estados Unidos, replica que la *communication research* se encontraba en un momento de máximo desarrollo y esplendor (Schramm 1997). John Durham Peters (1986) al interpretar este debate señala que ambos autores se están refiriendo a cosas distintas. Berelson se refiere al estado intelectual del proceso, mientras que Schramm, que reivindica el status académico de los estudios de comunicación, se refiere más bien a su indiscutible éxito administrativo. Este debate es aún hoy plena-

mente vigente, entre un cierto triunfalismo por el incremento de las carreras de comunicación y la crítica por el escaso desarrollo intelectual de estos estudios.

John Durham Peters critica que se confunda la solidez intelectual (frutos teóricos) con la vitalidad institucional, el poder institucional académico con la competencia científica, e ironiza sobre la insistencia de Schramm en referirse a los *forefathers* utilizando los mismos esquemas de quienes se refieren a los padres fundadores de la nación para defender y delimitar sus territorios (Peters 1986: 537)". (2011, p. 62-63)

3.2. La pérdida de la comunidad discutidora

Liberados del objetivo de mantener viva una comunidad discutidora o interpeladora, los esfuerzos en comunicación, por loables que sean, por bien formulados que estén los proyectos, ya no se reconocen –al menos no recurrentemente– en espacios culturales, históricos o epistemológicos más amplios. Es lo que hace que sea cada vez más difícil toparse con demarcaciones que pongan *de otro modo* los mismos objetos. Tal como en su momento se repuso el interés por las “industrias culturales” y sus “mediaciones”, en lugar de la atención exclusiva que se prestaba a los medios, entendidos como un factor exterior a los procesos de construcción o reconocimiento simbólico. Esto a través de una operación teórico-política que permitió a Jesús Martín-Barbero trazar un importante (e injusto, diríamos hoy) contraste entre Adorno y Benjamin, diferenciando la intransigencia ante el orden como propio del arte, la radical enemistad entre la “experiencia estética” y las “industrias culturales” en el primer caso, y las complejas o diversas relaciones que mantiene el público masivo con el arte post-aurático, en el segundo (ver Martín Barbero, 1987; Jimenez, 2001). Tal como se dio igualmente, por poner otros ejemplos, en la polémica entre Eliseo Verón y Armand Mattelart, entre “semiólogistas” y “sociólogos” (De Moragas, 1981, p. 261), bastante decisiva para el futuro del campo, sin olvidar la contundente crítica de este último a la *communication research* (Mattelart, 1970), igualmente importante tanto desde un punto de vista político como epistemológico.

No habría que entender los ejemplos mencionados como una expresión de nostalgia, como si “todo tiempo pasado fuese mejor”. No es la defensa de un tiempo ido lo que nos mueve, sino, antes bien, la posibilidad de entender mejor nuestro presente a partir de la manifestación de las diferencias que lo constituyen. No habría que creer igualmente que lo que se da es un contraste grueso entre un tiempo de polémicas y un tiempo que prescinde de ellas. Las polémicas no han desaparecido del campo de la comunicación y se han visto surgir algunas nuevas ya bastante alejadas de la “periodística”, como la que se da, por ejemplo, en torno a la relación entre comunicación e interculturalidad (*Comunicación y medios*, n. 21, 2010) o sobre las distintas acepciones de la video-política (Arancibia, 2006), polémicas éstas que, a diferencia de muchas otras, sí tienen en mente la configuración del “campo”. Sin embargo, esto último no es lo habi-

tual. Las polémicas, cuando las hay, suelen más bien circunscribirse al objeto analizado y no son, por lo mismo, suficientemente significativas para el curso del propio campo. Si bien no cabe, por otra parte, atribuir la pérdida que describimos a variables principalmente individuales, ya que lo que se aprecia es más bien estructural, es claro que las actuales investigaciones ya no parecen particularmente dispuestas a exhibir un talante similar al que se dio en un periodo donde el compromiso del investigador era más dilatado. Sin mayor incidencia en su propio “campo”, sin una comunidad a la cual interpelar, estas investigaciones suelen flotar en una cierta inercia y asepsia más pendiente de réditos propios que de intervenciones teórico-políticas. Aunque suene duro decirlo, participan así de unas racionalidades o “diagramas” de poder, según expresión de Gilles Deleuze (2015), cuya mantención necesita más de individuos disciplinadamente competitivos que de comunidades activas o interpeladoras.

La ausencia de comunidad discutidora no es un accidente más, afecta el “nervio” de los estudios en comunicación. Sin comunidad discutidora, volcados los investigadores a cuestiones de su incumbencia, no hay tampoco, en el corto o largo plazo, “campo” que resista.

Se ha señalado que esta pérdida no sería separable del desarrollo del capitalismo cognitivo, de las crecientes lógicas de producción de capital simbólico que someten al trabajo de investigación (así como al trabajo creativo) a unas dinámicas para las cuales la discusión es ociosa, es decir, poco rentable. Un tipo de investigación que no tiene relación entonces con “sentidos” (interpretar, comprender, imaginar) sino, antes bien, con “rendimientos” (controlar, aplicar, impactar) (Ossa, 2017).

La pérdida de la comunidad discutidora, unida a la inconsciencia sobre su falta, ha impedido a los investigadores la discusión sobre las distintas figuras que esta comunidad podría tomar. ¿Qué frutos podría dar, por ejemplo, una revisión de la idea de comunidad que propone Jean-Luc Nancy (2016), vale decir, una no formada en la unidad de un mito que anula las diferencias e impone un sentido, sino en su capacidad de articular singularidades y dar cauce y significación a los conflictos? ¿Una comunidad que, para el caso, no sea un conglomerado simple de investigadores reunidos bajo un concepto unitario y no problematizado de “ciencia”, sino de auténticos lectores-escritores que en su diversidad reconocen en la comunicación un campo de controversias propio? La falta de sensibilidad hacia este tema, que no es irrelevante para las prácticas mismas, y que se impone sin que los sujetos concernidos hayan sido actores activos en la configuración de su comunidad, impide abrir un tiempo distinto al de la aceleración y la hiper-actualización universitaria (Brower, 2015), una suerte de otro tiempo, más retraído y extendido a la vez, no disociado de la pregunta por la dirección que guía lo que se hace o proyecta y que pueda, por ejemplo, contraponer la imagen de la atomización de la producción científica actual (cada investigador o cada

grupo es un “emprededor” individual, una *pyme*⁶ del conocimiento, que compite con los demás por fondos y reconocimientos en el “mercado científico”) con la imagen de la constelación benjamíniana: un campo dibujado con cierto desorden, pero según patrones claros, en los que núcleos fuertes atraen en torno suyo autores, debates, conceptos, que movilizan la producción; un campo de fuerzas que produce en primer término sentidos, no rendimientos, cuya estructura no es el resultado de un ordenamiento administrativo, sino que es la expresión de la potencia de ciertos objetos, debates y conceptos, que varían según el momento histórico y la necesidad social (Benjamin, 2005).

3.3. La pérdida de la dimensión grupal y referencial

Hoy parece ser cada vez menos corriente enfrentarse a emplazamientos que hagan gala de su dimensión grupal, declarativa o testimonial. Las revistas de comunicación son cada vez más, aunque no sin dejar de reconocer ciertas resistencias o coherencias, espacios sin grandes convicciones, básicamente repositorios de “buenos” artículos. En el contexto de la dispersión, deshistorización o atomización señaladas, es cada vez más difícil precisar referentes teóricos más o menos singulares, debates, perfiles o nuevas inflexiones epistemológicas.

La desaparición de las revistas *Punto de vista* de Argentina el 2003 y, después de 18 años de existencia en Chile, el 2008, de la *Revista de Crítica Cultural*, son un síntoma de lo que decimos. La primera contó con la muy destacada animación de Beatriz Sarlo y Carlos Altamirano, cumplió un rol anticipador de los *estudios culturales* en América Latina y ofreció sus páginas a autores (Raymond Williams, H. R. Jauss, Eliseo Verón, Néstor García Canclini, Renato Ortiz, entre tantos otros) que serán importantes en no pocas definiciones en el campo de la cultura y también en el de la comunicación. La segunda, dirigida por Nelly Richard, publicó trabajos relevantes en temas de arte y política y estuvo particularmente atenta a los debates más actuales de la escena latinoamericana.

Los estudios en comunicación no son hoy, en rigor, mayormente distinguibles de otros estudios en ciencias sociales, y han dejado de ser un eje –proyectable en otros “campos”– la característica inter o transdisciplinaria que constituye una de sus más interesantes marcas diferenciadoras. Lo que ha sucedido es más bien lo contrario: “las disciplinas sociales –señala Erick Torrico (2010, p.14)– no reconocen a la comunicación en su peculiaridad e incluso varias de ellas la consideran un mero apéndice suyo”. La pérdida de la dimensión grupal y referencial es posible comprobarla también en los grandes centros de investigación en comunicación social que ya no tienen la nitidez o contundencia de antes.

En síntesis, los estudios en comunicación suelen operar como si no existieran huellas, en la ausencia de una comunidad histórica y dialogante, más allá

6 En Chile, el acrónimo *pyme* designa a la “pequeña y mediana empresa”, es decir, a los emprendimientos de negocios al margen de la acción de grandes corporaciones.

de una “experiencia común” (Giannini, 1978), plegándose sin mayor cuestionamiento al desarrollo de una disciplina, la de la comunicación, cuya separación o diferencia con otras disciplinas es más artificial que real.

3.4. La pérdida de capacidad comprensiva

Los estudios en comunicación “explican”, analizan objetos específicos, establecen recurrencias, demuestran sus hipótesis, pero han perdido su capacidad de “comprender”, interpretar o dar sentido a estos objetos dentro de marcos más amplios o comprensivos, precisamente. Si bien hay no pocas referencias en estos estudios a la nueva formación cultural que nos rige, a la economía neoliberal o al nuevo estadio del capitalismo hoy, estas son más bien generales y no suponen en la mayoría de los casos una imbricación más constituyente entre los objetos específicos que se analizan y los distintos rostros o sentidos de la época que vivimos. Se escapa así la racionalidad o la motivación profunda de los hechos que se estudian. Por otro lado, aunque en una dirección parecida, se constata igualmente un déficit de “comprensión” en el ámbito de la investigación misma, cuestión que no solo se refleja en el dominio de la comunicación. Quedan así abiertas o sin responder preguntas fundamentales, que afectan el “sentido” del quehacer. Preguntas tales como: ¿cuál es el horizonte ético-político que guía la investigación? ¿Por qué se investiga lo que se investiga? ¿Qué hay en el objeto escogido o en la perspectiva desarrollada que justifique los días o las noches empleadas?

En lugar de una asunción reflexiva, que implique un cierto riesgo ético-político para el investigador, los trabajos suelen validarse al interior de las relaciones o correspondencias lógicas comprometidas en la propia construcción de los proyectos de investigación. Incluyendo las buenas o “progresistas” intenciones, son las relaciones entre el “objeto”, el “marco teórico” y la “metodología”, el “metarelato” o la “narrativa” que guía buena parte de los estudios en comunicación. Escabullendo su dimensión “textual”, o no reconociendo la construcción discursiva que supone todo informe o *paper* (Sánchez, 2010; Santos, 2012; Ossandón, 2011), estos estudios están sobre todo interesados en construir un tipo de autoridad o de comunicación hacia dentro de la comunidad científica (Verón, 1999), cuestión de la que tampoco se salva el artículo que aquí redactamos.

La crítica en comunicación, sin dotes “comprensivas”, temerosa de una marginalidad que la acecha, disipa la tirantez –que si se dio en una cierta etapa de los *estudios culturales*– entre los sujetos y los objetos intervenientes en la praxis de conocimiento. Por aquí se filtra, qué duda cabe, una variable “ideológica”, incluso conductual (bastaría con consultar los manuales de “método científico”), que también a su modo construyen subjetividades, formas de ser, e incluso sentidos, que se validan más en la “corrección” o “buen uso” de las operaciones específicas que en las representaciones o intenciones de diverso orden que pueda tener el investigador o lo investigado. Los estudios críticos en

comunicación, una vez asegurado el carácter “científico” de sus investigaciones, disueltas por lo tanto las tensiones o incomodidades no compatibles con las exigencias de la academia, regresan así a una escena pre-crítica, no advertida de sí o de las condiciones constituyentes del conocimiento – desde un cierto ángulo anterior a Kant, se podría decir.

4. En los brazos de la academia globalizada como corolario de las cuatro pérdidas

La pérdida de perspectiva histórica y epistemológica, de la capacidad comprensiva, de la dimensión grupal o referencial, así como el fin de la comunidad discutidora, son el precio que han debido pagar los estudios críticos en comunicación para ser incorporados a los paradigmas hegemónicos.

Contando con la “ciencia” como regazo, y sobre todo con el apoyo de los métodos y técnicas de investigación usados principalmente por las ciencias sociales, estos estudios operan más de un modo normativo que reflexivo y son, en general, poco distintivos sus trasfondos epistemológicos. Las investigaciones suelen reducir las complejidades conceptuales a versiones posibles de categorizar de manera “positiva” o “factual”, como no parece haber mayor interés en la pregunta más compleja capaz de vincular ciertos paradigmas teóricos en comunicación con prácticas de estudio y objetos que les serían propios. En este específico terreno, parece evidente la escasez o inexistencia de “acontecimientos” (para usar libremente un concepto trabajado, entre otros, por Alain Badiou, 2003). En la revisión que hemos hecho no nos hemos topado, no al menos de un modo suficientemente nítido, con unas irrupciones o singularidades que, en la aplicación creadora de determinados paradigmas a realidades específicamente comunicacionales, sean capaces de desprenderse o esquivar lo que se ha venido haciendo normalmente, y que cuenten a su vez con la fuerza necesaria para afectar o cortar las propias coordenadas de validación y de conocimiento del campo mismo. Tal como se dio, por ejemplo, con distintos resultados y alcances, en el llamado “giro crítico” (Miquel de Moragas, 1981) de las décadas de 1970 y 1980, con la denuncia a la “influencia general de los modelos foráneos” en Luis Ramiro Beltrán (2000), o a la concentración de la propiedad de los medios masivos, o con la crítica a los rendimientos pretendidamente “científicos” o “neutrales” de la investigación estadounidense en comunicación social, o con la ampliación de lo ideológico en Eliseo Verón (1971) ya no asimilable tan solo al universo de las “representaciones” para reinstalarse como un espacio de “significación” en las complejas tramas y mecanismos de la comunicación, o con las no pocas traducciones o el impacto más allá de los círculos académicos de *Para leer al Pato Donald* de Ariel Dorfman y Armand Mattelart (1971).

Sin “acontecimientos” de este orden o envergadura, los estudios en comunicación pierden, desde la década del noventa en adelante, el potencial político,

crítico o disruptivo que se dejó ver en el contexto recién indicado, al formar ahora parte de unos muy poderosos procesos de cooptación o subsunción que no parecen detenerse ni ante la vida misma (Foucault, 1977). Ellos confirman así en lo esencial la distribución, relaciones o jerarquías, exclusiones e inclusiones, de los saberes en la administración del mundo.

Operando dentro de una matriz inequívocamente “moderna”, que se ajusta a los patrones, métodos y formas institucionalizadas, los estudios con vocación crítica se verán obligados a instrumentar su potencial político dentro de estas coordenadas. La peculiar combinación entre lo “crítico” y lo “positivo” es, así, la “treta”, quizás sin malicia ni ironía, que permite a estos estudios circular y validarse tanto ante sí mismos como ante una academia globalizada, incontroable, fría, que pondrá cada vez más pesadas exigencias (acreditaciones, modos particulares del decir, rechazo al ensayo, un cierto “régimen de verdad” y del “tiempo” de la investigación, etc.), comprometiendo e incluso entusiasmado a los propios investigadores en la validez “científica” de estas exigencias. Bajo estas compulsiones, hasta la pregunta por el “modo de exposición” (Benjamin, 1990), por las “poéticas” o por las distintas elecciones sígnicas o estilísticas intervenientes en cualquier trabajo creativo, le será negada a unos estudios que ya no se plantean la correlación entre la figura de sus discursos y la figura de la sociedad que se busca, tal como lo indica el primer epígrafe del presente ensayo.

Referencias bibliográficas

- Arias, J. C., & Roncallo, S. (2012). Reordenando la reflexión. De la epistemología a la política. Algunas preguntas sobre el campo de la comunicación. *Logos*, (21), 213-228.
- Arancibia, J. P. (2006). *Comunicación política. Fragmentos para una genealogía de la mediatisación en Chile*. Santiago de Chile: Arcis.
- Badiou, A. (2003). *El ser y el acontecimiento*. Buenos Aires: Manantial.
- Beltrán, L. (2000). *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica*. Bolivia: Plural Ediciones.
- Benjamin, W. (1990). *El origen del drama barroco alemán*. Madrid: Alfaguara.
- Benjamin, W. (2005). *Libro de los pasajes*. Madrid: Akal.
- Brower, J. (2015). Reflexiones en torno a la re-affirmación del sentido de la Universidad. *Estudios. Filosofía Práctica e Historia de las Ideas*, 16 (17), 33-42.
- Bryant, J. & Dorina, M. (2004). Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*, 54 (4), 662-704.
- Castro-Gómez, S. (2001). Apogeo y decadencia de la teoría tradicional. Una visión desde los interticios. Quito: I Encuentro Internacional sobre Estudios Culturales Latinoamericanos *Retos desde y sobre la región andina*. 13-15 de junio.
- Deleuze, G. (2015). *Foucault*. Buenos Aires: Paidós.

- Vassallo De Lopes, M. I. & Fuentes, R., comps. (2001). *Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. Ciudad de México: ITESO-U. Autónoma de Aguascalientes-U. de Colima-U. de Guadalajara.
- De Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación*. México: Gustavo Gili.
- De Moragas, M (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa.
- Dorfman, A. & Mattelart, A. (1971). *Para leer al Pato Donald*. Valparaíso: Ediciones Universitarias de Valparaíso.
- Foucault, M. (1977). *Historia de la sexualidad. La voluntad de saber*. 1. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Giannini, H. (1978). Experiencia y Filosofía (a propósito de la filosofía en Latinoamérica). *Revista de Filosofía*, Universidad de Chile, 1 (1), 25-32.
- Jimenez, M. (2001). *Theodor Adorno. Arte, ideología y teoría del arte*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Martín Barbero, J. (1978). *Comunicación masiva: discurso y poder*. col. Intiyán. Quito: Ed. Época-CIESPAL.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Ciudad de México: Gustavo Gili.
- Martín Barbero, J. (2002). *El oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Mattelart, A. (1970). Críticas a la Communication Research. *Cuadernos de la realidad nacional*, (3), 11-22.
- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.
- Nancy, J. L. (2016). *La comunidad revocada*. Buenos Aires: Mar Dulce.
- Ossa, C. (2017). *El ego explotado. Capitalismo cognitivo y precarización de la creatividad*. Santiago: Facultad de Artes de la U. de Chile.
- Ossandón, C. (2011). Investigación en Humanidades. Escrituras y protocolos. *Debates Críticos*, (2), 36-38.
- Pérez Soto, C. (2012). *Sobre un concepto histórico de ciencia. De la epistemología actual a la dialéctica*. Santiago de Chile: LOM eds.
- Pisarek, V. (1989). ¿Hacia dónde va la investigación?. *Chasqui*, (31), 43-50.
- Reynoso, C. (2000). *Apogeo y decadencia de los Estudios Culturales. Una visión antropológica*. Barcelona: Gedisa.
- Roncagliolo, R. (1989). Desafíos de la investigación. *Chasqui*, (31), 51-55.
- Salinas, C., Stange, H. & Ossandón, C. (2015). Sin armas para la crítica. El estancamiento de los estudios críticos en comunicación y los viejos debates teórico-epistemológicos. En *Comunicación política y democracia en América Latina. Juan Pablo Arancibia y Claudio Salinas*, eds. Quito: CIESPAL (pp. 37-58).
- Salinas, C., Stange, H. & Ossandón, C. (2015b). Dos conceptos de comunicación subyacentes a las prácticas de investigación en América Latina y la búsqueda de una nueva/antigua matriz teórico-política. Medellín: XV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social FELAFACS 2015 [Memorias]

- del encuentro] (pp. 114-126).
- Sánchez, C. (2010). Institucionalización de la filosofía: entre la reflexión y el conocimiento productivo. *Mapocho*, (67), 373-385.
- Sánchez, L. & Campos, M. (2009). La teoría de la comunicación: diversidad teórica y fundamentación epistemológica. *Diá-logos de la comunicación*, (78), 1-12.
- Santos, J. (2012). Tiranía del paper. Imposición institucional de un tipo de discurso. *Revista Chilena de Literatura*, (82), 197-217.
- Sosa, G. (2000). Hacia una configuración del ser y hacer del profesional de la comunicación, sus posibles escenarios de acción para el siglo XXI. *Razón y palabra*, (17), recuperado de [http://www.razonypalabra.org.mx/antiguos/n17/17_gsosa.html]
- Torrico, E. (2010). *Comunicación. De las matrices a los enfoques*. Quito: Ciespal.
- Verón, E. (1999). Entre la epistemología y la comunicación. *CIC*, (4), 149-155.
- Verón, E. (1969). Ideología y comunicación de masas. La semantización de la violencia política. En *Lenguaje y comunicación social* (pp. 133-191). Buenos Aires: Nueva Visión.
- Vidales González, C. (2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Guadalajara, (23), 11-43.

Identidades (re)territorializadas: reflexiones sobre los procesos de configuración identitaria afroecuatoriana en Quito

*(Re)territorialized Identities: reflections about processes
of Afro-Ecuadorian identity configuration in Quito*

*Identidades (re)territorializadas: reflexões sobre processos de
configuração identitária afro-equatoriana em Quito*

Bruno SANTOS NASCIMENTO DIAS

Universidad Andina Simón Bolívar, Brasil / bsndias@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 marzo 2019 (Sección Ensayo, pp. 293-310)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 03-10-2017 / Aprobado: 06-12-2017

Resumen

Los procesos de movilización interna hacia Quito, experimentados por la población afroecuatoriana proveniente sobre todo de la zona del Valle del Chota-Mira, al norte de Ecuador, llama la atención, entre otras cosas, por la prevalencia y relevancia del territorio ancestral como mediación sociocultural de las construcciones identitarias operadas en el contexto mediatizado de lo urbano. Así, partiendo de una perspectiva de la modernidad/colonialidad como punto de anclaje para pensar las relaciones sociales, culturales e históricas que, en Ecuador, asignan determinado lugar social a la población afrodescendiente, el presente trabajo propone reflexionar sobre la participación de las tecnologías de comunicación en los procesos de configuración de unas identidades afroecuatorianas (re)territorializadas, esto es, articulada entre la experiencia del espacio urbano y las memorias, afectos y sentidos del territorio ancestral.

Palabras clave: identidad afroecuatoriana, territorio, sentido, recepción.

Abstract

The processes of internal migration to Quito, experienced by the Afro-Ecuadorian population, come mainly from the Valle del Chota-Mira region in northern Ecuador, draws attention, among other things, to the relevance and prevalence of ancestral territory as a sociocultural mediation of identity constructions operated in the mediatized urban context. Thus, starting from the perspective of modernity/coloniality as an anchor to think about the social, cultural and historical issues that, in Ecuador, impinge a certain social place to an Afro-descendant population, this article intends to reflect on a participation of the communication technologies in the processes of configuration of Afro-Ecuadorian identities (re)territorialized, that is, articulated between the experience of urban space and as memories, affections, and meanings of the ancestral territory.

Keywords: Afro-Ecuadorian identity, territory, sense, reception.

Resumo

Os processos de migração interna para Quito, experimentados pela população afro-equatoriana proveniente principalmente da região do Valle del Chota-Mira, no norte do Equador, chamam a atenção, entre outras coisas, pela prevalência e relevância do território ancestral como uma mediação sociocultural das construções identitárias operadas no contexto urbano midiatisado. Assim, partindo da perspectiva da modernidade/colonialidade como âncora para pensar as relações sociais, culturais e históricas que, no Equador, impõem um certo lugar social à população afrodescendente, este trabalho busca refletir sobre a participação das tecnologias de comunicação nos processos de configuração de identidades afro-equatorianas (re)territorializadas, isto é, articuladas entre a experiência do espaço urbano e as memórias, afetos e sentidos do território ancestral.

Palavras-chave: identidade Afro-equatoriana, território, sentido, recepção.

1. Introducción

Al proponer la idea de identidades (re)territorializadas en el presente ensayo, lo que se intenta, en lugar de sugerir algún tipo de categorización teórica, es hacer referencia a los movimientos de significación identitaria articulados entre la experiencia del espacio urbano y la mediación del territorio ancestral, dentro de los procesos de configuración de la identidad. Tomando esto como punto de anclaje, planteamos algunas reflexiones que tuvieron lugar en el ámbito del desarrollo de un trabajo de investigación de una tesis de maestría, realizada a partir de un estudio de recepción mediática con pobladores del barrio de Carapungo, en Quito. El barrio ofrece interesantes posibilidades para la reflexión propuesta, una vez que su población tiene significativa representación afroecuatoriana, compuesta, en su mayoría, por migrantes que vivieron los procesos de movilización a la capital desde los territorios ancestrales del norte del país –especialmente la zona del Valle del Chota-Mira– o sus descendientes. En el desarrollo de la referida investigación, que duró aproximadamente un año, la relación con el territorio dejado en la búsqueda por las oportunidades ofrecidas por la metrópoli se impuso como elemento fundamental, configurando una de las principales mediaciones que atraviesan la construcción de las identidades de los sujetos. Así, buscamos, aquí, presentar elementos que nos permitan pensar la dimensión comunicacional de la producción de sentido sobre las identidades de grupos étnicos que experimentaron y experimentan procesos migratorios y en donde el territorio dejado sigue constituyéndose elemento central, incluso para las nuevas generaciones.

La reflexión se hace desde dos dimensiones de análisis: primero, desde una revisión teórica e histórica, en donde se piensa la constitución de las identidades en la contemporaneidad, en particular las identidades afroecuatorianas, en el contexto de un intenso proceso de mediatización de las sociedades. Luego, tomando como referencia algunas de las percepciones del trabajo empírico desarrollado en la mencionada investigación, cuyas las perspectivas y procedimientos metodológicos también son brevemente descriptos, discutimos el atravesamiento de la comunicación –en especial la comunicación digital– en la configuración de estas identidades (re)territorializadas.

2. Colonialidad/modernidad y comunicación en Ecuador

Nuestra reflexión sobre la cuestión étnico/racial¹ del Ecuador contemporáneo está orientada desde la perspectiva de la modernidad/colonialidad y su funda-

¹ Para efecto de los debates que se abordan en el presente ensayo, acogemos al concepto de 'raza' y 'etnicidad' a partir de la perspectiva de la vertiente de los estudios culturales que, además de argumentar en favor de su autonomía en relación a otros aspectos de lo social (como lo económico y lo discursivo), los considera, aunque distintos, como compartiendo "analogías y superposiciones", donde los discursos, tanto de las etnici-

mento racializado, pero en su “versión” actual donde caracterizada por distintos cuestionamientos desde donde emergen una diversidad de propuestas compensatorias de carácter multi/pluri/interculturales. Consideramos, con todo, que el actual momento histórico tiene un elemento de significativa relevancia y que no puede quedar a un lado, que es la centralidad de la comunicación. Es decir, ese contexto de cuestionamiento de la modernidad y proposiciones compensatorias es también marcado por la mediatización y atravesado por lógicas comunicacionales distintas de otras épocas. Así, en la contemporaneidad, la comunicación no es apenas característica descriptiva, sino constitutiva de la realidad.

Esta “centralidad de la comunicación” es una mirada compartida por muchos autores que no han podido ignorar los atravesamientos comunicacionales impulsados, principalmente, por los avances de la tecnología. Sin embargo, la comunicación y sus cambios tecnológicos han acompañado y pavimentado el terreno adecuado para el “progreso” de las sociedades modernas desde hace mucho, de tal manera que la propia modernidad no sería posible sin la comunicación tecnológica. De hecho, se considera la invención de la imprenta y la consecuente posibilidad de impresión en masa de textos y libros como uno de los primeros rasgos de la modernidad europea.

En ese sentido y desde la perspectiva de Scott Lash (1997), las transformaciones en la modernidad no serían más que regímenes de significación que producen objetos culturales, en los cuales interesa tanto las dimensiones de circulación como los modos de significación. Así, uno de los movimientos más significativos de la modernidad fue el desplazamiento del control de los medios de producción basados en una lógica acumulativa, al control de la circulación basada en una lógica comunicativa. A partir de esa perspectiva, podemos pensar la modernidad, en términos culturales y comunicacionales, como un proceso acumulativo y progresivo que empieza en un régimen de significación orientado por la imprenta, el teatro, la música y la literatura y que sigue, en el siglo XX, agregando la reproductibilidad técnica de la Industria Cultural, el cine, la fotografía y los medios masivos, como la radio y la televisión. Ese proceso es el que, al ingresar al siglo XXI, se vuelve lo que Álvaro Cuadra describe como una “hiper-industrialización cultural”, que:

[...] lleva al extremo las tendencias básicas de la modernidad al desplegar nuevas tecnologías de la memoria que adquieren la forma de redes digitalizadas dispuestas para públicos hipermasivos, ya no según el modelo vertical del broadcast, un emisor único que se dirige a masas indiferenciadas y anónimas, sino según un modelo personalizado que desplaza la figura del receptor / consumidor pasivo por aquella del “usuario” interactivo. (Cuadra, 2007, p.8)

dades como de las razas “se encuentran estrechamente relacionados, pero constituyen sistemas diferenciables de prácticas discursivas y subjetividades que dividen y clasifican el mundo social con sus historias específicas y sus modos de operación”. Ver Szurmuk & Irwin (2009, pp. 245–249)

Pero, si los procesos comunicacionales están en sintonía con las transformaciones en la modernidad, más que eso, son constitutivos de ella y sus cambios, cabe pensar cómo se dio esa articulación en Latinoamérica. Partiendo de la idea de que el proyecto moderno no es posible sin la colonialidad, su consecuente adopción/adaptación en el mencionado continente nunca terminó de concretar. Así, no se trata solo de imaginar cómo en Latinoamérica se constituyen las expresiones culturales, comunicacionales y mediáticas modernas, desde la colonia, pasando por el advenimiento de las Industrias Culturales y su consecuente digitalización y globalización de la producción, circulación y consumo. Se trata también de pensar de qué manera estos elementos esencialmente modernos/coloniales se articulan a los contextos locales, configurando y siendo configurados por las culturas, lógicas y modos de pensamiento subalternizados en la “colonialidad del poder” (Quijano, 2000).

Desde ahí podemos observar cómo, ya en los primeros momentos de los estados-nación latinoamericanos, la prensa ha ejercido un importante papel en la construcción de la esfera pública. De acuerdo con Julio Ramos (citado en Bustos, 2011, p. 22), el periodismo “fue el medio básico de distribución de la escritura, [...] el lugar donde se debatía la ‘racionalidad’, la ‘ilustración’, la ‘cultura’”. Sin embargo, cabe destacar que, en Ecuador, aunque muchos trabajos² analicen los referentes que configuraron el imaginario ecuatoriano y la narrativa de la nación a lo largo de la segunda mitad del siglo XIX y la primera del siglo XX, pocos detallan la articulación comunicacional de estos procesos y mismo en los años más recientes, la relación, participación y representación del pueblo afroecuatoriano en los medios de comunicación sigue poco explorado.³

3. La mediatización como referente

Lo que hemos discutido hasta aquí tiene la intención de establecer una relación más directa entre el advenimiento de los medios de comunicación de masas en Ecuador y las estrategias de promoción de una narrativa nacional unificada, fundamentada en la racialidad moderna/colonial. Lo que defendemos es que la consolidación de una Industria Cultural y las tecnologías de comunicación de masas en Ecuador y Latinoamérica va más allá de una mera función instrumental, sino que constituyen el curso del proyecto moderno al punto de reconfigurar esa misma modernidad. Así, de la misma manera que percibimos las Industrias culturales y los medios de comunicación como fundamentales para la construcción de la nación imaginada, cabe cuestionar la importancia de lo mediático hoy y su articulación con lo étnico-racial.

2 Como ejemplo de algunos que hemos trabajado en nuestra investigación, ver Ibarra & Novillo, 2010, Ayala Mora, 2012, Astudillo, 2007 y Bustos, 2011.

3 Para más detalles ver Díaz Lodoño et al., 2016 y J. M. Rahier, 1998, 2001

Aquí, destacamos el aporte de Martín-Barbero (2015), para quien, en la segunda mitad del siglo XX, la propia idea de cultura asumió matices comunicacionales. Al hablar del momento donde empieza a desarrollar su teoría de las mediaciones (a mediados de los 70s), ese autor escribe: “En la sociedad que habíabamos lo que había entrado en una profunda crisis era la idea misma de cultura, emborronada por el movimiento creciente de su especialización comunicativa, o sea por su bien organizado sistema de máquinas productoras de bienes simbólicos ajustado a sus públicos consumidores” (Ibid, p. 17). Martín-Barbero propone que pensar la comunicación hoy es pensar también “cómo los medios se han ido convirtiendo en parte del tejido constitutivo de lo urbano” y cómo la tecnología, más allá de la instrumentalidad de los aparatos, nos remite “a los nuevos *modos de percepción y de lenguaje*, a nuevas sensibilidades y escrituras” (Ibid, p. 18). De esa manera, la comunicación hoy se debe “seguir pensándola desde unos procesos y prácticas sociales cuyas transformaciones desestabilizan lo que teníamos por ‘sujeto’ y ‘objeto’ de la investigación” (Ibid, p. 28). Eso porque la identidad y la tecnicidad son los dos procesos que han transformado radicalmente el lugar de la cultura en el último fin de siglo, y eso no se trata solamente de una cantidad de nuevos aparatos tecnológicos cada vez más accesibles, sino una nueva forma de producción de lo simbólico, que constituye lo cultural (Martín-Barbero, 2003, p.369).

La explosión digital que se inició a fines del siglo XX, la globalización y la conformación de modos de vida saturados por la lógica de los aparatos tecnológicos de comunicación e información y también las apropiaciones, usos y significaciones que los receptores/consumidores de estos medios y sus contenidos hacen constantemente, son elementos claves para pensar las “acomodaciones” y todos los procesos que conforman las modernidades contemporáneas. Es desde ahí que pensar los escenarios donde las identidades se articulan hoy, es pensar desde la comunicación; o, como proponemos, de modo más específico, desde la mediatización de las culturas. Por eso, “hablar de proceso de mediatización implica hablar que los medios pasan a operar distintas esferas de la sociedad e, incluso, en el interior de las culturas. Pasan a actuar, en ese caso, como posibilidad de construcción de identidades, de imaginarios, de culturas mediatizadas” (Bianchi, 2013, p.129). Los sujetos afroecuatorianos, desde esa perspectiva, construyen su cultura, identidad, sus modos de ser y estar en el mundo, en un ambiente inmerso en lo mediático y no hay como comprender sus procesos de producción de sentido sin comprender qué es y cómo opera la mediatización.

En síntesis, entendemos la mediatización como un proceso histórico relacionado a la participación progresiva y cada vez más intensa de los medios en la vida cotidiana. Cabe destacar también que, así como propone Eliseo Verón (1997), los medios de comunicación están asociados a la producción tecnológica de mensajes que generan los procesos de comunicación mediática. “La comunicación mediática es esa configuración de medios de comunicación resultantes de la articulación entre dispositivos tecnológicos y condiciones específicas de

producción y de recepción, configuración que estructura el mercado discursivo de las sociedades industriales" (Verón, 1997). Esa comunicación mediática sigue en estado progresivo y permanente de cambio, que además de reorganizar los mecanismos y procesos de producción y circulación de los mensajes, la hace cada vez más presente en nuestro día a día. En la segunda mitad del siglo XX, la tecnología se desarrolla en dirección a los aparatos comunicacionales, por medio de la constitución mediática de redes audiovisuales, sistemas de telecomunicaciones y las industrias del entretenimiento (la cinematográfica, canales de televisión por cable y, más recientemente, los servicios de *streaming*), que crecen y se desenvuelven en las bases establecidas por la imprenta, el cine, la radio y el teléfono. La mediatización es, así, resultado de las necesidades inherentes al desarrollo del sistema capitalista, sin embargo, termina por configurar un campo social específico, pero que no está restricto a los aspectos económicos, y que atraviesa todos los otros campos, desde lo cultural hasta lo político y religioso en un proceso que impacta también la vida de los sujetos: radio, televisión, periódicos e internet son parte de nuestras rutinas e influencian nuestro cotidiano, atravesando las percepciones, cogniciones, sensibilidades y emociones (Maldonado, 2002). Es por ello que "tomar en cuenta el contexto de mediatización implica pensar el carácter configurador del campo mediático en el funcionamiento de otros campos e instituciones sociales" (Bonin, 2016). En la actualidad, los medios reorientan las relaciones espacio-temporales de las sociedades y las interacciones y experiencias de los sujetos. La mediatización, por lo tanto, se refiere a la presencia constante de la lógica de la comunicación mediática y no apenas de las tecnologías y medios de comunicación en las relaciones sociales. Se trata, sin embargo, de un proceso no lineal y vertical, es decir, no apenas partiendo de los medios productores hacia una recepción consumidora, sino en flujos, sinuosos, obtusos, plurales y complejos.

María Cristina Mata (1999) propone que, en el proceso de mediatización, los medios actúan como los propios productores centrales de la realidad, como "garantes de la posibilidad de ser y actuar" (Ibíd, p. 87). Hablar de mediatización equivale a hablar de una cultura mediática, que reemplazó la noción de cultura masiva, predominante en los análisis del papel de los medios en la sociedad durante gran parte del siglo XX. La cultura mediática se concibe como una nueva forma de interacción y de organización de las prácticas sociales, marcada por la existencia de los medios. Algo que va más allá de la noción de "facilidades" e "intensidades" proporcionada por los medios y las tecnologías de producción y transmisión de mensajes. Tal cultura reorganiza las nociones de tiempo y espacio que constituyeron hasta entonces la modernidad, imponiendo la instantaneidad y la no-distancia. Ese reordenamiento espaciotemporal se ha potencializado exponencialmente con la expansión comunicación digital, a tal punto que, según Omar Rincón, actualmente "habitamos tiempos y duramos espacios" (Rincón, en IAMCR, 2017).

Esas características de la cultura mediática nos conducen a otro aspecto relevante de ese proceso, que es la “mediatización de la experiencia”. No son pocos los productos mediáticos que prometen experiencias: viajar, conocer, sentir, experimentar. Mata afirma que esas experiencias proporcionadas por lo mediático, sin embargo, sustraen “el cuerpo, la interacción, el esfuerzo, la posibilidad de fracasar por la complejidad de las situaciones físicas y espirituales” (Mata, 1999, p.86). Son experiencias garantizadas por la seguridad y el éxito, que aportan nuevas matrices para el sensorio y para la afirmación de la experiencia misma. La cultura mediática nos permite vivir experiencias solo posibles a través de lo mediático, pero tan importantes como cualquier otra, porque, según Bianchi (2013), se vuelve parte del historial de experiencias y vivencias de los sujetos, de las memorias y de lo que acceden al vivir otras nuevas experiencias, mediatizadas o no. Así, lo mediático y su reciente y progresiva potencialización digital, componen formas particulares de ser, estar y experimentar el mundo.

4. Perspectivas y procesos metodológicos

Tomando en cuenta todo lo discutido hasta aquí, pasamos entonces a encaminar nuestra reflexión en dirección al elemento central que orienta nuestra comprensión de los sentidos de la identidad afroecuatoriana, que, en los términos propuestos en este ensayo, tiene que ver con los espacios que median los sentidos de la identidad. Antes, sin embargo, consideramos pertinente presentar algunos de los referentes metodológicos que nos permitieron llegar a las reflexiones que el ensayo propone.

La perspectiva epistemológica del proceso metodológico que se adoptó fue aquella que nos permitió aproximar a las experiencias de los sujetos, sus modos de ser y estar en el mundo, y su relación con el contexto mediatizado. Es decir, nos interesaba la configuración de procesos, los mismos que nos permitían identificar elementos para, desde distintas miradas, comprender lo social y lo subjetivo y, a partir de ahí, establecer las relaciones con los procesos mediáticos y las articulaciones de producción de sentido.

Cada etapa del proceso de construcción de la investigación se hizo a partir de la comprensión y percepción resultante, de un lado, de la reflexión teórica e investigación bibliográfica, y de otro, pero de manera simultánea, de los acercamientos iniciales al contexto y sujetos. La investigación de campo articuló observaciones, contactos, conversaciones y entrevistas, procedimientos de carácter esencialmente cualitativo y en perspectiva sincrónica. El proceso de acercamiento al contexto se dio en distintas etapas, empezando por conversaciones informales con personas clave (representantes de la población afroecuatoriana en Quito, investigadores y líderes del barrio de Carapungo), observaciones y visitas al barrio mismo en distintas circunstancias, hasta el establecimiento de contactos que permitieron las posteriores entrevistas a profundidad. Como

métodos y procedimientos fueron adoptados la observación exploratoria, entrevistas abiertas de conversación informal, registro diario de campo y entrevistas semiestructuradas individuales. La investigación empírica se hizo a partir de visitas iniciales al barrio de Carapungo y una visita a comunidades de la cuenca del río Mira en el Valle del Chota.

Nuestro interés era conocer la configuración de una identidad afroecuatoriana en sujetos en los cuales dicha identidad pudiera ser articulada con la experiencia de la ciudad, y los contactos realizados en las visitas exploratorias y las conversaciones con informantes clave, nos orientaron a tomar como referencia la edad promedio del barrio de Carapungo (30 años) para definir una franja etaria de los sujetos que serían entrevistados como entre 25 años, mínimo, y 35, máximo. Esta opción tuvo que ver también con el hecho de que es en esa edad que el sujeto necesita asumir una posición en relación a sus distintas identidades, además socialmente de empezar la vida adulta e ingresar a las estadísticas de población económicamente activa. Esa franja nos permite también encontrar con sujetos con una trayectoria sólida en relación al barrio mismo, al territorio ancestral y a los medios.

Delimitado el perfil de los sujetos se pasó a realizar las entrevistas, definidas como de carácter semi-estructuradas e individuales, justificadas por ser, en la investigación cualitativa, las que permiten acceder a informaciones seguras respecto de las percepciones y sensibilidades de los sujetos, contextualizar sus comportamientos y establecer relación entre estos y sus creencias, valores y experiencias. De esa manera, se utilizó el modelo de entrevistas con la recolección de testimonios orales profundizados en la temática investigada. El procedimiento se hizo a partir de preguntas abiertas, pre-definidas, pero que pudieran permitir a los sujetos hablar y verbalizar sus pensamientos, inclinaciones y reflexiones respecto a ellas.

Las preguntas buscaban rescatar aspectos de la experiencia de vida del sujeto relacionada a su llegada al barrio de Carapungo echando mano de las historias de vida y tomando en cuenta los elementos que pudieran aportar a la comprensión de los usos y significaciones mediáticas. También se buscó comprender cuáles elementos serían más representativos de una identidad afroecuatoriana, además de intentar identificar el “consumo comunicacional” de los entrevistados, sus hábitos, percepciones de las representaciones presentes en los medios tradicionales, principalmente televisión, prensa y radio, y también cómo los utilizan y apropián para atribuir sentido a sus identidades. Así, por tratarse de una generación que ha vivido activamente el cambio a la comunicación digital, fue importante también rescatar memorias de las historias de los sujetos relacionada a lo mediático.

5. Los medios y las identidades (re)territorializadas

Las mediaciones socioculturales, como apunta Martín-Barbero (1987), componen el diverso abanico que atraviesa la producción de sentido de los sujetos receptores. En el caso de nuestra reflexión, ella, evidentemente, también opera en los procesos de configuración identitaria para la población afroecuatoriana. Sin embargo, no se puede negar su relación con los medios de comunicación y su presencia axiomática en una sociedad mediatizada, una vez que la cultura mediática configura también, ella misma, una mediación. Vale destacar que el papel del receptor en el proceso de comunicación, desde la perspectiva de los Estudios de Recepción, no es pasiva, tampoco pacífica, sino permeada de negociaciones que configuran sus multiformes prácticas comunicacionales. Cuando hablamos de medios de comunicación, no nos referimos simplemente a instituciones, canales o a la estructura tecnológica por detrás de la comunicación, sino al proceso mismo de producción, circulación y consumo de mensajes que la mencionada estructura tecnológica posibilita (Verón, 1997). Desde ahí, podemos suponer que los medios configuran también un espacio de afirmaciones y negaciones, desde donde emergen las posiciones de los sujetos, sus vinculaciones y posturas respecto a su identidad. Son vivencias percibidas no solamente a partir de lo hablado sobre los vehículos, géneros y contenidos comunicacionales, sino también desde las memorias accedidas y reconstruidas en el momento en que se habla de ello, además de las informaciones que recuperan en estos instantes y las percepciones que expresan sobre sus cotidianidades. Así, son estos elementos, articulados a las mediaciones socioculturales, los que conforman el conjunto de prácticas que orientan los modos en que los sujetos se relacionan con los medios. Es decir: qué eligen, por qué eligen, cómo entienden, cómo consumen y cómo significan los productos culturales.

En la presente reflexión, los medios se piensan a partir de sus atravesamientos en la historia y las cotidianidades de los sujetos; ellos proporcionan otros espacios de experiencia y expresión identitarias, orientadas principalmente por el consumo cultural (músicas, series, películas etc.). Eso porque en la experiencia de los afroecuatorianos en Carapungo, radio y televisión aparecen principalmente al hablar de la música. Las memorias de los videos y programas musicales en estos medios son momentos muy relevantes y en donde se expresan las primeras experiencias culturales de proyección global, como se percibe, por ejemplo, en el habla de Andrés:

[La radio] era una odisea eso porque trataba de estar viendo que el comentarista no hable justo ahí, porque si no la rayaba. Entonces sabía así hasta que la sacaba purito... era más o menos así como recababa la música. Y en los videos musicales que salían dar de pronto en la madrugada y en la noche [por la televisión], ahí también trataba. [...] pasaban conciertos en vivo así... O a veces me esperaba los Grammys,

la nominación de los Grammys y salía a ver los artistas del momento. Hace 10 años la situación no era como hoy. (Andrés. Entrevista personal, enero de 2018)

La actualidad, sin embargo, se caracteriza por la ausencia de reconocimiento e identificación desde estos medios tradicionales, que dan lugar a las redes sociales digitales. Los interlocutores expresan que la televisión, principalmente en lo que se refiere a los canales nacionales, es un medio de información, se utiliza apenas “para ver lo que hay, que ha acontecido”. Eso, sumado al carácter incipiente de las industrias culturales ecuatorianas y a la poca inversión de los grupos que controlan los medios televisivos en la producción de entretenimiento local de calidad,⁴ nos ayudan a comprender el hecho de los hábitos televisivos haber migrado a los canales pagados. Mackenzie (Entrevista personal, enero de 2018) fue uno de los entrevistados que expresa con más énfasis los motivos de su desinterés por la televisión actualmente:

La programación ecuatoriana es mala porque hay estos canales de farándula. A cierta hora si está las noticias, las noticias en toditos los canales, lo siguiente... se termina las noticias y comienzan las novelas, hay novelas en todos los canales. Y si a mí no me gustan las novelas, entonces ¿qué veo? Porque en todos los canales están transmitiendo novelas. Hay el espacio para dibujos, en toditos comienzan con dibujos. Y si yo quiero ver alguna serie, no hay, porque, como te digo: o novelas, novales todos, y luego comienzan los programas de farándula [...] No me importa, no es productivo para mí, yo no quiero esa clase de información. [...] Entonces los canales nacionales no tienen una buena programación que me llame la atención, es más, aburren... y yo te digo, si en el uno está dando eso tu cambias y en el otro está dando lo mismo. Entonces, de ley, es contratar canales.

El rechazo a los medios tradicionales lleva los sujetos al consumo de medios digitales. Facebook, YouTube y WhatsApp, por ejemplo, ganan protagonismo y pasan a ser referencia de las prácticas comunicacionales relevantes a la constitución de las identidades. De hecho, la mayoría de ellos afirmó utilizar el internet principalmente para informarse sobre temas culturales relacionados a la población afroecuatoriana:

Cuando estoy en internet, [veo] las cosas nuevas que han salido. Por lo general uno se mete al internet, al Facebook y hay links de que están haciendo tal cosa las agrupaciones. Entonces en uno rato menos pensado se mete al link y comienzo a ver sus videos y el tiempo se agota. Entonces, por lo general, casi siempre yo estoy viendo cosas de cultura o cosas de lo que están haciendo nuestros compañeros. (Vicky. Entrevista personal, enero de 2018)

4 Sobre el tema, ver Mirjam Gehrke et al., *“Panorama de los medios en Ecuador. Sistema informativo y actores implicados”*, Alemania: Deutsche Welle, 2016, pp.11-19.

En comparación a la televisión, de carácter más propicio a un consumo colectivo y que tiene en la familia/hogar su unidad básica de consumo, antes que el televidente individual (Morley, 1996), el “meterse al internet” es una práctica realizada generalmente desacompañada y en ambientes variados, principalmente cuando hecha a partir de los *smartphones*. En ese sentido, el WhatsApp y el Facebook terminan siendo apropiados como los canales que permiten algún tipo de colectividad, una especie de colectividad digital, pero, aun así, colectividad. Los grupos que estas aplicaciones permiten crear, actúan como espacios de socialización de información y contenido relacionado a la población afroecuatoriana. Eso se da incluso en relación a los medios tradicionales, que ya mencionamos, son poco consumidos, aunque frecuentemente mencionado al momento de justificar su preferencia por el internet. Un ejemplo interesante encontramos en el comentario de Vicky (Entrevista personal, enero de 2018) sobre lo que la hace escuchar radio: “A veces ellos en WhatsApp ponen: ‘vamos a estar en la radio pública a tal hora’, entonces uno ya lo enciende”. El carácter socializador e informativo del internet, en comparación a los medios tradicionales, también es destacado por Gissela (Entrevista personal, febrero de 2018), quien cita la red digital como una manera de mantenerse en contacto con sus familiares y tener acceso más rápido a información de interés: “[Utilizo] el internet un poco más [que otros medios] porque nos comunicamos con nuestros parientes afuera, viene mucho más rápido la información muchas veces que... a través de [...] de la televisión, de la radio...”.

Las constituciones identitarias, sin embargo, no se dan sin conflictos. La identidad es diversa y plural en las formas y caminos por los cuales los sujetos la significan (Hall, 2010). Lo observado en relación a la entrada y presencia de elementos externos a lo afroecuatoriano, por ejemplo, es que estos pasan a integrar los sentidos de la identidad, cuando apropiados y mismo cuando rechazados. Mientras para unos se torna elemento identitario, otros lo rechazan e incluso lo toman como amortiguador de lo afroecuatoriano.

Son estos usos y apropiaciones de la tecnología digital, desde las prácticas comunicacionales, directamente relacionados a las posibilidades del contexto urbano pero atravesado por la mediación del territorio ancestral los que identificamos como formas de (re)significar y (re)territorializar la identidad. El espacio virtual termina por ser, además de un espacio de información y entretenimiento, lugar también de expresión cultural y resistencia, pues, al paso que la cultura afroecuatoriana se hace presente, se visibiliza y enfrenta a los estereotipos socialmente constituidos y mediáticamente difundidos, además de enfrentarse también a la invisibilización de los espacios mediáticos tradicionales. Los medios digitales funcionan como proveedores y mediadores de una cultura mediática que propone nuevas prácticas y nuevos elementos que los sujetos, al paso que se apropián/rechazan, utilizan para asignar los sentidos que construyen su identidad.

6. Los territorios como mediación

Uno de los espacios que conjuntamente con el territorio ancestral median los sentidos de la identidad se conforma por el contexto mismo de la recepción. Cabe destacar la importancia de ese aspecto una vez que una de las bases de la perspectiva del proceso comunicacional desde la recepción se centra en el análisis a partir de un sujeto-receptor que significa y resignifica los mensajes desde su entorno histórico, social, local e incluso doméstico, articulando negociaciones y resistencias (Escosteguy, 2002). En ese sentido, el contexto urbano de Quito para las poblaciones afroecuatorianas tiene sus características sociales específicas:

La llegada a la ciudad, para trabajar o estudiar determinó que los negros y negras migrantes se convirtieran en una minoría que no era fácilmente aceptada. Los y las primeros migrantes se enfrentaban a una ciudad violenta y hostil hacia lo negro, esto determinó que los negros y negras en la ciudad se agrupen y construyan desde sus espacios redes de solidaridad con los y las migrantes que ya estaban en la ciudad como aquellos y aquellas que llegaban. (R. V. Santos 2015, 242)

Tomando como referencia el barrio de Carapungo, uno de los “barrios afros” de la capital ecuatoriana para donde la población afrodescendiente ha migrado, proveniente principalmente de las comunidades del Valle del Chota, las experiencias mencionadas por Santos, experimentadas o no (tomando en cuenta el hecho de que los afroecuatorianos de ese barrio, en su mayoría, son nacidos en Quito y tienen entre 15 y 35 años), están siempre presentes. En Carapungo ser afroecuatoriano se diferencia de otros sectores de la ciudad, principalmente por la mencionada hostilidad de la ciudad de Quito hacia esa población. En comparación con otros, este barrio se constituye espacio favorable para la vida urbana de este grupo, por lo que es significado, por lo general, como más receptivo a los afroecuatorianos, además de ofrecer otras posibilidades, como una mayor oferta de actividades culturales. Carapungo es un espacio fértil para esa población en muchos sentidos, pues se trata de uno de los sectores de Quito donde más se concentran organizaciones, fundaciones y agrupaciones afroecuatorianas dedicadas a variada gama de actividades de orientación juvenil, cultural, urbana, etc. Además, uno de los elementos más importantes a atraer a los afros, migrantes de Ibarra y los Valles, es también el clima y geografía, similares a los de sus tierras de origen. Estos datos son relevantes en la medida que, es a partir de ese lugar geográfico y su contexto socio-cultural desde donde se puede comprender la relación comunicacional de la construcción de una identidad afroecuatoriana. Dicha relación es tomada a partir de las percepciones de los sujetos que habitan estos espacios, intentando acceder a vivencias, experiencias y percepciones que emergen de las sensibilidades y memorias en distintas temporalidades.

El contexto de la recepción que mencionamos implica también la proposición de una cuestión, que tiene que ver con la característica de la población afroecuatoriana del barrio de Carapungo de ser constituida mayormente por sujetos nacidos y criados en la ciudad. El dato sugiere que pensar los sentidos de una afroecuatorianidad en ese espacio no estaría necesariamente relacionada al territorio ancestral. Sin embargo, lo que se observa es que, mismo en los sujetos nacidos en Quito, ese territorio salta como una de las más significativas mediaciones. Se trata de procesos de producción de sentido seguramente distintos de aquél de sus padres y abuelos, pero en donde el territorio ancestral tiene también impacto. Esto sugiere considerar, independiente de comparaciones, los rasgos de una población afroecuatoriana urbana y la de los territorios ancestrales. En síntesis, considerando el barrio de Carapungo y una generación netamente quiteña, sería posible pensar que la “no experiencia” con el territorio podría representar un elemento de contraste en lo que se refiere a sus procesos de significación identitaria. Sin embargo, en la ciudad, mismo que con matices específicas, el *“espíritu” del territorio*, que menciona José Chalá al definir el territorio afroecuatoriano como “espacio físico y espiritual en donde socialmente se desarrolla la vida” y en donde “moran las personas y el ‘espíritu’ de la afrodescendencia” (Chalá Cruz, 2013) representa una de los elementos más relevantes de los que atraviesan la experiencia afroecuatoriana.

Una de las primeras menciones al territorio en las entrevistas surgió de una pregunta aparentemente sin una relación directa con éste: ¿Por qué la población afroecuatoriana elige Carapungo para vivir? Las respuestas frecuentemente remitieron, entre otros elementos, al clima y la geografía. Como lo expresado por Andrés:

[...] especialmente el afroecuatoriano de la Sierra no le gusta el frío, por eso casi la mayoría no viven en el sur. [...] el clima del Valle, por ejemplo, a esta hora el sol allá está un horno, entonces la gente cuando ha venido acá a la capital, siempre buscó sus tierras donde residan de forma casi natural, como vivían allá [...]. (Andrés. Entrevista personal, enero de 2018)

También Gissela (Entrevista personal, febrero de 2018), en su respuesta menciona el clima. Ella, sin embargo, agrega otro elemento: la familia, pues considera que vivir en Carapungo es una manera de “sentirse acompañado” y los pobladores afroecuatorianos invitan a sus familiares a vivir en el barrio. Además de eso, el barrio es la puerta de entrada a Quito para los que vienen del Valle:

Yo creo que uno de los factores, que puede ser, es el clima, [...] porque si bien las descendencias afros están asentadas en la costa, que es caliente y en la zona del Valle del Chota, que también es caliente, entonces, no sé... puede ser uno de los factores. [...] el otro, para que se siga poblando, es que somos muy familiares. Entonces, tu pariente ya vive aquí y para ir, tú quieras migrar, quieras llegar y dice

“vene a vivir para acá”. Entonces es sentirte como acompañado. (Gissela. Entrevista personal, febrero de 2018)

La familia también es referida por Mackenzie (Entrevista personal, febrero de 2018), en este caso, como motivo de regreso y conexión que mantiene con el territorio. Él también agrega el aspecto afectivo y fraternal del Valle, que le hace sentir “más cómodo” que en Quito:

[...] cada que tenemos la oportunidad, regresamos a nuestro pueblito, a visitar a la familia y todo. Y más también porque en nuestros pueblos nos sentimos cómodos, se pasa bien, la gente negra es gente muy alegre, muy chévere [...] no es como aquí que, si tu vienes a Quito y no tienes dinero, no tienes donde quedarte, ya te toca quedarte en la calle, allá te reciben.

En el habla de los sujetos, estos sentimientos de cariño y afecto con el territorio no apenas son recuperados cuando se habla de la familia. El territorio es también lugar de las memorias que los constituyen como afroecuatorianos. “Bajar” a los “caseríos” como se refieren algunos a la práctica de viajar al Valle, fue, durante la infancia de los sujetos, una oportunidad de conectarse con la manera de vivir de sus ancestros, la comida, las costumbres, la forma de celebrar etc., y también el vector de significación del propio territorio

A partir de ahí, es importante también pensar una noción del espacio desde una concepción más allá de la idea de límites geográficos, como la que propuso el autor afrobrasileño Milton Santos (2000) al plantear el territorio como elemento social. Desde una ciencia geográfica, Santos elabora un sistema de categorías capaces de ofrecer elementos para la crítica social en donde las ideas de espacio y territorio se imponen como centrales. Ese autor define el espacio como ambiente en donde se articulan la forma (sistema de objetos) y la función (sistema de acciones). El espacio es, por lo tanto, es resultado de las relaciones sociales, actuando, él mismo, como una dimensión social. El territorio constituye la apropiación y representación del espacio que, a partir del sentido a él atribuido, ya no es apenas espacio sino territorio. Aquí cabe también una referencia al proceso de globalización y a su papel de mediador de nuevas maneras relacionarse con el mundo. La idea de desterritorialización de identidades como consecuencia de ese proceso sugiere una desconexión de estas con el territorio. Sin embargo, Santos (2005) considera que de la misma manera que antes de la globalización, el territorio no se limitaba a la noción político-jurídica del Estado-Nación, también ahora no todo es necesariamente “trasnacionalizado”. El autor afirma que hoy hay también una nueva construcción del espacio y un nuevo funcionamiento del territorio, que opera a través de las horizontalidades (cercanía territorial), pero también de las verticalidades (procesos sociales que conectan puntos distantes) (Santos, 2005).

En la constitución de las identidades afroecuatorianas en Carapungo, la relación con el territorio se da en forma vertical, es decir, aunque distante, se accede y acciona, física o afectivamente, a través de los lazos familiares y las memorias, sea por el contacto con parientes que allá viven, sea por los recuerdos de las experiencias vividas en ese espacio. El territorio ancestral configura una representación que actúa como importante mediación de la construcción de la identidad de los sujetos, que, mismo en la ciudad, recurren ese elemento como articulador de sus sentidos del ser y estar. Son espacios experimentados y simbolizados como aquél en donde el sujeto se siente cómodo, es bien recibido y amado. Formulaciones abstractas, pero que remiten a una especie de transcendencia común, al compartir el espacio y el sentir; a aquello que Milton Santos ha descrito como la fuerza del lugar, que adviene de la cercanía y la recreación de la solidaridad y de un universo simbólico socializado, pues, “la cultura, forma de comunicación del individuo y del grupo con el universo, es una herencia, pero también un reaprendizaje de las relaciones profundas entre el hombre y su medio” (Santos 2000, 227).

7. Conclusiones

Las reflexiones desarrolladas a lo largo de ese artículo son, en verdad, cuestiones que proponemos como un camino posible para pensar la relación entre identidad, comunicación y territorio en un contexto específico. Tratándose de una sociedad latinoamericana, de rasgos modernos/coloniales, como es la ecuatoriana, partimos de la premisa que diversas dimensiones de lo social siguen operando bajo los límites de la racialidad. Entre ellas, claro, el campo mediático. La mediatización acelerada y cada vez más intensa, sin embargo, también da paso a las posibilidades de acuerdos y negociaciones que atraviesan los procesos de significación, como por ejemplo la apropiación de las tecnologías de la comunicación digital. La presente reflexión así lo propone desde la observación de que el territorio ancestral, que media la identidad, también es atravesado por aspectos comunicacionales, una vez que es significado desde el contexto mediatisado de lo urbano y desde la apropiación de las tecnologías de comunicación, sumados, claro, a otras mediaciones socioculturales que no estuvieron en el foco de ese artículo. Eso se relaciona también con la idea de una identidad que, como dice Hall (2003), es fragmentada, fracturada, múltiple, de carácter ficcional. Características que no la hace menos eficiente y necesaria, discursiva, material y políticamente, una vez que se conforma por un conjunto de relaciones ubicadas histórica y socialmente, y compuesta por distintas mediaciones.

Es ese entramado, por lo tanto, que se pensó aquí en el ámbito de los contextos de los sujetos y de sus formas de ser y estar en el mundo. Sujetos que se constituyen en un proceso acelerado de urbanización y en donde los medios de comunicación se vuelven importantes agentes de la cotidianidad. La identidad

de ese sujeto urbano, por lo tanto, se conecta tanto a un pasado colectivo, de rasgos comunitarios y dimensiones locales, como a un presente de desterritorializaciones, global, difuso y diverso. El territorio ancestral, como mediación, opera ahí, entre ese ideal comunitario y las experiencias de la cotidianidad urbana mediatizada. En otras palabras, entre (re)creaciones afectivas e históricas y ambientes, prácticas y percepciones sobre el ser mismo.

Referencias bibliográficas

- Astudillo, F. 2007. La radio en Ecuador. En *La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva*, de Arturo Merayo Pérez, 191–201. Comunicación Social.
- Ayala Mora, E. 2012. “La prensa en la historia del Ecuador: una breve visión general”. *Paper Universitario*.
- Bianchi, G. 2013. Memórias midiáticas e midiatizadas - as relações que se estabelecem no âmbito da recepção radiofônica. En *Processualidades metodológicas: configurações transformadoras em comunicação*, de Jiani Adriana Bonin, Nísia Martins do Rosário, y Alberto Efendy Maldonado Gómez de la Torre, 127–45.
- Bonin, Jiani Adriana. 2016. Perspectivas para pensar la recepción de publicidad desde las diversidades socioculturales. En *Publicidad, propaganda y diversidades socioculturales*, 5:187–203. Quito: Ediciones CIESPAL.
- Bustos, G. 2011. The Crafting of Historia Patria in an Andean Nation. Historical Scholarship, Public Commemorations and National Identity in Ecuador (1870–1950) La urdimbre de la Historia Patria. Escritura de la historia, rituales de la memoria y nacionalismo en Ecuador (1870–1950). Michigan: University of Michigan.
- Chalá-Cruz, J. (2013). *Representaciones del cuerpo, discursos e identidad del pueblo afroecuatoriano*. Abya-Yala ; Universidad Politécnica Salesiana.
- Cuadra, Á. (2007). *Hiperindustria cultural*. Santiago: ARCIS.
- Díaz-Lodoño, J., Martínez, A., Espinoza, F., Vizuete, C., Guerrero, V. y Mier, A. (2016). *Guía Informativa: Discriminación hacia el pueblo afroecuatoriano y su representación en los medios de comunicación*. Vol. N° 1. Quito: Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación-CORDICOM.
- Escosteguy, A. (2002). Una mirada sobre los estudios culturales latinoamericanos. *Estudios sobre las culturas contemporáneas* 8 (15).
- Hall, S. (2003). Introducción: ¿Quién necesita identidad? En *Cuestiones de identidad cultural*, 13–39. Madrid: Amorrortu Editores.
- Hall, S. 2010. La cuestión de la identidad cultural. En *Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales*, 363–401. Popayán: Envión editores.
- IAMCR 2017. (2017). *IAMCR 2017 - Opening speech: bastard mutations of communication (Omar Rincón)*. Cartagena. <https://www.youtube.com/watch?v=IGP-PoMmom-8>.

- Ibarra, H. y Novillo, V. (2010). *Radio en Quito (1935-1960)*. Cuenca: Don Bosco.
- Lash, Scott. 1997. *Sociología del posmodernismo*. Madrid: Amorrortu Editores.
- Maldonado, A. (2002). Produtos midiáticos, estratégias, recepção. A perspectiva transmetodológica. *Ciberlegenda, Rio de Janeiro*, núm. 9: 1-15.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. GG mass media. México, D.F.: Ediciones G. Gili.
- Martín-Barbero, J. (2003). Identidad, tecnicidad, alteridad. Apuntes para re-trazar el mapa nocturno de nuestras culturas. *Revista iberoamericana* 69 (203): 367-87.
- Martín-Barbero, J. (2015). ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy? *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 128: 13-29.
- Mata, M. (1999). De la cultura masiva a la cultura mediática. *Diálogos de la comunicación*, núm. 56: 7.
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Madrid: Amorrortu Editores.
- Quijano, A. (2000). Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. En *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*, de Edgardo Lander, 201-46. Buenos Aires: CLACSO.
- Rahier, J. (2001). Mâe, o que será que o negro quer? Representações racistas na Revista Vistazo, 1957-1991. *Estudos Afro-Asiáticos* 23 (1): 5-28.
- Rahier, J. (1998). Blackness, the Racial/Spatial Order, Migrations, and Miss Ecuador 1995-96". *American Anthropologist* 100 (2): 421-30.
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio: técnica y tiempo, razón y emoción*. Madrid: Ariel.
- Santos, M. (2005). O retorno do território. *OSAL: Observatorio Social de América Latina*, abril de 2005.
- Santos, R. (2015). *Dinámicas de la negritud y africanidad: construcciones de la afrodescendencia en Ecuador*. Quito: Abya Yala.
- Szurmuk, M. y McKee Irwin, R. (2009). *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*. México, D.F.: Siglo XXI.
- Verón, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización. *Diálogos de la comunicación*, núm. 48: 9-17.

La recepción en los museos. Exploraciones de los estudios de visitantes en los museos argentinos

Reception at the museums.

Explorations on the studies of visitors in the argentine museums.

A recepção nos museus.

Explorações dos estudos de visitantes nos museus argentinos

Alejandra Gabriela PANZZO ZENERE

CONICET, Argentina / panozzo.a@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 marzo 2019 (Sección Ensayo, pp. 311-326)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 25-10-2017 / Aprobado: 26-07-2018

Resumen

Las lógicas y prácticas que el museo debe afrontar en la contemporaneidad implican diferentes transformaciones; entre ellas, destacamos la nueva relación que se impulsa con los visitantes, y que conduce a un cambio en el proceso comunicativo. Para dar cuenta de ello, en un primer momento, realizamos una breve introducción de los estudios que abordan la recepción, provenientes de la museología y la comunicación. Luego, nos detenemos en los aportes de los estudios de visitantes como una herramienta válida para generar una interacción más rica entre la entidad y sus destinatarios. Finalmente, proponemos un primer análisis de este fenómeno en el panorama que ofrecen actualmente los museos argentinos, para explorar cómo están pensando el vínculo con sus visitantes.

Palabras clave: recepción; estudios de visitantes; museo argentinos.

Abstract

The logics and practices that the museum must face in the contemporarily imply different transformations; among them; we highlight the new relationship that is promoted with the visitors and that leads towards a change in the communicative process. To take this into account, in the first place, we make a brief introduction of the studies that goes over the reception, coming from the museology and communication. Then, we stop at the contributions of the studies of visitors as a valid tool to generate a richer interaction between the entity and its recipients. Finally, we propose a first analysis in this phenomenon that the Argentinian museums currently offers, to explore how they are thinking the link with the visitors.

Keywords: reception; studies of visitors; argentine museum.

Resumo

As lógicas e práticas que o museu deve enfrentar na contemporaneidade implicam diferentes transformações; entre elas, salientamos a nova relação que é impulsada com os visitantes, e que conduz a uma mudança no processo comunicacional. Para poder perceber essa realidade, num primeiro momento, realizamos uma breve introdução dos estudos que abrangem a recepção, provenientes da museologia e da comunicação. Após, focalizamo-nos nas contribuições derivadas dos estudos de visitantes como uma ferramenta válida para gerar uma interação mais rica entre a entidade e os seus destinatários. Finalmente, propomos uma primeira análise deste fenômeno no panorama oferecido atualmente nos museus argentinos, a fim de explorar como está sendo pensado o vínculo com seus visitantes..

Palavras-chave: recepção; estudos de visitantes; museus argentinos.

1. Apuntes sobre la relación de los estudios de recepción y los museos

Este trabajo aborda una primera selección de materiales para la construcción del marco teórico-metodológico de un proyecto de investigación posdoctoral cuyo propósito es indagar la experiencia de la visita a los museos de arte argentinos, con el fin de reconocer aspectos que favorecen el acercamiento entre los establecimientos museísticos y los públicos. Se trata de una perspectiva que vincula nociones provenientes de la museología y de la comunicación.

Los museos se encuentran insertos en un complejo paisaje de disputas en el cual se entrelazan lo socioeconómico, lo cultural, lo mediático y las lógicas museales, que son las que establecen los lineamientos que configuran a este tipo de institución cultural en la actualidad. En esta encrucijada, el museo contemporáneo no solo educa —un rol atribuido tradicionalmente al museo moderno— en lo espectacular —rasgo propio del museo posmoderno—, sino que también genera múltiples ofertas de entretenimiento, consumo, participación o diálogo para interpelar a los públicos (Guasch, 2008). A causa de ello, cualquiera sea la elección que mejor se ajuste a las políticas institucionales de una determinada sede museal, lo cierto es que los museos, cada vez más, se preocupan por desarrollar, visibilizar y profundizar estrategias dirigidas a impactar en la forma en la que el visitante receptiona al establecimiento. Este actor se vuelve, así, fundamental en la articulación entre lo propiamente museístico y lo comunicacional a la luz de las lógicas que operan fuertemente en el hacer de los museos del siglo XXI.

El desplazamiento del centro de atención desde los objetos —por ejemplo, la colección— a los visitantes implica, entre otros aspectos, el fortalecimiento del carácter comunicativo de la entidad. Se la asocia, ya con un *medio de comunicación masivo* (Verón, 1992; García Canclini, 1990; Huyssen, 2007), ya con una *configuración de medios*, pues se conforma a la manera de una red de medios —propios y ajenos— (Panizzo Zenere, 2015).

Los medios masivos han sido objeto de innumerables tratamientos cuyas concepciones difieren según el componente del proceso comunicativo en el que se enfoca la indagación. Dentro de este amplio conjunto de posibilidades, para un primer acercamiento, nos interesan aquellos estudios concentrados en el receptor como un eslabón fundamental. En términos generales, distinguimos dos líneas de investigación; por un lado, los abordajes que se desprenden de los *Cultural Studies* a partir de los años cincuenta en Inglaterra; y, por otro, la corriente de los usos y las gratificaciones, que se consolidó en los años sesenta en Estados Unidos.

En el primero de ellos, se destaca un conjunto de trabajos del pionero Raymond Williams [1951] 2001), junto con otros como Stuart Hall [1980]1994) y Paul Gilroy ([1995]1998); todos ellos tomaron como temática central la cultura y su conceptualización —en combinación con otras nociones, como las de hege-

monía, poder, ideología y clase—. Entendían la cultura como un proceso general de producción de sentido que atraviesa todas las prácticas sociales, y que es, al mismo tiempo, el resultado de esta interrelación; no se trata simplemente de un derivado con base económica que estructura la sociedad o de la suma de prácticas, hábitos y costumbres. Estos lineamientos poseen una marcada historicidad, y defienden la relativa autonomía de las formas culturales y de su rol en el cambio social dentro de las sociedades capitalistas industriales. Contemplan las dimensiones simbólicas; en particular, los significados y valores que surgen y se distribuyen entre las clases y grupos sociales, y el modo en que están contenidos en las prácticas concretas de los sujetos y en los mensajes de los medios. Todo ello permite ampliar y enriquecer la reflexión sobre los fenómenos culturales al contemplar todos sus niveles —producción, distribución y consumo o recepción—, al tiempo que se produce una ruptura en la manera de entender la comunicación en sentido social. Los medios ya no se abordan como simple y puro instrumento de una clase; la pertinencia y el significado de sus mensajes están condicionados por las prácticas sociales y culturales de los públicos.¹

El segundo enfoque que nos interesa, acentúa la dimensión psicológica; se ponen en relación las necesidades experimentadas por los sujetos —generadas por disposiciones psicológicas o motivadas por el contexto social en que se ubica al receptor—, el uso y el consumo de medios y sus contenidos, y las gratificaciones que ello proporciona —en términos de satisfacción de esas necesidades—. Algunos de sus exponentes fueron Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch (1973), quienes adjudicaban a la audiencia la capacidad de actuar, y cuestionaban de este modo la univocidad de la relación estímulo-respuesta. Defendían la iniciativa y la plena conciencia del receptor en su interacción con el medio, a partir de su posibilidad de escoger distintos medios o contenidos según sus necesidades racionales y emocionales. Los mensajes de los medios, por lo tanto, estarían dirigidos a lograr ciertos objetivos vinculados con la satisfacción de dichas necesidades, y sería el destinatario quien realizaría la operación de asociar la gratificación de la necesidad con la elección de ciertos medios. Desde esta perspectiva, los programas y contenidos son disfrutables, interpretados y significados según el contexto situacional del público; es decir, según la experiencia subjetiva del receptor. Los medios son percibidos en su aspecto benigno —contra la concepción imperante que enfatiza su poder e influencia negativos—, pues se considera al espectador como un agente activo en el proceso de comunicación y capaz de oponer resistencia ante aquello que podría perjudicarlo.²

1 Mattelart y Neveu (2004) realizan una mayor profundización de esta línea de investigación APRA ello revisar a partir de la p. 47.

2 Esta línea de investigación y alguno de sus autores han sido trabajadas con mayor detalle por Miguel de Moragas (1985), revisar desde la p. 127.

En el caso de América Latina, hasta la década de los ochenta, estas corrientes, sumadas a otras que perseguían fines diferentes,³ hegemonizaron el campo. Luego comenzó a producirse una reconfiguración, principalmente en el campo comunicacional, como resultado de la confluencia de varios factores. Entre ellos, cabe señalar aspectos específicos vinculados a la propia realidad de la región, y otros, más generales, que responden al fenómeno conocido como la *vuelta al sujeto*.⁴ En este proceso, tuvo lugar una revalorización de lo cultural como espacio de conflicto, tensiones y negociaciones. La comunicación se aborda dentro de la trama de la cultura —sus matrices históricas, sus temporalidades sociales y sus especificidades políticas—; esta desterritorialización conceptual da paso a una pluralidad de actores y a la complejidad de sus dinámicas que, además de construir nuevos objetos de estudio, revitalizan viejas cuestiones. “En esta línea, las *mediaciones*, los *frentes culturales*, la *recepción crítica*, las dinámicas de *hibridación y desterritorialización*, los *usos sociales* de los medios, entre otras elaboraciones” (Sgammini, 2011, p. 44) constituyen el aporte específico de las investigaciones de autores latinoamericanos pioneros como Jesús Martín-Barbero (1987), Néstor García Canclini (1993), Guillermo Orozco Gómez (1996), por citar sólo algunos de los intelectuales que han convertido a la cultura en el centro de sus reflexiones.⁵

Los estudios culturales reconceptualizan la recepción, aunque, para Orozco Gómez (2003), algunas indagaciones derivadas de esta línea de trabajo, al privilegiar el consumo, transformaron la recepción en un tipo menor de consumo cultural, lo cual derivó principalmente en dos perspectivas: la culturalista y la mediática. La primera se aboca a lo comunicativo, pero sin enfatizar en los procesos específicos de recepción; su impacto se registra particularmente en las ciencias sociales y humanísticas. Por su parte, el segundo enfoque, preferido por los comunicadores o periodistas, privilegia explorar la interacción mediática sobre otras dimensiones, como lo cultural, lo político o la cuestión de las clases sociales.

Otras tendencias en los estudios de recepción que se dan en el contexto latinoamericano también son dignas de mención. Por un lado, se encuentran aquellos trabajos de investigación propiamente documental, que se enfocan en pequeños segmentos de audiencia y no se proponen explicitamente contribuir

3 Hacemos referencia a las siguientes corrientes: las que abordaban los medios como dispositivo técnico —como las de Marshall Mc Luhan, Harold Innis y Walter Ong—; las que los concebían como productores de efectos —representado por la Mass Communication Research norteamericana—; las que enfatizaban el carácter de industria —tematizado por la Escuela de Frankfurt—; y la llamada “economía política de la comunicación”, focalizada en el rol de los medios en el proceso de acumulación de capital; entre otras (Sgammini, 2011).

4 En términos generales, aludimos a un proceso de desplazamiento de las problemáticas al interior de las disciplinas sociales. Este fenómeno fue nombrado como *retorno a lo subjetivo*, la *vuelta del sujeto* o el *redescubrimiento del individuo*; alude al resurgimiento de estudios que se preocupan por el sujeto desde sus prácticas cotidianas. Este viraje se produce en sintonía con una serie de cambios sociales y socioeconómicos —marcados por tendencias neoliberales y posfordistas que reconstruyen un nuevo tipo de identidad posmoderna—, los cuales hallan un correlato en la reflexión científica (Sgammini, 2011).

5 Para una mayor profundización revisar Szulmuk y McKee Irwin (2009).

a la teorización sobre la recepción. Por otro, hallamos, dentro de la corriente del Análisis Literario, una rama denominada Estética de la Recepción —algunos pilares de esta corriente son Hans Robert Jauss (1980), Wolfgang Iser ([1976] 1987) y Bernhard Zimmerman (1987); en particular, sus trabajos de fines de los sesenta hasta los ochenta—; dicha línea se centra en el libro como medio y en la escritura como aquel objeto que permite explorar una gama de lecturas posibles entre los lectores.

Los estudios que hemos reseñado, más allá de sus diferencias, comparten, en mayor o menor medida, su interés por la producción de sentido o significación de los sujetos sociales. Ahora bien, ¿qué ocurre con el fenómeno de la recepción en los museos cuando el destinatario “ya no [opera] como receptor pasivo de contenidos y prácticas sino como sujeto activo capaz de redireccionar aspectos relevantes de las políticas institucionales”? (Chagra y Giese, 2015, p.5).

Actualmente, los establecimientos museísticos, para dar lugar al nuevo rol de los visitantes, recurren a una de las herramientas que les permite un mayor acercamiento al imaginario de estos actores, es decir, los *estudios de visitantes o públicos*.⁶ Si bien no debe considerarse su lugar de forma excluyente, se trata de un recurso valioso para repensar el vínculo entre el museo y los visitantes. En otras palabras, este tipo de indagaciones constituyen un puntapié inicial para saber cómo son, qué quieren, qué les gusta, qué valoran, cómo se predisponen ante las experiencias museales y qué buscan los visitantes cuando se vinculan o participan en la programación o en las actividades que diseñan las instituciones culturales en sus espacios-servicios.

2. De los estudios de visitantes y sus metodologías

El desafío de escuchar a los visitantes se combina con el de proponer formas para encauzar esa interacción con el museo desde una perspectiva que otorgue a los públicos un papel activo en la (re)significación del discurso presentado por los establecimientos museísticos (Cury, 2005). Esta proyección requiere contemplar el encuentro dialógico entre la institución cultural y el visitante, sin perder de vista que la interacción tiene que dirigirse a múltiples destinatarios para la construcción de nuevos significados que se integren al discurso propuesto por las sedes museales. Por ello, cada museo se ve en la necesidad de impulsar maneras de pensar y diferenciar a sus visitantes como un paso previo a generar distintas estrategias y acciones como parte de sus políticas institucionales. En tal sentido, sus gestores pueden encontrar recursos valiosos en los *estudios de públicos o de visitantes* (Bourdieu y Darbel, [1966] 2002; Asensio y

6 “Los estudios de visitantes o estudios de públicos suelen ser trabajados indistintamente en la bibliografía hispano-hablante. Por el contrario, en los textos de habla inglesa se dividen bajo las terminologías *visitor studies* o *visitor research*, que suelen relacionarse con el término *audience development*” (Pérez Castellano, 2016, p.23).

Asenjo 2000; Pérez Santo, 2008; Eidelman, Roustan y Goldeintein, 2013; Pérez Castellano, 2016/2017).

Eileen Hooper-Greenhill (2006) agrupa en esta denominación a un conjunto de investigaciones y evaluaciones que involucran a los museos y sus públicos actuales, potenciales o virtuales; habitualmente, ellas son realizadas por personal de los establecimientos museísticos o actores externos con diferentes propósitos. De este modo, se convierten en una herramienta que posibilita desde medir características simples y clásicas —análisis socio-demográfico— hasta analizar aspectos más complejos que buscan detectar gustos, necesidades, expectativas o experiencias de los visitantes. El conocimiento producido de esta manera facilita la construcción de nuevos mensajes en las distintas puestas museográficas, el mejoramiento de los servicios ofrecidos, el diseño de políticas de acción así como la planificación de actividades específicas.

En otras palabras, el estudio de la recepción en los museos se concreta mediante la aplicación de técnicas de análisis que permiten identificar el comportamiento del destinatario. En este sentido, resulta oportuno distinguir entre un enfoque cuantitativo y uno cualitativo. La dimensión cuantitativa del fenómeno abarca aspectos estructurales, como la composición sociodemográfica, la relación tipológica y las frecuencias; es un instrumento de medición de naturaleza numérica y estadística. La dimensión cualitativa, por su parte, aborda el terreno de las actitudes, las motivaciones y las experiencias, para identificar ideas, juicios, valoraciones, entre otras posibilidades.⁷ Según Graciela Schmilchuk,

Las preguntas más usuales que se formulan han sido quiénes son los visitantes, cuáles regresan y cuáles no (frecuentación); cuál es la imagen del museo o de una exposición especial en algunos sectores sociales; cuál ha sido el éxito de la exposición en términos cuantitativos y cualitativos; qué y cuánto aprende la gente, o cuáles son los mensajes que se han logrado comunicar y por qué. (1996, p. 36)

No obstante, Verón (2013, p. 307) establece diferencias entre estos dos puntos de vista. Es decir, este autor vincula a los primeros —métodos cuantitativos— con claras referencias al concepto de audiencias, que se encuentra directamente asociado al dato estadístico o al *rating* en relación con el consumo de medios masivos. Por su parte, los segundos —métodos cualitativos— apelan a la puesta en práctica de determinadas operaciones semióticas captables con la palabra y el comportamiento, por lo que responden a un tratamiento que habilita utilizar la terminología de público —aunque ello depende de cómo sean procesados y

⁷ En los últimos años, los enfoques mixtos han ganado considerable terreno; por un lado, se ocupan de la evaluación de las ofertas de la entidad y, por otro, buscan conocer las expectativas de los públicos, a partir de lo vivido y lo sentido por los visitantes (de Sevilla Gusting, de A Silva de Freitas Coelho, 2016; Contreras Munizaga, 2016; Juárez Gómez y Maldonado Méndez, 2017; Museo de Arte de Lima, 2018).

analizados los discursos de los visitantes—. Esta diferenciación está en sintonía con la apreciación de García Canclini, quien advierte que:

comenzaron aplicarse en los museos de arte métodos de indagación estadística que venían usándose en el mundo anglosajón para conocer las preferencias de los consumidores según nacionalidad, sexo, nivel educativo y socioeconómico. La intención era mejorar la comunicación y adaptar los planes de exposición a las expectativas de los receptores. Los sondeos de marketing y los estudios sobre consumo, aplicados a procesos culturales, dieron evidencias de los muchos sentidos que las obras pueden adquirir. En cuanto hacemos algo más que contar entradas a museos o el número de libros vendidos, se advierte que no existe “el público”. (2009, p.4)

Esta diferenciación que establecemos no trata de enfatizar la oposición entre estos análisis a fin de privilegiar a uno sobre el otro, sino con el objeto de comprender el alcance que habilita cada uno de ellos. Cada metodología ofrece, por lo tanto, distintas posibilidades para identificar a los visitantes. Los estudios que se concentran principalmente en obtener datos cuantificables sobre la recepción suelen enfocarse en lograr un mayor consumo que le permita a la entidad autofinanciarse o ser elegida entre otros espacios de similares características (Bishop, 2018). Por el contrario, abocarse a la observación de los dichos y los comportamientos de los visitantes otorga a los establecimientos museísticos la posibilidad de reconocer distintas instancias dentro de la experiencia que brindan. Asimismo, hace posible traducir esos conocimientos en acciones que no traten al visitante como un simple consumidor, sino como participante de la producción de sentido cultural e institucional de este tipo de entidad.

Ahora bien, creemos que cualquier abordaje del fenómeno de la recepción en los museos debe hacerse desde las peculiaridades contextuales y las políticas institucionales de un territorio determinado. En nuestro caso, consideramos necesario realizar un primer relevamiento de la situación que presentan los museos argentinos, con el propósito de recavar información acerca de qué usos y metodologías eligen estas entidades con el fin de conocer a sus visitantes y relacionarse con ellos.

3. Los usos de los estudios de visitantes en los museos argentinos

Se reconocen tres momentos en la constitución de los estudios de públicos hasta la actualidad. Según Zuazúa de Loresecha (2016), los primeros estudios de visitantes se iniciaron a fines del siglo XIX, en los Estados Unidos; impulsados por expertos como John Cotton Dana, Frank Jewett Mather, Rositer Howard, Henry Hugh Higgins y Charles J. Douglas, que se ocupaban de los vínculos en-

tre los museos y la educación. No obstante, los trabajos considerados verdaderamente pioneros en esta área están anclados en la primera mitad del siglo XX; se basaban en métodos propios de la psicología conductista y otros empleados en la investigación etnográfica y sociológica; aunque ofrecían una escasa sistematización (Hooper-Greenhill, 2006; Schmilchuk, 2012).

En efecto, esta producción dispersa “no parece [constituir] un auténtico cuerpo de investigaciones hasta los años setenta” (Pérez Santos, 2008, p. 21), cuando, por ejemplo, el British Museum of Natural History, en Londres, comienza a trabajar con investigaciones internas sistemáticas de evaluación de los visitantes (Miles, 1988). Años más tarde, el panorama de los estudios de públicos se diversificó ampliamente, y se apeló tanto a diferentes técnicas y sus posibles usos como a aplicaciones sustentadas por múltiples disciplinas académicas —marketing, diseño, sociología, antropología, psicología, pedagogía—. Sistematizar los datos que construyen distintas realidades, ya sea por medio de trabajos realizados por los propios museos, o por organizaciones y asociaciones de particulares —tales como la Visitor Studies Association en los Estados Unidos o el Visitor Studies Group en Inglaterra—, cobró una vital importancia. En algunos países, estos estudios llegaron incluso a convertirse en prácticas gubernamentales; por ejemplo, en Francia, a través del *Observatoire Permanent des Public* —fundado en los noventa—, y en España con la creación del Laboratorio Permanente de Públicos de Museos —sobre la primera década del siglo XX—; ello independientemente de las divergencias en cuanto a las exploraciones y los modelos planteados (Pérez Santos, 2008; Zuazúa de Loreseca, 2016).

En el caso de América Latina, este tipo de investigación ha tenido un menor desarrollo (Castilla, 2013), si bien se presentan casos emblemáticos, de diverso orden y alcance, en países como México —a partir de las investigaciones llevadas adelante, por ejemplo, Néstor García Canclini (1987), Rita Eder (2006), y Graciela Schmilchuk (1996/2012) — y Brasil —las generadas por Marilia Xavier Cury (1999/2005)—.

El desarrollo de los estudios de visitantes en museos de Argentina, según arguyen Vanina Papalini y Marina Moguillansky, “se basó en metodologías cuantitativas, casi siempre a partir de encuestas a los visitantes” (2016, p. 95). Sin embargo, a fines de los noventa, se consolidó, en algunos museos públicos, un grupo de investigaciones de tendencia mixta con una clara sistematización y profundidad de análisis que permitía reconocer la percepción de los visitantes a partir de la experiencia vivida, del relato de las exposiciones y de la opinión sobre los servicios ofrecidos. Entre dichas investigaciones, podemos nombrar las del Museo de Arte Popular “José Hernández”, de Buenos Aires, que comienzan en la gestión de Ana María Cousillas,⁸ coordinadas conjuntamente con Mirta

⁸ Esta investigadora es una de las referentes de las primeras investigaciones de interpretación del patrimonio cultural y de la percepción de los visitantes, a partir de su política institucional en el Museo de Arte Popular José Hernández (Buenos Aires) y de la investigación que llevó adelante para el organismo de Cultura del Municipio de CABA.

Bialogorky, y que continúan, más tarde, con Paola Fritz. Estos estudios, destinados a abordar la representación de los visitantes sobre el patrimonio y la imagen del museo, se desarrollaron desde una perspectiva etnográfica y semiótica (Cousillas, 1997; Bialogorski y Cousillas, 2000/2003; Fritz y Bialogorski, 2012). Asimismo, señalamos los análisis generados por Silvia Alderoqui en los Museos de las Escuelas, en Buenos Aires, enfocados desde la didáctica de las ciencias sociales, para elaborar el diseño conceptual de las exposiciones en función de la experiencia del visitante (Alderoqui y Pederzoli, 2011). Otro núcleo de estudios fue llevado adelante en el Museo de Antropología de la Facultad de Filosofía y Humanidades de Córdoba por Mirta Bonnin Picart, a quien se le uniría, años más tarde, Mariela Zabala. Estas indagaciones incorporaron distintas propuestas museológicas, museográficas y pedagógicas para tender lazos entre la antropología y los visitantes (Bonnin Picart, 2000; Zabala y Hernández, 2016). Más cercanos en el tiempo —desde 2012 hasta 2013—, los estudios realizados por María Paula Villani y personal del Museo Provincial de Ciencias Naturales “Dr. Ángel Gallardo”, de la ciudad de Rosario, se enfocaron en relevar la composición del público y su percepción del sector expositivo y de las áreas de circulación en términos de accesibilidad, atrapabilidad y atractividad (Museo Gallardo, 2017). Además, deben reseñarse las exploraciones efectuadas sobre sus visitantes por el Museo Nacional de Bellas Artes, en Buenos Aires, con relación a la tipología del museo a fin de identificar necesidades y optimizar la calidad de los servicios y propuestas (Chagra y Giese, 2015).

Los casos seleccionados tienen en común la utilización de enfoques mixtos; una cierta sistematización; la inclusión de herramientas proporcionadas no sólo por la nueva museología, sino también por los enfoques pedagógicos, la comunicación y el marketing; y, principalmente, el hecho de haber sido impulsados por gestiones en las que se valoraba positivamente la inclusión de las múltiples perspectivas que podían ofrecer sus visitantes a los museos.

Sin embargo, las instituciones referidas distan de la realidad general que se percibe en el conjunto mayor de las sedes museales del territorio argentino, en las que el uso de estas herramientas no ha prosperado del modo que sería deseable. Argentina cuenta, según el último relevamiento realizado por la Guía Nacional de Museos del Ministerio de la Nación en el año 2013, aproximadamente, con un total de novecientos noventa museos. Alrededor de la mitad se encuentran ubicados en el centro del país y en solo tres provincias —Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe—; los otros se distribuyen entre las veinte provincias restantes, con predominio en la región Noroeste. A su vez, setecientas de esas entidades son museos públicos —en general, basados en el modelo impulsado por los museos europeos en el siglo XIX—; aunque, según Raúl D’Amelio (2008), presentan diferencias al hallarse la organización estatal dividida en tres niveles: nacional, provincial y municipal o comunal.⁹ El número total se alcanza con la

⁹ Los museos públicos se encuentran desagregados en: ciento cuarenta y uno de nivel nacional, ciento

incorporación de cincuenta y ocho entidades que no presentan dependencia, unas doscientas cuarenta privadas y solo trece de condición mixta.

La encuesta realizada por Paola Fritz (2017) durante junio y diciembre de 2015 y dirigida a todos los museos del país —a la que solo respondieron, no obstante, ciento seis entidades—¹⁰ arrojó que setenta y uno —es decir, el 67%— alguna vez realizaron estudios de visitantes, pero únicamente treinta y dos —el 42% de ellos— los efectuaron de manera periódica.¹¹ A partir de las variables analizadas por Fritz (2017), se detecta que, en relación con el registro de visitantes, priman prácticas como el conteo de entradas, la contabilización de las solicitudes de visitas guiadas, el uso del *cuenta ganado* y el registro de las actas de inauguraciones, entre otras. Asimismo, en menor medida, a la hora de identificar el perfil de los visitantes, estos establecimientos se valen, principalmente, de entrevistas o cuestionarios semi-estructurados o cerrados. Por último, para evaluar las exposiciones, tienen en cuenta los libros de visitantes, y utilizan, en menor medida, las entrevistas, los cuestionarios y la observación directa.

A partir de este análisis realizado por Fritz, se reconoce que:

más de la mitad de las instituciones que respondieron hacen algún tipo de estudios de público, con técnicas muy básicas en la mayoría de los casos, como el conteo de entradas o los libros de visitas tanto para evaluar exposiciones como el grado de satisfacción de servicios. Muchas son realizadas informalmente. (2017, p. 200)

Tras tomar en consideración los distintos elementos aportados hasta aquí, cabe preguntarse si, más allá de las declaraciones acerca de la importancia que se otorga a los públicos, los museos argentinos realizan una verdadera implementación de herramientas que permitan dar respuesta a la demanda actual. Es decir, las sedes museales argentinas ¿están desarrollando y fomentando de manera consistente instancias que habiliten al visitante a ser partícipe del hacer de los museos?

Al intentar dar respuesta a este interrogante, se desprende que el principal uso que hacen los museos argentinos de los estudios de visitantes consiste en recavar datos estadísticos mediante prácticas más cercanas a los estudios de audiencia en museos (*Audience Research*). Por el contrario, en el grupo de investigaciones realizadas en el Museo José Hernández (Buenos Aires), los Museos

treinta y nueve de nivel provincial, trescientos setenta municipales y veinticinco comunales.

10 Para ver con mayor detenimiento cuáles fueron las entidades relevadas, Cf. Fritz, 2017, p.184.

11 Existe un primer informe realizado por el Observatorio Iberoamericano de Museos (OIM) llevado adelante durante el período de Marzo a Octubre de 2014, que construye un estado de situación de los estudios de público en los museos iberoamericanos. No profundizamos en dicho informe, ya que éste solo releva veintidós museos argentinos, lo cual arroja un recorte muy sesgado sobre la recepción en los museos. No obstante, destacamos que se concluye que el recuento de visitantes es el dato que más se releva, seguido por la realización de estadísticas de perfil y, luego, los estudios de público, en donde prima el perfil del visitante (características sociodemográficas); hábitos culturales y de visita; motivaciones, expectativas, preferencias y evaluación de la satisfacción de la visita. En el caso de las entidades argentinas se percibe un uso de estas herramientas, pero no consta la utilización de los resultados en las acciones institucionales.

de las Escuelas (Buenos Aires), el Museo de Antropología (Córdoba), el Museo Gallardo (Santa Fe) y el Museo Nacional de Bellas Artes (Buenos Aires) se exten-
riorizan datos acerca del comportamiento y la opinión de los visitantes. Acceder a esa información habilita múltiples instancias de apropiación y de construc-
ción de sentido, de modo que se reconoce una variedad de imaginarios y percep-
ciones sobre los mensajes que ofrece el museo. Contar con estas voces permite a la institución reconfigurar sus relatos, espacios y actividades —entre otras con-
diciones—, para integrar a los receptores en las prácticas museísticas y museo-
gráficas. Por ejemplo, en la experiencia del Museo Hernández, a partir de los
estudios a los que ya hicimos referencia, se impulsó un cambio de imagen insti-
tucional a fin de que fuera posible identificarlo como *Museo de arte popular*. La
medida se implementó al detectarse que los visitantes tendían a interpretar el
patrimonio de la entidad asociado a lo *gauchesco*, lo *telúrico*, lo *del interior*, sin
reconocer la presencia indígena o inmigrante que también forman parte de la
población y de la historia del país, a pesar de que ambas estaban representadas
en la muestra permanente y en la cartelería.¹² En el caso del Museo Gallardo, los
estudios permitieron reconocer que los visitantes no identificaban el ingreso; la
entrada a la entidad compartía la fachada del edificio con un bar y con el ex
Centro Clandestino de Detención —que funcionó durante la última dictadura
militar argentina, y convertido hoy en espacio de memoria—. En función de ello,
y a fin de garantizar la inmediata localización del ingreso, se dispuso la redistri-
bución edilicia de la sede museal; en el lugar que antes ocupaba el bar, se ubica-
ron una sala expositiva y una pequeña tienda. Asimismo, la planificación museo-
gráfica y la localización de la colección fueron rediseñadas al detectarse que los
visitantes no relacionaban las salas y no reconocían entre ellas una linealidad
evolutiva. En consecuencia, se trabajó bajo un guión dirigido a unificar cada sala
expositiva en torno a un núcleo integrado dentro de un gran discurso, lo que
favorecía que cada una de ellas, sin perder su carácter independiente, se presen-
tara simultáneamente interrelacionada con las otras a los ojos de los visitantes.

Estas experiencias ofrecen, desde nuestra perspectiva, una muestra aten-
dible de las potencialidades de los estudios de públicos aplicados a los museos.
Sin embargo, como anticipamos, en este sentido, el panorama de los museos
situados en el territorio argentino está muy lejos de lo deseable. Al respecto, las
escasas respuestas reflejadas en los números de los análisis mencionados abren
más interrogantes que certezas sobre cómo se está trabajando el vínculo entre
los museos y su visitantes.

12 Una visión que se vincula con el mensaje criollista que había adoptado la institución a partir de 1955 y que se mantuvo con variantes hasta los años ochenta; fuertemente fijada en el imaginario porteño.

4. Consideraciones finales

El museo en la contemporaneidad aún está en construcción, porque la contemporaneidad misma se está pensando día a día, inserta en la propia dinámica del presente. Dicha dinámica implica para las sedes museales la adopción de nuevas formas de concebir la estructura comunicacional, la cual debe mantenerse abierta al diálogo y favorecer el rol activo de los visitantes.

Salvo algunos casos aislados, en el relevamiento de los museos argentinos, no constan datos sobre estudios que privilegien estas características; y se percibe, por otra parte, una preferencia por los métodos cuantitativos, orientados a la medición de audiencias. Desde nuestra perspectiva, los estudios de públicos, trabajando con enfoques mixtos en los que se enfatice la presencia de una metodología cualitativa, pueden convertirse en una herramienta más sensible para reconocer y proyectar experiencias que favorezcan la participación activa de los visitantes. El nuevo rol de este actor, que constituye un centro de interés para la reflexión contemporánea, insta a un trabajo de reconfiguración de los establecimientos museísticos. Al respecto, es posible reconocer, en algunas de las sedes museales argentinas, el inicio de un proceso de paulatina transformación que no todas las entidades están en condiciones de afrontar. Sucede que la participación en este proceso demanda, además, un equilibrio entre la verticalidad —rasgo institucional predominante en este tipo de establecimientos— y el nuevo rol consensuado con los visitantes.

Se impone, así, la necesidad de acciones y prácticas que no solo se ocupen de lo que hay y de lo que se requiere cambiar, sino también de lo que no se tiene y es necesario generar por parte de los museos.

Referencias bibliográficas

- Alderoqui, S. y Pedersoli, C. (2011). *La educación en los museos: de los objetos a los visitantes*. Bs. As: Ediciones Paidós.
- Asensio, M. y Asenjo, E. (2000). Estudios de Público y Evaluación de Exposiciones como metodología de la planificación museológicos: el caso del Museu Marítim de Barcelona. *Revista de la Asociación Profesional de Museólogos de España* (APME), (5), Madrid, 73-104.
- Bialogoski, M. y Cousillas, A. M. (2000). Gestión cultural y estudios de Público en el Museo José Hernández. *Cuadernos de Antropología Social* (12), Buenos Aires, 197-205.
- Bialogoski, M. y Cousillas, A. M. (2003). *Estereotipos y preconceptos en la interpretación del patrimonio cultural en el Museo José Hernández*. Buenos Aires: Ediciones del Instituto Nacional del Arte (IUNA).
- Bialogorki, M. y Fritz, P. (2012). Diálogo con los visitantes. Estudio de Público cualitativos en el Museo de Arte Popular José Hernández de la Ciudad de Bue-

- nos Aires. *Actas del Simposio Internacional de Museología, "Nuevas Prácticas, Nuevas audiencias. A 40 años de la Mesa de Santiago"*, Santiago de Chile, Chile.
- Bishop, C. (2018). Museología radical: o ¿qué es contemporáneo en los museos de arte contemporáneo?. Bs. As: Libretto.
- Bonnin, M. (2000). Pensando los museos antropológicos: el caso del Museo de Antropología de la Universidad de Córdoba. *Simposio Repensado los museos históricos. Museo Jesuítico de Alta Gracia*, Córdoba, Argentina.
- Boudieu, P. y Darbel, A. 2002 [1966]. *Campo de poder, campo intelectual. Itinerario de un concepto*. Buenos Aires: Editorial Montressor.
- Castilla, A. (2013). Prologo. J. Eidelberg (Ed.) *El museo y sus públicos. El visitante tiene la palabra*. (pp. 11-16). Bs. As: Ariel.
- Chagra, N. y Giese, A. I. (2015). *¿Para quién es el museo?*. Buenos Aires: Museo Nacional de Bellas Artes.
- Cousillas, A. M. (1997). *Guía sobre estudios de visitantes a museos*. Buenos Aires: INAPP.
- Cury, M. X. (1999). *Museología y Filosofía: Dewey, Pessanha e Platao, Foucault e Habermas*. Venezuela: Hildegard K. Vieregg.
- Cury, M. X. (2005). Comunicacao e pesquisa de recepcao: uma perspectiva teórico metodologica para os museos. *Dossier de 4 Congreso mundial de Museus e Centros de Ciencia*, Río de Janeiro, 365-380.
- D'amelio, R. (2008). Encuentro con los museos de Rosario (Argentina). *Revista museos.es* (4), Madrid, 170-181.
- De Sevilla Gusting, M. y Freilas Coelho, M. (2016) El modelo de experiencias aplicado a un museo. La perspectiva de los visitantes. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25, 460-482.
- De Moragas, M. (1985). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: G. Gili Barcelona.
- Eidelberg, J.; Roustan, M. & Goldeintein, B. (2013). *El museo y sus públicos. El visitante tiene la palabra*. Bs. As: Ariel.
- Eder, R. (2006). El público de arte en México: Los espectadores de la exposición Hammer. Sunkel, G. (coord.). *El consumo cultural en América Latina*. (pp. 229-244). Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Fritz, P. (2017). Una primera aproximación a los estudios de público en Argentina. M. Bialogorski y M. M. Reca (Ed.) *Museos y visitantes: ensayos sobre estudios de público en Argentina*. (pp.181-205). Bs. As: ICOM Argentina.
- García Canclini, N. (1987). *El público como respuesta. Cuatro estudios sociológicos en museos de arte*. México: INBA.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas Híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Barcelona: Paidos Iberoamérica.
- García Canclini, N. (1993). *El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica*. México: CONACULTA.
- García Canclini, N. (2009). ¿De qué hablamos cuando hablamos de resistencia?. *Estudios Visuales*, 7, España, 15-37.

- Gilroy, P. ([1994]1998) Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad. David Morley (coord.) *Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo* (pp. 63-85) España: Paidos.
- Gómez, C. Hernández, M. y Poblete, S. (2008). Conociendo mejor a los usuarios y no-usuarios del Museo Nacional de Historia Natural. *Revista Museos* (27), Chile, 7-22.
- Guasch, A. M. (2008). Los museos y lo museal. El paso de la modernidad a la era de lo Global. *Revista CALLE 14* (2), Bogota, 11-20.
- Hall, S. ([1980] 1994). Estudios Culturales: dos paradigmas. *Causas y azares. Los lenguajes de la comunicación y de la cultura en (la) crisis* 1(1), Buenos Aires, 27-44.
- Hooper-Greenhill, E. (2006). Studying visitors. *Companion to Museum Studies*. Londres, Blackwell Publishing, 363-376.
- Huyssen, A. 2007 [1990]. Escapar de la amnesia: los museos como medios de masas" se basa en ensayos de la publicación. A. Huyssen (Ed.) *En busca del futuro perdido Cultura y memoria en tiempo de globalización*. (pp.41-73). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Iser, W. ([1976] 1987). *El acto de leer. Teoría del efecto estético*. Madrid: Taurus.
- Jauss, H. R. (1980). *Estética de la recepción y comunicación literaria*. Recuperado de http://cepsifotocopiadora.com.ar/archivos/folios/37694_2015827.pdf
- Juárez Gómez, M. L. y Maldonado Méndez, F. J. (2017) El mapeo de significado personal. Metodología cualitativa para el estudio de públicos, primeros ensayos.
- Pérez Castellano, L. (Coop.). *Estudios sobre públicos y museos. Vol II. Apuntes para pasar de la teoría a la práctica* (pp.234-245). México: Publicaciones ENCRyM.
- Katz, E., Blumler, J., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 509-23. Recuperado de <http://jstor.org/stable/2747854>
- Mattelart, A. y Neveu, E. (2004). *Introducción a los Estudios Culturales*. Barcelona: Paidos.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Anthropos.
- Miles, R. S. (1988). Exhibit evaluation in the british Museum (Natural History). *ILVS Review*, 1 (1), 24-33.
- Ministerio de la Nación (2013) *Guía Nacional de Museos*. Buenos Aires: Ministerio de la Nación.
- Museo de Arte de Lima. (2018). *Hacia un museo sostenible Oferta y demanda de los museos y centros expositivos de Lima*. Lima: Museo de Arte de Lima.
- Museo Gallardo (2017). Rosario. Recuperado de https://issuu.com/museogallardo/docs/estudio_de_publico_issuu.
- Orozco Goméz, G. (2003). Los estudios de recepción: de un modo de investigar a una moda, y de ahí a muchos modos. *Intexto* (9), Rio Grande do Sul Brasil, 1-13.

- Orozco Goméz, G. (1996). *Televisión y audiencias: un estudio cuantitativo*. México: Ediciones de la Torre.
- Papalina, V. y Moguillansky, M. (2016). Los estudios sobre los públicos de Artes. M. Grillo (Ed.) *Estudios sobre consumos culturales en la Argentina contemporánea*. (pp.129-175). Bs. As: CLACSO.
- Panozzo Zenere, A. (2015). El Museo, un hecho comunicacional de disciplinamiento. *Revista Luciérnaga-Comunicación*, 7(14), 64-77.
- Pérez Castellano, L. (2016). *Estudios sobre públicos y museos. Vol I. Públicos y museos: ¿Qué hemos aprendido?* México: Publicaciones ENCRy M.
- Pérez Castellano, L. (2017). *Estudios sobre públicos y museos. Vol II. Apuntes para pasar de la teoría a la práctica*. México: Publicaciones ENCRy M.
- Pérez Santo, E. (2008). Metodología básica de la investigación de público en museos: áreas de actuación, variables implicadas, tipos de investigaciones y técnicas utilizadas. *Revista de los museos de Andalucía*, año VI, (10), Andalucía, 48-57.
- Schmilchuk, G. (1996). Aventuras y desventuras de los estudios de público. *Cuicuilco*, 3 (7), México, 31-27.
- Schmilchuk, G. (2012). Públicos de museos, agentes de consumo y sujetos de experiencia, *ALTERIDADES*, 22 (44), México, 23-40.
- Sgammini, M. (2011). *Televisión y vida cotidiana. La domesticación del cable en Córdoba*. Villa María: Eduvim.
- Szulmuk, M. y McKee Irwin, R. (2009). *Diccionario de estudios culturales latinoamericanos*. México: Siglo XXI.
- Rodrigo del Blanco, J. (2006). Estudio de público en el Museo Nacional de Antropología. *Revista Anales del Museo Nacional de Antropología*, XII, 105-120.
- Verón, E. (1992). Le plus Vieux média du monde. *MSCOPE*, (3), Paris, 32-37.
- Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretaciones*. Bs. As: Paidos.
- Williams, R. ([1951] 2001). *Cultura y Sociedad, 1780-1950*. Bueno Aires: Nueva Vision Buenos Aires.
- Zabala, M. E. y Hernández, L. (2016). Miércoles ¿qué pasa en el Museo? Un estudio de visitantes? *III Jornadas de Comunicación y Museos Abiertos: Públicos, accesibilidad y experiencias de comunicación*. Fac. de Ciencias de la Comunicación, Córdoba.
- Zimmermann, B. (1987). El lector como productor: en torno a la problemática del método de la estética de la recepción. En Mayoral, J. A. (comp.), *Estética de la recepción* (pp. 39-58). Madrid: Arco/Libros S.A.
- Zuazúa de Loreseca, B. (2016). Análisis cronológico de la evolución de los estudios de públicos en México y en el mundo. Una visión introductoria. Pérez Castellano, L. (Coop.). *Estudios sobre públicos y museos. Vol I. Públicos y museos: ¿Qué hemos aprendido?* (pp. 46-74) México: Publicaciones ENCRy M.

Cuerpos travestis que expresan, sistemas mediáticos que los representan. Un recorrido comunicacional empírico y teórico

*Transvesti the bodies that express, media systems that represent them
An empirical and theoretical Communication path*

*Corpos travestis que expressam, sistemas midiáticos que os
representam. Um percorrido na comunicação empírico e teórico*

Deicy Yvets MORALES MEDINA

Universidade UNISINOS, Brasil / yvetsmorales@gmail.com

*Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 marzo 2019 (Sección Ensayo, pp. 327-343)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 18-11-2017 / Aprobado: 10-03-2019*

Resumo

El artículo recoge la sistematización de un proceso de inmersión empírico y teórico, con personas que se autodefinen travestis en Río Grande del Sur, Brasil, para comprender la configuración del sujeto travesti, a partir de las transiciones y modificaciones de los cuerpos como espacios políticos y simbólicos. Desde una perspectiva comunicacional, en un primer momento, se colocan en diálogo los encuentros y desencuentros empíricos con el sistema sinestésico de Buck-Morss, la noción del shock y la estética de la guerra de Benjamin, el cuerpo utópico de Michel Foucault, y la construcción de género que interpela y nombra a los cuerpos sexuados. En un segundo momento, se piensa la representación del sujeto travesti en el sistema mediático tradicional, ayudados por la concepción de representatividad y expresión de Sfez.

Palabras-chave: comunicación; transmetodología; travestis; sujeto travesti.

Abstract

The article includes the systematization of an empirical and theoretical immersion process, with people who define themselves as transvestites in Rio Grande do Sul, Brazil. In order to understand the configuration of the transvestite subject, based on the bodies' transitions and modifications, as political and symbolic spaces. From a communicational perspective, first the encounters and empirical disagreements are placed in dialogue alongside Buck-Morss' synaesthetic system, Benjamin's notion of shock and the aesthetics of war, Foucault's utopian body, and the gender construction that challenges and names sexed bodies. Second, the representation of the transvestite subject in the canonical media system is thought, helped by Sfez's conception of representation and expression.

Keywords: communication; transmetodology; transvestites; transvestite subject.

Resumen

O artigo recolhe a sistematização de um processo de imersão empírica e teórica, com pessoas que se auto definem travestis, em Rio Grande do Sul, Brasil. Para compreender a configuração do sujeito travesti, a partir das transições e modificações dos corpos, como espaços políticos e simbólicos. Desde uma perspectiva comunicacional no primeiro momento se coloca em diálogo os encontros e desencontros empíricos com o sistema sinestésico da Buck-Morss, a noção do shock e a estética da guerra do Benjamin, o corpo utópico do Michel Foucault. E a construção do gênero que interpela e nomeia aos corpos sexuados. No segundo momento se pensa a representação do sujeito travesti no sistema midiático canónico, auxiliados pela concepção de representatividade e expressão do Sfez.

Palabras clave: comunicación; transmetodología; travestis; sujeto travesti.

1. Introducción

La travesti no quiere ser mujer, ella solo quiere tener la figura, cuerpo, silueta femenina. Enfrentamos a la sociedad heteronormativa, con nuestras maneras, nuestras posturas, nuestro maquillaje, nuestro cuerpo. Nosotras hacemos una subversión en silencio. (Pitty Barbosa¹. Entrevista personal N°.1. Septiembre de 2017)

El propósito de este artículo es incursionar en el universo simbólico complejo y contradictorio del sujeto travesti que se construye en la dimensión política, social, comunicante, de género y cuerpo². A partir de transgredir el cuerpo, de cuestionar la relación binaria cuerpo-género, se autodefinen como travestis, inician un camino de subversión y transiciones para construir sus subjetividades. Debido a la complejidad y diversidad simbólica de los cuerpos travestis, nos desafían a pensar de otras maneras el género, los cuerpos, la construcción de las subjetividades; a veces interpelando el género binario normativo (masculino/femenino), y a veces resignificando y transgrediendo sus cuerpos hasta encontrar la expresión del cuerpo sexuado feminizado; estas son algunas de las contradicciones en las que operan los cuerpos travestis.

Durante la investigación exploratoria con personas que se autodeterminan travestis en Porto Alegre- Brasil (2017-2018), fue posible conocer una construcción discursiva que interpela y cuestiona el preconcepto “nacer en cuerpos errados”, para reivindicar que su cuerpo, mente, espíritu están en concordancia, es decir, no tienen conflicto entre su órgano sexual y su construcción femenina. El deseo de transgredir sus cuerpos, vestir faldas, vestidos, pantalones apretados, ropas escotadas, calzar tacones, llevar el cabello largo, no significa que quieren ser mujeres; ellas son travestis y su lugar de enunciación es la periferia.

La investigación etnográfica con travestis en Salvador de Bahía - Brasil que realizó Don Kulick³, entre 1996 y 1997, revela que las travestis no quieren ser mujeres y tampoco quieren retirar su pene. En 2008, en la investigación de Jorge Leite⁴ encontramos una configuración de discurso similar, en la que se enuncia

1 Pitty Barbosa es activista travesti de Brasil, coordinadora de la ONG *Igualdade Guaíba*, consejera del *Conselho Estadual de Promoção dos Direitos LGBT de Rio Grande do Sul (CELGBT)*, consejera de *Ética da Associação Nacional de Travestis e Transexuais - ANTRA*.

2 Cabe aclarar que, si bien cuerpo y género serán las categorías que se problematizan en el artículo, en ningún momento se pretende dar un sentido esencialista, universal o excluyente de otras categorías que intervienen en la configuración del sujeto travesti.

3 Entre 1996 y 1997, el antropólogo sueco Don Kulick realizó una investigación etnográfica con travestis de Salvador de Bahía; en 1998 se publica en inglés, y en 2008 en portugués. “A pesar de todas las transformaciones, muchas de las cuales irreversibles, las travestis no se definen como mujeres. Es decir, a pesar de vivir todo el tiempo vestidas de mujer, refiriéndose unas a otras por nombres femeninos, y sufriendo dolores atroces para adquirir formas femeninas, las travestis no desean extraer el pene, y no piensan en ser mujer. Ellas no son transexuales” (Kulick, 2008, pp.19-20).

4 El investigador brasileño Jorge Leite, doctor en Ciencias Sociales, en 2008, presentó su tesis doctoral *Nossos corpos também mudam: a invenção das categorias “travesti” e “transexual” no discurso científico*. Es una importante investigación de referencia para comprender la configuración de las subjetividades travestis y transexuales, dice: “Cuando salimos del terreno de las teorías y clasificaciones de los códigos y manuales, tenemos, en el

que las travestis se someten a intervenciones hormonales y cirugías para feminizar su cuerpo y adoptar el género femenino, lo que nos lleva a pensar que para esta población el reconocerse como travesti se constituye en un gesto político, que no está determinado por el ideal de nombrarse “mujer”, pero sí de expresarse en sus códigos. Es así como el desafío de comprender esas complejidades nos advierte la responsabilidad de hablar de un grupo social que da cuenta de subjetividades específicas, de disputas con el poder, de lugares de enunciación propios y periféricos.

En un momento inicial nos permitimos pensar el cuerpo travesti con las provocaciones del cuerpo utópico y performático de Michel Foucault y Judith Butler, respectivamente, para llegar a una comprensión entre idealizada y subversiva, y encontrarnos con una mirada estetizada (Benjamin, 1994) de un cuerpo-espacio que es capaz de articular la política del deseo, con las biotecnologías de producción y reproducción del cuerpo (Preciado, 2002), tecnologías sexo-género de disciplinamiento (Foucault, 1998, 1999, 2005; Butler, 2002, 2006), y alcanzar el nivel de sofisticación de la estética travesti que irrumpió en el cotidiano de la sociedad y la cuestiona. Se transforman, reinventan, ritualizan el maquillaje, la silicona, los implantes, la hormonización, los tatuajes; Michael Foucault (2008) afirmó:

La máscara, el tatuaje, el afeite sitúan al cuerpo en otro espacio, lo hacen entrar en un lugar que no tiene ningún lugar directamente en el mundo; hacen de ese cuerpo un fragmento de espacio imaginario que se va a comunicar con el universo de las divinidades o con el universo de los demás. (p. 15)

Del ideal mágico de las divinidades materializado en el cuerpo travesti, ellas transitan hacia la subversión, para desafiar las marcas de represión y autoritarismo de las relaciones de poder/ser, y gracias a las estrategias que encuentran en la versatilidad de su transición, adquieren la capacidad de subvertir el orden y la represión.

2. Aproximaciones al cuerpo travesti

La reflexión del cuerpo travesti nos lleva hacia un espacio⁵ polisémico que adquiere sentido en relación con los otros cuerpos, se trata de una mirada al su-

Brasil, una problematización terminológica extremadamente interesante: lo que es comúnmente conocido y reconocido en nuestro país, por la cultura popular o de masas, como una persona travesti, es decir, aquella que adopta el género femenino, sufre intervenciones hormonales y cirugías para feminizar su cuerpo —como por ejemplo colocando prótesis de silicona en los senos—, adopta las vestimentas, afeites, comportamientos y nombres considerados típicamente de mujeres, vive 24 horas por día en esta condición y no desea la cirugía de transgenerización (...)” (Leite, 2008, p.194).

5 Para entender el espacio, nos acercamos a la teoría social crítica de Milton Santos, a la reflexión de las relaciones de la técnica con el tiempo y el espacio como una problematización epistemológica de la geografía: “La configuración territorial no es el espacio, ya que su realidad proviene de su materialidad, en tanto que el

jeto histórico a través de explorar los discursos travestis, narrados en primera persona, para reconocer su autoría y permitirnos entrar en su mundo. La dificultad de traducir esos cuerpos se advertirá muchas veces en la redundancia de conceptos como transición, transgresión, subversión, luchas, disciplinamiento, normalización, deseo y sufrimiento. Si algo tienen los cuerpos travestis es que no se dejan traducir, son cuerpos que no se representan, porque ellos se expresan por sí mismos, se muestran, se modifican y construyen sus propias estéticas, cadencias rítmicas, diversidades, en el devenir de la cotidianidad. Hablar de cuerpos travestis es entregarse a experiencias de vida que están en constante lucha por la sobrevivencia y la posibilidad de ser, en cuerpos que transitan, se reinventan para dar paso a universos simbólicos polisémicos.

Ser travesti es resistencia, es coraje, es fuerza, es glamour, a veces una cierta dosis de insensatez y locura. Pero sobre todo es fuerza, coraje de luchar, de resistencia, de resiliencia. Es la capacidad de reinventarse y adaptarse en un medio hostil y agresivo. (Cleo Soares⁶. Entrevista personal N°. 2. Noviembre de 2017)

“La percepción solo se transforma en experiencia cuando se conecta con los recuerdos sensoriales del pasado; pero el ‘ojo protector’ que rechaza las impresiones ‘no se entrega a desvaríos/fantasías con cosas distantes’” (Buck-Morss, 2012, p. 169). Cuando Susan Buck-Morss realiza esta reflexión, hace referencia a la extorsión de la experiencia que sufren los obreros en las fábricas, al mecanizar su relación hombre-máquina y eliminar la capacidad perceptiva, creativa, innovadora, de la experiencia del trabajador. En el caso de las *travestis*, la relación del recuerdo sensorial del pasado no tiene ese “ojo protector” ya que su ritualización y transformación en el cotidiano demandan recuperar la experiencia para vivir el presente. Lo que nos permite acercarnos a la *noción de shock* como experiencia normal de la modernidad (Benjamin, 1994), mediante la sensación de cuerpos que van al encuentro de choques perceptivos. En la lógica del *shock* como experiencia de vida, es posible observar la intensidad de los cuerpos travestis en las modificaciones de sus cuerpos y subjetividades, reacciones a la mirada del otro, electricidad de sus deseos para reconocer que el *shock* no es un momento; son muchas intensidades en lo cotidiano, que se mixturan en circuitos perceptivos para permanecer alertas a los impulsos que la sociedad les transmite; es una especie de acción-reacción-acción, que choca de forma permanente sobre sus humanidades.

Cada una de las modificaciones corporales, de las miradas sobre sus cuerpos recuerda a las travestis que son travestis; es un circuito cotidiano del que no tienen escapatoria, es un bombardeo permanente de emociones que se activan

espacio reúne la materialidad y la vida que la anima (...). El espacio está formado por un conjunto indisoluble, solidario y también contradictorio, de sistemas de objetos y sistemas de acciones, no considerados aisladamente sino como el contexto único en el que se realiza la historia” (Santos, 2000, p. 54).

6 Cleo Soares es activista travesti de Brasil.

cada día en disputa con los otros cuerpos normados. Bruna Benevides, activista travesti de la *Associação Nacional de Travestis y Transsexuais* (ANTRA) de Brasil, dice: “Las travestis no podemos dejar de luchar, estamos obligadas a luchar para sobrevivir. La travesti es marginal porque la sociedad no quiere que ser travesti sea positivo” (Entrevista personal N°.3. Noviembre de 2017). El reconocerse como marginales es una autopercepción que tiene su anclaje en la memoria no solo individual sino colectiva, condición generada por un Estado-sociedad moderno, excluyente, que ejerce presión sobre los sujetos mediante eficientes tecnologías de normatividad.

Según Derrida el pensamiento moderno se caracteriza por el juego de las dicotomías. “[...] En el juego de las dicotomías los dos polos difieren y se oponen y aparentemente cada uno es uno e idéntico a sí mismo. La dicotomía marca también la superioridad del primer elemento” (citado por Louro, 1997, p. 31). Así, por ejemplo, en positivo\negativo, hombre\mujer, blanco\negro, todo lo que se encuentra como segundo elemento⁷: “negativo, mujer, negro”, se coloca en situación de vulnerabilidad, se queda fuera del sistema de beneficios, del estado de bienestar, y son relegados a lugares de marginalidad y destrucción. Entonces los sujetos son vaciados, aniquilados, fragmentados, arrancados de sus subjetividades, luchas y necesidades. Como acontece con las travestis, la experiencia del cuerpo simbólico es reducida a cuerpos farmacodependientes sexuados, apartados de las subjetividades que las constituyen, en una tentativa de fragmentación y de destrucción del circuito de las percepciones. Según Susan Buck-Morss (2005):

El circuito que va de la percepción sensorial a la respuesta motora comienza y termina en el mundo [...]. En tanto fuente de estímulos y campo de las respuestas motoras, el mundo exterior debe ser incluido si queremos completar el circuito sensorial [...]. Para diferenciar nuestra descripción de la concepción tradicional y más limitada del sistema nervioso humano, que aísla artificialmente la biología humana de su ambiente daremos el nombre de “sistema sinestésico” a ese sistema estético de conciencia sensorial descentrado del sujeto clásico—en el cual las percepciones sensoriales externas se reúnen con las imágenes internas de la memoria y la anticipación—. (pp.164-165)

Los sujetos travestis, en un acto político de resistencia, generan una relación sinestésica entre los cuerpos, la memoria sensorial y la imagen externa, mediante la cual interactúan con el mundo. El cuerpo, en el sistema sinestésico, adquiere una dimensión ontológica en la configuración del sujeto travesti, ya que mediante la construcción de sus cuerpos se establece la autodeterminación del sujeto travesti. Es necesario reconocer que es el cuerpo el que se modifica, transgrede su “naturaleza humana”, materializa las contradicciones de la norma

⁷ También acontece con el sistema binario: masculino/femenino, público/privado. En la lógica normalizadora todo aquello que tiene que ver con femenino y con espacio privado ha sido arrancado de su lugar político, por lo que la disputa de los derechos empieza por recuperar ese lugar político que paradójicamente devuelve la capacidad de lucha al sujeto.

y recibe la penetración de la mirada, del otro “normal” y “normalizado”. Es el cuerpo deseado, que sale cada día a las calles a desafiar al mundo hetero binario, que ha naturalizado la heterosexualidad como el modo de cohabitar en el espacio público y normar el espacio privado, para mantener el orden social, como propone Beatriz Preciado (2002):

La naturaleza humana es un efecto de tecnología social que reproduce en los cuerpos, los espacios y los discursos, la ecuación naturaleza=heterosexualidad. El sistema heterosexual es un aparato social de producción de feminidad y masculinidad que opera por división y fragmentación del cuerpo: recorta órganos y genera zonas de alta intensidad sensitiva y motriz (visual, táctil, olfativa...) que después identifica como centros naturales y anatómicos de la diferencia sexual. (p.22)

La organización del espacio público, pensado por los sistemas de dominación, está construido para que el mundo fluya en dos únicas hileras que responden a la “naturaleza=heterosexual”, masculina y femenina, con estereotipos que van desde la organización del mundo en colores: azul y rosado, hasta las disputas de poder, donde la equidad de una sociedad se mide en 50% femenino/hembra/mujer y 50% masculino/macho/hombre, donde las subjetividades han sido fragmentadas y no existe lugar para las diversidades, a menos que se alineen con el pensamiento heterosexual. Entonces, toma tintes de una estética de guerra urbana, la sociedad está totalmente anestesiada mediante el bombardeo de información/desinformación.

Asistimos a experiencias de guerra, destrucción de ciudades, enfrentamientos entre la sociedad civil, cuerpos violentados que son publicados a diario en periódicos, noticieros, redes sociales, *WhatsApp*, y creemos percibir que las guerras están en aparente distancia de nuestros cuerpos (en el caso de quienes vivimos en América del Sur), mientras negamos o naturalizamos las experiencias de guerras cotidianas que afrontamos en las urbes de nuestras ciudades (América del Sur): Quito, Guayaquil, Porto Alegre, Río de Janeiro, São Paulo, Bogotá, Medellín, Lima, por nombrar algunas. Para mantener la máquina productiva del sistema hegemónico patriarcal en situación de confrontamiento y guerra naturalizada, “todos los esfuerzos para estetizar la política, convergen para un punto. Ese punto es la guerra. La guerra y solamente la guerra permite dar un objetivo a los grandes movimientos de masas, preservando las relaciones de producción existentes” (Benjamin, 1994, p.194). De esta manera en un efecto de anestesia social (Buck-Morss, 2012), dopaje sensitivo, anulación del circuito perceptivo y aniquilación de la memoria, la sociedad disciplinada sigue su marcha, y el sistema de regulación heteronormativo es preservado, en beneficio del sistema de acumulación de capital.

En esta experiencia de guerra urbana, existen cuerpos que no importan, tales así que durante 2017 en Brasil se reportaron 179 travestis y transexuales que fueron asesinadas; cada 48 horas se asesina a una persona que se autodetermina

trans, travesti, transexual, según el mapa⁸, publicado el 1 de enero de 2018, por la ANTRA de Brasil, en su página de Facebook⁹, 45% de las muertes de lesbianas, gais, bisexuales y transexuales (LGBT) son de travestis y transexuales; muertes que no importan, porque son cuerpos fragmentados y marginalizados. Mientras la sociedad se protege de los bombardeos, de las violencias armadas, de los asesinatos, el sistema hegemónico se fortalece y sigue su rueda productiva de acumulación y ejercicio de poder.

Porque todas las travestis y transexuales somos guerreras, porque todo lo que nosotros enfrentamos, inclusive para construir nuestros cuerpos, que es nuestra marca y también nuestro mayor sufrimiento. A partir del momento que nosotras nos construimos, es en ese momento que nosotras comenzamos a ser lapidadas, mutiladas por la sociedad y por nosotras mismas (Alana¹⁰. Entrevista personal Nº.4. Noviembre de 2017).

Así nos encontramos con el discurso de travestis construido a partir de sus experiencias; ellas se autodefinen como guerreras travestis, que operan en la contradicción de interpelar a la sociedad, al mismo tiempo que se auto inculpan de sus mutilaciones. El sentimiento de culpa recae justamente sobre la víctima para generar un discurso perverso de victimización, de culpabilidad, razón suficiente para ser merecedoras del castigo y el rechazo. Un discurso eficiente para seguir invisibilizando las subjetividades de las periferias que operan en la hibridación de las diversidades sexo-genéricas, clase, etnia, cultura. En estas condiciones la construcción de la esfera pública por parte de las travestis y transexuales aún es una utopía y otra de las luchas diarias. Porque para interpelar el aparato de producción binario patriarcal de feminidad y masculinidad es preciso interpelar, cuestionar al sistema de producción, junto con las instituciones de control y disciplinamiento (Foucault, 1998, 1999, 2005) como los sistemas mediáticos canónicos, la familia¹¹, las religiones, el sistema de salud, de educación, por nombrar algunas.

3. El cuerpo travesti, estetizado en los sistemas mediáticos hegemónicos

Siguiendo la lógica de la estética de la guerra de Walter Benjamin (1994) y en un ejercicio de apropiación de su reflexión, para tensionar la representación de

⁸ Recuperado de <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1yMKNg31SYjDASON-ZwH1jJ0apFQ&ll=-15.172237574946923%2C-51.334074999999984&z=4>.

⁹ Se puede obtener la información en el enlace publicado por ANTRA. Recuperado de <https://antrabrasil.files.wordpress.com/2018/02/relatc3b3rio-mapa-dos-assassinatos-2017-antra.pdf>.

¹⁰ Alana es actriz y activista travesti.

¹¹ Para Hannah Arendt (2010), en términos práctico-políticos, la familia reposa sobre el hecho de que está todo organizado y, por lo tanto, no hay lugar para el individuo ni para el que quiere ser diferente.

las travestis en los medios de comunicación, vamos a problematizar los modos en que circulan los cuerpos travestis en el campo mediático, según Bourdieu (2004): “todo campo, el campo científico, por ejemplo, es un campo de fuerzas y un campo de luchas para conservar o transformar ese campo de fuerzas [...]” (pp. 22-23). Es así como las dimensiones y categorías están siendo tensionadas dentro del propio campo comunicacional y en la interacción con el campo social.

Para empezar, es preciso reconocer la influencia que ejercen los sistemas mediáticos sobre los cuerpos, las identidades de las travestis. El referente de belleza, voluptuosidad de sus cuerpos, maquillaje, moda, modos de vestir y caminar, regulación de su tono de voz, todas esas formas externas que van configurando las transformaciones de los cuerpos travestis, tienen mucha relación con los patrones de consumo vehiculizados por los medios de comunicación hegemónicos. Esto no quiere decir que las travestis sean el grupo objetivo en el *briefing* de una campaña publicitaria o en la pauta del noticiero o la selección de la trama de una telenovela; de ningún modo, está muy lejos ese “ideal” de representatividad.

Las travestis se apropián de procesos que no están hechos para ellas, que están pensados para mujeres *cis-género*, blancas, rubias, clase alta. En ese proceso de apropiación, ellas reproducen desde la periferia la “obra de arte” (Benjamin, 1994), hecha para la centralidad, en su afán de alcanzar el cuerpo deseado, la figura soñada o inventada, ellas desarrollan técnicas propias y no muy caras, pues sus economías marginalizadas no les permiten acceder a esos mercados de consumo exclusivos. Sin embargo, su sensibilidad, creatividad y deseo, que operan en la necesidad de ser, sí les permite convertirse en diosas y representar a Madona, Xuxa, Shakira, Lady Gaga, Beyoncé, o a las artistas del momento, de las telenovelas que pasan por la cadena O Globo. Como ellas dicen: “adoro las telenovelas”. Haciendo un paralelismo entre la estetización de la obra de arte y los cuerpos travestis, podemos decir que del mismo modo que las artes gráficas consiguieron los mecanismos para ilustrar la vida cotidiana, gracias al desarrollo de nuevas técnicas (Benjamin, 1994), las travestis también crearon las condiciones para reinventarse en vidas idealizadas y materializar los deseos en cuerpos modificados, transgredidos con técnicas como siliconas, hormonas, cirugías, depilaciones, maquillajes, pelucas, vestuarios de lo más exóticos y eróticos; sandalias, zapatos de tacón alto que son un deleite de la estética travesti.

Con esta aclaración, vamos al siguiente punto que son los modos en que los cuerpos travestis, glamurosos y transformados están apareciendo en los sistemas mediáticos. A continuación, vamos a reflexionar activando los circuitos de la percepción y la memoria de un proceso de pesquisa exploratoria con las travestis en Porto Alegre, Río Grande del Sur, Brasil, que inició en marzo de 2017. Las redes de conocimiento “solidario” se activaron y las travestis que se unieron a la investigación, así como las y los colegas del grupo de investigación PROCESSOCOM y del programa de posgraduación de la *Universidade de Vale do*

Rio dos Sinos (UNISINOS), enviaban información relacionada con la temática trans, travesti, transexual: noticias de prensa, reportajes, audios, telenovelas, shows de televisión, cantantes, videoclips, documentales, programación de teatro, a través de mensajes de *WhatsApp*, correo electrónico, contactos en *Facebook*, lo que permitió realizar un mapeo del abordaje mediático y registrar el interés que suscitaba en la sociedad brasileña. Gracias a este proceso exploratorio, realizado de marzo a junio de 2017, fue posible constatar que el tema estaba bombando¹² en los sistemas mediáticos: televisión, cine, periódicos, espacios públicos, artes escénicas y, por si fuera poco, la exposición *Queer museu - Cartografias da Diferença na Arte Brasileira*¹³, que fue suspendida, en el Santander Cultural de Porto Alegre, dio mayor visibilidad al tema.

Parecía que la esfera pública se configuraba de una manera óptima, el campo comunicacional había decidido abrazar el tema de las diversidades trans, travestis, transexuales en Brasil. Continuando con la investigación, problematizamos los modos de visibilidad; cuando se preguntó a las personas travestis qué les parecía todos esos abordajes en la televisión, la prensa impresa, Internet, la mayoría dijo que estaba bien, que de esa manera se estaba visibilizando a la población trans, travesti, transexual, lesbica, gay, bisexual (TLGB), sin embargo, era preciso problematizar esa visibilidad y nos acercamos a la reflexión que realiza Benjamin (1994) sobre la función social del cine:

Una de las funciones sociales más importantes del cinema es crear un equilibrio entre el hombre y el aparato. El cinema no realiza esa tarea solo por el modo con que el hombre se representa delante del aparato, sino por el modo con que él representa el mundo, gracias a ese aparato. (p. 189)

Salvando las distancias entre el lenguaje cinematográfico y el lenguaje de los otros medios de comunicación, es necesario problematizar los modos con los que los medios de comunicación están abordando la complejidad del universo travesti¹⁴: ¿cuáles son los modos con los que los sistemas mediáticos están representando los *cuerpos polisémicos travestis*? ¿Los sistemas mediáticos están aportando a construir una sociedad que respeta los cuerpos que son diversos y diferentes a la norma hetero binaria? Debido a la complejidad del tema y la posibilidad rizomática¹⁵ que adquiere el abordaje, en este análisis tomamos

12 Palabra que se usa en Brasil y que las travestis utilizan para referirse a algo que tiene mucha visibilidad, que está en auge, que está de moda.

13 Reseña publicada en *El País*, Brasil, después del cierre de la muestra. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2017/09/14/actualidad/1505376987_265539.html

14 El tema que nos compete es el sujeto, el cuerpo travesti, sin embargo, en los medios de comunicación se habla indistintamente, y sin mucha rigurosidad de *trans, travestis, transexuales*. Por lo tanto, a partir de aquí, vamos a utilizar también la palabra *trans* para referirnos a la población.

15 En términos de Guattari y Deleuze, vamos a generar líneas de fuga, tensionar las estructuras tanto hasta fracturarlas, para operar otras conexiones, para abrir otras significaciones. Nos provocan a pensar rizomáticamente como una forma de desacomodamiento, de interpelar el sistema jerárquico, desestabilizar la rigidez arbórea de las estructuras sociales, para pensar en raíces aéreas y no en raíces sujetas estructuradas, anquilosadas en

como ejemplos algunas narrativas realizadas en la serie de reportajes *Quem sou eu?*¹⁶ (*Quem Sou Eu?: conheça crianças transgênero na estreia da nova série*, 12 de marzo de 2017), transmitida por el sistema O Globo de Brasil. En este programa, al igual que otros que tienen formato de reportaje de televisión, se pueden apreciar múltiples correlatos discursivos. El análisis se va a centrar en el discurso de victimización y en el discurso desde la biología.

El discurso de victimización. Para problematizar el discurso de la victimización, nos apoyamos con las concepciones de representación y expresión que propone Lucien Sfez (1994). Para el autor la representación se entiende como la construcción de una realidad objetiva y universal que se encuentra externa al sujeto que la representa, es el mensaje que el emisor envía al receptor con la intención de que el impacto que ejerce en el imaginario del receptor sea totalmente calculable a lo que se denominaría una causalidad lineal. En tanto que, desde una perspectiva compleja de la comunicación, el autor evoca a la expresión que opera en la causalidad circular:

[Para la expresión] El sujeto hace parte del ambiente y este hace parte del sujeto [...] Par sujeto/mundo, en el cual los dos socios no perderán totalmente la identidad, pero practican intercambios incesantes. La realidad del mundo no es más objetiva, pero hace parte de mí mismo. Ella existe... en mí. Yo existo... en ella. (Sfez, 1994, p. 65)

En el caso del discurso de victimización, el mensaje construido y transmitido por los medios de comunicación sería la acción, y la causa sería la percepción de ese mensaje, estableciéndose un sistema de causalidad lineal de la representación. Siguiendo este análisis y con la experiencia de observar programas mediáticos, se puede decir que el discurso de victimización se construye cuando la representación invisibiliza la capacidad expresiva de los sujetos, “los signos tienden a tomar el lugar de las cosas que representan y a formar así una entidad abstracta que vale por sí misma” (Sfez, 1994, p. 66). Es decir, los sujetos travestis son representados por cuerpos abyectos, fragmentados¹⁷, culpados, desviados, enfermos, dolidos; cuerpos ajenos, cuerpos sexuados que no encajan

un mismo lugar. “Existen estructuras de árboles o de raíces en los rizomas, pero inversamente, una rama del árbol o una división de la raíz pueden volver a brotar en rizoma. La demarcación no depende aquí de análisis teóricos que impliquen universales, sino de una pragmática que compone las multiplicidades o conjunto de intensidades. En el corazón de un árbol, en el hueco de una raíz o en vértice de una rama, un nuevo rizoma se puede formar” (Deleuze & Guattari, 2000, p.24).

16 *Quem sou eu* fue una serie de cuatro reportajes que se transmitió por la red O Globo, en el Programa Fantástico, los domingos desde el 12 de marzo hasta el 2 de abril de 2017. Realizamos el análisis sobre el primer reportaje, transmitido el 12 de marzo de 2017. Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/5719129/>.

17 Para efectos de este artículo entendemos la fragmentación como el proceso de modelización de las subjetividades que causan dispersión y ruptura en la construcción y comprensión del mundo moderno. “El que nuestras vidas estén compuestas de retazos de estados inconexos no es una condición ‘natural’, sino el resultado de la densa y profunda remodelación de la subjetividad humana que ha experimentado Occidente durante los últimos ciento cincuenta años” (Crary, 2008, p.11).

en la categoría de género binario masculino/femenino. Cuerpos dignos de ser compadecidos, perdonados y, al mismo tiempo, castigados.

Es así como los vehículos mediáticos representan el mundo travesti, y niegan la conexión simbólica de cuerpos políticos, polisémicos, que operan en la subversión del deseo y en las luchas cotidianas por autodeterminarse como travestis. Este discurso no solo afecta al grueso de la sociedad, es también asimilado y reproducido por las mismas travestis. Por lo tanto, no es suficiente reconocer la visibilidad en los sistemas mediáticos; es preciso interpelar los lugares desde donde se narran los acontecimientos, para disputar los modos de expresión que permiten activar la cultura, tradiciones, memorias del pasado que se relacionan con la construcción e interpretación de imágenes significativas (Sfez, 1994).

El programa de televisión que tomamos como ejemplo, para abordar la dimensión empírica de esta reflexión¹⁸, inicia la locución informando que las historias que van a ver encierran sobre todo mucho sufrimiento. Introducen así al espectador en un discurso de dolor, de crisis, de miedo, que va a ser legitimado con el testimonio de las propias personas trans. Para luego continuar hacia un discurso del cuerpo errado, el cuerpo culpado (imagen de personas frente a un espejo). Locutora: —Mire e imagine que lo que usted ve no es lo que usted es¹⁹, texto que es reforzado con testimonios de personas trans que hablan de su insatisfacción de habitar en cuerpos “errados”. Aproximadamente hacia la mitad del reportaje, la investigación llega a una de las inflexiones importantes: —Las personas trans lo que están cambiando es su género, dice la locutora. Para luego continuar: —Géneros solo existen dos: masculino y femenino, con tono de profundo convencimiento. Con este breve ejemplo de frases obtenidas, queremos graficar la importancia de entender el lugar de enunciación, desde donde se narra el acontecimiento: ¿Cuál es el aporte de la visibilidad mediática para la eliminación del estigma y la discriminación, cuando refuerza la construcción binaria de dos géneros: masculino y femenino, y anula la posibilidad de la diversidad? Deja en el imaginario la huella de exclusión, victimización, sufrimiento, compasión del sujeto trans y su entorno. Discurso que se puede apreciar en las locuciones, la entonación, las imágenes, los testimonios, la edición, el montaje de cada uno de los testimonios, que una vez fragmentados y vueltos a unir, generaron un correlato discursivo, el del vehículo mediático.

En ningún momento estamos negando la realidad difícil, compleja, dolorosa, que reconocen las mismas trans. Lo que interpelamos es la fragmentación del discurso, el modo de representar una realidad, los puntos de vista, la comprensión de la temática, el recurso de la espectacularidad. Y nos preguntamos nuevamente: ¿Cuál es la información del universo trans que la sociedad está consumiendo?, ¿será posible, con estos enfoques, construir sociedades incluyentes,

18 En una comprensión compleja de la comunicación, es preciso anotar que el análisis no escapa de la interpretación subjetiva de la investigadora.

19 Las locuciones están en portugués, ya que es un programa producido y realizado en Brasil, las traducciones son nuestras.

diversas? Aún no hay respuestas. Mientras los discursos de los medios insisten en representar y reproducir cuerpos errados, enfermos, victimizados, subordinados a cuerpos sexuados, normados, felices, inteligibles, aceptados, que operan bajo el régimen regulador del imperativo heterosexual; las travestis siguen transitando y transgrediendo la lógica estable del cuerpo biológico, para subvertir el orden del cuerpo sexuado hetero binario. Para Judith Butler (2002) “el ‘sexo’ es un ideal regulatorio, una materialización forzosa y diferenciada de los cuerpos [...]” (p. 23). El sexo se convierte en símbolo regulador que se materializa en el cuerpo sexuado disciplinado, por un poder normativo.

Se ratifica el imperativo heterosexual en la medida en que se reproduce, en el imaginario social, la concordancia entre sexo y género: pene/masculino, vagina/femenina. Por su parte, el género puede ser comprendido como una categoría epistémica y política, que responde a procesos históricos, sociales, culturales, corporales, sexuales de individuos y de colectivos. Según Joan Scott (1990), “el género es una forma primaria de dar significado a las relaciones de poder” (p. 91). En el caso de las travestis, el cuerpo, el sexo y el género demandan un abordaje relacional e interconectado uno con el otro, para dar paso al sistema cuerpo-sexo-género ya que, cuando se reflexiona sobre el cuerpo travesti, se establece una relación rizomática con las categorías sexo y género. Por este motivo, cuando el discurso de victimización fragmenta o interviene sobre cualquiera de las tres categorías, desestabiliza el universo simbólico y subjetivo de la configuración del sujeto travesti que opera en el sistema cuerpo-sexo-género.

El discurso desde la biología. En perspectiva comunicacional, Lucien Sfez (1994) dice que “a una concepción mecanicista en términos de bola de billar²⁰, corresponden atributos políticos, jerarquizados y localizaciones específicas, cada elemento tiene su lugar en una cadena [...]” (p. 67). Siguiendo esta reflexión en el discurso desde la biología, ponemos nuestra atención en los personajes del reportaje: locutores, personas trans, familiares, amigos y profesionales. En el proceso de análisis, se identifica que el médico es uno de los personajes más representativos del reportaje, ya que tiene la posibilidad de hablar del universo trans desde el discurso “científico” que legitima sus intervenciones. Es él quien tiene una explicación “científica” para “la problemática trans”, y señala: “[en] un embrión humano, la genitalidad se forma alrededor de la semana 10. Mientras el cerebro se está desarrollando; alrededor de la semana 20, se define el área que se denomina identidad de género”. La entrevista continúa y la reportera sigue indagando en las connotaciones científicas del problema, hasta que el médico

20 Bola de billar es una imagen evocada por Sfez (1994) para explicar el proceso de comunicación representativa. La relación que hace es la siguiente: introduce una bola en un circuito (que sería el canal) para que alcance un objetivo (que sería el receptor), el cual devuelve la bola a través de intermediarios; para completar el proceso lineal: emisor, canal, receptor. En tanto que para explicar la compleja comunicación expresiva utiliza la imagen evocadora del “organismo” ya que opera en un pensamiento más complejo y sofisticado, por lo que el autor recurre a la imagen del *natura naturans* de Spinoza que fue actualizada por la imagen de la *creatura* de Bateson.

concluye: “Ser transgénero no es una elección [porque ya se había explicado antes que es un proceso biológico], no es influencia del entorno, porque si fuera influencia del entorno, no existirían transgéneros”.

De este modo la sociedad tiene una respuesta científica, biológica, para que padres, amigos y familiares eliminen el sentimiento de culpa, por el hecho de convivir con personas trans, travestis, transexuales. De esta manera se naturaliza la construcción *trans* y el género pasa a ser parte del desarrollo biológico, durante la etapa de “gestación”. Este enfoque puede ser interpelado por Judith Butler (2002, 2007) cuando dice que el género es una construcción social, inestable, no fija. En tanto que Paul B. Preciado (2002), en el *Manifiesto contrasexual*, dice que el sexo, la sexualidad, el género, deben ser considerados como tecnologías sociopolíticas complejas. Para Donna Haraway (1995) el género es un concepto desarrollado para contestar la naturalización de la diferencia sexual en múltiples terrenos de lucha. Con la voz de estas autoras y autores queremos demostrar que, en el discurso científico positivista, se privilegia la subordinación sexualizada del género, eliminando la dimensión política, social, simbólica del cuerpo, sexo, género, para dar paso a la implementación de las tecnologías de normalización que regulan y garantizan la estabilidad de las normas del sistema heterosexual, en tanto que los sistemas mediáticos se constituyen en eficientes vehículos de la implementación de estas tecnologías reguladoras. Y concordamos con Berenice Bento²¹ cuando señala: “Si usted entiende que nadie nace hombre y nadie nace mujer, y radicaliza esa perspectiva, no hace más sentido discutir la legitimidad de la demanda de sujetos que quieren reconstruir su género socialmente” (Madi Dias, 2014, p. 481).

Por su parte, Donna Haraway (1995) interpela el pensamiento funcionalista de las denominadas ciencias naturales, lo que nos ayuda a reflexionar sobre las relaciones de poder en las que operan esos discursos.

Al construir la categoría naturaleza, las ciencias naturales imponen límites a la historia y a la formación personal. Por lo tanto, la ciencia forma parte de la lucha por la naturaleza de nuestras vidas. Quisiera investigar de qué manera el campo de la moderna biología construye teorías sobre el cuerpo y la comunidad como máquinas y como mercados capitalistas y patriarcales: la máquina para la producción, el mercado para el intercambio y, ambos, para la reproducción. Quisiera explorar la biología como un aspecto de la reproducción de las relaciones sociales capitalistas que se ocupa del imperativo de la reproducción biológica. (p. 72)

Así, repensando a Donna Haraway y convocando, una vez más, a Benjamin, la estetización de los medios generaría una apariencia de abrazar causas de las

21 La socióloga brasileña Berenice Bento, entre 1999 y 2001, realizó una importante investigación sobre transexualidad para su tesis doctoral, que años después fue publicada con el título *A reinvenção do corpo: sexualidade e gênero na experiência transexual*. Es una lectura indispensable para quienes estamos interesados en profundizar respecto a las temáticas trans.

diversidades; entonces, mientras las masas se quedan obnubiladas en los titulares y anestesiadas por el dolor de historias de sufrimiento, de víctimas atrapadas en cuerpos que no les corresponden, en el imaginario social se siguen reproduciendo los mismos discursos de control, de victimización, para que el sistema social, político hegemónico siga funcionando. Y los cuerpos utópicos, subversivos, polisémicos de las travestis seguirán siendo fragmentados por las instituciones de regulación, confrontados y comparados con cuerpos “normales” y, finalmente, relegados, obligados a ser invisibles y marginalizados.

Sin embargo, dentro de los sistemas mediáticos hegemónicos, también existen otros enfoques. Así nos encontramos con el documental *Laerte-se*²², producido por Netflix en Brasil. Relata la vida de la ilustradora travesti, Laerte Coutinho. Si bien la transversalidad clase social y etnia es fundamental en el abordaje de la problemática travesti—dimensiones evidentes en el documental—, nos encontramos ante la narrativa de un ser humano que se cuestiona, se piensa, se ríe, se viste y se desviste. Pero sobre todo no reproduce el sentimiento de culpa. Por el contrario, disfruta de su cuerpo, se piensa en la memoria del pasado y se autodefine en el presente como travesti, y por momentos, hasta se permite dudar. Su cuerpo, su vida no están en ningún lugar de las representaciones de género impuestas, el lugar de ese cuerpo es la capacidad de ser o no travesti.

4. Consideraciones finales

En Río Grande del Sur- Brasil, la categoría travesti subvierte la visión identitaria, para convertirse en una categoría política, de sujetos que demandan derechos y generan procesos de visibilidad propios y sofisticados. Las travestis construyen un universo simbólico, a partir del sistema cuerpo-sexo-género que se expresa en lo cotidiano, circulan por las calles y otros espacios públicos, luchan por el derecho al trabajo, a la salud, a la educación, y están siendo visibilizadas en los sistemas mediáticos. Sin embargo, es necesario interpelar, desde la comunicación, los modos en que la representación mediática reproduce los cánones establecidos por el imperativo heterosexual binario, a través de las tecnologías de disciplinamiento y regulación.

Así, el lugar de enunciación de los medios hegemónicos debería ser puesto en cuestión cuando abordan temáticas complejas, conflictivas, que envuelven poblaciones que interpelan a las tecnologías de regulación y subvierten la norma. Son cuerpos trans, travestis, transexuales que están siendo fragmentados y victimizados mediante los sistemas mediáticos. Por lo tanto, podemos decir que la visibilidad mediática no es suficiente cuando se trata de recuperar el gesto político de los cuerpos, es necesario proponer una ruptura del discurso

22 Eliane Brum y Lygia Barbosa da Silva (directoras). (2017). *Laerte-se* [documental]. Brasil: Netflix.

hegemónico para construir nuevas vías de equidad en sociedades diversas con saberes polisémicos.

Referencias bibliográficas

- Arendt, H. (2010). *A promessa da política*. Rio de Janeiro: Difel.
- Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA). *Mapa dos casos de assassinatos* de Travestis, Mulheres Transexuais e Homens Trans, no território brasileiro no ano de 2017*. Recuperado de <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1yMKNg31SYjDASoN-ZwH1jJoapFQ&ll=-15.511271528257883%2C-48.34579374999984&z=4>
- Associação Nacional de Travestis e Transexuais (ANTRA). (2018). *Mapa dos assassinatos das travestis e transexuais no Brasil em 2017*. Recuperado de <https://antrabrasil.files.wordpress.com/2018/02/relatc3b3rio-mapa-dos-assassinos-2017-antra.pdf>.
- Benjamin, W. (1994). *Magia e Técnica, Arte e Política*. Obras Escollidas I. São Paulo: Brasiliense.
- Brum, E. & Barbosa, L. (directoras). (2017). *Laerte-se* [documental]. Brasil: Netflix.
- Buck-Morss, S. (2012). Estética e anestética: uma reconsideração de A obra de arte de Walter Benjamin. En Benjamin, W. et al. *Benjamin e a Obra de Arte. Técnica, imagen, percepção* (pp. 115-204). Rio de Janeiro: Contraponto.
- Balzer, C. (2010). Eu acho transexual é aquele que disse: “Eu sou transexual!”. Reflexiones etnológicas sobre la medicalización globalizada de las identidades trans a través del ejemplo de Brasil. En Missé, M., Coll-Planas, G. (Ed.). *El género desordenado. Críticas en torno a la patologización de la transexualidad*. (pp. 81-96). Barcelona: Egales.
- Bourdieu, P. (2004). *Os usos sociais da ciéncia*. São Paulo: Universidade Estatal Paulista (UNESP).
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*. Barcelona - Buenos Aires: Paidós.
- Butler, J. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Crary, J. (2008). *Suspensiones de la percepción. Atención, espectáculo y cultura moderna*. Madrid: Akal.
- Deleuze, G & Guattari, F. (2000). *Mil Platôs. Capitalismo e esquizofrenia, vol.1*. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.
- Dias, M. (2014). *Brincar de género, uma conversa com Berenice Bento* (entrevisita). *CadernosPagu*, 43, July/Dec. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=So104-83332014000200475
- Foucault, M. (1999). *Vigiar e Punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes.

- Foucault, M. (1998). *Historia de la sexualidad. 1. La voluntad de saber*. Madrid: Siglo Veintiuno.
- Foucault, M. (2005). *Em defensa da sociedade. Curso no Collége de France*. São Paulo: Martins Fontes.
- Foucault, M. (2008). *Topologías*. Traducción de Rodrigo García. *Fractal*, 48, enero-marzo 2008, año XII, vol. XII, 39-40.
- Haraway, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinvención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.
- Kulick, D. (2008). *Travesti: prostituição, sexo, gênero e cultura no Brasil*. Rio de Janeiro, Editora Fio Cruz.
- Leite, J. (2008). *Nossos corpos também mudam: Sexo, gênero e a invenção das categorias “travesti” e “transsexual” no discurso*. (Tesis doctoral). São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUCSP).
- Mendonça, H. (15 sep. 2017). *Un boicot fuerza el cierre de una exposición LGTB en Brasil*. El País. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2017/09/14/actualidad/1505376987_265539.html
- Preciado, B. (2002). *Manifiesto contrasexual*. Madrid: Ópera Prima.
- O Globo (12 de marzo de 2017). Programa fantástico. *Quem Sou Eu?: conheça crianças transgênero na estreia da nova série*. [programa televisión]. Brasil: Red O Globo. Recuperado de <https://globoplay.globo.com/v/5719129/>.
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio*. Barcelona: Ariel.
- Scott, J. (1995). *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*. *Educação & Realidade*, 20(02) 71-99, jul./dez. Recuperado de <https://seer.ufrgs.br/educacao-realidade/article/view/71721/40667>

Convergencia digital: Estudio de apps de empresas de franquicia de *fast food*

Digital convergence: Study of Apps of fast food franchise companies

Convergência digital: estudo das aplicações de empresas de franquias de fast food

Alba-María MARTÍNEZ SALA

Universidad de Alicante, España / albamaria.martinez@ua.es

Beatriz PEÑA ACUÑA

Universidad de Huelva / beatriz.pa@dfilo.uhu.es

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 139, diciembre 2018 marzo 2019 (Sección Ensayo, pp. 345-363)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 01-05-2017 / Aprobado: 15-05-2018

Resumen

La convergencia digital promete un acceso universal a la información, espacios de interacción comunicativa y realizar tareas propias de otros ámbitos. Esta investigación se centra en las aplicaciones móviles, como exponente de la convergencia digital. Se analizan para ello las de las principales empresas de franquicia del sector fast food por ser su público mayoritario (jóvenes), los principales usuarios de estos dispositivos. La metodología combina la revisión bibliográfica con un análisis descriptivo. Los resultados revelan una infroutilización de las posibilidades de los smartphones y en consecuencia una escasa innovación en la comunicación a través de las apps. Del mismo modo se concluye la falta de aprovechamiento por parte de las marcas de las tendencias sociales relacionadas con su actividad principal.

Palabras clave: comunicación móvil; aplicación informática; smartphones; franquicia; salud 2.0; hábitos alimenticios.

Abstract

Abstract: Digital convergence promises universal access to information, new spaces of communicative interaction and performing tasks typical of other areas. This research focuses on mobile applications such as exponent of this digital convergence. We analyze a sample of young segment as consumers of leading franchise companies in the fast-food sector, because the young people are the main users of these devices. The methodology combines the bibliographic review with a descriptive analysis. The results reveal an underutilization of the possibilities of the smartphones and consequently a little innovation in the communication through the. In the same way it concludes the lack of use by the brands of the social tendencies related to their main activity.

Keywords: mobile communication; computer applications; smartphones; franchises; health 2.0; food habits.

Resumo

A convergência digital promete acesso universal à informação, novos espaços para a interação comunicativa e a realização de tarefas típicas de outras áreas. Esta pesquisa centra-se em aplicações móveis como um expoente dessa convergência digital. As principais empresas de franquias no setor de fast food são analisadas para o público principal (jovens), os principais utilizadores desses dispositivos. A metodologia combina a revisão bibliográfica com uma análise descritiva. Os resultados revelam uma subutilização das possibilidades dos smartphones e, consequentemente, uma pequena inovação na comunicação através das aplicações. Da mesma forma, conclui a falta de uso das marcas das tendências sociais relacionadas à sua atividade principal.

Palavras-chave: comunicação móvel; aplicação de computador; smartphones; franquia, saúde 2.0, hábitos alimentares.

1. Introducción

La aparición de la telefonía móvil y su constante evolución están generando importantes cambios socioculturales y económicos, transformando los modelos de interacción entre individuos y entre empresas e individuos (Castells, Fernández-Ardèvol, Linchuan Qiu, & Sey, 2007; Castells, 2009). Las nuevas formas de comunicación, de acceso a la información y de relacionarse de los individuos (Castro Rojas, 2012) exigen cambios trascendentales de los modelos tradicionales de comunicación de mercado, inclusive en el sector de la empresa de franquicia (Monroy & Alzola, 2005). La adaptación de su comunicación al actual contexto de convergencia digital ha sido abordada en el ámbito de las redes sociales (Marauri Castillo, Pérez Dasilva & Rodríguez González, 2015; Martínez-Sala, Monserrat-Gauchi & Quiles-Soler, 2019; Martínez-Sala, Segarra-Saavedra, & Monserrat-Gauchi, 2018) pero no en el de las aplicaciones móviles (*apps*), otro de los máximos exponentes del modelo 2.0 (Nafría, 2008). Así mismo tampoco son frecuentes las investigaciones que como la presente parten de un enfoque holístico de la convergencia digital cuyo resultado deviene en un entramado de medios conectivos e interrelacionados (Van Dijck, 2016). Todos y cada uno de los exponentes del modelo 2.0 son herramientas imprescindibles de comunicación con los públicos, así como de vertebración social (Van Dijck, 2016) cuya importancia va a seguir creciendo (Zerfass, Verhoeven, Moreno, Tench, & Verčič, 2016) por ello su estudio es relevante (Peña Acuña & Batalla Navarro, 2016). Este contribuye a la investigación sobre la convergencia digital que articula la integración multimedia para que podamos comunicarnos con cualquiera, en cualquier momento e instantáneamente gracias, entre otros, a los teléfonos móviles (García Canclini, 2007). Las *apps* se suman al conjunto de herramientas tecnológicas 2.0 (Nafría, 2008) que facilitan la conversión de los individuos en *produsers* (Bruns, 2008) al tiempo que fomentan las relaciones (Martínez-Sala, Peña Acuña, & Sánchez Cobarro, 2018; Van Dijck, 2016) y la conectividad social (Van Dijck, 2016). Las *apps* inciden en la producción y distribución de información y en la interacción entre individuos, generando nuevas formas de socialización y una infraestructura de vehículos interactivos y retroalimentados de socialidad en red (Castells et al., 2007).

La presente investigación se plantea en torno a las *apps* de marcas (Ruiz-del-Olmo & Belmonte-Jiménez, 2014) atendiendo a los preceptos de la convergencia digital que bajo el modelo web 2.0 otorgan todo el protagonismo al usuario en calidad de *produser* (Bruns, 2008). Se trata en este sentido de coordinar las expectativas de los *produsers* con las de las organizaciones que deben adaptar su empoderamiento a sus propios intereses (Castells, 2009). El estudio se centra en las principales empresas de franquicia del sector *fast food* por su relevancia económica y social y por las características de su público mayoritario en relación con el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Económicamente, dentro del sector hostelería y restauración, el subsector *fast food* es el más representativo y el de mayor crecimiento (Tormo Franquicias Consulting, 2015). Socialmente, este subsector experimenta las consecuencias de una creciente preocupación por una alimentación saludable tal y como revelan la aparición y auge de tendencias y movimientos relacionados como *slow food*, *fast good* y *smart food*, y así como de las *apps* sobre nutrición y hábitos saludables o *health apps* (San Mauro Martín, González Fernández, & Collado Yurrita, 2014) en el público en general y también entre los segmentos más jóvenes (Gallardo López & Monroy Rodríguez, 2017). La rápida y masiva expansión de las multinacionales de *fast food* ha impulsado un protagonismo excesivo de los productos industrializados y de estilos de vida acelerados y sedentarios (González-Montero de Espinosa & Marrodán Serrano, 2017; Thamer, 2016) poniendo de manifiesto la necesidad de informar y educar respecto de hábitos alimenticios saludables, en particular, entre los segmentos más jóvenes (Gallardo López & Monroy Rodríguez, 2017; González-Montero de Espinosa & Marrodán Serrano, 2017). Estos conforman el perfil principal del consumidor de *fast food*, (Torrejón & Ramos, 2016).

Como respuesta a las exigencias y demandas sociales descritas, y dentro de una política de responsabilidad social corporativa (RSC) que persigue una actuación responsable y ética de las organizaciones con la sociedad (Holme & Watts, 2000), resulta imprescindible que las *apps* de las marcas de *fast food* incorporen contenidos y funcionalidades centradas en una nutrición saludable, sin olvidar las necesidades y nuevos espacios de interacción y socialización de los individuos como premisas para modelar las TIC (Castells et al., 2007; Castells, 2009), incluidas las *apps*, bajo el objetivo de la convergencia digital (Van Dijck, 2016).

2. La investigación en el ámbito de las *apps*

En el ámbito académico varias investigaciones se han centrado en los factores que inducen a los usuarios a usar una *app* (Islam, Law, & Hassan, 2013; Noh & Lee, 2016; Park, Baek, Ohm, & Chang, 2014; Verkasalo, López-Nicolás, Molina-Castillo, & Bouwman, 2010). Las conclusiones señalan como factores recurrentes en las dos categorías principales de *apps*, utilitarias y de entretenimiento (Hsiao, Chang, & Tang, 2016), la usabilidad y el entretenimiento. Contribuyendo al análisis de las motivaciones de los usuarios Hsiao et al. (2016) analizan en una nueva categoría de *apps*, las sociales, aquello que les motiva a continuar usándolas, concluyendo que valoran fundamentalmente funcionalidades que facilitan sus tareas diarias y que fomentan sus relaciones a través de las redes sociales. Aunque señalan, al igual que Verkasalo et al. (2010) y Park et al. (2014), que el entretenimiento es un factor determinante, destacan también el papel protagonista de la función social. Tal y como señala Badia Valdés (2013) los móviles deben permitir a sus usuarios compartir contenidos, experiencias,

etc., y las *apps*, sean del tipo que sean, no pueden obviar esta exigencia. Los dispositivos tecnológicos son, más que una herramienta, un fin en sí mismos que nos permiten implicarnos con toda la humanidad (McLuhan, 1996) gracias a su potencial relacional y social (Martínez-Sala, Segarra-Saavedra et al., 2018; Van Dijck, 2016).

Cabe concluir que se ha avanzado en el ámbito del estudio de las motivaciones de los usuarios en torno a las *apps*, aunque con escasa atención a las de marca pese a su enorme potencial (Ruiz-del-Olmo & Belmonte Jiménez, 2014) e importancia como medio de contrapoder de las organizaciones (Castells, 2009). En este ámbito se deben mencionar las investigaciones realizadas en la industria de los medios de comunicación (Badía Valdés, 2013; Costa-Sánchez, 2014; Costa-Sánchez, Rodríguez-Vázquez, & López-García, 2016; Piñeiro-Otero, 2015; Rivera-Rogel, Rodríguez-Hidalgo, & Gonzales, 2016; Silva Rodríguez, López García, Westlund, & Ulloa Erazo, 2016) y turística (Fernández Cavia & López, 2013; Scolari, Guerrero, López y Fernández Cavia, 2013). Los requisitos que plantean sirven para el análisis de cualquier tipo de *app* al responder a motivaciones de los usuarios que se centran en su carácter social (Hsiao et al., 2016; Badía Valdés, 2013; Van Dijck, 2016) y en funcionalidades generales (información, entretenimiento, relaciones sociales, etc.) (Hsiao et al., 2016; Park et al., 2014; Verkasalo et al., 2010) y extrapolables a cualquier sector.

Por último, se aborda una revisión de las investigaciones realizadas en el ámbito de las *health apps* sobre nutrición saludable. Las realizadas por San Mauro Martín et al. (2014) y Hsu, Yen, Paim y Chang (2014) concluyen que la información nutricional y el registro diario de la ingesta de alimentos y ejercicio son constantes en este tipo de *apps*. Centrándose en los usuarios Chen, Wong, Ayob, Othman y Poh (2017) e Ipjian y Johnston (2017) profundizan en las motivaciones de uso. Los usuarios encuestados coincidían en que a través de una *app* les es más fácil y satisfactorio controlar sus hábitos alimenticios pues la consideran útil, fácil de usar y entretenida.

Los estudios e investigaciones revisados evidencian que las *apps* funcionales, de entretenimiento y sociales sirven para una amplia variedad de propósitos: información, tareas cotidianas, geolocalización, diversión, relaciones sociales, etc. Las *apps* de marca son una categoría de ese vasto catálogo que se diferencia por incluir además objetivos comerciales (Ruiz-del-Olmo & Belmonte-Jiménez, 2014). Estas unen la compra de productos o servicios en Red con aspectos como la información o el vínculo social. Todos ellos son objetivos imprescindibles de las estrategias de *marketing* y comunicación de las empresas, también de las franquicias (Martínez-Sala et al., 2019; Martínez-Sala, Segarra-Saavedra et al., 2018). Y son también funciones esenciales en la estrategia comercial de las *apps* de marca (Ruiz-del-Olmo & Belmonte-Jiménez, 2014). Con todo, resultan relativamente escasas las investigaciones en el ámbito de las *apps* de marca que las analicen y evalúen (Peña Acuña & Batalla Navarro, 2016), siendo este el principal propósito de esta investigación. Se parte de la hipótesis de que las *apps* de las

empresas de franquicia de *fast food* aprovechan todo el potencial que ofrecen los *smartphones* como herramienta para la plena convergencia digital, atendiendo a las principales motivaciones de uso e intereses de sus usuarios al tiempo que a los de las marcas.

3. Metodología

La metodología se basa en un estudio descriptivo de las *apps* de las empresas de franquicia del sector *fast food*, líderes a nivel internacional y operativas en España.

La muestra se determina a partir de la clasificación de las mejores franquicias del mundo que operan a nivel internacional que realiza anualmente la consultora de ámbito mundial: Franquicia Directa, y su posterior identificación en el Registro Oficial de Franquiciadores. Además, para trabajar con una muestra conveniente se han añadido las empresas de franquicia líderes en el mismo sector (Tormo Franquicias Consulting, 2016) que no aparecen en la clasificación (Pans & Company y Rodilla).

Una vez seleccionadas, el siguiente paso consiste en localizar sus *apps*. Para ello se ha accedido desde *smartphones* Android (versión: 6.0.1) a sus webs corporativas en España y a la plataforma Play Store.

Tabla 1. Muestra de *apps* a analizar y características técnicas principales

Nombre franquicia	url	App desde la web	App desde Play Store
Subway	http://subwayspain.com/es/	No	Sí
McDonald's	https://www.mcdonalds.es/	Sí	Sí
KFC	http://kfc.es/	No	Sí
Burger King	http://www.burgerking.es/	No	Sí
Domino's Pizza	https://www.dominospizza.es/	Sí	Sí
Telepizza	http://www.telepizza.es/	Sí	Sí
Pans & Company	http://www.pansandcompany.com/	Sí	Sí
Rodilla	https://www.rodilla.es/	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia.

El trabajo de campo, realizado entre mayo y julio de 2017, ha consistido en un análisis de contenido cuantitativo de las *apps*. Para ello se ha desarrollado una ficha de análisis a partir de los modelos de análisis y conclusiones de las investigaciones revisados que ha sido complementada con variables resultantes del análisis tal y como se aconseja cuando el objeto de estudio es relativamente joven (Costa-Sánchez, 2014).

En función de las motivaciones principales de uso de las *apps*: funcionalidad, entretenimiento y relaciones sociales, la ficha incluye un total de ocho indicadores con sus correspondientes ítems de análisis. Su concreción y pertinencia como instrumento de análisis descriptivo fueron confirmadas por dos profesores con amplia experiencia en el ámbito de la comunicación de las empresas de franquicia y por profesionales de reconocido prestigio en el ámbito del *marketing* digital. Así mismo ha sido validada en investigaciones previas relacionadas ya publicadas que fueron realizadas precisamente para su contraste y verificación (Martínez-Sala, Peña Acuña et al., 2018). El presente análisis fue realizado conjuntamente por las autoras supervisadas por uno de los profesionales que validó la ficha para asegurar la consistencia. De este modo se garantiza la confiabilidad interna y externa mediante las estrategias más habituales en este ámbito (Le Compte & Goetz, 1982).

Tabla 2. Ficha de análisis. Parámetros e indicadores y escala de evaluación

Indicadores	Descripción e ítems de análisis	Escala de evaluación
Acceso		
Versiones. Adaptación	¿Para qué sistemas está disponible la <i>app</i> ? Las <i>apps</i> deben desarrollarse para ser utilizadas en los principales sistemas operativos.	
	- App Store.	No: 0 / Sí: 1
	- Google Play.	No: 0 / Sí: 1
	- otros (especificar).	No: 0 / Sí: 1
Gratis o de pago	Valoración global Versiones. Adaptación: se suman los resultados anteriores	
	Se analiza si la <i>app</i> se puede descargar y usar íntegramente de forma gratuita (Gratis) o si incluye funcionalidades de pago o tiene una versión de pago (Premium), o si es de pago (Pago), en cuyo caso se registra el coste de la misma.	Gratis: 2 / Premium: 1 / Pago: 0
Personalización		
Personalización: Registro de usuario	Se indica si es necesario un registro de usuario para un acceso global a la <i>app</i> o solo para acceso personalizado. Aunque la personalización se valora positivamente (1), requerir un registro para acceder a las funciones generales de la <i>app</i> es considerado como un obstáculo para los usuarios que están explorándolas por lo que en este caso se valora negativamente (0).	
	- Acceso global.	No: 1 / Sí: 0
	- Acceso personalizado.	No: 0 / Sí: 1
Contenidos		
Contenidos globales	Se describen y evalúan los contenidos de acceso global sin registro de usuario	
	- Productos: ¿se informa sobre los productos de la empresa?	No: 0 / Sí: 1
	- Empresa: ¿se informa sobre la empresa?	No: 0 / Sí: 1
	- Promociones y/o descuentos: ¿la <i>app</i> ofrece información relativa a promociones y/o descuentos?	No: 0 / Sí: 1
	- Punto de venta (localización): ¿se informa sobre los puntos de venta?	No: 0 / Sí: 1
	- Política y privacidad/Ayuda legal: ¿se informa sobre los términos legales relativos al uso de la <i>app</i> ?	No: 0 / Sí: 1
	- Otros (especificar)	No: 0 / Sí: 1
	Valoración global contenidos generales: se suman los resultados anteriores	

Contenidos como usuario registrado	Se describen y evalúan los contenidos específicos para los usuarios registrados en aquellas <i>apps</i> que ofrecen un acceso global y como usuario registrado.	
	- Promociones y descuentos: ¿incluye información relativa a promociones y/o descuentos exclusivos?	No: 0 / Sí: 1
	- Promociones y descuentos geolocalizados: ¿incluye información relativa a promociones y/o descuentos exclusivos en base a su geolocalización?	No: 0 / Sí: 1
	- Productos favoritos: ¿permite seleccionar los productos favoritos?	
	- Restaurantes favoritos: ¿permite seleccionar los puntos de venta favoritos?	No: 0 / Sí: 1
	- Otros (especificar)	No: 0 / Sí: 1
	<i>Valoración global contenidos como usuario registrado: se suman los resultados anteriores</i>	
Funciones	Se evalúa si la <i>app</i> ofrece las funcionalidades generales bien valoradas por los usuarios.	
	- Información sobre productos y servicios por parte de la marca.	No: 0 / Sí: 1
	- Entretenimiento (juegos).	No: 0 / Sí: 1
	- Interactividad usuario-usuario: generación de contenidos en Red (comentarios, valoraciones, etc.).	No: 0 / Sí: 1
	- Interactividad usuario-administrador: canales de contacto con los responsables de la <i>app</i> .	No: 0 / Sí: 1
	- Geolocalización.	No: 0 / Sí: 1
	- Valoración de productos, servicios, etc. por parte de los usuarios.	No: 0 / Sí: 1
	- Reserva <i>online</i> : ¿Se permite la reserva <i>online</i> de productos y servicios (con/sin servicio a domicilio)?	No: 0 / Sí: 1
	- Pago <i>online</i> .	No: 0 / Sí: 1
	- Se admite más de una forma de pago <i>online</i> (tarjeta bancaria, <i>Paypal</i> , etc.).	No: 0 / Sí: 1
	- Otros (especificar).	No: 0 / Sí: 1
	<i>Valoración global de las funciones: se suman los resultados anteriores</i>	
Socialización	Se evalúa la capacidad de la <i>app</i> para que sus usuarios puedan establecer relaciones con otros usuarios	
	¿Posee la aplicación acceso a redes sociales?	No: 0 / Sí: 1
	Si la respuesta en la variable anterior es Sí, se concretan las redes sociales:	
	- WhatsApp.	No: 0 / Sí: 1
	- Facebook.	No: 0 / Sí: 1
	- Twitter.	No: 0 / Sí: 1
	- Youtube.	No: 0 / Sí: 1
	- Otras (especificar).	No: 0 / Sí: 1
	<i>Valoración global Socialización: se suman los resultados anteriores</i>	

Contenidos y funciones complementarios (nutrición saludable)	En base a las tendencias actuales sobre nutrición y al auge de las <i>health apps</i> y más específicamente sobre el cuidado personal mediante una adecuada nutrición y ejercicio se analizan funcionalidades específicas de este tipo de <i>apps</i>	
	- ¿Se ofrece información sobre nutrición?	No: 0 / Sí: 1
	- ¿Se ofrece algún tipo de herramienta relacionada con la información nutricional (cálculo, menús, compras, seguimiento, etc.?)?	No: 0 / Sí: 1
	- ¿Se ofrece información sobre el IMC?	
	- ¿Se ofrece algún tipo de herramienta relacionada con la información sobre el IMC (cálculo, seguimiento diario, etc.?)?	No: 0 / Sí: 1
	- ¿Se ofrece información sobre ejercicios, deporte, etc., en relación con el tipo de actividad diaria y alimentación?	No: 0 / Sí: 1
	- ¿Se ofrece algún tipo de herramienta relacionada con el ejercicio (seguimiento, consumo de kilocalorías, GPS, etc.?)	No: 0 / Sí: 1
	- Otros (especificar).	No: 0 / Sí: 1
<i>Valoración global de las funciones específicas (nutrición saludable): se suman los resultados anteriores</i>		

Fuente: elaboración propia.

4. Resultados

Los resultados muestran una fotografía de la situación actual de las *apps* de las empresas de franquicia del sector *fast food* que evidencia un escaso aprovechamiento de las ventajas de los *smartphones*.

4.1. Acceso

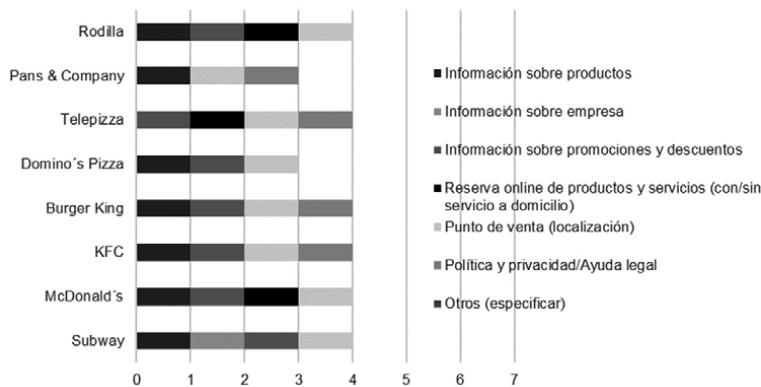
Todas las marcas analizadas disponen de versiones de sus *apps* para los dos sistemas mayoritarios: Android e iOS, disponibles en sus correspondientes plataformas *Google Play* y *APP Store*. Tan solo Telepizza ofrece además una versión para BlackBerry. Y, por último, todas son gratuitas.

4.2. Personalización

Solo Subway excluye la posibilidad de usar la *app* de un modo personalizado mediante el registro de usuario. Por otro lado, Pans & Company limita el acceso global a algunas secciones: "Carta" y "Restaurantes".

4.3. Contenidos

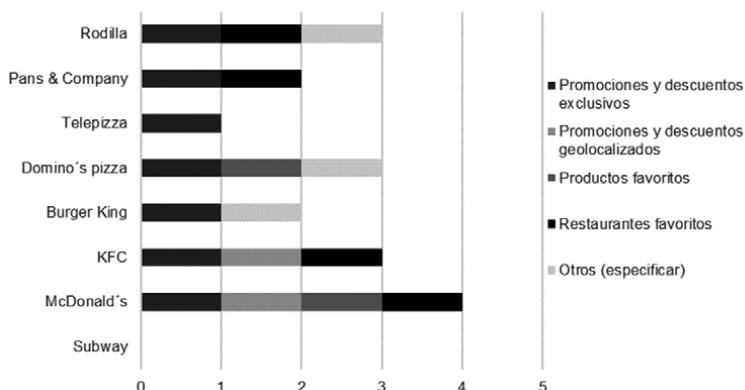
En lo relativo a los contenidos de acceso global se presentan los resultados en el siguiente gráfico (Gráfico 2).

Gráfico 2. Contenidos globales de las *apps*

Fuente: elaboración propia

Los contenidos habituales son los relativos a información sobre promociones y localización de los puntos de venta. En segundo lugar, se encuentra “Información sobre productos”, variable que no alcanza la puntuación máxima porque Telepizza no ofrece información detallada. A continuación, y en menor medida, las *apps* presentan una sección para consultar las condiciones legales de uso (KFC, Burger King, Telepizza y Pans & Company), y solo Subway ofrece información sobre la empresa.

Se abordan a continuación los resultados del análisis de los contenidos exclusivos para los usuarios registrados.

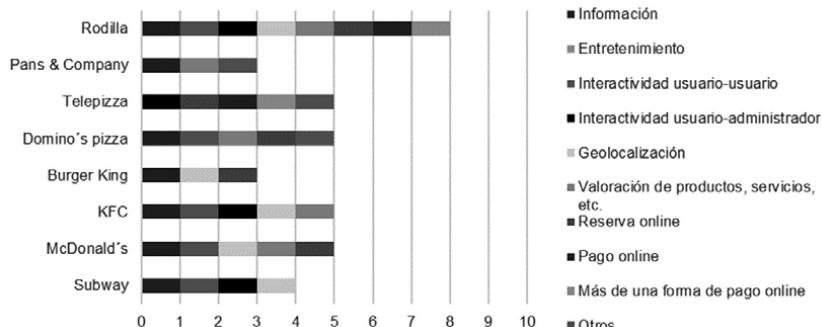
Gráfico 3. Contenidos específicos de las *apps* para usuarios registrados

Fuente: elaboración propia.

La ventaja más habitual que ofrecen las *apps* a los usuarios registrados son las promociones y descuentos personalizados, pero solo McDonald's y KFC explotan las ventajas de ofrecerlos geolocalizados. El segundo indicador más común es la valoración del punto de venta. McDonald's, KFC, Pans & Company y Rodilla proporcionan esta opción. KFC y Pans & Company de forma limitada pues solo permiten informar sobre uno en el perfil de usuario. McDonald's también solo uno. En lo que respecta a la valoración de productos, solo McDonald's y Domino's Pizza integran este tipo de contenidos. En el caso de McDonald's la sección correspondiente no está operativa. Por último, en cuanto a otras opciones, la más frecuente es el registro de información de los pedidos *online*. Burger King registra el último pedido y permite incluir en el perfil del usuario información relativa a tarjetas bancarias y otros datos personales al igual que Domino's Pizza que añade, además, la posibilidad de confeccionar un producto personalizado y guardar esta información para próximos pedidos. Rodilla informa de los últimos pedidos y facturas.

4.4. Funciones

Gráfico 4. Funciones de las *apps*



Fuente: elaboración propia

La función más frecuente es la informativa. Todas las *apps*, a excepción de la de Telepizza, ofrecen información sobre sus productos y, en un caso, sobre la empresa (Subway). Destaca también la geolocalización, siempre presente a excepción de Domino's Pizza, Telepizza y Pans & Company. En lo concerniente a la interactividad la mitad de las *apps* permiten a los usuarios interactuar con sus responsables a través de secciones de contacto y también, aproximadamente la mitad, permiten a sus usuarios interactuar con otros usuarios a través de enlaces a redes sociales.

En cuanto a la reserva *online* se distingue entre las empresas que prestan servicio a domicilio y las que no. Subway, KFC y Pans & Company no sirven a domicilio y ninguna de ellas admite la reserva *online*. Entre las empresas que sirven a domicilio y que sí ofrecen la posibilidad de reserva *online* se diferencia aquellas en las que es una función solo para usuarios registrados, Burger King y Domino's Pizza, de las que la ofrecen de forma global, McDonald's y Telepizza. Por último, Rodilla ofrece este servicio a través del uso de otras *apps* especializadas en la entrega de productos a domicilio (Glovo y Deliveroo). El pago *online* tiene menor implantación que la reserva *online* (Telepizza y Rodilla) pero en todos los casos se ofrece al usuario más de una modalidad de pago (PayPal, tarjetas, etc.).

La valoración de productos y servicios se ha analizado en el apartado relativo a contenidos de los usuarios registrados. Como funcionalidad de acceso global solo la implementan las *apps* de McDonald's y Rodilla.

En ninguna de las *apps* se integran funciones de entretenimiento sin embargo se han observado otras específicas de las *apps* de venta de productos y servicios. Por ejemplo, Domino's Pizza permite realizar un seguimiento de tu pedido. Telepizza ofrece la función Click & Pizza que agiliza el pedido *online* a partir de información registrada, ofreciendo además descuentos exclusivos. Y, por último, Pans & Company ofrece una tarjeta de fidelización para los usuarios registrados que bonifica su consumo mediante un sistema de puntos. También McDonald's obsequia a sus usuarios con cupones descuento.

4.5. Socialización

Solo Subway, McDonald's, KFC, Domino's Pizza y Rodilla, permiten a sus usuarios compartir contenidos a través de redes sociales. De estas la más usada es Facebook (5), seguida de Twitter (3), Youtube y WhatsApp (2), y por último Instagram (1) y Google Plus (1). Subway y Domino's Pizza incorporan enlaces a sus perfiles corporativos en todas sus secciones. Al igual que KFC que además permite a sus usuarios compartir en sus perfiles propios la información sobre sus productos. McDonald's solo permite compartir la localización de sus puntos de venta en los perfiles de los usuarios. Y Rodilla solo integra enlaces para que los usuarios inviten a sus amigos desde sus respectivos perfiles.

4.6. Contenidos y funciones complementarias (nutrición saludable)

Las *apps* solo integran contenidos relativos a información nutricional de sus productos y no en todos los casos. Subway solo ofrece información sobre alérgenos y Domino's Pizza, Telepizza y Rodilla no proporcionan información alguna a este respecto. Dentro del área de las herramientas solo KFC incorpora una que permite a sus usuarios informarse del valor nutricional de sus productos.

4.7. Clasificación de las apps

A partir de las categorías establecidas en la revisión bibliográfica y de los resultados obtenidos se procede a la clasificación de las *apps* analizadas (Tabla 3).

Tabla 3. Categorización de las apps

	Funcionales Informativas (saber): textos, fotos, etc.	Funcionales utilitarias (hacer): buscar, llegar, pedir, etc.	Entretenimiento: (juegos)	Sociales (relaciones con otros usuarios a través de redes sociales)
Subway	X	X		X
McDonald's	X	X		X
KFC	X	X		X
Burger King	X	X		
Domino's Pizza	X	X		X
Telepizza		X		
Pans & Company	X	X		
Rodilla	X	X		X

Fuente: elaboración propia

Las *apps* se limitan a ofrecer información sobre sus productos y puntos de venta, y a la reserva *online*. Cabe señalar la ausencia de contenidos y funciones relacionados con el entretenimiento, así como una escasa explotación de la interactividad.

5. Discusión y conclusiones

Con relación a la hipótesis principal cabe concluir que el sector de las empresas de franquicia de *fast food* muestra una situación similar a la de otros sectores empresariales, una integración de las *apps* en las estrategias de *marketing* y comunicación, pero una limitada explotación de las posibilidades de los *smartphones* (Silva et al., 2016) como herramienta para la plena convergencia digital, máxime desde su enfoque actual (Van Dijck, 2016). En términos generales, cabe afirmar que las marcas no atienden las principales motivaciones de uso de los usuarios (Hsiao et al., 2016; Verkasalo et al., 2010; Park et al., 2014). Las *apps* son básicamente informativas y utilitarias y apenas fomentan las relaciones sociales, alejándolas de la plena convergencia digital que “promete un acceso a la información en tiempo real y en cualquier parte del mundo, la posibilidad de comunicarse con alguien donde quiera que esté [...]” (Castro Rojas, 2012, p. 94).

Tampoco se potencia la capacidad de personalización que ofrecen estos dispositivos. Esta, debería haberse convertido en una de las bazas más importantes de las *apps* (Costa Sánchez, 2014) y, sin embargo, se limita a promociones y descuentos exclusivos para usuarios registrados, en pocos casos geolocalizados.

En cuanto a los contenidos, no se aportan nuevos contenidos respecto de otros canales de las marcas, ni se presentan bajo un diseño novedoso que los diferencie, restándole valor a la *app* que se limita, en la mayoría de los casos, a proporcionar como valor añadido la reserva *online*. Estas carencias coinciden también con las señaladas en otros sectores (Costa-Sánchez et al., 2016; Fernández-Cavia & López, 2013). Dentro de los contenidos para usuarios registrados cabe destacar las ofertas y descuentos personalizados y geolocalizados (McDonald's y KFC). Los indicadores relativos a las valoraciones tanto de los productos como de los puntos de venta requieren de un mayor desarrollo, permitiendo elegir más de uno, así como expresar comentarios. El miedo a los comentarios negativos debe ser superado aceptando que las marcas son del consumidor y construidas por el consumidor (Martínez-Sala, Monserrat-Gauchi, & Campillo Alhama, 2017). Por último, el registro de productos pedidos también se valora positivamente ya que facilita las tareas cotidianas de los usuarios, una de las motivaciones principales de uso de las *apps* (Hsiao et al., 2016).

El siguiente apartado del análisis se centra en las funciones de las *apps*, siendo las más frecuentes la informativa y la reserva *online* de productos. Los servicios de geolocalización también tienen una presencia notable, aunque como se ha señalado parcialmente explotada. La interactividad, aun siendo uno de los rasgos principales de estos dispositivos (Scolari, Navarro Güere, Pardo Kuklinski, García, & Soriano, 2009) apenas se potencia en línea con resultados obtenidos en otros sectores (Costa-Sánchez, 2014; Costa-Sánchez et al., 2016; Fernández-Cavia et al., 2013; Silva Rodríguez et al., 2016). La interactividad usuario-administrador se da en la mitad de las *apps* analizadas renunciando a las ventajas de la retroalimentación (Wright, 2006), y a nivel de usuario-usuario se limita a redes sociales desaprovechando las ventajas de crear una comunidad en torno a la marca que contribuya a su valor social (Ruiz-del-Olmo & Belmonte-Jiménez, 2014). Tampoco se integran funciones relativas al entretenimiento que sin duda dotarían a las *apps* de marcas de un valor añadido (Hsiao et al., 2016; Park et al., 2014; Verkasalo et al., 2010).

Sobre el carácter social de las *apps* ya se ha señalado en el ámbito de la interactividad usuario-usuario que aproximadamente la mitad ofrecen enlaces a redes sociales satisfaciendo una de las motivaciones principales de los usuarios (Hsiao et al., 2016). Se distinguen dos modalidades: las que enlazan con los perfiles de la marca y las que permiten compartir información en los perfiles de los usuarios. En el contexto de la convergencia digital y considerando que las TIC de las organizaciones deben servir como herramientas de contrapoder, así como de articulación social (Castells, 2009; Van Dijck, 2016) se concluye la necesidad de que las *apps* integren las dos formas de uso descritas, así como que se amplíen los contenidos para compartir, y el número de redes sociales en línea con las conclusiones de Fernández-Cavia & López (2013).

Por último, en lo que respecta a los contenidos y funciones relativos a la nutrición saludable, lo que sin duda sería un valor añadido para las *apps* dado

el interés social por el cuidado de la salud y auge de las *apps* relacionadas, se concluye una presencia meramente testimonial.

La serie de recomendaciones expuestas representa un punto de inflexión para el empresariado y la sociedad en general respecto de las *apps* de marcas de *fast food* en un contexto marcado por la convergencia digital. Tal y como señala Silva Rodríguez (2013, p. 205),

en un contexto en el que los cambios son constantes y la situación económica obliga a reorientar los modelos de negocio de las empresas resulta necesario aprovechar las oportunidades que nos brinda la telefonía móvil para el escenario de la comunicación.

Para ello se deben desarrollar *apps* fundamentadas en la necesidad de una adaptación constante a un escenario que cambia continuamente y en el que las organizaciones deben seguir experimentando y analizando la respuesta de los usuarios a sus iniciativas (Silva Rodríguez et al., 2016) para contribuir eficientemente a su desarrollo (Castells, 2009; Holme & Watts, 2000) superando un enfoque estrictamente marketiniano e instrumental de las TIC.

En este sentido se plantean las limitaciones de esta investigación como nuevos estudios, pues una vez analizadas las *apps* se considera conveniente complementar estos resultados cuantitativos con un análisis cualitativo sobre las motivaciones de uso de los usuarios de las *apps* objeto de estudio con el fin de profundizar en los “actores sociales concretos que detentan el poder” y “examinar su red global y su funcionamiento local” (Castells, 2009, p. 430). También, volver a analizar las *apps* para evaluar el grado de adaptación a un contexto cambiante comparándolas con *apps* de otros países y de otros sectores. El análisis cualitativo y comparativo contrastará los resultados relativos al cumplimiento de las motivaciones de los usuarios, identificará las funcionalidades comunes y señalará las directrices a seguir en orden a lograr *apps* que implementen los preceptos de la convergencia digital y fomenten la cultura participativa. Del mismo modo se plantea una nueva línea de investigación que corrobore que efectivamente, y pese a su importancia, las actuaciones de RSC de las empresas de *fast food* no contemplan temas relacionados con una alimentación saludable mediante un análisis de su comunicación, principal mecanismo de legitimación entre sus *stakeholders*. (Illia, Rodríguez-Cánovas, González del Valle, & Romenti, 2010)

Referencias bibliográficas

- Babio, N., López, L. & Salas-Salvado, J. (2013). Análisis de la capacidad de elección de alimentos saludables por parte de los consumidores en referencia a dos modelos de etiquetado nutricional; estudio cruzado. *Nutrición Hospitalaria*, 28(1), 173-181.
- Badía Valdés, A. T. (2013). La radio. Un salto de la web al móvil, que pasa por las redes sociales. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (123), 27-33.

- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life and Beyond: From Production to Produsage*. Nueva York, Peter Lang.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- Castells, M.; Fernández-Ardèvol, M.; Linchuan Qiu, J., & Sey A. (2007). *Comunicación Móvil y Sociedad. Una Perspectiva Global*. Barcelona: Ariel.
- Castro Rojas, S.R. (2012). UbiCuidad y comunicación: los Smartphones. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (118), 91-95.
- Chen, Y.S., Wong, J.E., Ayob, A.F., Othman, N.E. & Poh, B.K. (2017). Can Malaysian Young Adults Report Dietary Intake Using a Food Diary Mobile Application? A Pilot Study on Acceptability and Compliance. *Nutrients*, 9(62).
- Costa-Sánchez, C. (2014). Las singularidades del medio móvil: integración multimedia, personalización, geolocalización y participación. Estudio de su presencia en las apps de la prensa española. *Palabra Clave*, 17(3), 672-694.
- Costa-Sánchez, C., Rodríguez-Vázquez, A. I., & López-García X. (2016). Dispositivos móviles: el nuevo reto para la industria de la prensa y del libro en España. *Palabra Clave*, 19(2), 526-555.
- Fernández-Cavia, J., & López, M. (2013). Communication, destination brands and mobile applications. *Communication&Society/Comunicación y Sociedad*, 26(2), 95-113.
- Gallardo López, L. & Monroy Rodríguez, G. (2017). El autocuidado y las apps, agentes de cambio en enfermedades como sobrepeso, obesidad y diabetes. *Revista Digital Universitaria*, 18(8), 1-12.
- García Canclini, N. (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Barcelona: Gedisa.
- González-Montero de Espinosa, M., & Marrodán Serrano. M. S. (2017). Obesidad y desnutrición en un mundo globalizado. *Anales del museo nacional de antropología*, XIX, 117-126.
- Holme, L. & Watts, P. (2000). *Corporate social responsibility: Making good business sense*. Conches-Genva, Switzerland: World Business Council for Business Development.
- Hsiao, C.H., Chang, J.J., & Tang, K.I. (2016). Exploring the influential factors in continuance usage of mobile social Apps: Satisfaction, habit, and customer value perspectives. *Telematics and Informatics*, 33(2), 342-355.
- Hsu, H.H., Yen, N.Y., Pai, T.W., & Chang, M.H. (2014). Personal Health Management On A Smartphone Platform. *Biomedical Engineering: Applications, Basis and Communications*, 26(04).
- Illia, L., Rodríguez-Cánovas, B., González del Valle, A., & Romenti, S. (2010). La comunicación de la RSC entre las 250 principales empresas europea. *Cuadernos de información*, (27), 85-96.
- Ipjian M.L. & Johnston, C.S. (2017). Smartphone technology facilitates dietary change in healthy adults. *Nutrition*, 33, 343-347.
- Islam, M.Z., Low, P.K.C., & Hasan, I. (2013). Intention to use advanced mobile phone services (AMPS). *Management Decision*, 51(4), 824-838.

- Le Compte, M. D., & Goetz, J. P. (1982). Problems of reliability and validity of ethnographic research. *Review of Educational Research*, 52(1), 31-60.
- Marauri Castillo, I., Pérez Dasilva, J.A., & Rodríguez González, M.M. (2015). La búsqueda de la comunidad de marca en las redes sociales. Los casos de Telepizza, Vips y Burger King. *Triptodos*, (37), 133-149.
- Martínez-Sala, A.M., Montserrat-Gauchi, J., & Campillo-Alhama, C. (2017). The relational paradigm in the strategies used by destination marketing organizations. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 374-396.
- Martínez-Sala, A.M., Monserrat-Gauchi, J., & Quiles-Soler, M.C. (2019). Influencia de las marcas de moda en la generación de *adprosumers 2.0*. *Prisma Social*, 24, 51-76.
- Martínez-Sala, A.M., Peña Acuña, B., & Sánchez Cobarro, P. H. (2018). Integración de las *apps* en las estrategias de comunicación bajo un enfoque relacional y colaborativo. En S. Mayor Escalada (Coord.) y R. Rosalba Mancinas-Chávez, & F. Anaya Benítez (Eds.). *Branding digital. relato, contenidos y comunicación de marca a través de dispositivos móviles* (pp. 25-46). España: Egregius Ediciones.
- Martínez-Sala, A. M., Segarra-Saavedra, J., & Monserrat-Gauchi, J. (2018). Millennials as prosumers and adprosumers in corporate social networks. *Cuadernos. Info*, 43, 137-159.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del cuerpo humano*. Barcelona: Paidós.
- Monroy, M.F. & Alzola, L.M. (2005). An analysis of quality management in franchise system. *European Journal of Marketing*, 39(5/6), 585-605.
- Nafría, I. (2008). *Web 2.0 El usuario, el nuevo rey de Internet*. 4^a ed. Barcelona, Ediciones Gestión 2000 – Planeta DeAgostini Profesional y formación S.L, Gestión 2000.
- Noh, M.J. & Lee, K.T. (2016). An analysis of the relationship between quality and user acceptance in smartphone apps. *Information Systems and e-Business Management*, 14(2), 273-291.
- Park, L., Baek, S., Ohm, J., & Chang, H.J. (2014). Determinants of player acceptance of mobile social network games: an application of extended technology acceptance model. *Telematics and Informatics*, 31(3), 3-15.
- Peña Acuña, B., & Batalla Navarro, P. (2016). *Dirección de comunicación y habilidades directivas*. Madrid: Editorial Dikynson S.L
- Piñeiro-Otero, T. (2015). De la radio convencional a la móvil. Usabilidad, multimedialidad y distribución de contenidos en las radioAPPs portuguesas. *Observatorio (OBS*)*, 9(3), 47-66.
- Rivera-Rogel, D., Rodríguez-Hidalgo C., & Gonzales M. (2016). Digital Convergence in Ecuadorian Media: Some Strengths and Weaknesses. En A. Rocha, A. Correia, H. Adeli, L. Reis, M. Mendonça Teixeira (Eds), *New Advances in Information Systems and Technologies. Advances in Intelligent Systems and Computing*, 445, (pp. 515-524). Cham: Springer.

- Ruiz-del-Olmo, F.J. & Belmonte-Jiménez, A.M. (2014). Los jóvenes como usuarios de aplicaciones de marca en dispositivos móviles. *Comunicar*, XXI (43), 73-81.
- San Mauro Martín, I., González Fernández, M., & Collado Yurrita, L. (2014). Aplicaciones móviles en nutrición, dietética y hábitos saludables; análisis y consecuencia de una tendencia a la alza. *Nutrición hospitalaria*, 30(1), 15-24.
- Scolari, C.A., Guerrero, M., López, M. & Fernández Cavia, J. (2013). Aplicaciones móviles de los destinos turísticos españoles. Recuperado de http://www.marcasturisticas.org/images/stories/resultados/informe_apps_codetur_oct2013.pdf
- Scolari, C.A., Navarro Güere, H., Pardo Kuklinski, H., García, I., & Soriano, J. (2009). Comunicación móvil: actores y producción de contenidos en Cataluña Mobile. *Comunicación y Sociedad*, 22(2), 159-186.
- Silva Rodríguez, A. (2013). Los cibermedios y los móviles: una relación de desconfianza. *Icono* 14, 11(2), 183-207.
- Silva Rodriguez, A., López García, X., Westlund, O., & Ulloa Erazo, N.G. (2016). Iniciativas en la comunicación móvil: Mapeo de los canales, el contenido, la conversación y el comercio en Europa y los EE.UU. *Observatorio (OBS*)*, 10(1), pp. 201-217
- Thamer, J. (2016). Una dieta recargada. El Fast food y la construcción del gusto, movilidad y desplazamientos simbólicos. *Razón y Palabra*, 20(3_94), 67-80
- Tormo Franquicias Consulting (2015). Informe Hostelería & Restauración 2015. Recuperado de <http://tormofranquicias.es/hosteleria-y-restauracion-franquicia-2015/>
- Tormo Franquicias Consulting (2016). Marcas líderes en franquicia. Septiembre 2016. Recuperado de <http://tormofranquicias.es/wp-content/uploads/2017/02/Marcas-L%C3%ADderes-Franquicia-TFG.pdf>
- Torrejón, R. & Ramos, G. (2016, 13 enero). El auge de la comida rápida en España. En *Variación 21. Periodismo de calidad en Internet*. Recuperado de <http://variacionxxi.com/2016/01/13/franquicias-comida-rapida/>
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Verkasalo, H., López-Nicolás, C., Molina-Castillo, F.J., & Bouwman, H. (2010). Analysis of users and non-users of smartphone applications. *Telematics and Informatics*, 27(3), 242-255.
- Wright, J. (2006). *Blog marketing: la nueva y revolucionaria forma de incrementar las ventas, construir su marca y obtener resultados excepcionales*. México D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Zerfass, A., Verhoeven, P., Moreno, A., Tench, R., & Verčić, D. (2016). European Communication Monitor 2016. Exploring trends in big data, stakeholder engagement and strategic communication: Results of a survey in 43 Countries. Brussels: EACD/EUPRERA, Quadriga Media. Recuperado de <http://www.zerfass.de/ECM-WEBSITE/media/ECM2016-Results-ChartVersion.pdf>

Informe

Prosumidores dentro dos meios de comunicação: percepções sobre o presente e o futuro do jornalismo

Prosumers inside media companies: perception about present and future of the journalism

Prosumidores dentro de los medios de comunicación: percepciones sobre presente y futuro del periodismo

Edson CAPOANO

Universidade do Minho, Portugal / edson.capoano@gmail.com

Fabiano RODRIGUES

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil / frodrigues@espm.br

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Informe, pp. 365-388)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 21-11-2017 / Aprobado: 18-06-2018

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar o mapeamento da percepção de jovens jornalistas, inseridos na geração Y e Z, sobre as condições atuais de seu trabalho e empresa para qual trabalham, bem como sua avaliação sobre o futuro do jornalismo. Eles compõem a mão-de-obra dos veículos de comunicação de hoje, e suas características identitárias os aproximam dos jovens digitais receptores das notícias de hoje. O corpo teórico versa sobre *millenials, prossumidores, mediação, convergência, cibercultura e redes*. A metodologia realizada foi exploratória, através de pesquisa entre estudantes de jornalismo e jovens jornalistas formados de São Paulo. As considerações apontam que há tensão entre a identidade digital dos jornalistas respondentes e os modelos das empresas de comunicação, em crise e transformação.

Palavras-chave: *millenials; pós-millenials; prossumidores; jornalismo; mercado de trabalho*

Abstract:

The objective of this article is to present the perception of young journalists, inserted in generation Y and Z, on the current conditions of their work and the company they work for, as well as their evaluation of the future of journalism. They make up the workforce of today's media, and their identity characteristics bring them closer to the young digital receivers of today's news. The theoretical references deal with *millenials, prosumers, mediation, convergence, cyberspace and networks*. The methodology was exploratory, through a survey among journalism students and young journalists from São Paulo. The considerations point out that there is tension between the digital identity of the respondent journalists and the models of the communication companies, in crisis and transformation.

Keywords: *millenials; post-millenials; prosumers; journalism; job market*

Resumen

El objetivo de este artículo es presentar la percepción de jóvenes periodistas, insertados en la generación Y y Z, sobre las condiciones actuales de su trabajo y empresa para la que trabajan, así como su evaluación sobre el futuro del periodismo. Ellos componen la mano de obra de los medios de comunicación de hoy, y sus características identitarias los acercan a los jóvenes digitales receptores de las noticias de hoy. El cuerpo teórico versa sobre *millenials, prossumidores, mediación, convergencia, cibercultura y redes*. La metodología realizada fue exploratoria, a través de encuesta entre estudiantes de periodismo y jóvenes periodistas formados de São Paulo. Las consideraciones apuntan que hay tensión entre la identidad digital de los periodistas respondedores y los modelos de las empresas de comunicación, en crisis y transformación.

Palabras clave: *millenials; post-millenials; prosumidores; periodismo; mercado de trabajo*

1. Introdução

As mídias digitais permitiram ao receptor ocupar o lugar do emissor – capaz de emitir e compartilhar conteúdo ao trocar o seu lugar como meios de comunicação. As gerações conhecidas como Y ou *millenials* (nascidos de 1980 a 1995) experimentaram essas mudanças como principais utilizadores das tecnologias que permitiam esse novo fluxo. Já os jovens digitais conhecidos como geração Z ou *pós-millenials* (nascidos a partir de 1995) tornaram-se competidores dos tradicionais *gatekeepers*, graças ao domínio das ferramentas de comunicação e das redes sociais. Com indivíduos de até 37 anos, tais gerações são emissoras e receptoras de informação e têm características muito semelhantes.

Esse é o motivo pelo qual autores que pesquisam as identidades das gerações culturais compreendem que há mistura entre as características identitárias dos dois grupos. Por isso, esta pesquisa estabeleceu um corte entre 1980 e 2000, abarcando as gerações Y e Z, que têm características da chamada geração digital, e que compõem a mão-de-obra dos veículos de comunicação de hoje, e propõe refletir sobre as mudanças que esse grupo promove ao estar inserido na força produtiva das empresas de comunicação.

Características identitárias aproximam os jovens digitais dentro dos jornais dos receptores. Em 2013, um relatório de pesquisa sobre o perfil do jornalista brasileiro (UFSC, 2013), desenvolvido pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, revelou que a categoria jornalística se tornou majoritariamente feminina (64%) e jovem (59% têm até 30 anos); 98% da categoria têm formação superior e 40% já com pós-graduação.

Além disso, mudanças estruturais que o jornalismo sofre desde os anos 1990 afetam a percepção dos seus profissionais sobre o seu ofício, desde a revolução tecnológica trazida pela popularização da internet nas redações (Ramonet, 2012). A partir dos anos 2000, o negócio jornalístico tomou outro golpe no seu *modus operandi*, segundo Anderson, Bell & Shirky (2013): anunciantes se tornaram mais raros ou baratos; os salários e a quantidade de profissionais diminuíram; aumentou a mistura entre as áreas; a interatividade com o leitor aumentou exponencialmente.

Tais alterações no ecossistema jornalístico reverberam no valor do trabalho e no consequente salário pago aos jornalistas; na pressão maior ou menor de fatores externos ao jornalismo - como influência de setores comerciais ou diretivos sobre o trabalho; na convergência de áreas, graças a redações integradas e trabalhos em rede dentro ou fora da empresa onde se presta serviço; e em novas combinações das forças produtivas, como jornalistas, profissionais de tecnologia da informação e de marketing. Além disso, geraram movimentos de renovação estratégica, pela migração de lógicas analógicas de modelos de negócios para lógicas com alta presença do digital, com implicações na estratégia e nas operações dos empreendimentos na indústria informativa (Horst

& Moisander, 2015, Järventie-Thesleff, Moisander & Villi, 2015, Mierzejewska & Shaver, 2014, Maijanen & Jantunen, 2014).

Essas mudanças justificam o objetivo desta pesquisa de mapear e discutir a percepção de jovens jornalistas da geração Y e Z sobre as condições atuais de seu trabalho e empresa para qual trabalham, bem como sua avaliação sobre o futuro do jornalismo.

2. Marco teórico

Vetores de mudança, de natureza multidimensional (tecnológicos, econômicos e sociais), afetam rotinas jornalísticas, modelos de negócio e a própria relação com a audiência.

Mierzejewska & Shaver (2014) destacam mudanças chaves que, nas últimas duas décadas, trazem impacto aos empreendimentos jornalísticos, tais como: fragmentação do consumo e da audiência, fronteiras na caracterização de uma empresa informativa e valor econômico do conteúdo.

Fragmentação do consumo e da audiência: A diversidade de fontes e a natureza bidirecional na construção e no consumo de notícias torna a gestão do ecossistema informativo mais complexo e, ao mesmo tempo, favorece novas opções para geração de conteúdos com valor agregado e personalizados para audiências dispares. No momento, o equilíbrio de poder nas relações de consumo das notícias desloca-se dos criadores de conteúdo para seus consumidores.

Mudanças na própria fronteira sobre o que é, ou não é, uma empresa de mídia: Quais as competências centrais de uma empresa jornalística no século XXI, ou seja, o que pode garantir a expansão e diferenciação frente à concorrência? Jornalismo? Tecnologia? Ou ambos? De que forma? Empresas como Washington Post, adquirida pela Amazon em 2013 pelo valor de US\$ 250 milhões, possui, segundo Jeff Bezos, a tecnologia e o uso de dados como importante alavancas em seu modelo de negócio (Rossof, 2017). Plataformas sociais como o Facebook e LinkedIn, bem como a plataforma de buscas Google, podem ser caracterizados como negócios da indústria informativa? Fronteiras das empresas na cadeia de valor da indústria informativa tornam-se mais fluidas com o surgimento de novos *players*, *startups* e aquisições de empresas de mídia por empresas situadas na indústria de telecomunicações e tecnologia da informação (Baumann & Hasenpusche, 2017).

Valor econômico do conteúdo: O valor econômico de qualquer bem ou serviço é afetado pela lei da oferta e da demanda. Assim, em um cenário de abundância de informações no ambiente web e nas mídias sociais, o valor da informação tende a cair (Picard, 2008). Veículos ao redor do mundo, e no Brasil, buscam soluções como o *paywall*, ou muro poroso, para monetizar seus conteúdos. Notícias especializadas também fazem parte do pacote de tentativas

de valorização da informação, gerando sensação de exclusividade e customização da oferta. Jornalismo de boa qualidade possui custo compatível para ser elaborado, valorizar a notícia (tendo-se a audiência como farol) é um desafio constante para os modelos de negócio jornalísticos.

As mudanças estruturais levantadas por Mierzejewska e Shaver (2014) indicam o impacto de vários fatores na atratividade da indústria informativa, como a reorganização econômica, produtiva e tecnológica provocada pelas plataformas digitais e redes sociais, da redução de barreiras para entradas de novos atores na cadeia de valor da indústria, mudanças sociais quanto ao padrão de consumo e produção de notícias pela audiência, não apenas como consumidora, mas também como *prossumidora*.

Na dimensão tecnológica, Ramonet (2012) destaca a influência da digitalização do mundo para a prática jornalística e para a indústria informativa:

A digitalização do mundo está transformando em alta velocidade o "biótopo informatacional". Consequência: dezenas de jornais estão à beira do colapso ou faliram. A prática jornalística em si - afligida por uma crise sistêmica - deve ser reconstruída e reinventada. (Ramonet, 2012, p.11)

Ramonet (2012) continua com seu prognóstico de mudança, questionando se a mídia tradicional encontraria soluções no século XXI, frente a imaterialização da informação graças à popularização da internet e o fenômeno dos "webactors" (2012, p.13), um público que não se contenta em consumir notícias, mas comentá-las e completá-las:

O mais provável é que a imprensa escrita, meio de comunicação da era industrial, não desapareça. Todavia, a informação já não circula como antes, em unidades precisas, calculadas, bem corrigidas e calibradas (...) Convertida em algo imaterial, agora assume a forma de um fluido que circula em segmentos abertos pela Rede, quase à velocidade da luz (...) A Internet é totalizante, e estabelece, não sem riscos, uma nova lógica, distinta da produção fordista, típica da era industrial. (Ramonet, 2012, p.12-13)

A precarização da carreira jornalística acompanhou essa revolução tecnológica. A audiência da mídia tradicional se pulverizou na internet. O grande crescimento das empresas de notícias digitais no fim dos anos 90 não conseguiu reuni-la nem convencer aos anunciantes que as acompanhasssem com mesmos valores de antes. Veículos jornalísticos demitiram profissionais e aumentaram a exploração da mão de obra mantida. Tal fenômeno de duas crises – tecnológica e econômica - foi classificado por Salaverría (2015) como a "perfeita tempestade" no setor, e classifica as cinco principais "rachaduras" (2015, p.81) que estão afetando o negócio de mídia:

- Ruptura de fronteiras: internet internacionalizou os mercados, afetando o negócio da mídia local;
- Ruptura de barreiras: *web* multiplicou os emissores, que competem pelos mesmos receptores;
- Ruptura do ciclo editorial: novos suportes exigem mais complexidade das redações e atualização de notícias;
- Ruptura do monopólio da palavra: nova relação entre jornalistas e consumidores de notícias;
- Ruptura do modelo de negócio: mudanças anteriores dificultaram a sustentabilidade do negócio.

A relação entre jornalistas e consumidores de notícia não é um fenômeno novo, mas a aceleração das mudanças estruturais na cadeia de valor da indústria informativa traz indagações sobre o papel deste *prossumidor* como audiência ativa e, pelo foco desta pesquisa, como parte integrante da hierarquia de empreendimentos jornalísticos. *Prossumidores* dentro dos meios de comunicação, colaboradores no processo de renovação e de transformações das empresas jornalísticas atuais e futuras.

Como destacado, a figura do *prossumidor*, termo que funde “produtor” e “consumidor”, já existe desde que Toffler (1980) identifica produção e uso nas sociedades agrícolas, o que chama de Primeira Onda. As características identitárias das comunidades proveriam de processos produtivos nos quais estão inseridos os indivíduos, o que se repete na sociedade industrial e na da informação:

Muitos dos mesmos dispositivos eletrônicos que usaremos em casa para fazer trabalho remunerado também tornarão possível produzir mercadorias ou serviços para nosso próprio uso. Neste sistema o *prossumidor*, que dominou as sociedades da Primeira Onda, será trazido de volta ao centro da ação econômica – mas numa Terceira Onda, em base de tecnologia. (Toffler, 1980, p. 275)

McLuhan (1974) trouxe o debate da influência dos processos produtivos no desenvolvimento do indivíduo e da sociedade para o mundo da tecnologia e da informação, quando destaca que os suportes de informação moldam as ações humanas. A tecnologia criaria um ambiente novo, que permitiria a aldeia global cultural.

Numa cultura como a nossa, há muito acostumada a dividir e estilhaçar todas as coisas como meio de controlá-las, não deixa, às vezes, de ser um tanto chocante lembrar que, para efeitos práticos e operacionais, o meio é a mensagem. Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio — ou seja, de qualquer uma das extensões de nós mesmos — constituem o resultado do novo

estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos. (McLuhan, 1974, p. 4)

Os novos ambientes tecnológicos reconfigurariam os conteúdos postos em ambientes anteriores. Apesar de McLuhan não ter versado sobre a internet, aponta a energia elétrica e sua imaterialidade como caminho de transformações das mediações humanas, graças à influência e raciocínio do novo meio e suporte sobre as mensagens:

Neste passo, o exemplo da luz elétrica pode mostrar-se esclarecedor. A luz elétrica é informação pura. É algo assim como um meio sem mensagem, a menos que seja usada para explicitar algum anúncio verbal ou algum nome. Este fato, característico de todos os veículos, significa que o “conteúdo” de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo. (McLuhan, 1974, p. 11)

A juventude provinda do *baby boom* norte-americano e europeu é a grande receptora das mensagens provindas desse então novo meio, a energia, materializada na TV dos anos 60 e 70, objeto de estudo de McLuhan. Posteriormente, é essa mesma geração *baby boomer* (nascidos entre 1946 a 1960) a promotora da massificação do conteúdo audiovisual por meio das tecnologias de comunicação e informação. Sinal por satélite, TV a cabo e transmissões ao vivo são popularizadas pelo barateamento das tecnologias para o público e se tornam um grande negócio para a indústria do entretenimento mundial. Em meio à profusão de meios eletrônicos atinge novos jovens, a geração X (nascidos entre 1961 a 1980) comprehende o mundo segundo o *virtual stress* de McLuhan: estão despertos e conectados pelos estímulos audiovisuais e eletrônicos que lhes cercavam.

Martín-Barbero (1998) identificou que, junto à globalização de temas e mídias para os jovens, a mediação da TV também abalou as fronteiras dos *ethos* tradicionais, onde os indivíduos da geração X constituíam suas mediações sociais e comunicativas:

É neste enfraquecimento social dos controles familiares que a destruição cultural introduzida pela televisão é inserida. Para quebrar a ordem das sequências que, na forma de fases/idades, organizaram o processo escalonado de aprendizagem ligado à leitura e as hierarquias em que reside. E, ao deslocalizar o conhecimento, a televisão desloca os limites entre razão e imaginação, conhecimento e informação, trabalho e jogo. (Martín-Barbero, 1998, p. 22-23)

Assim, os jovens X, como qualquer cidadão constituído pelos *ethos* estruturais familiares, institucionais da escola ou religião, contextuais do cotidiano e tecnológicos das mediações informativas, estariam sofrendo maior influência

desta última esfera do que das anteriores, pela potência de sua reordenação sobre as mensagens/códigos que introduz na mediação individual e coletiva.

Essa geração X também ocupou os cargos de direção das empresas informativas, impondo sua visão de mundo à forma e aos conteúdos disponíveis. Porém, nos anos 90 tem-se a profusão das novas tecnologias de informação e comunicação (TICs), que impõem novo raciocínio à produção, distribuição e consumo de notícias. Os computadores pessoais são peças mais comuns nos lares, permitindo a autoaprendizagem das famílias sobre a ferramenta; a internet se populariza através das linhas telefônicas e oferece produtos civis, como portais de notícias, redes sociais (arcaicas) e páginas pessoais (blogs); dispositivos móveis interativos como o *Blackberry* e o *Palmtop* ganham escala.

Nesse contexto, os jovens imersos nesse ambiente midiático, a geração Y/*millenial* (nascidos entre 1981 a 1995), desenvolvem novas habilidades e percepções sobre o mundo e sobre si mesmos. O conceito de convergência de Jenkins (2015) esclarece quais os novos parâmetros comunicacionais desses jovens digitais:

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. [...] A convergência está ocorrendo dentro dos mesmos aparelhos, dentro das mesmas franquias, dentro das mesmas empresas, dentro do cérebro do consumidor e dentro dos mesmos grupos de fãs. A convergência envolve uma transformação tanto na forma de produzir quanto na forma de consumir os meios de comunicação. (Jenkins, 2015, p. 27; 42)

Participação, fluxo e cooperação são valores essenciais para compreender a cultura em que os jovens *millenials* estão imersos. A partir da potencialidade dos meios convergirem para um único aparelho central – o que parece ter se tornado realidade com o lançamento do Iphone 1 -, o que se convergiu, na verdade, foram os conteúdos. No jornalismo, portais de informação ofereciam textos, vídeos, fotos, com a intenção de dialogarem entre si e com o consumidor de notícias. Entretenimento e informação convergiam em produtos híbridos.

A convergência exigiu que empresas midiáticas repensassem como os jovens consomem informação. De passivos, tornaram-se ativos, migratórios, conectados socialmente, “barulhentos e públicos” (2015, p. 45). Jenkins identifica a cultura preponderante da geração do momento, a Z ou *pós-millenial* (nascidos após 1995). Moldados a partir das habilidades que as tecnologias da internet 2.0 portavam, estão inseridos no que Lèvy (2009) chama de cibercultura:

A ampliação do espectro educacional, mediante a transição de uma educação e de uma formação estritamente institucionalizadas, para outra, erguida em meio

à aprendizagem ocorrente na troca de saberes, em diversas instâncias sociais que não somente as instituições de ensino. (Lévy, 2009, p. 17)

Os *pós-millenials* sabem capacitar-se e se informarem para além das escolas e jornais. Desenvolvem a inteligência coletiva, compartilhando funções cognitivas (memória, percepção, aprendizado etc.) através de suas redes; têm predisposição à participação e intervenção com todos do processo comunicativo do qual fazem parte; interagem criativamente com a tecnologia, contribuindo com a inovação das mensagens e dos próprios meios.; redefinem as relações entre mobilidade, espaço físico e ciberespaço, reconstruindo materialidades como cidades inteligentes ou conceitos, como liderança, hierarquia ou pertinência. Nisso, as redes sociais desempenham um papel fundamental, pois são o ambiente onde se consolida a cultura participativa digital, em que os inseridos se sentem ouvidos, em um período muito curto de tempo.

Rede é um conjunto de nós interconectados. [...] Por sua vez, dentro de determinada rede os fluxos não têm nenhuma distância, entre os nós. [...] A inclusão/exclusão em redes e a arquitetura das relações entre redes, possibilitadas por tecnologias da informação que operam à velocidade da luz, configuram os processos e funções predominantes em nossas sociedades. (Castells, 1999, p. 566)

A geração *pós-millennial* traz com força as características do prossumidor. O limiar da evolução desses jovens de hoje está na cultura *Trendsetter*:

Eles estão no mais alto nível educacional e treinamento tecnológico. Mesmo aqueles que não completaram sua educação universitária têm recursos financeiros e escolares, familiares, conhecimentos básicos de inglês e equipamentos de informática pessoal que lhes permitem acessar serviços e programas digitais complexos. A comunicação digital é o cerne da sua vida diária. Como um professor entrevistado diz, 'esses jovens nasceram com a Internet em seu quarto. (Canclini, 2012, p. 8)

Para ajudar na compreensão deste cenário complexo de mudanças e reconfigurações da indústria e das práticas jornalísticas, este trabalho busca mapear a percepção de jovens jornalistas, geração Y e Z, sobre a empresa na qual atuam e sobre o mercado de trabalho, suas transformações tecnológicas, processuais, financeiras, editoriais, empregatícias, e, porque não, existenciais.

3. Procedimentos metodológicos

Foi realizada uma pesquisa do tipo *survey*, de caráter exploratório, entre estudantes de jornalismo e jovens jornalistas (graduados até 15 anos). A amostra coletada, 128 respondentes, caracteriza-se como não probabilística. Os

respondentes, em sua totalidade, são residentes da cidade de São Paulo, maior polo industrial do Brasil e de geração de postos de trabalho na indústria informativa.

A coleta de dados foi realizada durante o mês de outubro de 2017, com disparo do formulário eletrônico (*Google Survey*) na rede social de um dos autores. A pesquisa foi impulsionada por mecanismos de geolocalização (preferencialmente a cidade de São Paulo, com grande mercado de trabalho em jornalismo) e de faixa etária (entre 18 a 34 anos, abarcando as gerações Y e Z), com delimitação de interesse pelos termos “Jornalismo” e “Jornalistas”, bem como outras áreas da carreira (repórteres, produtores, redatores, editores etc). No Facebook, houve 1.542 impressões sobre o post/pesquisa, 990 pessoas alcançadas, 115 envolvimentos com a publicação do post sobre a pesquisa. A maioria dos alcançados é de mulheres (54%), entre 18 a 24 anos.

Dentre as 128 pessoas que acessaram a pesquisa *on-line*, 47 (36,7%) relataram não exercer nenhum tipo de atividade remunerada. Como este número pode ser composto tanto de desempregados quanto de jovens em fase de formação profissional, ainda não aspirantes a vagas de emprego, a amostra analisada nesta pesquisa contemplou apenas os 81 respondentes inseridos no mercado de trabalho, dos quais 48 identificaram-se como do sexo feminino e 33 do sexo masculino. Quanto à faixa etária, 9,9% com idade até 21 anos, 29,6% até 25 anos, 32,1% até 30 anos e 28,4% acima de 30 anos.

Como instrumento de coleta de dados, foi elaborado um questionário *on-line* com três blocos de questões, conforme Quadro 1.

Quadro 1: Estrutura do questionário da pesquisa

Bloco	Descrição
Bloco 1 (perfil): Dados sobre o perfil dos respondentes	Faixa etária, gênero, nível de formação acadêmica, tempo de graduação (ou ainda graduando), área de trabalho, tipo de vínculo empregatício, função principal no trabalho, tipo de empresa no qual trabalha, tipo de mídia em que trabalha, faixa salarial, competências necessárias e obstáculos na carreira jornalística. Além disso, indagou-se sobre sua felicidade com o emprego atual e com a carreira jornalística no geral.
Bloco 2 (situação presente): Como é a empresa para qual trabalha	Percepção dos jovens jornalistas sobre sua empresa, suas rotinas de trabalho, mecanismos de financiamento, eventuais tensões entre redação e editores, relações com os consumidores de notícia, entre outros pontos.
Bloco 3 (avaliação futura): Como será o jornalismo no futuro breve	Percepções sobre o futuro do jornalismo em diferentes dimensões, tais como novas formas de jornalismo (realidade virtual, dados, fact checking, etc), colaboração com outras áreas do empreendimento, influência do negócio e das métricas comerciais na qualidade jornalística, importância da audiência na produção de notícias, entre outros pontos.

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

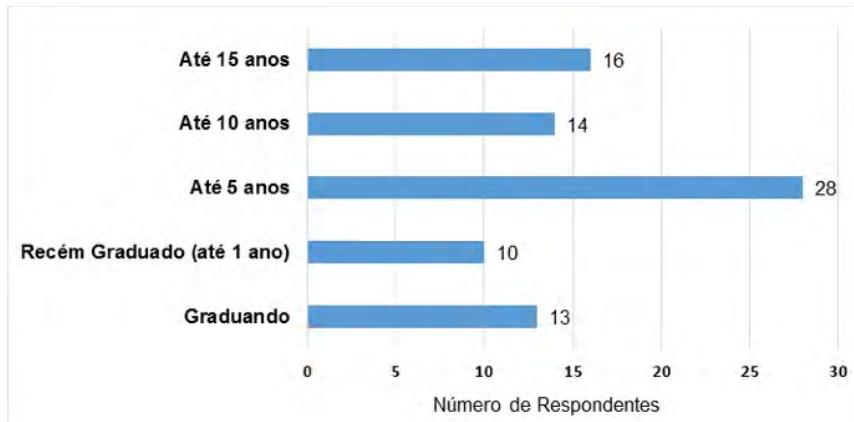
As questões do bloco 1 foram do tipo múltipla-escolha, com questões abertas apenas no item competências necessárias e obstáculos para o trabalho jornalístico. Os blocos 2 e 3 adotaram questões em escala Likert de 5 pontos, com uma âncora textual no traço mínimo da escala, ou seja, caracterizando a nota 1, e outra no traço máximo, definindo a nota 5.

4. Discussões e análise dos dados

O perfil dos jornalistas presentes na amostra deste estudo é bastante diversificado, com atuação na grande mídia, nativos digitais e veículos alternativos. Atuação em rádio, televisão, mídia impressa e, com maior incidência, com mídias digitais.

Conforme Figura 1, a amostra foi composta por 23 jornalistas (graduandos e recém-graduados), 42 jornalistas entre um e dez anos de graduação e 16 entre dez e quinze anos.

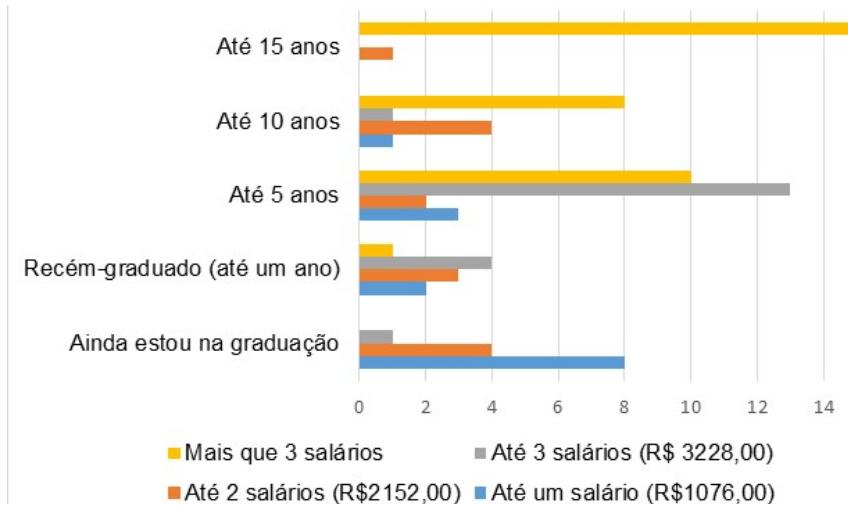
Figura 1: Distribuição da amostra por tempo de graduação



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

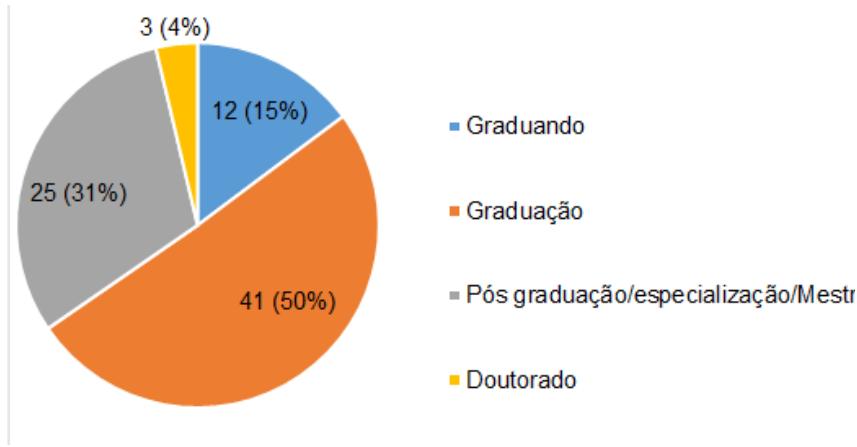
A amostra mais significativa, de jornalistas com até cinco, dez e quinze anos de formados, tem em média 27-37 anos, o que lhes classifica dentro da geração *millennial* dos nascidos a no fim dos anos 1980 e início dos 1990. Essa geração vivenciou a revolução digital da informação dentro de suas casas, escolas e empregos, assim como aponta Jenkins (2015), tendo uma percepção pessoal do fenômeno que atualiza as redações hoje em dia.

A Figura 2 apresenta uma relação positiva entre tempo de graduação e rendimentos salariais. Percebe-se que o estrato até cinco anos ainda possui maior incidência de remuneração até 3 salários mínimos.

Figura 2: Tempo de graduação versus Salário

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Esse mesmo grande grupo de cinco, dez e quinze anos de formados estão inseridos em empregos cujos salários estão próximos do piso de três salários mínimos do Brasil (cerca de US\$1.000,00). A percepção de que a categoria está depauperada, aliada ao temor da tecnologia piorar este cenário, será demonstrada mais adiante.

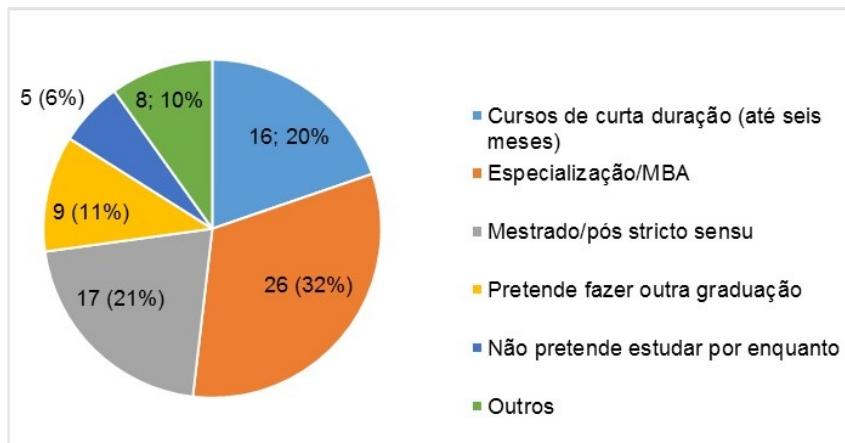
Figura 3: Máxima formação universitária da amostra

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Sua formação elevada (85% dos respondentes têm curso superior), demonstra a alta escolaridade dos trabalhadores nas empresas jornalísticas brasilei-

ras (Figura 3), no que pese a suspensão da obrigatoriedade do diploma desde 2009. Além disso (Figura 4), 72,8% dos respondentes declararam ter feito algum curso após a graduação, sejam curtos, especializações, MBA ou mestrado, além dos 11% que aspiram fazer outro curso de graduação. Isso atesta o constante interesse por aprendizagem que têm as gerações digitais, como descreve Canclini (2012, p. 8).

Figura 4: Interesse na aprendizagem contínua



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Sobre a área em que trabalham, 58% dos respondentes alegam exercer atividades relacionadas, especificamente, ao jornalismo; 33,3% com comunicação e mídia em geral; 6,2% em áreas alheias ao jornalismo, comunicação e mídia; 2% identificaram como “outras áreas” (assessor parlamentar e docente de jornalismo). Praticamente 50% possui vínculo empregatício com carteira assinada, 21% fornecem serviços como pessoa jurídica e 7,4% como *freelance*.

Os veículos tradicionais predominam como empregadores na amostra, com 45,7% dos respondentes atuando na mídia tradicional (TV, rádio, mídia impressa), enquanto 12,3% trabalham em nativos digitais (empreendimentos que produzem jornalismo nascidos para internet, diferentemente de portais digitais oriundos de veículos tradicionais), 9,9% em mídia alternativas e o restante em assessorias de imprensa, agências de mídia, entre outros. Interessante destacar, nesta fase de transição entre o analógico e o digital em muitos empreendimentos da indústria informativa, que 47% dos respondentes trabalham com atividades relacionadas com a internet, enquanto apenas 23% na mídia impressa exclusivamente. Isso demonstra como tais gerações entram já preparadas para trabalhar em ambientes digitais, na revolução das redações preconizada por Ramonet (2012).

Também lhes foi perguntado, em formato de questão aberta, “quais as três principais competências que o jornalista deve ter para desenvolver o seu trabalho”. Com uma ferramenta de *Word Cloud*, destacam-se as expressões mais utilizadas (Figura 5).

Figura 5: Principais competências para o jornalismo (nuvem de palavras)



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

As qualidades jornalísticas mais ressaltadas pelos respondentes se referem às inerentes da carreira, como “escrita”, “ética”, “conhecimento”, “agilidade” e “senso crítico”. Também há competências como “flexibilidade”, “criatividade” e “mídias sociais” (capacidade de uso das mídias sociais para o jornalismo), alinhadas à digitalização do trabalho jornalístico e com as características que mais se adequam às identidades Y e Z. O mesmo raciocínio aparece quando os respondentes são indagados sobre “três dificuldades que o jornalista enfrenta para desenvolver o seu trabalho” (Figura 6).

Figura 6: Principais dificuldades para o trabalho (nuvem de palavras)



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

As respostas mais destacadas se referem à falta de emprego e de estrutura em suas empresas; problemas estruturais das empresas de comunicação tradicionais, como o depauperamento dos salários e das condições laborais; e as características que definem as gerações Y e Z: “remuneração”, “reconhecimento”, “pressão”, “transparência” e “jornada”. Após a preocupação com a manutenção de emprego e de salário, os jovens dentro das redações questionam os modelos atuais das empresas nas quais trabalham, mal inseridas na economia criativa do século XXI, carregando os mesmos pontos fracos das empresas fabris do século XX. O que parece claro é que há um vazio entre os valores que o *ethos* institucional jornalístico prega e a crise do mercado de comunicação, que oferece desafios trans-classistas e trans-nacionais, como afirma Martin-Barbero (1998).

Os resultados anteriores indicam os porquês das respostas seguintes, sobre felicidade no emprego e como jornalista. Ambas questões tiveram a resposta 3 de 5 na escala Likert, em que o tópico “muito satisfeito” está situado no 5º ponto da escala. Porém, há mais respondentes felizes com o trabalho (40,7% na escala 4 de 5) do que com a profissão (30,9% na escala 3 de 5), o que indica que os jovens digitais percebem como estruturais os problemas no jornalismo e nas empresas em que trabalham; e que os empregos que exercem, apesar de carregar tais limitações, lhes permitem exercer as habilidades jornalísticas que tais jovens buscavam vivenciar ao escolher a profissão.

O Bloco 2 da pesquisa - como é a empresa para qual trabalha - buscou conhecer a percepção dos jovens jornalistas sobre suas rotinas de trabalho, mecanismos de financiamento, eventuais tensões entre redação e editores, relações com os consumidores de notícia, entre outros pontos.

A Figura 7 apresenta as médias das notas (escala Likert entre 1 e 5) em ordem decrescente para a amostra geral da pesquisa, composta por 81 respondentes.

Figura 7: Percepções sobre situação presente (média geral)

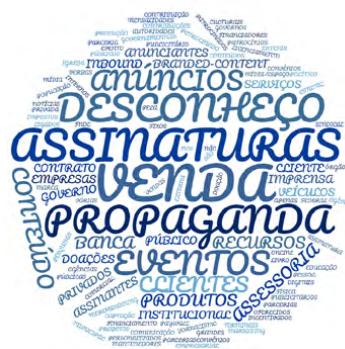


Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

As respostas mais bem avaliadas (“recebo corretamente do meu empregador” e “a qualidade do trabalho jornalístico é prejudicada por fatores externos”) corroboram com as duas últimas questões do Bloco 1, mostrando como os jornalistas das gerações Y e Z desta pesquisa separam os desafios estruturais do ofício jornalístico das empresas em que trabalham. Já as questões pior avaliadas (“saúde financeira da empresa” e “atender aos interesses dos editores”) demonstram a desconfiança na hierarquia entre os cargos de direção e de produção, já que os jovens digitais das redações se preocupam com os rumos financeiros e editoriais de suas empresas empregadoras.

Sobre a pergunta aberta “quais fontes de receita existem na sua empresa”, as respostas mais utilizadas foram sobre “propaganda”, “venda” e “assinaturas”, seguidas de um bloco sobre “conteúdo” (venda de conteúdo direto ou por *paywalls*), “eventos” e “*branded-content*”, demonstrando que os jovens, se não têm pleno conhecimento das estratégias de monetização dessas empresas (alto índice “desconheço” como resposta), ao menos percebem os formatos tradicionais de captação de recursos (publicidade, venda, assinaturas e banca) e novas formas (eventos, conteúdo e *branded-content*).

Figura 8: Fontes de receitas (nuvem de palavras)



Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

A Tabela 1 apresenta os principais resultados sobre o Bloco 2 da pesquisa, iniciando-se com a média geral e separando-se a média para cada estrato do tempo de graduação dos respondentes.

Tabela 1: Avaliação da situação presente por tempo de graduação

	Geral	Graduando	Até 1 ano	Até 5 anos	Até 10 anos	Até 15 anos
Recebo corretamente do meu empregador (valores, datas, valor combinado)	4,30	3,92	4,30	4,46	4,29	4,31

A qualidade do trabalho jornalístico é prejudicada por fatores externos	4,06	3,77	4,10	4,25	3,64	4,31
Estou feliz no meu emprego	3,40	3,38	3,60	3,50	3,43	3,06
Tenho estrutura técnica e materiais adequados para trabalhar	3,40	3,15	4,20	3,18	3,57	3,31
Sinto-me satisfeito com a profissão de jornalista	3,35	3,31	3,50	3,29	3,50	3,25
Como você avalia a qualidade jornalística da organização para a qual trabalha?	3,31	3,15	3,70	3,29	3,36	3,19
São desenvolvidas estratégias de monitoramento e análise de métricas da audiência.	3,26	3,23	3,40	3,21	3,00	3,53
Como você percebe a saúde financeira da organização para a qual trabalha?	3,09	3,15	2,90	3,29	2,93	2,94
O que você acha de ter que atender aos interesses dos editores?	2,89	3,23	2,80	2,68	3,07	2,88

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Percebe-se, pela Tabela 1, notas médias baixas (abaixo de 3,50) em itens que relacionam infraestrutura e recursos organizacionais para o bom trabalho jornalístico, comum entre os estratos analisados. Médias abaixo de 3,50 também são encontradas no desenvolvimento de estratégias de monitoramento e análise de métricas da audiência e na percepção sobre a saúde financeira da empresa jornalística. Outro ponto relevante é a baixa nota atribuída ao atendimento dos interesses dos editores, demonstrando eventual conflito, seja este geracional, de rotinas de trabalho ou de alinhamento com a linha editorial dos veículos.

A Tabela 2 apresenta uma análise estatística de correlação entre os itens levantados pela pesquisa no Bloco 2 (situação presente no trabalho).

Tabela 2: Análise de correlação entre itens do Bloco 2 (situação presente)

QUESTÕES DO BLOCO 2 (situação presente)	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9
ITEM 1: Estou feliz no meu emprego	1,00								
ITEM 2: Sinto-me satisfeito com a profissão de jornalista	0,49	1,00							

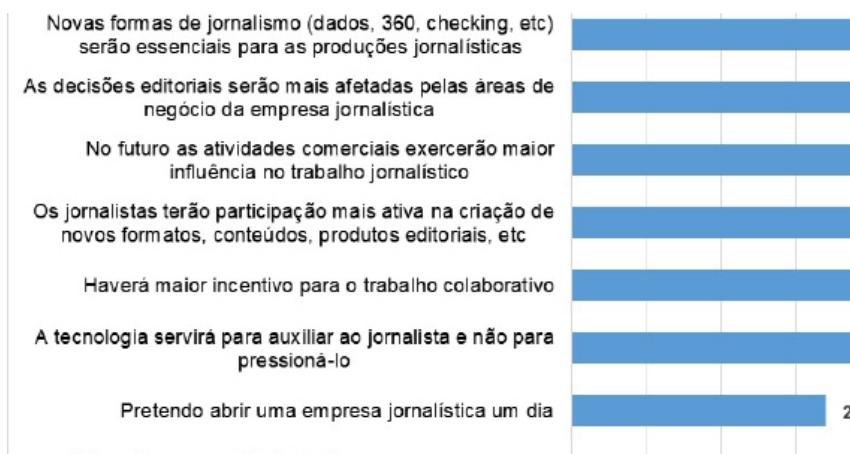
ITEM 3: Como você avalia a qualidade jornalística da organização para a qual trabalha?	0,56	0,39	1,00						
ITEM 4: O que você acha de ter que atender aos interesses dos editores?	0,12	0,28	0,42	1,00					
ITEM 5: A qualidade do trabalho jornalístico é prejudicada por fatores externos	-0,22	-0,31	-0,26	-0,22	1,00				
ITEM 6: Tenho estrutura técnica e materiais adequados para trabalhar	0,40	0,21	0,43	0,18	-0,22	1,00			
ITEM 7: São desenvolvidas estratégias de monitoramento e análise de métricas da audiência.	0,19	0,15	0,27	0,19	-0,20	0,26	1,00		
ITEM 8: Como você percebe a saúde financeira da organização para a qual trabalha?	0,27	0,14	0,27	0,26	-0,14	0,23	0,31	1,00	
ITEM 9: Recebo corretamente do meu empregador (valores, datas, valor combinado)	0,08	0,00	0,19	0,03	-0,02	0,21	0,19	0,28	1,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

O item “Estou feliz no meu emprego atual” possui correlação moderada positiva com o sentimento de satisfação com a profissão de jornalista (0,49), com a avaliação sobre a qualidade jornalística da organização para qual trabalha e um ambiente com estrutura técnica e materiais adequados para trabalhar (0,56). Em outras palavras, o jovem jornalista alia a sua felicidade no trabalho com a possibilidade de poder realizá-lo corretamente.

Nota-se uma correlação moderada-baixa positiva (0,39) entre a avaliação da qualidade jornalística da empresa para qual trabalha e o sentimento geral de satisfação com a profissão de jornalista. Percebe-se aqui como a aplicação dos valores fundamentais do jornalismo e do uso de suas técnicas, questões do Bloco 1, como elementos importantes para avaliação de um bom trabalho, na percepção dos jovens profissionais. Assim como McLuhan (1974) e Jenkins (2015) aliam o desenvolvimento dos meios para a evolução dos indivíduos, essas gerações veem que seu desenvolvimento pessoal necessita de um trabalho com meios, estrutura e eficácia para evoluírem.

A influência de fatores externos na qualidade do trabalho jornalístico não apresenta correlação forte com nenhum fator, mas destaca-se sua associação negativa com todos os itens pesquisados neste bloco. Isto pode demonstrar que os problemas em torno do ofício do jornalismo e da carreira não são considerados por esses jovens como preponderantes para o impedimento do bom exercício da profissão. Já os valores médios para as notas desse bloco, que versam sobre estratégias de monitoramento e análise de métricas da audiência, farão sentido com os resultados da seção a seguir.

Figura 9: Percepção sobre o futuro do jornalismo e da profissão (média geral)

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

A Figura 9 mostra os principais resultados sobre o Bloco 3 da pesquisa, ou seja, a percepção dos jovens jornalistas sobre o futuro do jornalismo e da profissão. Na amostra geral, a questão sobre a “Influência das mudanças do comportamento da audiência no trabalho jornalístico” e “Novas formas de jornalismo (dados, 360°, fact checking etc) serão essenciais a produções jornalísticas” obtiveram as maiores médias na escala Likert.

A Tabela 3 apresenta a média das notas em cada faixa de tempo de graduação, indicando similaridade no ranking dos itens entre os estratos, com exceção no estrato de formação entre 6 e 10 anos.

Nota-se, de forma geral, o baixo interesse por empreender em negócios relacionados à indústria informativa e um certo pessimismo quanto à possibilidade de o jornalismo garantir postos de trabalho no futuro.

Tabela 3: Perspectivas futuras por tempo de graduação

	Geral	Graduando	Até 1 ano	Até 5 anos	Até 10 anos	Até 15 anos
As mudanças no comportamento da audiência terão maior influência no trabalho jornalístico	4,33	4,38	4,60	4,29	4,29	4,25
Novas formas de jornalismo serão necessárias para a produção jornalística	4,25	4,31	4,20	4,21	4,71	3,88
As decisões editoriais serão mais afetadas pelas áreas de negócio	3,88	4,00	3,70	3,85	3,93	3,88
No futuro, as atividades comerciais terão maior influência no trabalho jornalístico	3,78	3,85	3,70	3,75	3,79	3,81

Os jornalistas terão participação mais ativa na criação de novos formatos, conteúdos, produtos editoriais, etc	3,75	3,85	3,50	3,61	4,43	3,50
Haverá maior incentivo para o trabalho colaborativo entre áreas e na própria redação	3,72	3,54	3,80	3,50	4,43	3,56
A tecnologia servirá para ajudar o jornalista, e não para pressioná-lo	3,21	2,77	3,60	2,93	3,71	3,38
Pretendo abrir, no futuro, uma empresa jornalística	2,70	3,08	2,60	2,71	2,21	2,88
O jornalismo garantirá trabalho e emprego para seus profissionais	2,36	2,38	2,30	2,36	2,50	2,25

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Considerando-se a Tabela 4, análise estatística de correlação dos itens do Bloco 3 (avaliação futura), percebe-se que há forte associação positiva (0,74) entre a influência da área de negócios, com suas métricas mercadológico-financeiras, e as atividades comerciais, propulsoras de receitas. Também há correlação positiva moderada entre o impacto das mudanças no comportamento da audiência e a influência da área de negócio (0,41) e das atividades comerciais nos empreendimentos jornalísticos (0,45). Isso demonstra uma percepção da inevitabilidade da mentalidade empresarial no gerenciar e no fazer jornalísticos, notando como os objetivos atuais do negócio estão atrelados ao objetivo de atender o público.

Uma correlação positiva também se dá entre comportamento da audiência, área de negócios e influência das atividades comerciais. “Mudanças no comportamento da audiência” também foi uma afirmação destacada em quase todas faixas, menos nos recém-formados. Os jovens que responderam à pesquisa apontam que novas técnicas digitais de medição de público lhes parecem melhores que as anteriores, baseadas em vendas de jornais ou de audiência estimada em TV, para orientar as empresas jornalísticas em seu modelo de negócios. Jenkins (2015) aponta que os fluxos midiáticos em diversos suportes geram uma cultura da convergência, que necessita de novas formas de compreensão e mapeamento.

Tabela 4: Análise de correlação entre itens do Bloco 3 (avaliação futura)

QUESTÕES DO BLOCO 3 (avaliação sobre o futuro)	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9
ITEM 1: Influência das atividades comerciais	1,00								
ITEM 2: Influência da área de negócios	0,74	1,00							
ITEM 3: Comportamento da audiência	0,45	0,41	1,00						

ITEM 4: Autonomia na criação de novos formatos	-0,04	0,06	0,09	1,00					
ITEM 5: Incentivo para o trabalho colaborativo	0,08	0,03	0,08	0,55	1,00				
ITEM 6: Novas formas de jornalismo (dados, 360, checking, etc)	-0,06	0,05	0,08	0,31	0,40	1,00			
ITEM 7: A tecnologia será uma aliada para o jornalismo	-0,34	-0,28	-0,14	0,14	0,22	0,16	1,00		
ITEM 8: O jornalismo garantirá trabalho e emprego para seus profissionais	-0,34	-0,25	-0,22	0,28	0,24	0,23	0,35	1,00	
ITEM 9: Pretendo abrir uma empresa jornalística no futuro	-0,01	-0,01	0,04	0,00	0,04	-0,18	0,12	0,22	1,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2017)

Correlação positiva moderada (0,55) aparece entre o incentivo para o trabalho colaborativo e a criação de novos formatos, conteúdos e produtos. Esta associação demonstra o potencial de geração de inovações (incrementais ou de ruptura) pela adoção de uma estrutura organizacional que privilegie a fluidez entre departamentos e áreas, possibilitando *insights* conjuntos e mescla de competências necessárias para a criação de uma empresa com maior poder de adaptação frente às turbulências e incertezas do ambiente de negócios. A partir das respostas analisadas (Tabela 1), percebe-se que os jovens estão valorizando cada vez mais novas formas da produção jornalística. Uma possível explicação parte do fato de que as formas de mídia tradicionais não possuem mais a aderência de antes ao novo público jovem, hiperconectado (geração Z), enquanto que a geração anterior (geração Y), nascida a partir dos anos 90, percebe o déficit tecnológico que já carregam caso não tenham contato com novas ferramentas e aparatos tecnológicos. Além disso, as novas tecnologias como RAC, 360, infográficos e *newsgames* são formatos mais interativos que, consequentemente, atraem esse novo público, valorizam o trabalho colaborativo com a audiência e entre diferentes setores da empresa jornalística, em prol de um conteúdo que atenda todas as necessidades.

Entretanto, há correlação moderada-baixa positiva entre novas formas de se fazer jornalismo e o incentivo ao trabalho colaborativo (0,40), bem como com a autonomia para a criação de novos formatos (0,31). Esse ponto, que seria um dos altos para o diálogo com as características dos *millenials/pós-millenials*, aparece de forma contida nas respostas. Acredita-se que o peso dos resultados por audiência e por sucesso empresarial, na relação mencionada anteriormente, inibe tais jovens de desenvolver produtos inovadores com novos formatos e sob novas organizações laborais, como o trabalho coletivo ou interdisciplinar. Nesse cenário mais pessimista, o uso das tecnologias no jornalismo, apesar de bem avaliado, não aparece fazendo relação com nenhum

outro tópico, pois as redações atuais não dispõem destas ferramentas em quantidade suficiente para alterar o fazer jornalístico das redações. Apesar de serem realidade no mercado, drones, câmeras 360, realidade virtual, *fact checking* e outras inovações no jornalismo estão relativamente distantes do dia-a-dia das grandes empresas de comunicação do Brasil.

Há correlação moderada-baixa negativa entre o jornalismo capaz de garantir empregos no futuro e as influências das atividades comerciais (-0,34) e da área de negócios (-0,25), nas decisões editoriais e na qualidade do jornalismo. Pela percepção dos “Y” nas redações, vê-se que a conversão de veículos de comunicação em empresas de negócio não garante o futuro das mesmas, ou que talvez essa junção seja justamente o problema para a manutenção do jornalismo como algo pertinente à sociedade e que se valha pagar como tal. Os jovens percebem que há mudanças como as vistas por Anderson, Bell & Shirky (2013), mas não percebem os resultados positivos que anseiam.

Do outro lado da pesquisa, nas questões selecionadas para resposta, mas que tiveram pouca concordância dos respondentes, estão a felicidade no emprego e como jornalista. Tais jovens parecem ressaltar que o novo cenário da profissão, que passa por um momento de profundas mudanças e incertezas, acaba pressionando os já empregados, o que pode gerar infelicidade, sem perspectivas sólidas de trabalho a longo prazo.

Outra tensão encontrada na pesquisa foi a infelicidade ligada à insegurança empregatícia no jornalismo e à baixa vontade de empreender. O que parece sem sentido através dos números - o fato de o risco de perder o emprego poderia gerar interesse em gerar empreendimentos - foi apontado pelos jovens da pesquisa como causa e consequência: se o mercado de jornalismo está inseguro para as empresas consagradas de jornalismo, não seria interessante arriscar abrir um novo negócio na mesma área; da mesma forma, caso um jornalista já tenha um emprego, talvez lhes pareça sensato que esse se mantenha nele - ainda que infeliz - no lugar de empreender. Em tempos de crise, não se pode negar uma vaga ou um salário, fato que desestimularia também os formados a empreender.

5. Considerações finais

Este trabalho quis conhecer e analisar a percepção de jovens digitais brasileiros sobre as empresas nas quais trabalham, o que acham dos processos jornalísticos que fazem parte e como imaginam o futuro do jornalismo e da carreira. A problemática se deu nas percepções que jornalistas desenvolvem sobre os tópicos citados na introdução deste trabalho: seus perfis, o de suas empresas e as transformações do ofício.

Os jovens respondentes, *Y/millenials e Z/pós-millenials*, carregam e misturam as características de seus grupos: acreditam no contato com as tecnolo-

gias de informação, apesar de temerem que essas lhes tirem o emprego; são críticos sobre a necessidade de cederem à linha editorial do veículo jornalístico ou de seus superiores; defendem suas opiniões sobre o que é primordial no jornalismo e priorizam o fazer bem feito em detrimento do raciocínio de mercado.

Porém, temem ficar sem emprego, bem como a crise do mercado jornalístico; as questões pessoais não estão à frente das profissionais, mas junto a elas, encontrando felicidade em um trabalho bem feito, em um emprego que lhes valorize.

A característica *prossumidora* também aparece nas respostas, quando se preocupam em manterem-se atualizados com cursos curtos e formação especializada, no interesse nos movimentos da audiência e na busca por compreender no que o receptor de notícias se interessa; a tecnologia lhes parece fundamental para o futuro do jornalismo, mas temem que essa lhes tome postos de trabalho.

A atuação desta geração digital está compondo o novo ecossistema produtivo, imprimindo suas características e percepções no mundo da comunicação. Se o ambiente das empresas jornalísticas lhes imprime características do mundo do trabalho, por outro lado, esses jovens digitais empurram os limites das instituições estabelecidas pela mentalidade dos *Baby Boomers* e da Geração X, em um diálogo genuinamente *prossumidor*, dentro dos veículos de informação.

Tais características, quando confrontadas com ambientes de trabalho das empresas jornalísticas, geram percepções de como o trabalho do jornalista e a função do jornalismo está se desenvolvendo, tanto para si mesmos, aos jovens nas redações, quanto ao público que atendem, mostrando como o fenômeno *prossumidor* está dentro e fora dos jornais, seja pelos processos produtivos moldados pela globalização e tecnologia, seja pela identidade geracional que comportam os emissores e receptores de informação. Este trabalho buscou compreender este fenômeno, através da percepção dos jovens digitais dentro das empresas jornalísticas.

Referências bibliográficas

- Anderson, C. W., Bell, E. & Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, 2(5), 30-89.
- Baumann, S. & Hasenpusch, T. (2017) Strategic Media Venturing: Corporate Venture Capital Approaches of TIME Incumbents. *International Journal on Media Management*, 19(1), 77-100.
- Canclini, N. G. (2012). De Jóvenes Contemporáneos: trendys, emprendedores y empresarios culturales. In: N. G. Canclini, F. Cruces & M. U. C. Pozo (Orgs.), *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales* (pp. 3-24). Madrid: Fundación Telefónica.

- Castells, M. (1999). *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra.
- Rossof, M. (2017, setembro 19). Jeff Bezos has advice for the news business. *CNBC*. Disponível em <https://cnb.cx/2i1PCa5>.
- Hall, S. (2006). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Horst, S. & Moisander, J. (2015). Paradoxes of Strategic Renewal in Traditional Print-Oriented Media Firms. *International Journal on Media Management*, 17(3), 157-174.
- Järventie-thesleff, R.; Moisander, J. & Villi, M. (2015). The Strategic Challenge of Continuous Change in Multi-Platform Media Organizations: a strategy-as-practice perspective. *International Journal on Media Management*, 16(3-4), 123-138.
- Jenkins, H. (2015). *Cultura da convergência*. São Paulo: Editora Aleph.
- Lévy, P. (2009). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Maijanen, P. & Jantunen, A. (2014). Centripetal and Centrifugal Forces of Strategic Renewal: The Case of the Finnish Broadcasting Company. *International Journal on Media Management*, 16(3-4), 139-159.
- Martín-Barbero, J. (1998). Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidade. In: H. Cubides, M. C. Laverde & C. E. Valderrama (Edits). *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades* (pp. 22-37). Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- McLuhan, M. (1974). Os meios de comunicação: como extensões do homem. São Paulo: Editora Cultrix.
- Mierzejewska, B. I & Shaver, D. (2014). Key Changes Impacting Media Management Research. *International Journal on Media Management*, 16(2), 47-54.
- Picard, R. G. (2008). Shifts in newspaper advertising expenditures and their implications for the future of newspapers. *Journalism Studies*, 9(5), 704-716.
- Ramonet, I. (2012). *A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídias*. São Paulo: Publisher Brasil.
- Salaverría, R. (2015). Mídia e Jornalistas, um futuro em comum? *Parágrafo*, 3(1), 79-84.
- Toffler, A. (1980). *A terceira onda*. Rio de Janeiro: Record.
- UFSC (2013). *Quem é o jornalista brasileiro*. Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política UFSC. Disponível em <https://bit.ly/2f2Fr5r>.

A diversidade de representações da mulher na cauda longa do jornalismo independente sobre gênero

La diversidad de representaciones de la mujer en la larga cola del periodismo independiente sobre género

The diversity of women's representations in the long tail of independent journalism on gender

Paula Melani ROCHA

Universidade Estadual de Ponta Grossa / pmrocha@uepg.br

Andressa Kikuti DANCOSKY

Universidade Estadual de Ponta Grossa / andressakikuti@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Informe, pp. 389-408)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 01-04-2017 / Aprobado: 11-10-2018

Resumo

O presente artigo discute novas iniciativas de jornalismo independente realizadas na internet com segmentação de gênero, no Brasil. O objetivo é analisar sites jornalísticos com perspectiva de gênero. Parte-se do pressuposto de que essas novas iniciativas encontraram nichos específicos, carentes de reconhecimento, representação e informação. A discussão teórica perpassa por estudos de gênero e novos modelos de gestão em jornalismo. O *corpus* compreende os sites Maria Pauteira, Catarinas e AzMina. A técnica de pesquisa adotada é análise dos textos informativos publicados nos sites, a partir de elementos do jornalismo e representações de gênero. Entre os resultados destaca-se que essas iniciativas empoderam as fontes femininas e não reproduzem estereótipos de gênero usualmente presentes na mídia convencional.

Palavras-chave: Jornalismo independente; Representações de gênero; Jornalismo on-line; Cauda longa.

Resumen

El artículo discute nuevas iniciativas de periodismo independiente realizadas en Internet con segmentación de género, en Brasil. Se parte del supuesto de que estas nuevas iniciativas han encontrado nichos específicos, carentes de reconocimiento, representación e información. La discusión teórica pasa por estudios de género y nuevos modelos de gestión en periodismo. El *corpus* comprende los sitios María Pauteira, Catarinas y AzMina. La técnica de investigación adoptada es el análisis de los textos informativos publicados en los sitios, a partir de elementos del periodismo y representaciones de género. Entre los resultados se destaca que esas iniciativas empoderan a las fuentes femeninas y no reproducen estereotipos de género usualmente presentes en los medios convencionales.

Palabras clave: Periodismo independiente; Representaciones de género; Periodismo online; Cola larga.

Abstract

This article discusses new initiatives of independent journalism conducted on the internet with gender segmentation in Brazil. The objective is to analyze journalistic sites with a gender perspective. It is assumed that these new initiatives have found specific niches, lacking recognition, representation, and information. The theoretical discussion runs through gender studies and new management models in journalism and gender representations. The *corpus* includes María Pauteira, Catarinas, and AzMina sites. The research technique adopted is an analysis of the informative texts published on the websites, based on elements of journalism. Among the results, it is highlighted that these initiatives empower women's sources and do not reproduce gender stereotypes usually present in conventional media.

Keywords: Independent journalism; Gender representations; Online journalism; Long tail.

1. Introdução

Os alicerces dos modelos de gestão do jornalismo tradicional vêm sendo abalados a partir do final do século XX, decorrentes da inovação tecnológica, internet, globalização, convergência midiática, resultando em impactos nos investimentos dos anunciantes e no próprio perfil do consumidor de conteúdo. Entre os setores afetados encontram-se o mercado de trabalho e diretamente o profissional jornalista. No Brasil, o site A Conta dos Passaralhos, produzido pela agência Volt, computou um processo de demissões em 57 veículos entre 2012 e 2017, somando 2123 profissionais. No entanto, na conta não estão incluídas as assessorias de imprensa e tampouco as demissões individuais de jornalistas ocorridas ao longo desse período, pois de acordo com a metodologia da pesquisa só entraram na conta os passaralhos noticiados em sites especializados¹.

Se por um lado, nesse novo cenário estão os veículos tradicionais pesquisando e testando novas formas de alcançar o público para ampliar a receita e simultaneamente diminuindo o *staff* das redações, por outro, parte desse contingente de jornalistas que perdeu seus empregos está buscando novas oportunidades além dos modelos tradicionais. Percebe-se um movimento de lançar iniciativas de gestão diversificadas, como *self journalism* e jornalismo independente. Mendez (2016, s/p.) concebe como a imersão de uma nova “cultura jornalística”, a qual “nasce do mundo digital e vivencia a realidade virtual”. A autora acrescenta que há uma tendência a ampliar essa cultura, visto que o mercado tradicional está cada vez mais enxuto. Um mapeamento realizado pela Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo Pública aponta a abertura de 86 sites de jornalismo independente no Brasil², a partir de 2004, com crescimento acentuado nos últimos três anos. E esse número tende a expandir, pois ainda de acordo com a autora, em 2014 foram registrados mais de um bilhão de *websites*, enquanto em 1994 existiam apenas três mil. Outro aspecto favorável é o aumento nos investimentos em publicidade digital, entre 2014 e 2015, por exemplo, o crescimento foi de 15%, de acordo com pesquisa divulgada pela *Interactive Advertising Bureau* (IAB) Brasil (Mendez, 2016).

Ao observar o mapeamento dos sites disponibilizados pela Pública percebe-se iniciativas independentes de conteúdo segmentado pela perspectiva de gênero, tais como Think Olga, Capitolina, Lado M, Cientista que Virou Mãe e Papo de Homem. A proposta deste artigo é analisar iniciativas de jornalismo independente segmentado de autoria feminina, mais especificamente três sites: Maria Pauteira, Catarinas e AzMina. O objetivo é aferir o escopo do projeto, as pautas, o público a quem se destinam e as representações de gênero no discurso produzido sob a perspectiva de estudos de gênero. A hipótese é que os *websites* estão produzindo conteúdos diversificados relacionados às

¹Disponível em [//docs.google.com/spreadsheets/d/12TluxaVN-_nAE6ZrX2lveulDdx9Xr4zKddV9KAJqAxY/edit#gid=1097261744](https://docs.google.com/spreadsheets/d/12TluxaVN-_nAE6ZrX2lveulDdx9Xr4zKddV9KAJqAxY/edit#gid=1097261744), acessado em 01 de abril de 2016.

² Disponível em <http://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>, acessado em 20 de maio de 2016.

questões de gênero, explorando a diversidade desta temática ao invés de retratar uma concepção homogênea e uniforme da mulher no ambiente social, com uma narrativa única que atenda toda a multiplicidade das representações femininas. Ou seja, pressupõe-se que as profissionais mulheres estão se apropriando da potencialidade de atingir públicos segmentados sobre questões de gênero, como mulheres cientistas, mulheres negras, mulheres adolescentes, mulheres feministas entre outros nichos. Para isso, a discussão teórica fundamenta-se em dois campos: estudos de gênero, em especial nas autoras Joan Scott e Teresa de Laurettis que concebem o gênero como uma categoria de análise; e na discussão da teoria da Cauda Longa, construída por Anderson (2006), para abordar o jornalismo de nicho.

2. As mutações do jornalismo: Cauda Longa e o jornalismo independente sobre questões de gênero

Um conceito chave para entender a análise dos sites é o de gênero como categoria de análise, a qual possibilita dar significado às relações de poder (Scott, 1990). Gênero é um conceito construído no campo científico e fruto de estudos interdisciplinares, principalmente nas áreas das ciências humanas e sociais. O gênero não é determinado apenas por um conceito universal, ou a um sistema de relações guiadas somente pelo sexo e/ou pela sexualidade, ele está presente nas relações de poder, nas instituições, e muda de acordo com a sociedade, cultura e período histórico. O gênero contempla a pluralidade, multiplicidade e diversidade de atores sociais que habitam a nossa terra e se afasta “do arcabouço conceitual de uma oposição universal do sexo” (Laurettis, 1994, p. 207). Trata-se de uma categoria de análise que permite olhar para a história da humanidade e entender as relações de poder, dominação, subordinação e subjugação. Scott (1990, p. 14, 15) concebe gênero como um elemento constitutivo das relações sociais sujeito a mudanças nas representações de poder. O poder está explícito em determinadas instâncias e implícito em outras, ele circula em uma sociedade, mesmo de forma desigual. O poder se distribui por todas as instituições interligadas e móveis que atuam separadas, mantendo a estrutura da sociedade. Ele atua em pequenos focos e não se limita a apenas dois extremos, os que exercem o poder e os que são dominados. Há uma correlação de forças atuando com características assimétricas.

Para entender a construção do gênero deve-se considerar o processo de modelagem-conquista dos seres humanos, envolvendo as classes sociais e a trama de relações sociais entre mulheres, entre homens e entre homens e mulheres (Saffioti, 1979). Pela perspectiva de gênero, a mulher passa a ser vista como um sujeito múltiplo, considera-se e articula-se “as diferenças entre mulheres e Mulher, isto é, as diferenças entre as mulheres, ou talvez mais exactamente as diferenças nas mulheres” (Laurettis, 1994, p. 207).

O gênero é o primeiro campo, mas não do único, no qual o poder é articulado. Ele é um meio para compreender as relações complexas entre diversas formas de interação humana em diferentes sociedades e circunstâncias. O gênero é uma dimensão decisiva da organização da igualdade e da desigualdade. As práticas discursivas reproduzem significados e representações de gênero e a imprensa é um instrumento dessas representações, estabelecendo aqui um paralelo à discussão de Lauretis (1994) sobre o cinema e tecnologia de gênero. Para a autora, teorias e ficções promovem certas representações de gênero, assim como o cinema que concebe sujeitos femininos, através de representações ideológicas de gênero.

Os sites de jornalismo independente voltados para o público feminino colocam as mulheres em determinado espaço social em relação não somente ao sexo oposto, mas na hierarquia estratificada, ou em determinada classe em oposição à outra. As mulheres não podem ser tomadas de forma genérica. As negras, operárias, adolescentes, feministas, entre outras estão inseridas em uma sociedade concreta e em transformação, por isso, gênero e representação feminina são categorias importantes para analisar os sites em um modelo de convergência do jornalismo.

As mulheres, ao longo da história do jornalismo brasileiro, apropriaram-se dos veículos impressos, jornais e revistas, para abordar pautas e opiniões contrárias às normas vigentes. Ao mapear a história do jornalismo nacional pela perspectiva da imprensa feminina e feminista encontram-se iniciativas localizadas que dialogam com o contexto social, econômico e político da época, atendendo determinadas demandas específicas, sejam estas de mercado, sociais ou mesmo de representações políticas. O ingresso de mulheres no jornalismo “convencional” foi gradual e ocorreu em maior número, sobretudo após a abertura dos cursos de graduação em Jornalismo/Comunicação. Nesse sentido é importante salientar que a participação feminina no jornalismo nacional e o crescente processo de feminização da profissão repercutiram também no mercado. No final do século XIX e início do século XX a participação feminina no jornalismo era pontual e restrita às mulheres letreadas, o que significava uma minoria da sociedade brasileira, e elas atuavam exclusivamente na imprensa feminina.

Hoje as mulheres já são maioria, elas representam 63,7% do mercado contra 36,3% de homens (Lima; Mick, 2013). Ao olhar os dados pelo viés da segmentação do mercado, percebe-se que a ocupação feminina ocorreu em menor escala nos veículos tradicionais. Nos impressos, por exemplo, elas não chegam a 50% do mercado (Rocha, 2004; Leite, 2015) e estão alocadas nas coberturas de “notícias brandas”, realizando em menor número cobertura política e econômica (Aldridge, 2001; Chambers; Steiner; Fleming, 2004). Além disso, as mulheres também são maioria no setor fora da mídia, representam 68,8% (extra redação), de acordo com a pesquisa da FENAJ (Lima; Mick, 2013). Entretanto, deve-se mencionar que há marcos da participação feminina na cobertura de temas

ditos “sérios” ao longo da história do jornalismo nacional. Silenciar isto é deixar invisível a contribuição feminina e legitimar o discurso dominante.

O paradigma da convergência, pano de fundo contextual para a discussão proposta neste artigo, envolve múltiplas questões que ajudam a compreender o momento atual do jornalismo. Entre elas estão a reconfiguração dos mercados tradicionais, a facilidade tecnológica, a utilização de linguagens próprias da web e o surgimento de veículos de jornalismo independente com foco em públicos de nicho. Algo que tem colaborado para o crescimento do número de iniciativas de jornalismo independente são as novas formas de financiamento e de produção, facilitadas pela web 2.0. O *crowdsourcing*, por exemplo, usa a inteligência coletiva e voluntária espalhada pela web no intuito de resolver problemas e criar conteúdos de produção colaborativa. O *crowdfunding*, micropatrocínios que juntos viabilizam projetos pessoais ou coletivos de jornalismo, também são observados em sites de financiamento coletivo como Catarse e Kickstarter.

O fenômeno da Cauda Longa, observado por Chris Anderson (2006) ao analisar a cultura de nicho e seus impactos na economia do século XXI, pode ajudar a compreender as diversas segmentações oriundas da produção e do consumo do jornalismo independente. Sua premissa é a de que a cultura e a economia estão cada vez mais se afastando do foco em alguns *hits* relativamente pouco numerosos (definidos como os produtos e mercados da tendência dominante, típicos da “economia da escassez” do século XX, que caracterizam a “cabeça”), e avançando em direção a uma grande quantidade de nichos (criados em uma “economia da abundância” que juntos constituem a “cauda”). Tais nichos estão relacionados à formação de comunidades de consumo, constituídas agora não mais a partir da proximidade geográfica de seus membros, mas sim pelos gostos em comum.

Anderson (2006) aponta a existência de Caudas Longas em diferentes setores, a partir das quais é possível pensar em uma aplicação também para o jornalismo, já que a transição de uma cultura de massa para a cultura de nicho neste campo é perceptível. Na década de 1960, os meios de comunicação de massa no Brasil passavam por um processo de industrialização que resultou na consolidação dos conglomerados (Fonseca, 2006). Uma das características dessa imprensa da indústria cultural é a tentativa de abranger o maior número de leitores, para ampliar também a receita com o mercado publicitário. Conforme explica Fonseca (2006, p.125), vem daí a “criação de diversas editorias e seções e os mais diversos cadernos e suplementos, de forma a não deixar de agradar a nenhum dos segmentos constitutivos do mercado consumidor”. Neste cenário de concentração midiática, poucos detinham o poder de divulgar informação, e o faziam para um grande número de pessoas. Atualmente, porém, embora as empresas tradicionais de mídia ainda tenham força expressiva na dissemina-

nação de informações, dados da pesquisa *Reuters Digital News Report (2018)*³ mostram que os onze jornais impressos mais vendidos do Brasil perderam leitores em 2017. O número de cópias impressas vendidas caiu 41,4% nos últimos três anos. Em contrapartida, o consumo de notícias on-line segue em ascensão, e brasileiros seguem sendo alguns dos consumidores mais entusiastas de notícias em redes sociais do mundo, segundo o estudo. Observa-se uma diluição da audiência, que migra para múltiplos canais em busca de informações. Se de um lado a mídia tradicional ainda mantém sua estrutura segmentada em suplementos e editorias, mirando no grande público, do outro lado iniciativas cada vez mais abundantes de jornalismo independente se propõem a cobrir nichos temáticos que atendem a públicos específicos.

Em praticamente todos os mercados, há muito mais nichos do que *hits*. Essa desproporção aumenta a taxas exponenciais à medida que as ferramentas de produção se tornam mais baratas e mais difusas. (...) Todos esses nichos em conjunto podem constituir um mercado tão grande quanto o dos *hits*, senão maior. Embora nenhum dos nichos venda grandes quantidades, são tantos os produtos de nicho que, como um todo, podem compor um mercado capaz de rivalizar com o dos *hits* (Anderson, 2006, p.51).

A proposta deste artigo é mapear as iniciativas independentes de jornalismo no Brasil que nasceram na rede (excluindo os blogs), oriundas de projetos coletivos e não ligadas a grupos de mídia, políticos, organizações ou empresas. O trabalho resultou em duas listas: uma levantada pela própria Pública, e outra colaborativa, com a seleção de iniciativas sugeridas pelos leitores. Destas listas selecionamos os sites analisados neste estudo: Maria Pauteira (PR), Catarinas (SC) e AzMina.

3. Metodologia

Com o propósito de aferir se os três sites escolhidos atendem nichos específicos, são segmentados e tem como linha editorial abordagem de gênero definiu-se por caracterizar os seguintes aspectos de cada um: descrição oficial postada na página; público alvo; linha editorial; equipe executora⁴.

³ Disponível em: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/brazil-2018/>. Acesso em 18/08/2018 às 15h50.

⁴ As informações foram coletadas nos próprios sites oficiais. Maria Pauteira www.mariapauteira.com.br; AzMina //azmina.com.br/; Catarinas //catarinas.info/noticias/. Todos acessados em 6 de setembro de 2016.

Quadro 1. Classificação dos sites: descrição, público alvo, linha editorial e equipe executora

Site	Descrição	Público alvo	Linha editorial	Equipe
Maria Pautreira	projeto de jornalismo independente, direitos humanos e cidadania	-	Temas sobre diversidade de gênero, direitos das mulheres, ecologia e sustentabilidade, igualdade racial, acesso à cultura, saúde e educação, segurança pública, direitos dos idosos e pessoas com deficiência	5 jornalistas mulheres
AzMinha	Jornalismo investigativo, cultura e Empoderamento feminino. Revista mensal, sem fins lucrativos. A equipe é formada por mulheres de diversas raças e orientações sexuais.	Mulheres plurais	Contribuir para a redução das desigualdades de gênero no Brasil. Temas usualmente esquecidos pela imprensa, como a falta de representatividade política da mulher e violência doméstica.	15 mulheres, 2 travestis e 1 homem: 2 psicólogas, 1 advogada, 1 arquiteta, 1 linguística, 2 designers, 1 diretora de arte, 4 columnistas, 6 jornalistas. ⁵
Catannas	Portal de notícias especializado em feminismo e gênero, com produção de conteúdo, curadoria de informação e observação dos debates públicos sobre o tema, principalmente aqueles desencadeados pelos meios de comunicação tradicionais.	Espaço de Santa Catânia. PÚBLICO regional	Jornalismo especializado em gênero. Conteúdo jornalístico com perspectiva feminista, na área de direitos humanos e enfoque no direito das mulheres. Intersecção entre o jornalismo como um direito e os direitos humanos como uma premissa básica para a produção do jornalismo. Unidade ativista do jornalismo enquanto direito e o feminismo enquanto estratégia de ação para a superação desta sociedade que ainda reserva lugares para as mulheres.	3 jornalistas e 1 graduanda em Ciências Sociais; 4 columnistas; 6 profissionais que compõem o conselho editorial

Fonte: As autoras

Para analisar as representações de gênero nos conteúdos disponibilizados, optou-se por restringir a análise a dois textos postados por cada site, em

escolha aleatória. A segunda escolha foi definir as categorias para apreender as representações. Nesse sentido, utilizou-se as categorias já definidas pelo Projeto de Monitoramento de Mídia, o qual estuda a representação das mulheres e dos homens nas notícias veiculadas em jornais, rádio e televisão, em diferentes países, e apresenta uma trajetória de pesquisa delineada⁵. As categorias utilizadas foram: pessoas na notícia (sexo, ocupação/posição, função na notícia, vítima, sobrevivente e fotografia)⁶; e análise (foco na mulher; igualdade/desigualdade; análises adicionais). Além disso, também foram incorporadas as categorias usadas por Torres (2000) com relação a autoria do texto e inserimos também vídeo.

Com base nas informações coletadas a análise buscou verificar se gênero e segmentação são tratados como valores-notícia nos conteúdos dos sites analisados. Os valores-notícia se apresentam durante todo o processo de produção jornalística, da seleção à construção da pauta:

Os valores-notícia de seleção estão divididos em dois subgrupos: a) os critérios substantivos que dizem respeito à avaliação direta dos acontecimentos em termos de sua importância e interesse como notícia, e b) os critérios contextuais que dizem respeito ao contexto de produção da notícia. Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia. (Traquina, 2005, p.78)

Para o autor, os critérios substantivos pressupõem um nível de consenso na sociedade, que implica em noções de unidade (“nossa povo”, ou “nossa nação”). Dessa forma, estes critérios “negam quaisquer discrepâncias estruturais mais importantes entre grupos diferentes, ou entre os próprios mapas diferentes do significado numa sociedade, e ganham assim significado político” (Traquina, 2005, p. 86). A análise prioriza os critérios substantivos, por serem estes os que definem a transformação dos acontecimentos em notícia.

4. Discussão

4.1 Projeto Catarinas

Na produção jornalística, as Catarinas tratam de temas abrangentes, mas privilegiam fontes locais. É possível dizer que a localidade se apresenta como um

⁵ O grupo de estudos Jornalismo e Gênero da Universidade Estadual de Ponta Grossa utilizou-se da metodologia desenvolvida pelo Projeto de Monitoramento de Mídia em pesquisas anteriores, que analisaram as representações de gênero veiculadas nos jornais de Ponta Grossa e Curitiba e em sete revistas nacionais (Rocha, Woitowicz, 2014).

⁶ Vale mencionar que consideramos somente as fontes primárias.

critério de noticiabilidade do veículo. O site não tem uma periodicidade estabelecida, mas conta com publicações regulares, e seu público-alvo é majoritariamente composto moradores do estado de Santa Catarina.

Os dois conteúdos investigados ocupam a página inicial do portal no mês de outubro de 2016: “#SomosMuitas Clandestinas: por um debate ético sobre o aborto”, e “Campanha escancara machismo histórico na Oktoberfest”. A seguir é apresentada a classificação das fontes, de acordo com as categorias propostas pelo Projeto de Monitoramento de Mídia.

O Quadro 2 traz a reportagem, assinada pela jornalista Paula Guimarães, que busca tratar de diversos aspectos sobre o aborto, desde os prejuízos da criminalização para a saúde e autonomia da mulher, até dados sobre práticas de aborto no país.

Quadro 2. “#SomosMuitas Clandestinas: por um debate ético sobre o aborto”: classificação das fontes

Ocupação/posição	
1	Dona de casa*
2	Psicóloga*
3	Estudante*
4	Estudante*
5	Professora e a primeira pesquisadora brasileira a estudar o aborto inseguro
6	Ginecologista e integrante do coletivo feminista Sexualidade e Saúde
7	Demógrafa da Escola Nacional de Ciências Estatísticas do IBGE
8	Obstetra
9	Pesquisadora
10	Jovem
11	Doula
12	Secretária executiva da Rede Feminista de Saúde
13	Coordenadora do Comitê de Violência doméstica, sexual, e outras violências
14	Promotor e coordenador do Centro de Apoio Operacional Criminal do MP-SC
15	Coordenadora das Delegacias de Proteção à Criança, à Adolescente, à Mulher e ao Idoso
16	Membro da União de Negros pela Igualdade
17	Advogada do Coletivo Catarina de Advocacia Popular
18	Coordenadora do Sexuality Policy Watch
19	Professora do Departamento de História da UFSC
20	Ativista da Frente Nacional
21	Coordenadora geral de Saúde da Mulher do Ministério da Saúde*
22	Professora da FGv Direito SP*
23	Coordenadora das Católicas pelo Direito de Decidir*
24	Professora do Laboratório de relações de gênero e família*

Tipo de fonte/função na notícia	
Experiência pessoal	6
Perito(a) ou comentarista	13
Porta-voz	4
Testemunha ocular	1

Papel	Qtde.
Vítima	6
Sobrevivente	6

Sexo	Qtde.
Feminino	22
Masculino	2

Das autoras. *há fotos

Fonte: das autoras

A reportagem atende à linha editorial, produzindo jornalismo com perspectiva de gênero. São 35 fontes mencionadas, entre pessoas, relatórios, documentos e pesquisas. Das 24 pessoas entrevistadas, 22 mulheres e dois homens. Estes são ouvidos como especialistas (um médico obstetra e um promotor de justiça). Entre as mulheres, são 11 especialistas, quatro aparecem como portavozes das instituições que representam, uma é testemunha do debate sobre o aborto, trazendo a síntese do lado que defende e do que acusa, e seis são vítimas do aborto clandestino no Brasil, todas sobreviventes.

O conteúdo conta com nove fotografias, todas de fontes ouvidas na apuração. No caso das fotos de vítimas de aborto clandestino, seus rostos foram propositalmente escondidos pela luz. O texto abre com uma ilustração de Paula Schlindwein, de uma mulher nua em posição fetal, transpassada por

traços vermelhos que constituem uma árvore, galhos em cima, raízes embaixo dela. Cinco infográficos auxiliam na compreensão dos dados utilizados na reportagem: o primeiro contém porcentagens e gráficos sobre o perfil das mulheres que declararam já ter feito pelo menos um aborto, de acordo com a Pesquisa Nacional do Aborto (PNA), realizada pelo Instituto de Bioética, Direitos Humanos e Gênero. O segundo traz o aborto em números no Brasil, e o destaque para o estado de Santa Catarina. O terceiro traz os dados das mulheres que foram presas por terem abortado – a maioria é jovem, negra, com pouca escolaridade e baixa renda, e quase todas foram denunciadas por médicos, que quebram o sigilo e informaram a polícia quando elas deram entrada no hospital. O quarto e quinto infográficos trazem artigos do Código Penal e da Constituição Federal procurando sintetizar a legislação em vigência no país.

O segundo texto diz respeito à campanha, lançada em 2015 e repetida em 2016, que denuncia o machismo na Oktoberfest, evento que ocorre em Blumenau e em outras cidades do estado.

Quadro 3. Campanha escancara machismo histórico na Oktoberfest: classificação das fontes

	Ocupação/posição
1	Não citada
2	Integrante do Coletivo Casa da Mãe Joana, promotora da campanha Oktober Sem Machismo

Tipo de fonte/função na notícia	Qtde.
Experiência pessoal	0
Perito(a) ou comentarista	0
Porta-voz	1
Testemunha ocular	1

Papel	Qtde.
Vítima	1
Sobrevivente	1

Sexo	Qtde.
Feminino	2
Masculino	0

Das autoras

Fonte: das autoras

A autoria é de Ana Claudia Araújo e aborda a campanha “Oktoberfest Sem Machismo”, que problematiza a banalização do assédio na festa. Menciona a ocorrência de cantadas grosseiras, passadas de mão e estupros, por meio de lambe-lambes construídos coletivamente com desenhos e frases das participantes colados pelas ruas, além de uma *fanpage* no Facebook, que conta com

informações sobre estupro e publicidade machista. As duas fontes ouvidas são mulheres: uma organizadora da campanha, e uma vítima que relata já ter sofrido assédio durante a festa. Das quatro fotos que ilustram o texto, três são dos lambes colados pela cidade, com frases como “Silêncio não é consentimento”, “Deixa as mina em paz” e “O comprimento da minha saia não é um cumprimento a você. Respeite!”.

4.2 Maria Pauteira

As duas reportagens selecionadas são as que estão publicadas na editoria Notícias, nos meses de abril e junho. O site não tem uma periodicidade fixa e trabalha com grandes reportagens multimídias. O estado do Paraná conta-se como um critério de noticiabilidade. O site ainda não conta com suporte financeiro, os custos são arcados pelas profissionais envolvidas, que não recebem remuneração pelo trabalho realizado. Isso é comum nas iniciativas independentes com pouco tempo de implantação. Todos os conteúdos são de autoria feminina. Das duas pautas – “Alunos com deficiência representam menos de 1% nas universidades estaduais” e “A luta pelo direito de amamentar⁷”, somente a última, publicada em 07 de abril, considera gênero um critério de noticiabilidade.

O quadro 4 é sobre o baixo número de pessoas com deficiência no ensino superior do Paraná e as barreiras que enfrentam. A reportagem conquistou o terceiro lugar no Prêmio Sangue Novo, categoria internet de 2016, realizado pelo Sindicato dos Jornalistas do estado do Paraná, e divide-se em três partes.

Quadro 4. Alunos com deficiência representam menos de 1% nas universidades estaduais do Paraná: classificação das fontes

Ocupação/posição	
1	Acadêmico*
2	Mãe* **
3	Acadêmico* ***
4	Acadêmico*
5	Assistente Social* ***
6	Coordenadora do Programa Multidisciplinar de Pesquisa e Apoio à Pessoa com Deficiência e Necessidades Educativas Especiais (propae) da UEL
7	Integrante do Propae da UEM**
8	Coordenador do CAOE e integrante da CAD da UEPG
9	Acadêmico**
10	Representante do Núcleo de Acessibilidade da UEL**
11	Coordenadora do Fórum de Educação Especial das IEES paranaenses

Das autoras. *há fotos. **há um vídeo com as entrevistas

Tipo de fonte/função na notícia		Qtde.
Experiência pessoal		6
Perito(a) ou comentarista		0
Porta-voz		5
Testemunha ocular		0

Papel	Qtde.
Vítima	5
Sobrevivente	0

Sexo	Qtde.
Feminino	6
Masculino	5

⁷ As reportagens estão publicadas no site <http://www.mariapauteira.com.br/pagina-inicial/> Acessado em 21 de outubro de 2016.

A reportagem atende à linha editorial do site no quesito direitos humanos e cidadania, mas não tem enfoque de gênero. Das onze entrevistas realizadas, seis são femininas, apresentando um equilíbrio, sendo quatro especialistas e representantes de programas, como porta vozes das instituições. Uma é a mãe de um aluno com deficiência que acompanha diariamente o filho na faculdade, ajudando-o a transpor as barreiras institucionais. A outra fonte feminina é testemunhal, uma ex-acadêmica com deficiência que ingressou na universidade com 44 anos e se formou. Das cinco fontes masculinas, quatro são testemunhais, de alunos com deficiência, e uma refere-se ao representante da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Na classificação entendemos que os acadêmicos com deficiência são vítimas por terem seus direitos de mobilidade violados, pois as instituições ainda não estão suficientemente adequadas para recebê-los, considerando estrutura física, humana e didático-pedagógica. Talvez isso seja um dos motivos do baixo índice de universitários com deficiência no Paraná, 1%.

A segunda reportagem aborda os obstáculos enfrentados pelas mães para amamentar os bebês, o direito a amamentação e lei trabalhista.

Quadro 5. A luta pelo direito de amamentar: classificação das fontes

Ocupação/posição		Papel	Qtde.
1	Mãe	Vítima	1
2	Advogado trabalhista	Sobrevivente	0
3	Presidente da Associação em prol da Maternidade Ativa e Segura (AMAS)*		
4	Analista de laboratório		

Sexo		Qtde.
Feminino		3
Masculino		1

Tipo de fonte/função na notícia		Qtde.
Experiência pessoal		2
Perito(a) ou comentarista		1
Porta-voz		1
Testemunha ocular		0

Fonte: das autoras.

Esta reportagem traz o enfoque de gênero e confluí com a linha editorial de pautar temas relacionados a direitos humanos e cidadania. A matéria contém uma foto com cinco mães com bebês nos seus colos no dia do Mamaço, um evento realizado na cidade para conscientizar sobre a importância do leite materno. Das quatro fontes entrevistadas no texto, apenas uma é masculina e trata-se de um especialista que repercute sobre as leis trabalhistas, auxílio licença maternidade e suas lacunas. As outras três fontes são femininas, sendo duas mães e uma que também é mãe e a presidente da Associação em Prol da Maternidade Ativa e Segura. Ela fala como representante do movimento e

defende a importância do aleitamento materno e de políticas públicas para assegurá-lo.

4.3 AzMina

AzMina é viabilizada por *crowdfunding*, doação de Pessoas Jurídicas, oficinas e eventos benéficos, embora ainda não se mantenha financeiramente. Vale ressaltar a declarada seleção criteriosa de anunciantes e patrocinadores, que “garante o respeito à autonomia e à autoestima da mulher, tanto no que diz respeito ao impacto dos produtos quanto em relação à propaganda em si”. A associação atua no jornalismo, participa de campanhas on-line (como a #carnavalsemassédio⁸ e #PrecisamosFalarSobreAborto⁹) e organiza grupos de apoio psicológico e legal para mulheres em relacionamentos abusivos. Possui ainda um setor educacional nascido oficialmente em outubro de 2016, para promover cursos on-line, debates, palestras, oficinas e criação materiais didáticos sobre questões de gênero.

Na produção jornalística, a revista procura trazer temas usualmente esquecidos na imprensa brasileira, como a falta de representatividade política da mulher e a violência doméstica. Assim como a equipe é composta por uma diversidade de mulheres, pode-se dizer que assim também é o público o qual AzMina visa atingir: mulheres feministas, mulheres negras, mulheres adolescentes, mulheres que são mães, entre outras.

As duas matérias selecionadas para análise no site AzMina foram publicadas nos meses de setembro e outubro de 2016, todas de autoria feminina e com perspectiva de gênero: “Elas te ensinam a empreender – e a fazer parte de um movimento de mulheres que só cresce”, e “Cor, gênero e pobreza: o que torna as quilombolas mais vulneráveis ao estupro. O quadro 4 refere-se ao texto sobre histórias de mulheres que se aventuraram no mundo do empreendedorismo.

Quadro 6. Elas te ensinam a empreender: classificação das fontes

Ocupação/posição		Papel	Qtde.
1	Fundadora da Rede Mulher Empreendedora	Vítima	0
2	Sócia do M'Ana – Mulher conserta para mulher	Sobrevivente	0
3	Sócia da Info Preta		
Tipo de fonte/função na notícia		Sexo	Qtde.
Experiência pessoal	2	Feminino	3
Perito(a) ou comentarista	1	Masculino	1
Porta-voz	0		
Testemunha ocular	0		

Fonte: das autoras.

⁸ Disponível en: <http://www.unitedexplanations.org/2016/03/21/carnavalsemassedio-un-hashtag-por-la-igualdad-entre-generos-en-brasil/#>

⁹ Disponível en: <http://azmina.com.br/2016/09/precisamosfalarsobreaborto-debate-com-jout-jout-discute-a-urgencia-da-descriminalizacao/>

A matéria é parte de uma série de publicações que conta histórias de mulheres empreendedoras, com o objetivo de divulgar serviços e encorajar mais mulheres a criar seu próprio negócio. São três fontes mulheres, sendo uma na condição de especialista e duas empreendedoras que relatam sua experiência pessoal.

O quadro 7 é sobre a reportagem de jornalismo investigativo “Cor, gênero e pobreza: o que torna as quilombolas mais vulneráveis ao estupro?”, que trata da questão da violência sofrida pelas mulheres em comunidades quilombolas do Brasil. A investigação faz parte de uma série de reportagens patrocinada pelo Programa de Bolsas de Reportagem da Revista AzMina, um financiamento coletivo.

Quadro 7. Cor, gênero e pobreza, classificação das pessoas: classificação das fontes

Ocupação/posição	
1	Socióloga e professora da UnB
2	Delegado que atuou em Cavalcante (GO) nos casos divulgados em 2015
3	Relatora especial da ONU sobre questões de minorias
4	Professora da comunidade Vão do Moleque
5	Coordenador do Programa Nacional de Enfrentamento da Violência Sexual contra Crianças e Adolescentes
6	Secretária de Igualdade Racial e da Mulher em Cavalcante**
7	Promotora de Justiça do MP-GO**

Tipo de fonte/função na notícia		Qtde.
Experiência pessoal		0
Perito(a) ou comentarista		5
Porta-voz		0
Testemunha ocular		2

Papel	Qtde.
Vítima	0
Sobrevivente	0

Sexo	Qtde.
Feminino	5
Masculino	2

Das autoras. **Há vídeos com a entrevista

A reportagem traz sete entrevistas, no texto e no vídeo, sendo duas masculinas, que atuam como especialistas para compreender a questão social, e cinco femininas, que se dividem entre especialistas e testemunhas relatando casos de violência e dificuldades vividas pelas vítimas de abuso nas comunidades quilombolas. Mesmo em se tratando de violência contra a mulher, o papel de vítima, sobrevivente ou familiar não é personificado na reportagem, aparecendo apenas nas fotos da galeria (38 fotos).

A pauta trata da questão de gênero, atendendo ao escopo do site. As fotografias procuram retratar a comunidade reportada, com retratos da vida cotidiana de mulheres e homens quilombolas. Algumas delas – entre crianças e mulheres negras - enquadram apenas os pés, ou mostram pessoas de costas, em um esforço de preservar a identidade. Nenhuma foto possui legenda.

5. Resultados

A análise procurou cruzar as categorias da descrição dos três sites com os conteúdos jornalísticos explorados acima à luz dos referenciais teóricos propostos: estudos de gênero e cauda longa.

5.1 Equipe e autoria

Os três sites demarcam a questão de gênero na formação da equipe, informando na página oficial seus propósitos. Em Catarinas, por exemplo, os textos de apresentação das profissionais descrevem que são feministas e atuantes, condizendo com a linha editorial e os objetivos. AzMina também no link “quem somos” relata um breve currículo das integrantes explicitando gênero e experiências. O interessante é o grande número de participantes de áreas interdisciplinares e com diversidade de gênero, semelhante ao Catarinas. Maria Pauteira é composta por uma equipe majoritariamente feminina, de profissionais jovens, com pouca vivência em redações de jornais. Esta peculiaridade deve-se ao mercado do jornalismo regional que já apresentava uma oferta menor de empregos e com cortes a partir de 2012¹⁰, a absorção de profissionais por este segmento ficou ainda menor, sobretudo em cidades do interior. A formação proposital das equipes com ênfase em gênero está diretamente relacionada aos projetos editoriais e aos nichos temáticos, formando uma linearidade. Mesmo o Maria Pauteira, com escopo em direitos humanos e cidadania, aponta como recorte diversidade de gênero, direitos das mulheres e dos idosos, ecologia e sustentabilidade, igualdade racial e acesso à cultura.

Todos os textos são de autoria de mulheres. Ao selecionar o corpus da pesquisa determinou-se por sites concebidos por mulheres, porém como consta no quadro 1, homens fazem parte da equipe executora no site AzMina. Os dados apontam que embora no Brasil as profissionais mulheres se sobressaiam no jornalismo com 63,7%, ao considerar o mercado formal elas representam 45,42% dos profissionais (Leite, 2015). Ou seja, há um número considerável de jornalistas mulheres exercendo a profissão sem contrato formal de trabalho. Elas estão mais vulneráveis às oscilações de mercado do que os homens. As profissionais mulheres, historicamente, sofrem mais as desigualdades de gênero no mercado profissional, com salários menores, ocupam funções e cargos de menor prestígio, possuem maior qualificação e exercem a mesma função que o par masculino, inclusive no jornalismo (Rocha, 2004).

5.2 Gênero como critério de noticiabilidade e análise de fontes/abordagem

Outra explicação possível para o aumento do jornalismo independente sobre gênero na web é a tentativa de produzir conteúdos cujas temáticas normalmente não são pautadas por veículos tradicionais, ou recebem enfoque diferenciado. O levantamento de dados permitiu verificar que cinco de seis matérias analisadas tinham questões de gênero como critério de noticiabilidade.

Dessa forma, a perspectiva de gênero se constitui como um valor-notícia de seleção substantivo, pois é o que define a transformação do acontecimento em

¹⁰ Entre 2011 a 2015, 487 demissões de jornalistas no estado do Paraná (SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS DO PARANÁ, 2015).

notícia nesses sites. Porém, observa-se neste estudo uma diferença com relação aos veículos tradicionais, dos quais trata Traquina (2005, p.86) ao dizer que estes valores-notícia pressupõem consenso social e “negam quaisquer discrepâncias estruturais mais importantes entre grupos diferentes, ou entre os próprios mapas diferentes do significado numa sociedade, e ganham assim significado político”.

Os veículos observados não escapam à lógica da produção jornalística, porém, ao elencar o gênero e as diferentes abordagens sobre a mulher como elementos de seleção do que vira notícia, eles trazem às suas publicações justamente o oposto do consenso, ou seja, expõem as discrepâncias estruturais existentes na sociedade, exaltando um mapa de significado alternativo ao da mídia tradicional. Obviamente, também há um significado político, mas de contra poder. Enquanto nos jornais tradicionais os valores-notícia implicam em noções de unidade (*doxa*), no caso dos sites analisados, eles implicam em pluralidade.

Entre os diferenciais dos três sites está justamente a abordagem na produção e construção dos textos com estreita relação na escolha das fontes. Todos os conteúdos analisados apresentam uma pluralidade de fontes, não no sentido numérico, mas pela perspectiva de gênero em posições de comentaristas e porta vozes de experiências. Há por exemplo Socióloga; Secretária de Igualdade Racial e da Mulher; Fundadora da Rede Mulher, Membro da União de Negros pela Igualdade, mãe, professoras, médicas, jovens e adultas. Os textos descortinam o discurso hegemônico de prevalência da fonte masculina como porta voz da fala oficial. Mesmo os textos sem foco direcionado à mulher ou gênero, como do Maria Pauteira, há uma preocupação em trazer fontes femininas como especialistas, bem como homens como vítimas, rompendo a polaridade engessada de um lado homens sendo fontes oficiais e especialistas e do outro mulheres vítimas e testemunhas. Isto pode ser observado nas colunas que contemplam as categorias ocupação/profissão, posição e vítima (quadros da análise). Nesse sentido, o uso plural de fontes versa por uma abordagem mais equânime sem reproduzir a lógica dos espaços e papéis masculinos e femininos da sociedade machista. O exercício em ouvir fontes plurais no processo de apuração e trazê-las para a construção do texto revelam um produto com uma abordagem menos desigual pela perspectiva de gênero, não apenas na apresentação de uma distribuição das fontes no quesito gênero e status, mas também no conteúdo dos discursos que elas trazem, apresentando novas percepções sobre as temáticas. Este dado se torna ainda mais relevante se comparado aos resultados da pesquisa realizada pelo Monitoramento Global de Mídia, que aponta que em jornais tradicionais as mulheres aparecem como fontes em até 25% das notícias, sendo geralmente fontes secundárias, e raramente escolhidas como fontes oficiais ou especialistas (John, 2014).

5.3 PÚBLICO

AZMina define como seu público mulheres plurais indo ao encontro da concepção de gênero como categoria de análise, ou seja não existe apenas a mulher, mas uma multiplicidade de mulheres com interesses distintos: mulheres negras, mulheres classe baixa, mulheres classe média, mulheres solteiras, mulheres separadas, mulheres lésbicas, mulheres jovens, mulheres idosas, enfim uma infinidade às vezes com interesses comuns, às vezes não. Uma pessoa pode pertencer a diferentes nichos. E o site, mesmo segmentado, oferece um cardápio de conteúdo para nichos diversos.

A história da imprensa feminina mostra que no início os veículos falavam apenas para as mulheres abastadas, como uma mulher homogênea. Não que não existissem mulheres trabalhadoras, mas as demandas destas mulheres não tinham espaço naquele momento. Ainda na primeira metade do século XIX, Duarte (2016) mostra que circularam no Brasil 143 títulos, entre jornais e revistas femininos e feministas, que tinham como público as mulheres. Contudo, no final do século XIX e início do século XX, os impressos gestados por mulheres da classe média reivindicavam a falta de acesso à educação e ao trabalho por parte das mulheres bem como “à participação do mundo público em igualdade de condições com os homens” (Rago, 1995,1996, p.19). Não se discutiam outros problemas que acometiam mulheres de outras camadas sociais, como as operárias, embora seguidores do movimento anarquista já estivessem presentes no país, especialmente em São Paulo, onde ocorriam lutas operárias no centro da cidade e nos bairros periféricos. Em geral, os veículos limitavam-se às opressões que afligiam as camadas mais abastadas (Rago, 1995,1996). Já no século XX, em contraposição às feministas liberais, as libertárias não apoiavam negociações com instituições burguesas e o debate sobre educação era para denunciar as condições de trabalho, baixos salários, ausência de assistência pública e a relevância dos sindicatos e associações trabalhistas (Rago, 1995, 1996).

Catarinas coloca como público alvo a região de Santa Catarina e Maria Pauteira não delimita, embora ao descrever o projeto, deixa explícito que se trata do Paraná. Ambos são regionais e fora do eixo Rio de Janeiro -São Paulo -Brasília, oferecendo ao público regional um jornalismo independente com perspectiva diferenciada da mídia convencional e hegemônica. Eles não discriminam explicitamente estratificações de público, contudo os próprios temas das pautas atendem interesses específicos, com abordagens distintas da lógica pregada pela mídia convencional.

6. Considerações

O estudo confirmou a hipótese de que os *websites* estão produzindo conteúdos diversificados sobre gênero para diferentes nichos e com uma perspectiva de

empoderamento. O gênero é visto como critério de noticiabilidade e como referência na abordagem, na composição do texto, foto, vídeo e infográfico, se afastando da articulação do senso comum na percepção e apreensão dos critérios de noticiabilidade. Os sites apontaram para um jornalismo com perspectiva de gênero propondo reconhecimento de múltiplas mulheres, do empoderamento feminino e polifonia de fontes. É notável a preocupação das autoras em propor representações de gênero adversas à lógica do patriarcado, da prevalência da voz masculina como fonte hegemônica. São iniciativas incipientes, gestadas por profissionais jovens, de jornalismo independente, que utilizam a linguagem multimídia, com uma lógica de produção própria, caracterizada pela relação tempo e espaço diferenciada da imprensa diária, contudo ainda não consolidaram uma autonomia financeira.

Referencias bibliográficas

- Aldridge, M. (2001). The Paradigm contingent career? Women in regional newspaper journalism. *Sociological Research Online*, vol. 6, n.3.
- Anderson, C. (2006). *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Chambers, D.; Steiner, L.; Fleming, C. (2004) *Women and Journalism*. London: Routledge.
- Carro, R. (2018). Urban Brazil. Digital News Report. Acesso em 18/08/2018 do <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/brazil-2018/>
- Duarte, C. L. (2016). *Imprensa feminina e feminista no Brasil. Século XIX: dicionário ilustrado*. Belo Horizonte: Autêntica Editora.
- Fonseca, V. P. da S. (2005). *O Jornalismo no Conglomerado de Mídia: Reestruturação produtiva sob o capitalismo global*. Porto Alegre: UFRGS, 2005. 350p. Tese (Doutorado) – Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- John, V. M. (2014). Jornalismo esportivo e equidade de gênero: a ausência das mulheres como fonte de notícias na cobertura dos jogos olímpicos de Londres 2012. *Estudos em Jornalismo e Mídia* Vol. 11 Nº 2, Jul-Dez.
- Lauretis, T. (1994). *A tecnologia do gênero*. In. *Tendências e impasses - O feminismo como crítica da cultura* (org. Heloísa Buarque de Holanda), Rio de Janeiro:Rocco.
- Leite, A. T. B. (2015). *Profissionais da mídia em São Paulo: Um estudo sobre profissionalismo, diferença e gênero no jornalismo*. São Carlos: UFSCar, 2015. 232p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- Mendez, R B. (2016). *O lugar do jornalismo no século XXI*. *Ambiente do Meio*, 2016. Disponível em: <https://ambientedomeio.com/2016/05/09/o-lugar-do-jornalismo-no-seculo-xxi/>

- Mick, J; Lima, S. (2013). *Perfil do Jornalista Brasileiro. Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*. Florianópolis, ed. Insular.
- Projeto global de monitoramento d mídia (2008). Disponível em http://www.que-mel.blog.br/curso/mo2/ao4/mo2ao4to4_producao_inteligencia_cdinfo.pdf.
- Rago, M. (1995/1996). Adeus ao feminismo? Feminismo e (pós)modernidade no Brasil. *Cadernos AEI*, n. 3/4.
- Rocha, P. M., Woitowicz, K.J. (2014). *Estudos de gênero no jornalismo: perspectivas de análise das mulheres jornalistas e das representações de gênero* In: *Marcas e discursos de gênero: representações femininas e outros olhares*. 1 ed. Ponta Grossa: Editora UEPG.
- Rocha, P. M. (2004). *A mulher jornalista no estado de São Paulo: o processo de profissionalização e feminização da carreira*. São Carlos: UFSCar, 2004. 241 p. Tese (Doutorado) - Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais, Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- Saffioti, H. I.B. (1979). *A mulher na sociedade de classe*. Petrópolis, Ed. Vozes.
- Scott, J. (1990). Gênero, uma categoria útil de análise histórica. In *Revista Educação e Realidade*. Uma publicação semestral da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Vol. 16, n.2. Jul/Dez.
- Torres, C. (2000). *Género y comunicación: el lado oscuro de los medios*. Ediciones de la Mujer, n. 30. Santiago de Chile, Isis Internacional.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. Florianópolis: Insular.

La agenda mediática en la campaña electoral 2017 de Ecuador

*Setting up the media agenda in the 2017
Ecuadorian electoral campaign*

*A construção da agenda midiática
na campanha eleitoral 2017 do Equador*

Edison Francisco POSSO ESPINOSA

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales sede Ecuador
edison23fr@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Informe, pp. 409-426)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 27-04-2018 / Aprobado: 11-10-2018

Resumen

El presente estudio evidencia las agendas temáticas de los medios de comunicación en Ecuador y de cómo es tratada la gestión del proceso electoral en 2017, entre una relación conflictiva del gobierno saliente presidido por Rafael Correa con varios medios privados y una relación cercana con los medios públicos. Se realiza una revisión teórica de la *agenda-setting* con énfasis en la agenda mediática y de las campañas electorales; para así, investigar el comportamiento de la prensa: pública *El Telégrafo* y privada *El Universo*, mediante un análisis de contenido por un lapso de 104 días. Los resultados reflejan una mínima correlación entre los diarios y un comportamiento diferenciado en torno a la valoración negativa del proceso electoral por el tema fraude.

Palabras clave: Ecuador, agenda mediática, proceso electoral, fraude, medios.

Abstract

The present study evidences the thematic agendas of the mass media in Ecuador and how is leaded the management of the electoral process in 2017, among a conflictive relationship between the outgoing government administrated by Rafael Correa with several private media and a close link with public media. A conceptual review of the *agenda-setting* is done with emphasis on the media agenda and the electoral campaigns; in order to investigate the behavior of the public and private journal press, *El Telégrafo* and *El Universo* respectively, through a content analysis of 104 days. The results show a least correlation between the newspapers and a differentiated manner in respect of the negative assessment of the electoral process due to the issue of fraud.

Keywords: Ecuador, media agenda, electoral process, fraud, media.

Resumo

O presente estudo evidencia as agendas temáticas dos meios de comunicação no Equador e de como é considerada a gestão do processo eleitoral em 2017, no meio de uma relação conflituosa do governo cessante presidido por Rafael Correa com vários meios privados e uma relação próxima com os meios públicos. Faz-se uma revisão teórica da *agenda-setting* com ênfase na agenda midiática e das campanhas eleitorais; para assim, pesquisar o comportamento da imprensa: pública *El Telégrafo* e privada *El Universo*, mediante um análise de conteúdo por um período de 104 dias. Os resultados mostram uma mínima correlação entre os dois jornais e um comportamento diferenciado em torno da avaliação negativa do processo eleitoral pela questão da fraude.

Palavras-chave: Equador, agenda midiática, campanha eleitoral, processo eleitoral, fraude.

1. Introducción

Los medios de comunicación permiten mostrar al mundo los diferentes acontecimientos que creen importantes. Son focos que alumbran el entorno en el cual vivimos. Durante una campaña electoral, es cuando mayor interés se visualiza en la esfera mediática al proyectar las acciones y las propuestas que realizan los candidatos para resolver problemáticas nacionales.

En el Ecuador se elige al sucesor de Rafael Correa en un contexto diferente al cómo tomó el país: ya que, en los diez años previos a que él asumiera como primer mandatario, existieron siete presidentes, mostrando la mayor etapa de inestabilidad política en el país. Sumado a la confrontación que han tenido los medios de comunicación privados de alcance nacional con el presidente saliente y viceversa. Además, a los medios públicos se los ha considerado como gobiernistas por varios actores de oposición al régimen.

Por ello, se realiza una investigación con base en “La agenda mediática en la campaña electoral 2017 de Ecuador”, a partir de los estudios de agenda y de las campañas electorales. Se revisa a través de un análisis de contenido el comportamiento de los medios de comunicación durante el proceso electoral con cuatro de los ocho binomios, pues las encuestadoras los posicionaron como los más opcionados. Por el oficialismo Lenín Moreno - Jorge Glas, y quienes disputaron el segundo lugar los candidatos de la oposición: Guillermo Lasso - Andrés Páez, Cynthia Viteri- Mauricio Pozo y Paco Moncayo - Monserrat Bustamante..

La teoría del establecimiento de agenda propuesto por McCombs y Shaw en 1972 y las campañas electorales son los fundamentos teóricos que respaldan la investigación. La primera se ajusta a una teoría que permite analizar la función de los medios de comunicación en la opinión pública. Permite observar la influencia que tienen los medios de comunicación en los ciudadanos a nivel de generar temáticas que sean relevantes para la agenda pública. Por ello se toma como punto principal de la teoría a la agenda temática de los medios.

Con el segundo, se explica la importancia de las campañas electorales para la democracia. Los candidatos son quienes mayor notoriedad pública tienen. Los estrategas de los partidos tienen la misión de llevar una buena relación con los medios. La esfera mediática se convierte en el mediador entre el votante y los candidatos, siendo la que define que actuaciones exponer acerca de los aspirantes a una determinada dignidad.

2. Marco teórico

2.1 El estudio de agendas mediáticas y el estudio de campañas electorales

Los estudios sobre agendas mencionan a la teoría del Establecimiento de Agenda propuesto por McCombs y Shaw en 1972. Investigación sobre la campaña electoral en *Chapell Hill*, Carolina del norte, acerca de la influencia de los medios en los ciudadanos. Teoría trabajada bajo la premisa de Bernard Cohen “La prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar, pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (Cohen, 1963, p. 13). Haciendo referencia a que los medios tienen, a través de la esfera mediática, la capacidad de colocar temas de discusión para que los ciudadanos opinen. Y sobre el segundo capítulo de Walter Lippman “Las imágenes y el mundo exterior”. Aquí el autor menciona que, los medios enfocan imágenes que pasan en el mundo exterior, para que luego pasen al mundo interior de las personas.

La teoría se basa en una hipótesis sobre los “efectos de la comunicación de masas en la atención pública a los asuntos sociales y políticos, (McCombs, 2006, p. 13) Lo cual, se comprende como la transferencia de agenda de los medios de comunicación, hacia la agenda del público donde, “el término agenda se acuña en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia (Rodríguez, 2004, p. 15). Sin embargo, este efecto no hace alusión a recibir unos cuantos mensajes, sino “se debe al impacto agregado de un gran número de mensajes, cada uno de los cuales tiene un contenido diferente, pero todos tratan la misma cuestión general” (Dearing & Rodgers, 1996, p. 13). Estos mensajes se convierten en temas.

La agenda de los medios son temas que tienen relevancia. Su configuración dependerá de cómo estén distribuidos los mensajes en la esfera mediática “un esquema organizacional es ordenar historias basadas en su importancia relativa para la audiencia. Por ejemplo, el evento principal podría ser un accidente de avión” (Williams Jr., Shapiro, & Cutbitrh, 1991, p. 253). O puede ser referido a “una lista de temas o eventos que reciben cobertura de noticias. Una temática se refiere a un problema o a una serie de acontecimientos que implica la vida cotidiana, como la guerra en Vietnam, el caso Watergate, el SIDA o la recesión.” (Zhu & Blood, 1996, p. 99).

La importancia que cada medio le otorga a un tema, es reflejada por el espacio que tiene en la primera plana, el tiempo que se demora en un noticiero televisivo o radial y por la constancia con la que es reproducida en un tiempo determinado. Al cuantificarle se mide en base a su “importancia, páginas que ocupa, tiempo dedicado...” (Rodríguez, 2004, p. 18). Desde el inicio de la teoría, se utilizan los términos *issue* o ítem, para “hacer referencia a cada uno de los temas a los que los medios de comunicación prestan atención” (Cháver, 2015, p. 14). La agenda temática es la base fundamental en los estudios de contenido

de los medios, a partir de allí se cuentan los hechos políticos o sociales que ocurren en un país.

Los temas son listados que relatan “un problema social, a menudo conflictivo, que ha aparecido y es cubierto por los medios de comunicación” (Dearing & Rodgers, 1996, p. 3). Por lo general, este listado hace referencia a temas comunes como el desarrollo económico, los conflictos políticos, la salud, la educación o leyes que se crean o pretenden reformar, siendo “los acontecimientos “de siempre” que más preocupan a la sociedad” (Rodríguez, 2004, p. 29).

Las campañas electorales se desarrollan bajo “un conjunto de decisiones estratégicas para conseguir los votos de los ciudadanos” (Martínez i Coma, 2008, p. 1). Un momento decisivo; ya que, “las elecciones y las campañas se consideran puertas de entrada a la democracia” (Rospir, 1999, p. 56). Donde se delegan formalmente la representatividad de quienes pugnarán sobre un cargo de elección popular. Es importante que “los ciudadanos tengan acceso a una información veraz, diversa y suficiente que les permita participar en el proceso de deliberación que acontece en el espacio público, más aún en los momentos de decisión entre distintas alternativas y propuestas políticas” (Crespo, Garrido, Carletta, & Riorda, 2011, p. 17). Siendo los medios de comunicación esa conexión entre candidatos y votantes.

Los partidos y movimientos políticos tienen un poder basado en su exclusividad, el cual reside en dos factores:

Uno, lo que se conoce como la maquinaria, determinando quiénes de los suyos participan en la campaña y en calidad de qué lo hacen. El segundo es, en parte, la extensión del primero para el día concreto de la elección: esto es, la supervisión del proceso electoral y el escrutinio designado interventores y apoderados en las mesas electorales. (Martínez i Coma, 2008, p. 3).

A estos factores se añade la capacidad de emitir criterios (a nivel de organización o de sus máximos dirigentes) acerca de cómo las instituciones electorales llevan a cabo el proceso a lo largo del período electoral, inclusive antes de que inicie. Mostrándose de manera afirmativa o negativa según el o los momentos (el padrón electoral, la configuración de las urnas, simulacros electorales, el conteo, impugnaciones, objeciones entre otros) sobre los cuales se emitían comentarios que, pueden ser replicados en la esfera mediática.

Los políticos crean discursos que llaman la atención y recomiendan al votante. “En las campañas electorales, dicha recomendación es la de votar por una opción política o la de no votar por otra, dos metas complementarias que sirven como marco a todo mensaje electoral” (Salgado, 2002, p. 22). El mensaje pretende ser preciso y contundente para encaminar o deslegitimar a una opción.

Los medios de comunicación previo a la contienda electoral, muestran imágenes sobre los candidatos o aquellas personas que pudieran entrar a la

disputa “mucho antes de que la campaña electoral comience formalmente, la influencia del contenido de los medios se ha iniciado ya” (Paletz, 1997, p. 205). Emitiendo comentarios sobre los candidatos o posicionando temáticas que se pretendan direccionar la discusión de los políticos. En medio del proceso electoral “juegan un papel fundamental en tanto que proveen de información y son uno de los principales mediadores entre los ciudadanos y los políticos” (Martínez i Coma, 2008, p. 20). Además, se pone en cuestión las propuestas de los candidatos. Y “se desarrolla en las informaciones de los medios de comunicación. Se trata de la representación e interpretación de la actividad política de la prensa, la radio y la televisión” (Schulz, 1999, p. 141). Acerca de lo que consideran como importante.

3. Contexto

3.1 Ley de comunicación, distribución de medios privados y públicos y el escenario político

En 2013 se aprobó la LOC (Ley Orgánica de Comunicación), la cual tiene como objeto “desarrollar, proteger y regular, en el ámbito administrativo, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos constitucionalmente” (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, p. 3). Esta ley se enfoca en garantizar los derechos de los ciudadanos con respecto a la información que reciben. La ley marca las pautas a través de la ética y la deontología para un buen ejercicio de la comunicación.

Sin embargo, la ley ha tenido fuertes críticas por organismos nacionales como: la Unión Nacional de periodistas y la Federación Nacional de periodistas del Ecuador; organismos internacionales como: la Sociedad interamericana de Periodismo y La Asociación Internacional de Radiodifusión; y una gran parte del aparataje mediático privado de alcance nacional en el país, durante la mayor parte de la gestión de Rafael Correa.

El ambiente mediático ecuatoriano es volcánico, desde que Rafael Correa se instaló en el Palacio de Carondelet en enero de 2007. Con una prensa privada -que casi tenía el monopolio antes de su llegada al poder- poco indulgente con él, el joven presidente progresista de carácter aguerrido ha convertido la comunicación en un desafío personal y político. (Hervieu & Samson, 2010, p. 2).

El presidente saliente por su parte, ha utilizado el término de “prensa corrupta” para referirse a varios medios privados. Los medios a su vez, han censurado varios de los acontecimientos importantes del gobierno, como la inauguración de alguna obra relevante para el país. Por su parte a los medios públicos han sido catalogados como gobiernistas por varios sectores de la oposición al gobierno de Correa.

A la ley se suma el enfoque de pluralizar y democratizar los medios con un 33% a medios públicos, 33% a medios privados y 34% a medios comunitarios. Sin embargo, esta redistribución no se ha completado, tal es el caso que, los medios privados siguen ocupando más del 90% hasta antes de las elecciones.

En medio de ello se desarrolla el proceso electoral, donde cuatro de los ocho binomios tienen mayor protagonismo, según las encuestadoras CEDATOS, Perfiles de Opinión y Market. Entre presidenciables y vicepresidenciables están: Los candidatos por el oficialismo Lenín Moreno - Jorge Glas de Alianza País, y los candidatos de la oposición: Guillermo Lasso - Andrés Páez de la Alianza Creando Oportunidades - Sociedad Unida Más Acción, Cynthia Viteri - Mauricio Pozo de la alianza Partido Social Cristiano - Madera de Guerrero y, Paco Moncayo-Monserrat Bustamante de la Alianza Nacional por el Cambio.

La campaña electoral de la primera vuelta inicia el 3 de enero y culmina el 16 de febrero. La elección se realiza el 19 de febrero. Por su parte, la campaña por la segunda vuelta inicia el 10 de marzo y finaliza el 30 de marzo. El balotaje se lo realiza el 2 de abril.

Por la confrontación que existe entre el gobierno saliente con los medios privados, sumado a que los medios públicos han sido catalogados como gobiernistas, se escoge dos diarios de alcance nacional: *El Universo* diario privado y *El Telégrafo* diario público, para realizar un análisis de contenido. Durante un período previo al inicio de la campaña electoral, 28 de diciembre de 2016 y un período posterior al balotaje, 9 de abril de 2017. Con un objetivo general basado en: Analizar el comportamiento de los medios impresos durante el proceso electoral del Ecuador en 2017.

4. Metodología

Para la investigación se utiliza la metodología cuantitativa. Por su rigurosidad garantiza un estudio profundo sobre el objeto de estudio propuesto. Mediante el análisis de contenido, característico en esta clase de investigaciones sobre medios de comunicación, es el idóneo para observar el comportamiento de los medios, al ser “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson, 1952, p. 18) y que, “es una técnica de investigación para hacer inferencias replicables y válidas de textos (u otra materia significativa) a los contextos de su uso” (Krippendorff, 2013, p. 24). Asegurando en la investigación el análisis del contenido manifiesto de los medios a través de sus mensajes. “De forma más rigurosa se podría definir el análisis de contenido como cualquier procedimiento sistemático ideado para examinar el contenido de una información archivada” (Igartua, 2006, p. 181).

Se realiza un manual de codificación enfocado a resolver las hipótesis de investigación. El mismo que, es trasladado a un programa especializado; ya

que, “un buen manual se basa en las definiciones y objetivos iniciales contenidos en el proyecto. Asimismo, desempeñará un papel fundamental en la posterior elaboración del programa en el SPSS/ PC+” (Acosta & Parra, 1995, p. 7). La información recolectada se observa a partir de la estructuración del manual, también llamado como libro de códigos “juntos, el libro de códigos y la forma de codificación deben estar solos como un protocolo para el contenido que analiza los mensajes” (Neuendorf, 2002, p. 132). Este protocolo sirve como una guía para observar el contenido de los medios señalados. Por ello, se crea un manual de codificación y se lo traslada al programa SPSS, para responder a las hipótesis de investigación:

H1 Durante el proceso electoral existe una correlación entre el medio público y el medio privado con respecto a las temáticas que son destacadas en cada uno.

H2 Durante el proceso electoral tanto el medio público como el medio privado recurren de manera distinta a las valoraciones positivas y negativas que tiene el proceso electoral.

La interpretación se realiza mediante el Test estadístico de Pearson, Chi-quadrado, el cual permite conocer si, los resultados son significativos. Esto mediante las tablas de contingencia aceptando los resultados iguales o menores a 0,05. Examinando los resultados de los cruces de variables, mediante los Residuos Tipificados Corregidos, a través de la fórmula de Haberman. En cada caso se aceptan los resultados que son iguales o mayores a 1,96 e igual o menores a -1,96, garantizando un análisis desde el 95% de confianza. Y, para medir la correlación temática, se utiliza el Coeficiente de Pearson con valores que varían entre 1 y 0.

Las noticias tomadas en cuenta son las que tienen como referencia a las elecciones y a los candidatos antes mencionados. Tanto en portada, secciones especiales del proceso electoral como en las editoriales. Para analizar los temas, se analiza en primer lugar el titular, en caso de no ser claro, se examina el subtítulo y el lead y en caso de que ninguno tenga una temática definida se interpreta el cuerpo completo de la noticia.

En el caso del proceso electoral, se toma en consideración todas las noticias en las que sean mencionadas las instituciones a cargo con sus diferentes momentos: padrón electoral, simulacros, material electoral, sufragio, escrutinio, veedores nacionales e internacionales, cómputo de las actas, conteo, conteo, impugnaciones, observaciones entre otros momentos que sirvan para emitir una información; independientemente de las temáticas.

Se toma en consideración las valoraciones: positivas, negativas, neutras y no aplica. Las valoraciones positivas o negativas hacen mención a las noticias que reflejan un comportamiento favorable o desfavorable respectivamente hacia uno o algunos de los momentos antes mencionados. La valoración neutra se considera a las noticias que no tienen una intencionalidad o; a su vez, a las noticias que reflejan aspectos favorables y desfavorables sin que ninguna

de estas prevalezca. No aplica, no hace referencia alguno de los apartados del proceso electoral.

5. Resultados/Discusión

Después de haber explicado el marco en el cual se desarrolla la investigación, se procede a mostrar los resultados obtenidos. Con un total de 1940 noticias, donde el medio público *El Telégrafo* tiene 1119 noticias y el medio privado *El Universo* tiene 821 noticias.

5.1 La agenda temática

La siguiente tabla muestra las variables referidas a las temáticas que son destacadas por parte de los medios de comunicación, la misma que es validada por parte del chi-cuadrado de Person con un 0,021.

Tabla 1. Distribución temática del medio impreso *El Telégrafo* y del medio impreso *El Universo*.

TEMAS	Número de noticias y Porcentaje	<i>El Telégrafo</i> Diario Público	<i>El Universo</i> Diario Privado	Total
Economía	Número de noticias	41	45	86
	Porcentaje	3,7%	5,5%	4,4%
	Residuos corregidos	*-1,9	*1,9	
Segunda vuelta	Número de noticias	46	6	52
	Porcentaje	4,1%	,7%	2,7%
	Residuos corregidos	*4,6	*-4,6	
Encuestas y Medios de Comunicación	Número de noticias	29	15	44
	Porcentaje	2,6%	1,8%	2,3%
	Residuos corregidos	1,1	-1,1	
Cambios estructura- les y leyes	Número de noticias	10	16	26
	Porcentaje	,9%	1,9%	1,3%
	Residuos corregidos	*-2,0	*2,0	
Corrupción	Número de noticias	48	38	86
	Porcentaje	4,3%	4,6%	4,4%
	Residuos corregidos	-,4	,4	
Conflictos Sociales o Políticos	Número de noticias	34	25	59
	Porcentaje	3,0%	3,0%	3,0%
	Residuos corregidos	,0	,0	

Proceso electoral	Número de noticias	311	287	598
	Porcentaje	27,8%	35,0%	30,8%
	Residuos corregidos	*-3,4	*3,4	
Actividades de campaña	Número de noticias	235	96	331
	Porcentaje	21,0%	11,7%	17,1%
	Residuos corregidos	*5,4	*-5,4	
Debate o Diálogo	Número de noticias	18	33	51
	Porcentaje	1,6%	4,0%	2,6%
	Residuos corregidos	*-3,3	*3,3	
Temas sociales	Número de noticias	48	48	96
	Porcentaje	4,3%	5,8%	4,9%
	Residuos corregidos	-1,6	1,6	
Apoyos a Lenín	Número de noticias	40	7	47
	Porcentaje	3,6%	,9%	2,4%
	Residuos corregidos	*3,9	*-3,9	
Apoyos a Lasso	Número de noticias	28	29	57
	Porcentaje	2,5%	3,5%	2,9%
	Residuos corregidos	-1,3	1,3	
Irregularidades en el proceso	Número de noticias	38	86	124
	Porcentaje	3,4%	10,5%	6,4%
	Residuos corregidos	*-6,3	*6,3	
Ninguno	Número de noticias	131	36	167
	Porcentaje	11,7%	4,4%	8,6%
	Residuos corregidos	*5,7	*-5,7	
Otros	Número de noticias	31,0	31,0	62
	Porcentaje	2,8%	3,8%	3,2%
	Residuos corregidos	0,0	0,0	
Varios	Número de noticias	31	23	54
	Porcentaje	2,8%	2,8%	2,8%
	Residuos corregidos	,0	,0	
TOTAL	Número de noticias	1119	821	1940
	Porcentaje	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

Al apreciar los resultados, se encuentra que en los diarios *El Telégrafo* y *El Universo* está en primer lugar el proceso electoral con un 27,8% y un 35% respectivamente. Al ser una etapa electoral y al ser la principal noticia que en cada agenda mediática se le otorga, se ve reflejada el interés que cada uno tiene por resaltar las noticias del mismo, con un mayor énfasis en la agenda del *El Universo*. Las actividades de campaña ocupan el segundo lugar en cada medio. Un 21,0% en el diario público, lo cual refleja el interés por señalar las acciones que tuvieron los candidatos en medio de la contienda y un 11,7% en el diario privado. Esta temática refleja las acciones que tuvieron los candidatos a lo largo de la campaña electoral. El medio público demuestra un alto porcentaje por abordarla.

El tercer tema, pese a no tener un nivel de confianza esperado, tiene a la corrupción con un 4,3% en el D1. Cabe mencionar que en porcentaje no difiere mucho con *El Universo* 4,6%, pero este lo posiciona en el sexto lugar. La corrupción en *El Telégrafo* tiene un tratamiento interesante, al tratar temas de corrupción del pasado, entre los más nombrados está el feriado bancario¹, y con los temas actuales acerca de Petroecuador y Odebrecht. Por su parte, *El Universo* trata esta temática enfocándose en temas actuales entre los más representativos el caso Odebrecht y el caso Petroecuador, esto podría reflejar un interés por tratar de mostrar estos casos al finalizar la administración de Correa, lo cual podría influir de manera negativa en el binomio oficialista.

Las irregularidades en el proceso electoral marcan el tercer tema de *El Universo* con un 10,5% el cual, en gran medida se enfoca en el supuesto fraude de la primera vuelta y del balotaje. En estas noticias se resaltan actores que, en su mayoría de oposición al gobierno, desconocen los resultados, tratan de deslegitimar el proceso electoral o ponerlo en duda. Al tener un alto porcentaje, cercano al del segundo tema de la agenda privada, muestra lo relevante que fueron las noticias resaltadas al respecto, pues se proyecta una imagen negativa sobre las instituciones encargadas del proceso electoral, en especial sobre el CNE.

Para el cuarto tema resaltado por el diario público se encuentran los Temas sociales con un 4,3%, De igual manera es resaltado en esta posición por el diario privado, pero con un 5,8%. Ambos medios se resaltan los temas en torno a educación, salud, vivienda, derechos de los GLBTI, aborto, la cultura, el empobrecimiento, jóvenes, seguridad pública, drogas entre otros temas de carácter social.

La proyección de tener o no una segunda vuelta se ubica en el quinto lugar en la agenda del D1 con un 4,1%. Noticia en la cual se proyecta o cuestiona esta posibilidad a través de sondeos y encuestas. Lo que prima en el diario es la no

¹ El feriado bancario ocurrió en 1999. Acontecimiento en el cual, se congelaron los depósitos ciudadanos en varios bancos del país. Esto ocasionó una conmoción e inestabilidad económica que ocasionó la migración de aproximadamente un millón de ecuatorianos. Un momento que marcó un antes y un después en la sociedad ecuatoriana.

probabilidad de que existiera una segunda vuelta, lo cual muestra el interés por resaltar las noticias que abalan y, en cierta parte benefician al candidato del oficialismo.

El ámbito económico a su vez ocupa el quinto lugar en la agenda del *El Universo* con un 5,5%. Tema enmarcado en las propuestas que refieren a impuestos, subsidios y planes para solventar la situación económica del país. Esto podría revelar una intencionalidad del diario privado por mostrar estas noticias, tomando en cuenta la coyuntura económica adversa del país². Por su parte el diario público ubica a esta temática en el sexto lugar con un 3,7% donde, si bien no dista mucho de lo antes mencionado, en gran medida lo hace como una crítica a propuestas como la de quitar impuestos, por ejemplo.

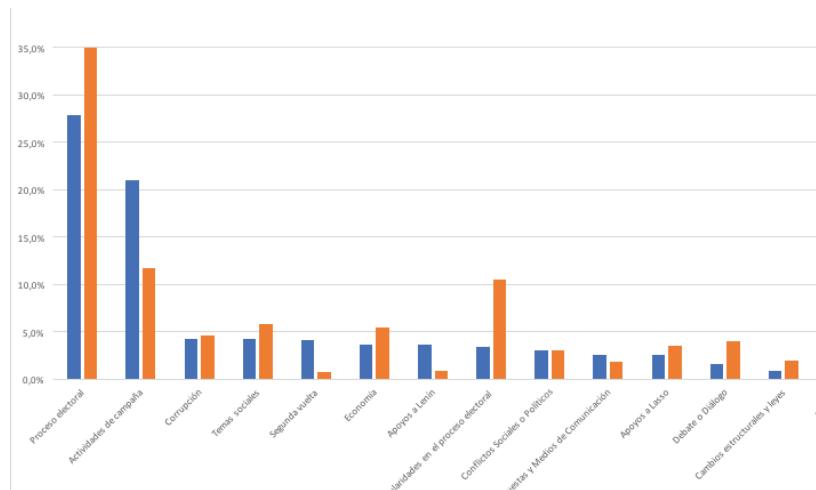
Los debates o diálogos que se proponen a lo largo de la primera y segunda vuelta electoral hacen mención al séptimo lugar en el diario *El Universo* con un 4,0%. Por su parte *El Telégrafo* lo ubica en el doceavo lugar con un 1,6%.

Los apoyos que recibieron tanto Lenín Moreno como Guillermo Lasso se convierten en temática, en especial durante la segunda vuelta electoral, donde diferentes actores políticos, sociales entre otros brindan respaldos hacia ellos. Se puede interpretar que al candidato del oficialismo se le atribuye porcentualmente un 3,6% en *El Telégrafo*, ocupando el séptimo lugar de su agenda, por sobre el 0,9% que es resaltado en *El Universo* y que, en su agenda temática es ubicada en el puesto doce. Por su parte los apoyos que recibe Lasso en el diario público, es de un 2,5%, un porcentaje menor si lo comparamos con las noticias de respaldo a Lenín, pero no es un dato confiable, al igual que el porcentaje de 3,5 % en el diario privado. Pese a ello, se podría decir que cada medio de comunicación tuvo un interés por resaltar los apoyos que tuvo el candidato de su preferencia, con un mayor énfasis en el diario privado.

Los conflictos sociales o políticos tienen en los dos diarios un 3,0% y ocupan el noveno lugar; sin embargo, no tienen el nivel de confianza esperado con un 0,0 en los RTC. Los cambios estructurales como: las reformas o la posibilidad de una constituyente ocupa el décimo lugar en el medio privado con un 1,9% mientras que en el diario público ocupa el último lugar con un 0,9. Las encuestas y los medios de comunicación tienen en la agenda de D1 un 2,6% ocupando el décimo lugar, mientras que en el diario privado ocupa el lugar once con un 1,8%. Ambos datos no tienen el nivel de confianza esperado.

A continuación, se muestra un gráfico, comparativo de las temáticas abordadas por parte de cada medio de comunicación.

² El Ecuador tras haber recibido la apreciación del dólar, las devaluaciones de los vecinos Perú y Colombia y por el terremoto del 16 de abril de 2016, tuvo impactos muy fuertes en la economía nacional que le significaron una reducción significativa en su crecimiento lo cual derivó a una recesión. Esto no fue mencionado por el diario privado.

Gráfico 1. Agendas temáticas de los medios de comunicación impresos

Fuente. Elaboración propia

Ahora bien, al medir la correlación entre ambos medios con respecto a las cuatro primeras temáticas, se aprecia una significación alta con el 0,000 lo cual permite interpretar la correlación de Person. En ella encontramos que, existe una correlación temática mínima de 0,123 durante el proceso electoral.

6. El proceso electoral

El comportamiento de los medios de comunicación, con respecto al proceso electoral, se valida a partir del chi-cuadrado de Person, el cual tiene 0,023, permitiendo así su interpretación. El cruce de variables se da a partir del Medio de comunicación impreso y la Valoración del proceso electoral con los valores Positivo, Negativo, Neutro y No aplica, tal y como se explicó en la metodología.

Tabla 2. Tabla de contingencia entre el Medio de comunicación impreso y la Valoración del proceso electoral

Valoración del proceso electoral <i>El Telégrafo</i>		Medio de comunicación impreso		Total
		<i>El Universo</i>		
Positivo	Recuento	265	130	395
	Porcentaje	23,7%	15,8%	20,4%
	Residuos corregidos	*4,2	*-4,2	

Negativo	Recuento	51	114	165
	Porcentaje	4,6%	13,9%	8,5%
	Residuos corregidos	*-7,3	*7,3	
Neutro	Recuento	32	151	183
	Porcentaje	2,9%	18,4%	9,4%
	Residuos corregidos	*-11,6	*11,6	
No aplica	Recuento	771	426	1197
	Porcentaje	68,9%	51,9%	61,7%
	Residuos corregidos	*7,6	*-7,6	
Total	Recuento	1119	821	1940
	Porcentaje	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente. Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla, se muestra que, *El Telégrafo* marca una distancia alta entre la valoración positiva 23,7% frente al 5,6% de la valoración negativa. Mostrando un interés por señalar las noticias positivas hacia el cómo es gestionado el proceso electoral, resaltando el valor positivo de la institucionalidad.

Con respecto a lo negativo, es interesante mencionar que, los actores que más tienen peso sobre las noticias, son del movimiento Alianza País. Con declaraciones del primer mandatario Rafael Correa quien menciona en una publicación del día miércoles 22 de febrero de 2017, poco después de la primera vuelta electoral, lo siguiente: “Si alguien debiera hablar de fraude debería ser Alianza País”. A ello se suma la actuación del movimiento, como se menciona el día 23 de febrero de 2017 “Alianza PAIS denuncia inconsistencias en 2000 actas” y en menor medida declaraciones de actores políticos de oposición en contra de la institucionalidad. También se muestran impugnaciones que se recibe el día sábado 4 de marzo “Tras el escrutinio, el CNE recibió 45 impugnaciones. El valor neutro da cuenta de las noticias que fueron tratadas tanto por aspectos positivos como por aspectos negativos, sin que alguno prevalezca.

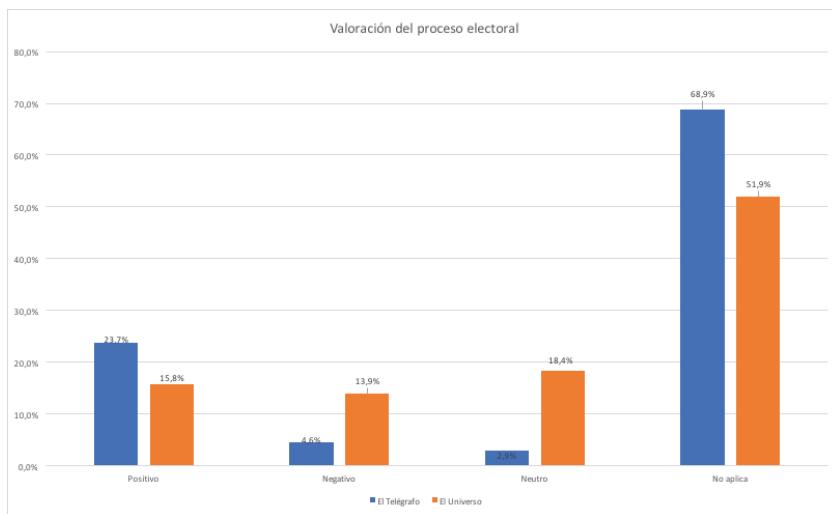
El Universo, si bien tienen un porcentaje mayor acerca de las noticias afirmativas hacia el proceso electoral con un 15,8%, no dista mucho de la valoración negativa, la cual tiene un 13,9%. Se muestra un interés por resaltar declaraciones en contra de la institucionalidad por actores de oposición al gobierno, y quienes no confían en la forma en la que se gestionó el proceso electoral. Como se muestra en el titular del 9 de enero del 2017 “CNE probó sus sistemas y tuvo un par de objeciones” al igual que, la noticia del día 12 de enero, “Vigilar votación en las mesas pide Viteri a sus simpatizantes”, y del día 18 de enero “Moncayo presenta a la OEA sus observaciones al proceso”.

A ello se suma las noticias referentes a rechazar los resultados, como se muestra el día 21 de febrero en la portada “Quito. Afuera del Consejo Nacional Electoral se concentraron ayer ciudadanos que decían defender la democracia”.

cia" y de imágenes de los candidatos Lasso y Páez a las afueras del CNE en una portada del 5 de abril, días posteriores al balotaje. Entre otras noticias que, tienen actores de la oposición como los principales protagonistas de las portadas del diario privado y de las secciones especiales del proceso. Si se lo compara con el tema de las irregularidades en el proceso electoral, el cual se muestra en la (tabla 2) con un 10,5% se puede apreciar que, además de tener una valoración negativa, se lo posicionó como una temática en el diario, lo cual podría mostrar un interés especial por descalificarlo teniendo un efecto sobre la institucionalidad que gira en torno a él.

El porcentaje positivo se refiere a las diferentes etapas del proceso que fueron tratadas de manera afirmativa por parte del *El Universo*. Por su parte el porcentaje neutro, hace referencia a los aspectos positivos y aspectos negativos, sin que alguno prevalezca. A continuación, se muestra una imagen comparativa entre los dos medios impresos.

Gráfico 2. Valoración del proceso electoral en cada medio de comunicación impreso



Fuente: Elaboración propia.

7. Conclusiones

Las investigaciones sobre agendas temáticas, dan una perspectiva del cómo están configurados los temas que los medios consideran como relevantes. En medio de un proceso electoral el foco de atención está en los temas que plantean sus protagonistas, los presidenciables y vice presidenciables. Las instituciones electorales tienen un rol fundamental, las noticias se enfocan en su gestión.

Las valoraciones que tienen, de acuerdo a cómo son tratadas las noticias, da un acercamiento a las tensiones que puede surgir en un período así. Por ello, analizar el comportamiento que tienen los medios de comunicación durante la campaña electoral del Ecuador de 2017, devela que la investigación es relevante para el país, tras decidir sobre el sucesor del presidente Rafael Correa.

La configuración de la agenda temática tiene una caracterización enfocada a tratar el tema del proceso electoral en primer lugar y las actividades de campaña en segundo lugar, en ambos medios de comunicación. Lo primero aduce al tratamiento noticioso que tuvieron las instituciones a cargo del proceso y las diferentes etapas como: simulacros, voto en casa, día de las votaciones, biombo, impugnaciones, cuestionamientos entre otras etapas, características de un momento así. *El Universo* tiene un mayor interés por tratar esta temática. Lo segundo, tiene en sí las diferentes actuaciones de los presidenciables durante la campaña: recorridos, visitas, mítines entre otras actividades. *El Telégrafo* es el más interesado en resaltarlo.

Como tercer tema, para *El Universo* encontramos a las irregularidades electorales. Tema que se muestra muy de cerca del segundo tema. El fraude, los cuestionamientos al proceso, las críticas entre otros son las características de esta temática que, el diario resalta entre sus noticias. Mostrando así un interés en posicionar un tema negativo para la institucionalidad electoral. Cuestionando el biombo, los simulacros o el tratamiento del proceso y los momentos tensos que esta tiene, después de la primera vuelta electoral, las dudas proyectadas hacia el balotaje y posterior a él. Este comportamiento, se ajusta a las declaraciones que tienen los diferentes actores políticos que tratan de deslegitimar el proceso. Para un análisis a detalle se podría realizar un estudio sobre el traslado de la agenda temática de los actores de oposición hacia la agenda mediática en este caso en especial.

Para el diario público, el tema de la corrupción se muestra como una mirada al pasado, al proyectar temas como el feriado bancario y temas actuales acerca de la corrupción en Petroecuador y el caso Odebrecht. El interés por mostrar noticias que resaltan el pasado, puede ajustarse al discurso que tiene el gobierno por nombrar a toda la oposición como parte del pasado y decir “el pasado no volverá” una frase célebre de Rafael Correa. Los temas actuales en cambio, hacen mención a las declaraciones de los presidenciables en combatirlo.

Al existir una relación significativa alta entre los diarios, pero con una correlación mínima, no se cumple la primera hipótesis de investigación H1. Durante el proceso electoral existe una correlación entre el medio público y el medio privado con respecto a las temáticas que son destacadas en cada uno. Esta correlación mínima supone que, los temas tratados durante la campaña no se correlacionaron en profundidad, en cuanto a lo que se proyecta sobre los presidenciables y vice presidenciables ni por las noticias en torno al proceso electoral.

Un proceso electoral tiene en las instituciones que están a cargo su garantía. La cobertura noticiosa que resaltan los medios de comunicación tiene una amplia variación. *El Telégrafo* muestra de manera mayoritaria una valoración positiva hacia el proceso, lo cual legitima en gran medida la institucionalidad y la forma en que fue tratada esta etapa. *El Universo* por su parte, si bien tiene un porcentaje mayor en cuanto a la valoración positiva, al haber sido mencionado como temática, las irregularidades del proceso electoral que se aprecia en la (tabla 3) y, estando a la par con la alta valoración negativa, se muestra un interés del medio por deslegitimar la institucionalidad durante el proceso electoral.

Con lo expuesto se cumple, en cierta parte, la hipótesis de investigación H2 Durante el proceso electoral tanto el medio público como el medio privado recurren de manera distinta a las valoraciones: positivas y negativas que tiene el proceso electoral. En torno a lo positivo se aprecia un alto porcentaje por parte de los dos medios, con lo cual no se cumple la hipótesis. Sin embargo, en cuanto a lo negativo, se aprecia una amplia diferencia del medio privado por sobre el medio público, cumpliendo así la hipótesis de investigación en este aspecto específico.

Referencias bibliográficas.

- Acosta, M., & Parra, L. (1995). *Los procesos electorales en los medios de comunicación. Guía para el análisis de contenido electoral en México*. México, D.F.: Academica mexicana de derechos humanos, A.C. y Universidad Iberoamericana .
- Berelson, B. (1952). Content Analysis in Communication Research. *The Free Press*, 197-198.
- Chavero, P. (2015). *Prensa y política en tiempos de crisis: estudio de la legislatura 2008-2011*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Nueva Yersey: Princeton University Press.
- Crespo, I., Garrido, A., Carletta, I., & Riorda, M. (2011). *Manual de Comunicación Política y estrategias de campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva era*. Buenos Aires: Biblos.
- Dearing, J., & Rodgers, E. (1996). *Communication Concepts 6: Agenda-setting*. Thousand Oaks: Sage.
- Hervieu, B., & Samson, E. (2010). *El volcán mediático y su delicada regulación*. Quito: Reporteros sin fronteras. Obtenido de <https://rsf.org/es/informes/el-volcan-mediatico-y-su-delicada-regulacion>
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación*. Barcelona: Bosch.

- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis. An Introduction to its Methodology* (Third Edition ed.). Los Ángeles: Sage Publications, Inc.
- Ley Orgánica de Comunicación. (25 de Junio de 2013). Quito.
- Martínez i Coma, F. (2008). *¿Por qué importan las campañas electorales?* Madrid: Cis .
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento.* Barcelona: Paidós.
- Neuendorf, K. (2002). *The Content Analysis Guidebook.* California : Sage Publications.
- Paletz, D. (1997). Campañas y elecciones. *CIC*, 3, 205-227.
- Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria.* Alicante: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/2297/1/Agenda_Setting.pdf
- Rospir, J. (1999). La globalización de las campañas electorales. En A. Muñoz- Alonso, & J. Rospir, *Democracia mediática y campañas electorales* (págs. 55-86). Barcelona: Ariel Comunicación.
- Salgado, L. (2002). *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia.* Barcelona: Paidós.
- Schulz, W. (1999). Campañas electorales en el entorno multimedia: Evoluciones en Alemania. En A. Muñoz-Alonso, & J. Rospir , *Democracia mediática y campañas electorales* (págs. 125-148). Barcelona: Ariel Comunicación .
- Williams Jr., W., Shapiro, M., & Cutbitrh, C. (1991). The Impact of Camaping Agendas on Perseptions of Issues. En M. McCombs, & D. Protess, *Agenda Setting Readings on Media Public Opinion, and Policymaking* (págs. 251-259). New York: Routledge.
- Zhu, J.-H., & Blood, D. (1996). Media Agenda-Setting Theory: Review of 25-Year Research Tradition. *Hong Kong Journals Online*, 97-149. Obtenido de <http://hkjo.lib.hku.hk/archive/files/4df14c77690eaa96285bfa587205a4a8.pdf>

O Haiti é Aqui: mídia, imigração haitiana e racismo no Brasil

Haití es Aquí: medios de comunicación, inmigración haitiana y racismo en Brasil

Haiti is here: media, Haitian immigration and racism in Brazil

Denise COGO

denisecogo2@gmail.com

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Informe, pp. 427-448)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 18-04-2018 / Aprobado: 29-10-2018

Resumo

Esse artigo apresenta os resultados de uma pesquisa orientada à análise das narrativas produzidas e difundidas, entre 2015 e 2017, em espaços de mídias digitais criadas por imigrantes haitianos no Brasil, enfatizando aquelas narrativas que buscam dar visibilidade às suas experiências no âmbito das relações raciais. A metodologia abrange a coleta de um corpus dessas narrativas em mídias digitais e a realização de 15 entrevistas com imigrantes haitianos. O marco teórico abarca as interfaces entre relações raciais, migrações transnacionais e mídia. Os resultados apontam que as narrativas evidenciam o reconhecimento, por parte dos haitianos, das especificidades que configuram as relações raciais no Brasil, assim como os impactos e modos de enfrentamento do racismo em suas trajetórias migratórias no país.

Palavras-chave: mídias, imigração haitiana, narrativas, racismo, Brasil

Resumen

Este artículo presenta los resultados de una investigación orientada al análisis de las narrativas producidas y difundidas, entre 2015 y 2017, en espacios de los medios de comunicación digitales, por inmigrantes haitianos en Brasil, enfatizando las narrativas que buscan dar visibilidad a sus experiencias en el ámbito de las relaciones raciales. La metodología abarca la recolección de un corpus de narrativas en medios digitales y la realización de 10 entrevistas con inmigrantes haitianos. El marco teórico abarca las interfaces entre relaciones raciales, migraciones transnacionales y medios de comunicación. Los resultados apontan a que las narrativas evidencian el reconocimiento, por parte de los haitianos, de las especificidades que configuran las relaciones raciales en Brasil así como los impactos y los modos de enfrentamiento del racismo en sus trayectorias migratorias en el país

Palabras clave: medios de comunicación, inmigración haitiana, narrativas, racismo, Brasil

Abstract

This article presents the results of a research oriented to the analysis of the narratives produced and disseminated between 2015 and 2017 in digital media spaces, created by Haitian immigrants in Brazil, emphasizing those narratives that seek to give visibility to their experiences in the scope of racial relations. The methodology includes the collection of a corpus of these narratives in digital media and 10 interviews with Haitian immigrants. The theoretical framework encompasses the interfaces between race relations, transnational migrations and the media. The results point out that the narratives show the recognition by the Haitians of the specificities that shape racial relations in Brazil as well as the impacts and ways of coping with racism in their migratory trajectories in the country.

Keywords: media, Haitian immigration, narratives, racism, Brazil

1. Introdução

Entre o ano de 1819 e o final da década de 1940, o Brasil recebeu aproximadamente cinco milhões de imigrantes, principalmente italianos, portugueses, espanhóis, alemães e japoneses, além de grupos migratórios menos expressivos numericamente - como russos, austríacos, sírio-libaneses e poloneses (Seyferth, 2007). Cabe lembrar que o Brasil vem se posicionando historicamente também como uma nação de emigrantes, experimentando, nas décadas de 1980 e 1990, um significativo deslocamento de brasileiros para o exterior, principalmente para países como Estados Unidos, Japão, Portugal e Paraguai.

Contudo, na sua condição de receptor de imigrantes, o Brasil registrou, depois do período pós-guerra, uma redução significativa do fluxo de imigrantes¹, quando, a partir de 2008, começou a se tornar novamente opção de grupos migratórios diversos, dentre os quais norte-americanos, espanhóis, portugueses, senegaleses e haitianos (Cogo & Badet, 2013). Dentre os fatores que contribuíram para esse recente crescimento das migrações no país estão o endurecimento das políticas de imigração nos países do hemisfério norte, a crise econômica global que atingiu Estados Unidos e Europa e a realização, no país, de obras de infraestrutura relacionadas a grandes eventos, como a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e os Jogos Olímpicos de 2016. No entanto, apesar desse crescimento², o Brasil conta com um percentual pouco significativo de imigrantes em sua população, aproximadamente 0,9%, ou seja, um total de 700 mil estrangeiros numa população de mais de 200 milhões³.

É nesse cenário que, em 2010, após o terremoto que atingiu o Haiti, o Brasil começou a se consolidar como uma das novas rotas migratórias da diáspora haitiana no mundo, somando-se a destinos que, há várias décadas, contam com presença significativa dessa diáspora, como Estados Unidos, França, Canadá, República Dominicana, algumas ilhas caribenhas (Bahamas, Martinica, Guadalupe) e a Guiana Francesa (Audebert, 2017; Handerson, 2015). Estimativas do Ministério dos Haitianos Residentes no Exterior (MHAVE) mostraram que nesses países residem a maioria dos cerca de 5 milhões de haitianos que vivem no exterior, o que representa cerca da metade dos 10.413.211 milhões de habitantes que compõem a população do Haiti (Handerson, 2015, p. 40-41).

Dados de 2017 indicam que a comunidade haitiana no Brasil está composta por cerca de 60 a 65 mil pessoas, situando o país como o espaço nacional que abriga o maior contingente de imigrantes haitianos na América do

1 Lembrando, entretanto, que, nas décadas de 1970 e 1980, foi registrado um aumento da presença de imigrantes hispano-americanos (argentinos, uruguaios, bolivianos, paraguaios, etc.), sobretudo de exilados das ditaduras do Cone Sul, assim como de refugiados colombianos.

2 Segundo dados de 2016, divulgados pela Polícia Federal (PF), em 10 anos, o número de imigrantes no país aumentou 160%. Disponível em <https://goo.gl/bDGUZ9>

3 Considerando apenas os imigrantes que contam com regularização jurídica. Disponível em <https://goo.gl/hVE3fm>

Sul e como um dos principais destinos Sul-Sul dessa diáspora⁴ (Handerson, 2017; Audebert, 2017). Os haitianos que chegaram ao país, nesses últimos anos, ingressaram pelas fronteiras da região norte do país e pelos aeroportos de grandes cidades brasileiras – principalmente Rio de Janeiro, São Paulo, e Brasília⁵. Em 2012, o governo brasileiro, através do Conselho Nacional de Imigração (CNIg), criou um dispositivo legal – denominado visto humanitário – orientado à regularização dos haitianos que chegavam sem os vistos exigidos para ingresso no país.

Se, inicialmente, os haitianos que chegaram ao Brasil eram, em sua maioria, homens jovens, com idade entre 23 e 34 anos, a partir de 2013, percebe-se um aumento no número de migrantes mulheres, de crianças e idosos (Ximenes e Almeida, 2014; Silva, 2018). No que se refere à escolaridade, levantamento recente⁶ aponta que a maioria dos haitianos possui mais de dez anos de estudos, o que equivale ao ensino médio no Brasil. Tal dado situa os haitianos “numa condição relativamente superior em relação ao nível médio de formação do trabalhador brasileiro, cuja proporção daqueles que tinham de 11 a 14 anos de formação era de 36,03% em 2013”. (Pnad/IBGE)” (Silva, 2018, p. 462)

São Paulo se consolidou como o estado brasileiro que recebeu quase a metade dos imigrantes haitianos que ingressaram no país a partir de 2010, seguido dos estados situados na região sul do país - Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. No entanto, apesar da preferência pelos grandes centros urbanos, nos primeiros quatro anos de sua presença no Brasil, os haitianos já estavam inseridos em 16 dos 26 estados brasileiros, além do Distrito Federal, onde se situa a capital do país. Isso demonstra que a difusão espacial tem sido uma das especificidades dessa imigração, impulsionada possivelmente pelas lógicas das redes de trabalho e os contratos oferecidos por empresas em cidades de diferentes regiões brasileiras (Handerson, 2017, p. 16).

Os haitianos são, ainda, o grupo migratório com maior presença no mercado de trabalho formal no Brasil, superando migrações clássicas, como a dos portugueses, segundo registra o relatório pelo Observatório das Migrações Internacionais (Cavalcanti, Oliveira, Araujo & Tonhati, 2017). Os imigrantes haitianos exercem atividades laborais ligadas predominantemente aos setores da indústria, construção civil, transportes, alimentação (restaurantes, supermercados) e vigilância, a maioria deles em ocupações diferentes às exercidas no Haiti e, muitas vezes, aquém de suas qualificações.

Embora o terremoto seja frequentemente apontado como a principal motivação para a migração de haitianos para o Brasil, esse novo movimento migratório não pode ser compreendido como decorrência unicamente das

4 Chile, Equador e Peru são os outros três principais países sul-americanos com maior presença de haitianos.

5 Parte dos imigrantes chegados entre 2010 e 2012 já não residiam no Haiti, mas procediam de outros países como República Dominicana, Equador, Cuba e Chile (Handerson, 2017).

6 Realizado pelo Observatório das Migrações em São Paulo, Grupo de Estudos Migratórios da Amazônia, Observatório das Migrações em Santa Catarina e Observatório das Migrações de Rondônia.

consequências da catástrofe que agravou as já precárias condições de sobrevivência de grande parte da população haitiana. Conforme sintetizam Pimentel e Cotinguiba (2014), o fenômeno precisa ser lido em sua multidimensionalidade e à luz da própria constituição histórica do Haiti como uma nação diaspórica.

A partir de entrevistas com imigrantes haitianos, Handerson (2017) levanta alguns aspectos das vinculações sociocomunicacionais entre Brasil e Haiti que teriam contribuído, nos últimos anos, para a consolidação de alguns imaginários nacionais e raciais sobre o Brasil e para a escolha do país como novo destino migratório da diáspora haitiana. O autor destaca, inicialmente, a posição específica ocupada pelo exército brasileiro no comando das tropas da Missão das Nações Unidas para a Estabilização no Haiti (MINUSTAH) entre os anos de 2004 e 2017. Embora a Missão tenha sido marcada pela violência e intervenção nos processos de autonomia do Haiti, pode ter colaborado também para uma aproximação da população haitiana com o Brasil.

Handerson (2017) remete, ainda, ao posicionamento público do governo brasileiro na reafirmação de um discurso de abertura e hospitalidade em relação aos haitianos. Tanto no Haiti como em outros países, circularam narrativas sobre os incentivos que seriam dados à imigração haitiana no Brasil, sobre as ofertas de emprego em obras de infraestrutura da Copa do Mundo de 2014, sobre os altos níveis salariais do país, ou ainda, sobre moradia e alimentação gratuitas que estariam sendo oferecidas aos trabalhadores imigrantes⁷. Por fim, um último aspecto mencionado pelo pesquisador faz referência à propaganda e imagem do Brasil no Haiti, associadas à ideia de um “paraíso racial”, e que poderiam ter incidência especialmente no imaginário daqueles imigrantes haitianos que enfrentaram experiências de discriminação na República Dominicana e no Equador.

Além desses três aspectos, Handerson (2017) destaca também a construção histórica de vínculos culturais entre Brasil e Haiti, ancorados em elementos culturais como a origem africana comum, a música e o futebol, ou, ainda, a reatualização desses vínculos através da difusão, por parte da televisão haitiana, de produções midiáticas brasileiras como as telenovelas e os desfiles de carnaval do Rio de Janeiro.

A despeito da redução da entrada de imigrantes haitianos decorrente da crise econômica e do aumento do desemprego no Brasil a partir de 2015⁸, Silva (2018, p. 459) afirma que a presença dessa nova imigração se consolidou em várias regiões brasileiras em decorrência de fatores como a transformação do

⁷ Cabe lembrar aqui das duas visitas oficiais realizadas ao Haiti após o terremoto de 2010, pelos presidentes brasileiros Luís Inácio Lula e Dilma Rousseff, que, em seus discursos, destacaram a abertura do país à imigração haitiana (Cotinguiba e Pimentel, 2014, p. 33; Handerson, 2017, p. 14).

⁸ Muitos haitianos se dirigiram a outros países, como Chile e Estados Unidos. Posteriormente, após a eleição Donald Trump e a adoção, pelos EUA, de uma política de maior controle das fronteiras e de ingresso de imigrantes, foi possível observar dinâmicas de remigração de haitianos, ou seja, um novo fluxo composto por alguns imigrantes que retornaram ao Brasil e outros que chegaram pela primeira vez. Mais informações em: <https://bit.ly/2R4w99A>

visto humanitário em permanente, a reunificação familiar ou como resultado, ainda, dos próprios processos de inserção sociocultural desses imigrantes (Silva, 2018, p. 459).

No marco desses cenário, o artigo aqui proposto tem como objetivo analisar um conjunto de narrativas produzidas e difundidas, entre 2015 e 2017, em espaços de mídias digitais criadas por imigrantes haitianos no Brasil. Focalizamos, especialmente, aquelas narrativas em que esses imigrantes buscam dar visibilidade às suas experiências no âmbito das relações raciais, assim como evidenciar as estratégias contradiscursivas de enfrentamento do racismo em suas trajetórias migratórias no país. A metodologia da pesquisa abrange a coleta de um corpus dessas narrativas em mídias digitais e a realização de 15 entrevistas com imigrantes haitianos em três regiões brasileiras. O marco teórico abrange as interfaces entre relações raciais, migrações transnacionais e mídia, conforme passamos a desenvolver a seguir.

2. Marco teórico - relações raciais, migrações transnacionais e mídias

O Brasil foi o último país das Américas a libertar os negros escravizados em um ato oficial⁹, que decorreu de um longo processo de movimentos abolicionistas precedidos das leis “Eusébio de Queirós” (1850)¹⁰; “Lei do Ventre Livre” (1871)¹¹; e “Lei dos Sexagenários” (1885)¹². No entanto, a herança do sistema escravista ainda perdura e opera como marcador das relações étnico-raciais brasileiras, na reatualização do racismo e na naturalização das desigualdades sociais no país. “O recorrente confinamento de afro-brasileiros em escalões inferiores da estrutura social brasileira colabora, em grande medida, para a cristalização da ideologia do racismo sustentada na hierarquização dos seres humanos, baseada em origens étnicas e tons de pele” (Cogo & Machado, 2011, p. 217-218)¹³.

No contexto brasileiro, as teorias e práticas sobre as relações étnico-raciais são marcadamente influenciados pela perspectiva da mestiçagem (Munanga, 2004). O permanente e intenso processo de miscigenação que acabou constituindo o Brasil como uma nação multirracial, e não birracial ou claramente polarizada, como é o caso dos Estados Unidos, não reduziu o

9 As notícias oficiais de liberdade em todo o território nacional só se confirmaram no dia 13 de maio de 1888, data da assinatura da Lei Imperial 3.353, conhecida como Lei Áurea.

10 Proibiu a entrada de novos africanos escravizados no país.

11 Libertou os filhos e filhas de africanas e afro-brasileiras escravas que nascessem após essa data.

12 Libertou os africanos e os afro-brasileiros com mais de 65 anos de idade.

13 Mais da metade da população brasileira (54%) é constituida de pretos ou pardos, sendo que a cada dez pessoas, três são mulheres negras, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Contudo, em 2015, os brasileiros brancos ganhavam o dobro do que os negros. A crise e o desemprego também atingem com mais força a população negra brasileira: eles são 63,7% dos desocupados, o que corresponde a 8,3 milhões de pessoas. Atualmente, de cada 100 pessoas assassinadas no Brasil, 71 são negras. As mulheres negras também são as mais vitimadas pelo feminicídio e a violência doméstica (Oliveira, 2017).

racismo, mas sim complexificou as relações raciais e as dinâmicas de exclusão e desigualdades sociais baseadas nos referentes étnico-raciais (Chaves & Cogo, 2013). Além disso, há, ainda, no senso comum, um argumento recorrente que tende a esvaziar o preconceito racial, deslocando do étnico e situando as desigualdades sociais na esfera da classe social. Ou seja, o argumento de que “o pobre e não o negro é quem não ascende” busca esvaziar a evidência de que os afro-brasileiros são os mais desfavorecidos em termos de direitos cidadãos (Cogo & Machado, 2011, p. 220).

No marco dos processos de mestiçagem, a política de branqueamento assumiu, no Brasil, uma especificidade que condicionou as relações raciais também de modo distinto ao observado na trajetória de outras nações, repercutindo na formulação das políticas migratórias nacionais. A concepção de “supremacia branca”, que exclui aqueles que não se enquadram no padrão imposto, foi substituída pela admissão da “superioridade branca”, pautada na hierarquização entre as raças e não inclusão dos considerados “diferentes” ou “inferiores”.

Desde os primeiros movimentos migratórios para o Brasil, pesquisadores como Seyferth (2000) tem se preocupado em evidenciar a existência de controle de fluxos de imigração no país associados a esse ideal do imigrante branco e europeu. A autora aponta que Estado e governos se moviam pelo objetivo de assegurar o que o país supostamente necessitava, ou seja, de “trabalhadores brancos e sadios, agricultores exemplares oriundos do meio rural europeu, com todas as ‘boas qualidades’ do camponês e do artífice, obedientes à lei, dóceis e morigerados, de moral ilibada, etc.”¹⁴ (Seyferth, 2000, p.3). Embora no início da imigração europeia as exclusões de natureza racial ou cultural tenham tido importância secundária, isso não significou tolerância quanto ao perfil do imigrante ideal, segundo sintetiza a autora:

A existência da imigração coincidindo com o regime escravista e o discurso sobre ‘trabalho livre’, por princípio, excluía os negros - desqualificados, sobretudo após a proibição do tráfico, em 1850, por sua suposta inferioridade racial e cultural, e por serem, em função disso, considerados incompatíveis com a civilização e incapazes de produzir desenvolvimento econômico. Antes e depois da abolição, dizia-se que cogitar uma corrente imigratória da África para o Brasil seria equivalente ao indireto restabelecimento do tráfico. (Seyferth, 2000, p. 1)

Em 1888, após abolição da escravidão no Brasil, a alternativa encontrada para a substituição da mão de obra negra foi a remuneração de colonos europeus e asiáticos pelo trabalho em áreas rurais e em outros setores da economia. Alguns ex-escravos se tornaram trabalhadores livres, embora isso não tenha impedido que continuassem preteridos para os postos de trabalho

14 Dentre os europeus, eram considerados ‘indesejados’ grupos como refugiados, deficientes físicos, ciganos, ativistas políticos, velhos, comunistas e os condenados criminalmente.

disponíveis. Mesmo após a Proclamação da República brasileira, em 1889, os escravos libertos não conseguiram negociar as regras e condições do novo regime de trabalho com os proprietários de terras. Essa situação obrigou muitos escravos a abandonarem os locais onde moravam, ficando destituídos seja da parcela das terras onde trabalharam seja de políticas reparatórias por parte do governo brasileiro, processo que contribuiu para a produção de desigualdades sociais e econômicas da população afro-brasileira que ainda persistem (Chaves & Cogo, 2013).

A tese do “branqueamento” da população brasileira sustentou igualmente o debate sobre a necessidade de assimilação dos migrantes, postulado presente desde meados do século XIX e que perdurou durante o governo do Presidente Getúlio Vargas, entre 1937 e 1945. Se, por um lado, esse postulado situava os europeus como parte de um processo de miscigenação cultural, por outro lado, havia uma expectativa de sua integração à cultura nacional através de um processo de “abrasileiramento”. O imaginário nacionalista, profundamente apegado a um sentido étnico de formação nacional, ajudou a criar não só outras formas de exclusão por graus de assimilabilidade (privilegiando migrantes de comprovada latinidade), como reafirmou os preceitos racialistas de desqualificação dos nativos da Ásia e da África (Seyferth, 2000, p. 2).

Na impossibilidade de ser revertida, a miscigenação vai ser ressignificada pelas elites intelectuais, científicas e políticas brasileiras através de estratégias de racionalização que incluem o reforço à ideologia assimilacionista ou do branqueamento. Ideologia que, sustentada por mitos como o da democracia racial¹⁵, passa a operar no âmbito das relações sociais para escamotear o racismo¹⁶, os conflitos e as desigualdades entre os grupos étnicos existentes no Brasil. É nesse contexto que a desconstrução das políticas de branqueamento e de mitos como o da democracia racial se tornaram questões centrais na luta dos movimentos sociais negros e antirracistas no país, podendo ser observada nas disputas mais recentes envolvendo a implementação de políticas de ações afirmativas no Brasil a partir da primeira metade dos anos 2000 e que, em 2012, foram consideradas constitucionais pelo Supremo Tribunal Federal (Chaves & Cogo, 2013).

Cabe agregar aqui os impactos, no Brasil, da Revolução do Haiti¹⁷ (1791-1825), liderada pelo escravo liberto Toussaint L’Ouverture, tanto no pensamento e nas lutas do movimento negro quanto em outros setores sociais. A revolução, que culminou com a abolição da escravidão e a proclamação da Independência do Haiti, inspirou e marcou a trajetória do pensamento e as

15 Fundamentada no postulado de convivência harmônica e pacífica das três raças – branco, negro e índio – que formaram o país, o conceito de democracia racial se populariza a partir da proposição do sociólogo brasileiro Gilberto Freyre (2013).

16 Os atos de discriminação por raça e cor são considerados crimes no Brasil desde 1989, quando entrou em vigor a Lei 7.716.

17 Haiti foi o nome dado à ex-colônia de São Domingos após a Independência.

lutas dos movimentos negros em distintos contextos nacionais. Ao tratar das repercussões da Revolução Haitiana no Brasil colonial e imperial, entre 1800 e 1840, Morel (2017, p. 307) lembra que os personagens da Revolução, cativos que se tornaram dirigentes políticos, eram conhecidos no Brasil e passaram a representar uma ameaça aos interesses dos escravistas, além de gerarem simpatia entre diferentes setores da sociedade nacional. Divulgados através de circuitos discursivos impressos, manuscritos ou orais, os ideais da Revolução Haitiana se disseminaram, segundo o autor, inclusive, entre os trabalhadores não escravizados e grupos dirigentes e dominantes brasileiros, repercutindo no debate sobre as soberanias nacional e popular, o antirracismo e a crítica à escravidão.

Nesse trabalho, interessa-nos refletir como, em espaços das mídias, são produzidas narrativas que (re)atualizam esses vínculos históricos entre Brasil e Haiti no marco específico da vivência das relações raciais por imigrantes haitianos. Do ponto de vista da centralidade que assumem as mídias nas sociedades contemporâneas, Silverstone (2010) situa a participação na cultura midiática como uma dimensão cada vez mais preponderante de nossa experiência social. Entender essa participação como ativa, implica, para o autor, reconhecer que essa atividade ou essa agência pressupõe algum tipo de responsabilidade, tendo em vista que a polis dos meios não existe sem nossa participação, inclusive na instância da produção das mídias. “As respostas sociais ou políticas dos participantes estão estreitamente vinculadas com o mundo que procuram representar e disputar por meio das imagens midiáticas”, sintetiza o autor (Silverstone, 2010, p. 168). Sem desconsiderar as dinâmicas de dominação e homogeneização das mídias, Martín-Barbero (2004) também analisa, no contexto latino-americano, os usos sociais dos meios de comunicação por setores sociais em sua perspectiva de configuração de outras formas de saber, percepções, sensibilidades, linguagens, sociabilidades, assim como de modos de resistência e intervenção na realidade social.

Em um cenário de intensa oferta de imagens sobre as migrações transnacionais, Georgiou (2018) nos convida a refletir sobre a hipervisibilidade de imigrantes e refugiados na mídia *mainstream* para indagar sobre as possibilidades que, em espaços das mídias digitais, esses migrantes participem e se tornem também agentes de seus próprios regimes de visibilidade. Ou seja, que, nesses espaços, imigrantes e refugiados possam falar sobre suas trajetórias de mobilidade, propor modos de representação simbólica sobre suas experiências, sem estarem subordinados unicamente às vozes de mediadores, ou especialistas. A autora não deixa de destacar, contudo, a complexidade implicada nessas disputas e negociações comunicacionais, alertando que “nem todo mundo fala e é ouvido do mesmo modo; nem todo mundo é igualmente representado, mesmo estando digitalmente presente” (Georgiou, 2018, p. 49).

Na perspectiva desses autores, buscamos refletir sobre como a apropriação de espaços nas mídias digitais (como websites, grupos e perfis em plataformas

como Facebook, YouTube, etc.), vem gerando dinâmicas de transnacionalismo no contexto de redes de imigrantes haitianos, nas quais são produzidas e compartilhadas narrativas sobre o Brasil como novo espaço de inserção da diáspora haitiana no mundo. Guarnizo (2004) utiliza a expressão “viver transnacional” para defender que essas ações exercem um impacto social e não apenas econômico relacionado ao envio, pelos migrantes, de remessas aos seus países de origem. O “viver transnacional” se compõe, na visão do autor, de um intenso fluxo de ideias, comportamentos, identidades e capital social que constituem as interações em redes migratórias, vinculando os países de origem e destino dos migrantes. Cabe destacar, contudo, que as práticas transnacionais não são sempre universais e regulares, ou contam com a participação de todos os imigrantes, embora não possam, também, ser avaliadas apenas pela dimensão numérica dessa participação, conforme propõe Portes (2004). Ou seja, é necessário considerar a soma das ações transnacionais regulares dos ativistas e daquelas pontuais, realizadas por outros migrantes. Glick Schiller, Bach e Szanton, Blanc (1992, p. 9) assumem o termo “transmigrante” para refletir sobre como a vida cotidiana dos migrantes transnacionais estão constituídas por interconexões múltiplas e constantes entre fronteiras internacionais e identidades públicas nas quais os migrantes articulam relações com as sociedades de origem e destino”

Nessa perspectiva, cabe destacar também as vinculações entre transnacionalismo migrante e o advento e expansão das tecnologias na área dos transportes e das comunicações. Se comparado com o passado, conforme destaca Portes (2004), os migrantes dispõem hoje de muitos mais recursos tecnológicos para manterem laços econômicos, políticos ou culturais com os respectivos países de origem. Haesbaert (2007) situa na maior velocidade dos meios de transporte e no acesso às tecnologias da comunicação os fatores primordiais que impulsionaram experiências de multiterritorialidade¹⁸, compreendidas como aquelas que envolvem a vivência concomitante, pelos sujeitos, incluindo os migrantes, de múltiplos territórios, provocando mudanças nas dinâmicas socioespaciais e geográficas contemporâneas.

Nas suas dinâmicas transnacionais de usos das mídias digitais, os imigrantes haitianos buscam articular, denunciar e dar visibilidade às suas demandas por cidadania que abrangem, dentre outras, a regularização jurídica; o acesso à moradia, à saúde e à educação (como realização de cursos de português e revalidação de diplomas) e a espaços de lazer e entretenimento; a busca de trabalho; o envio de remessas aos países de origem e a reagrupação familiar. As intervenções dos imigrantes haitianos, nas mídias digitais, têm estado orientadas, ainda, ao deslocamento de representações construídas pela mídia brasileira que estiveram demarcadas seja por olhares complacentes de reafirmação da pobreza, precariedade e vulnerabilidade do Haiti seja pela reiteração da

18 Definida, pelo autor, como “a experimentação concomitante, pelos sujeitos, de múltiplos territórios.”

retórica da “invasão” de haitianos e dessa nova imigração como “problema” e “conflito” (Autor & XXX, 2016).

Os haitianos têm se mobilizado em espaços digitais também para o questionamento sobre a seletividade e a hierarquia raciais que demarcam a sua inserção e de outros imigrantes internacionais no Brasil, perspectiva que interessa especificamente a esse trabalho. Em 2015, pudemos observar um exemplo dessas mobilizações no episódio de produção e publicação “não consentida” da fotografia de um imigrante haitiano recém-chegado à cidade de São Paulo em um ônibus que transportava haitianos oriundos da região norte do país. Sob a legenda “Haitiano toma banho em mictório”, a imagem fotográfica, publicada nos jornais Agora e Folha de São Paulo, e replicada em diferentes espaços da internet, foi capturada, em 19 de maio de 2015, em um banheiro da Missão Paz, organização confessional vinculada à Igreja Católica, onde se situa a Casa do Imigrante¹⁹. A captura dessa imagem, supostamente sem o consentimento do imigrante fotografado, e, posteriormente, sua escolha como vencedora da categoria fotografia do Prêmio Vladimir Herzog²⁰, mobilizou um conjunto de denúncias e debates nas redes migratórias de haitianos em São Paulo sobre a ética jornalística e as repercussões desse tipo de representação midiática nos direitos humanos e cidadania desses imigrantes no país²¹ (Cogo & Pássaro, 2017).

A produção de narrativas dos imigrantes haitianos nas mídias digitais abordado nesse trabalho se inscreve em um campo de disputas sobre a “diferenciação do Outro”, conforme conceito proposto por Hall (2016), no qual vem se engendrando historicamente “regimes racializados de representação” que se constroem e consolidam por meio de diferentes repertórios, suportes e estratégias discursivas. Hall (2016) situa nos processos da escravidão, da colonização europeia e das migrações do “Terceiro Mundo” para a Europa e a América do Norte após a Segunda Guerra Mundial, a criação dos principais componentes de um encontro de “Ocidente” com as populações negras que deram origem a um campo de representações populares baseadas na marcação da diferença racial. Trata-se, na visão do autor, de um amplo fluxo de ideias e imagens que vão compor práticas representacionais para fixar a diferença, deter a desestabilização e assegurar o “fechamento” discursivo ou ideológico sobre o negro no mundo ocidental.

O estereótipo opera, nesse campo, como a prática significante central para a representação da diferença racial e a manutenção da ordem social e simbólica na medida em que busca estabelecer uma fronteira simbólica entre o “normal” e o “desviante ou patológico”, o que “pertence” e “não pertence”, o “nós” e o “eles” (Hall, 2016). Através de formas como a essencialização, a redução, a naturalização e a construção de oposições binárias sobre o negro, a prática

19 Centro de acolhida de imigrantes situado no centro de São Paulo.

20 Um dos mais importantes prêmios na área de jornalismo, anistia e direitos humanos do Brasil.

21 Esses debates envolveram, ainda, a associação de imigrantes haitianos em São Paulo e integrantes de setores acadêmicos e organizações de apoios às migrações.

representacional da estereotipação²² se materializa em um conjunto de produções comunicacionais (mapas, desenhos, caricaturas, ilustrações, escritos de viagens, jornais, fotografia, etc.) que, em diferentes etapas históricas, articulam discurso visual e conhecimento racializados, como, por exemplo, aqueles relacionados ao corpo negro.

No contexto brasileiro, pesquisadores vêm produzindo, nas últimas décadas, um conjunto de reflexões sobre como os meios de comunicação têm operado como instância de exclusões e inclusões racializadas dos afrodescendentes. As mídias participam na produção e sustentação do racismo estrutural constitutivo da sociedade brasileira por meio de discursos que naturalizam a superioridade branca, consentem com o mito da democracia racial e discriminam os negros (Silva & Rosemberg, 2008). Articuladas ao ativismo dos movimentos negros, essas pesquisas têm evidenciado, ainda, a emergência e consolidação de espaços comunicacionais de criação e produção de mídias próprias produzidas pelas redes de afro-brasileiros e movimentos negros (jornais, blogs, websites, audiovisuais, etc) (Chaves & Cogo, 2013).

Nessa perspectiva, a mídia vem se constituindo também em um campo de disputa em torno do que Hall (2016) define como “reversão dos regimes de representação raciais dominantes” materializados em discursos e práticas contraestratégicas de movimentos sociais e raciais que visam desestabilizar significados sobre a diferenciação racial. A análise desenvolvida a seguir tem como objetivo compreender como as narrativas de imigrantes haitianos nas mídias digitais operam para ressignificar esses regimes de representação racial em suas experiências migratórias no Brasil.

3. Metodologia

A análise proposta nesse trabalho se fundamenta em uma metodologia de caráter qualitativo que abrangeu dois procedimentos. O primeiro deles consistiu na observação e coleta de um corpus de narrativas de distintos formatos e gêneros, produzidas e compartilhadas no contexto das mídias digitais (sites, redes sociais, etc.) por imigrantes haitianos no Brasil entre os anos 2015 e 2017, que aparecem relacionadas a seguir:

- a. Espetáculo Teatral Cidade Vodu 23 - <https://bit.ly/2UcPBVI>
- b. Espetáculo Teatral “Haiti Somos nós” - <https://bit.ly/2FnxuDg> e <https://bit.ly/2UcPBVI>

22 Para Hall (2016), os estereótipos se referem tanto ao que é imaginado como fantasia como aquilo que é percebido como “real”.

23 A autora do trabalho assistiu ao vivo os dois espetáculos teatrais integrantes do corpus da pesquisa. Os links mencionados são exemplos de materiais que circularam na mídia para sua divulgação e que foram coletados na pesquisa.

- c. Projeto Vivências – Websérie Superação (capítulos A Chegada, Superação e Dia a Dia) <https://bit.ly/2YicGFI>; <https://bit.ly/2HEbmYU> e <https://bit.ly/2HQJJLp>
- d. Reportagem em Quadrinhos “O Haiti é aqui: uma outra história dos haitianos no Brasil”- <https://bit.ly/2Fxmqop>
- e. Videoclipe Fuga de Cérebros - <https://bit.ly/2JLoqKC>
- f. Perfil do Facebook “O que a mídia não mostra do Haiti” - <https://bit.ly/2TX9JMe>
- g. Vídeo Campanha para a reforma da Sede da União Social de Imigrantes Haitianos no Brasil (USIH) - <https://bit.ly/2FxluAn>
- h. Biografia “Sonhos que mobilizam um imigrante haitiano” <https://bit.ly/2FwPpbN>
- i. Vídeo-campanha de financiamento coletivo para a construção de uma escola no Haiti - <https://bit.ly/2FylYgn>
- j. Webrádio Jovens Haitianos Progressistas - <https://bit.ly/2Frzlqq>
- k. Programa Rosto Verdadeiro do Haiti - <https://bit.ly/2TW1oda>

Alguns desses materiais, que não poderiam ser considerados estritamente midiáticos, como os espetáculos teatrais, foram escolhidos por seu caráter comunicacional e por terem tido presença significativa tanto em espaços midiáticos digitais criados pelos próprios haitianos como terem sido objeto de ampla cobertura e divulgação por parte da mídia brasileira. Tratam-se de materiais digitais que se caracterizam pela diversidade e convergência de formatos e linguagens, como decorrência das próprias possibilidades abertas pelo acesso à internet e seu uso crescente pelos imigrantes. Os materiais foram criados por grupos ou coletivos de haitianos e, em alguns casos, com a colaboração de brasileiros e imigrantes de outras nacionalidades. Sua produção é, de modo geral, resultado do trabalho voluntário e não está vinculada a grupos, coletivos ou a práticas comunicacionais que têm uma existência orgânica, regular ou permanente. O que, segundo percebemos, é reflexo tanto da presença recente da imigração haitiana no Brasil quanto da fluidez e transitoriedade que caracterizam tanto as redes migratórias como o próprio campo da produção e difusão das mídias digitais. Em alguns casos, como os dois espetáculos teatrais e a Websérie Superação, os imigrantes contaram com recursos de governos locais para a produção dos materiais, inclusive via a obtenção de recursos em editais públicos. No caso da rádio JHP, a equipe busca captar pequenos anúncios ou, ainda, associar sua atuação com atividades no campo da produção cultural (produção de shows e espetáculos) com vistas a autossustentação.

A maioria desses materiais deriva, assim, de processos de produção que tiveram uma existência pontual e transitória²⁴, que se deve, por um lado, às próprias condições limitadas de que dispunham os imigrantes para sua a produção, seja pela própria natureza da produção comunicacional (como são os casos dos espetáculos teatrais, da história em quadrinhos, da biografia, do videoclipe e dos dois vídeos-campanha de financiamento coletivo). Dos onze materiais analisados, o perfil do *Facebook* “O que a mídia não mostra do Haiti” e a web rádio Jovens Haitianos Progressistas²⁵ são as duas experiências que mantêm regularidade. Os materiais foram produzidos em três idiomas empregados pelos haitianos - português, francês e crioulo.²⁶ Cabe destacar, ainda, que parte dos materiais analisados não focaliza apenas experiências relacionadas ao racismo; porém, atribuem centralidade à questão racial. Esse foi, aliás, o critério prioritário adotado para a seleção dos materiais, uma vez que não tivemos a pretensão (e nem haveria essa possibilidade) de construir um corpus para análise que incorporasse integralmente o fluxo de materiais produzidos pelos haitianos nas mídias digitais.

Todas essas características específicas das produções midiáticas dos haitianos e seus modos de compartilhamento na internet condicionaram o processo de aproximação, mapeamento e coleta dos materiais para composição do corpus de análise da pesquisa. O acesso aos materiais foi possibilitado por diferentes interações que estabelecemos com as redes de imigração haitiana no Brasil, com redes de pesquisadores e ativistas da imigração, ou, ainda, a partir de sua divulgação por organizações midiáticas brasileiras, como o Portal UOL e a Folha de São Paulo.

A coleta de alguns materiais nos conduziu à escolha, para entrevista, de imigrantes haitianos que tiveram participação na produção dos materiais midiáticos. Em sentido inverso, também alguns materiais acabaram sendo descobertos e coletados a partir de entrevistas realizadas com imigrantes haitianos que conhecíamos por sua participação em ações de mobilização em redes migratórias. Como segundo procedimento metodológico, efetuamos um total de 15 entrevistas semiestruturadas com 15 imigrantes – doze homens e três mulheres – que residem em seis cidades das regiões Sudeste, Sul e Centro Oeste do Brasil.²⁷

Para a compreensão da noção de narrativas, orientamo-nos pelas reflexões de Ricoeur (2010) sobre a constituição do sujeito a partir das histórias que vai contando de si mesmo que vai contando de si mesmo e, sobretudo do modo como conta a si próprio as sequências narrativas de suas identidades individu-

24 Embora os produtos continuem disponíveis na internet.

25 Após a conclusão do trabalho de campo da pesquisa, observamos o surgimento de outro projeto radiofônico dos haitianos - a Rádio Latina do Caribe – com a participação de alguns imigrantes que fizeram parte da rádio JHP. A Rádio Latina do Caribe pode ser acessada em: <https://bit.ly/2HCsDS7>

26 Alguns são produzidos em um único idioma e outros em mais de um idioma.

27 No artigo, identificamos com codinomes os haitianos entrevistados, embora os nomes de alguns entrevistados apareçam publicamente nos materiais midiáticos analisados.

ais e coletivas. Arfuch (2002) enfatiza o quanto as narrativas são estruturantes das identidades dos sujeitos que, para falarem de “si”, se reconhecem e realizam a unificação imaginária de uma multiplicidade de vivências. A sociedade em rede e as tecnologias da comunicação contribuem para a emergência de sujeitos que se narram em operações marcadas por afetos, mas também por tensões e disputas sobre suas experiências.

4. Haitianos, relações raciais e narrativas nas mídias digitais

A análise dos dados obtidos nos permite evidenciar, inicialmente, que as narrativas produzidas pelos imigrantes haitianos nas mídias digitais expõem seus processos de reconhecimento da existência, no Brasil, de um racismo “não imaginado” antes de seu processo migratório, assim como de descoberta das especificidades que configuram as relações raciais no contexto brasileiro.

Sintetizada nos títulos dos dois espetáculos teatrais - “Haiti Somos Nós” e “Cidade Vodu”, assim como na reportagem em quadrinhos “O Haiti é aqui: uma outra história dos haitianos no Brasil”, essas narrativas se ancoram na evidência que as relações raciais que aproximam historicamente os dois povos e culturas – brasileira e haitiana – são as mesmas que os distanciam na trajetória migratória vivenciada contemporaneamente pelos imigrantes haitianos no Brasil.

O espetáculo teatral “Cidade Vodu” focaliza a trajetória de um personagem haitiano – Breda – que inicia no século XVIII e atravessa as diferentes etapas da vida nacional haitiana. Breda vivencia, junto a outros personagens da peça, as experiências de opressão, revolta e emancipação do povo haitiano em episódios da “Revolução do Haiti”, do terremoto de 2010 e dos processos de migração e inserção no Brasil. Em vídeo sobre o espetáculo Cidade Vodu compartilhado nas redes sociais, o diretor²⁸ resume a proposta da obra teatral: É um espetáculo construído, elaborado por artistas brasileiros e artistas haitianos refletindo sobre essa relação, que perceberam que, ao falar sobre o Haiti contemporâneo, estavam falando sobre o Brasil e, ao falar sobre o Brasil, estavam falando sobre o Haiti [...] Quando eles chegam no Brasil, eles se deparam com o que eles não imaginavam encontrar que é o racismo [...] Revelamos a perspectiva de haitianos imigrantes e refugiados silenciados, mas que falam em cena do preconceito que encontraram aqui²⁹.

No mesmo vídeo, dois outros atores do espetáculo testemunham sobre suas experiências de descoberta e vivência do racismo no Brasil. O primeiro, que atua também como cineasta, conta que “quando eu cheguei aqui não tive

28 O diretor é brasileiro.

29 Disponível em <https://bit.ly/2uq62iW>

o espaço aberto por causa de preconceito [...] Aqui a pessoa não tem mente aberta para falar com o estrangeiro e ainda se você é negro [...] Se você é negro, tem um lugar que não é feito pra você³⁰. O outro ator, e também músico, evoca a hierarquização e seletividade no tratamento dado aos imigrantes de origem negra pelas políticas migratórias brasileiras. “Se você for na Polícia Federal, você vai ver tantos alemães, americano, colombiano, boliviano, que está fazendo o mesmo documento [...] mas o que eu posso chamar, eu posso dizer que é preconceito, eles só veem as pessoas de cor, de cor negra³¹.

No espetáculo teatral “O Haiti Somos Nós”, atores haitianos compartilham com a plateia suas experiências de migração e inserção na cidade de São Paulo e a descoberta da especificidade do “racismo à brasileira”. Um dos atores haitianos da peça, também presidente da União Social de Imigrantes Haitianos no Brasil (USIH), diz que “quando chegamos aqui no Brasil, estamos sofrendo muito de discriminação, racismo e trabalho escravo”, lembrando da pouca eficácia das denúncias de racismo sofrido por haitianos impetradas pela USIH no Ministério Público brasileiro. A partir de sua experiência no Brasil, o haitiano revela, ainda, percepções sobre as singularidades da estruturação das relações raciais do racismo no Haiti:

O Haiti é um país negro, e qualquer pessoa branca é considerada como negro lá no Haiti. Tem preconceito, mas racismo é difícil. Não vou falar que é impossível, mas é difícil, porque o povo é considerado negro lá. Eles não acostumam de sofrer de preconceito, racismo, pessoa falando ‘volta pro seu país, o Haiti não é aqui’, muitas palavras, muitas, entendeu, ruim. (Jacky., Entrevista pessoal Nº 1, Setembro de 2016)

Na reportagem em quadrinhos “O Haiti é aqui: uma outra história dos haitianos no Brasil”, o testemunho de um haitiano lembra “que muita gente que não nos dá emprego em áreas de atendimento a clientes porque somos negros”³², referindo, ainda, o desejo dos imigrantes em “mostrar um pouco o que pensamos, muitos brasileiros não conhecem o Haiti e pensam que somos africanos”³³. Em sua biografia “Sonhos que mobilizam um imigrante haitiano”³⁴, Sheedy³⁵ relata seus esforços em preservar o orgulho de sua origem, mesmo que no Brasil perceba discriminação baseada na cor da pele. “Pensam que a gente por ser negro é ignorante, falam mal da cultura.”³⁶

No âmbito dos estudos culturais, o historiador Johnson (1999, p. 92) assinala que “contamos estórias sobre o passado, na forma de memória, que constroem versões de quem atualmente somos”. No caso dos imigrantes haitianos,

30 Disponível em: <https://bit.ly/2uq62iW>

31 Disponível em: <https://bit.ly/2uq62iW>

32 Disponível em: <https://bit.ly/2Fxmqop>

33 Disponível em: <https://bit.ly/2Fxmqop>

34 O livro autobiográfico foi escrito em coautoria com a pesquisadora Margarita Gaviria Mejía.

35 Sheedy também foi um dos entrevistados da pesquisa.

36 Gaviria Mejía, Simon (2015, p. 36). Acesso em: <https://bit.ly/2FwPpbN>

o enfrentamento com o racismo vivenciado no Brasil se materializa em esforços de recontar a história da nação e do povo haitiano na perspectiva de reafirmar a autonomia do Haiti através da reconstituição de uma historiografia “não oficial” relacionada especialmente à Revolução Haitiana. Isso pode ser observado nos dois espetáculos teatrais referidos anteriormente, cujas narrativas apontam para a construção de outras representações sobre o Haiti e os haitianos através de um recontar a história da nação e de seu povo.

A revolução posicionou o Haiti, na geopolítica colonial e internacional, como o único Estado Nacional formado a partir de uma rebelião de escravos, como o primeiro país nas Américas a abolir a escravidão e como o segundo a proclamar a Independência (Morel, 2017). No marco dessa geopolítica, em que as relações raciais foram centrais nas lutas pela autonomia da nação haitiana, consolidaram-se representações hegemônicas sobre o Haiti e os haitianos que, pautadas na falta, na precariedade e na pobreza do Haiti, buscam ser descontruídas nas narrativas dos imigrantes aqui analisadas.

Essas narrativas evidenciam o que podemos denominar estratégias contradiscursivas de haitianas e haitianos que visam aproximar a sociedade brasileira de outros relatos historiográficos, na perspectiva de oferecerem também outras representações sobre o Haiti contemporâneo e “normalizar” a presença dessa nova imigração no Brasil. São narrativas que, na visão de Hall (2016) aqui abordada, situam seus enunciadores-imigrantes no campo de disputa de regimes racializados de representação, mesmo quem em desigualdade de condições e poder.

As pessoas falam que no Haiti não tem dinheiro, sempre num tom negativo. Mas eu penso que eles falam isso porque não estão educados. Se você for ao Haiti, vai ver que não é assim como todos pensam. Eu era comerciante quando estava lá, trabalhava levando produtos de um país a outro. Eu fazia negócios comprando frutas como abacate e banana (Relato de haitiano em Reportagem em Quadrinhos “O Haiti é aqui: uma outra história dos haitianos no Brasil”³⁷)

Eu já vi brasileiros falando que no Haiti não tinha nada, água, comida, frango, um dia conversei com um rapaz da Bahia, e ele só falou mal do meu país. O filme foi uma boa ideia para mostrar o oposto³⁸. (Relato de haitiano na Reportagem em Quadrinhos “O Haiti é aqui: uma outra história dos haitianos no Brasil”³⁹)

Haitianos deixam família em busca de trabalho, vão em qualquer país buscar a vida [...] Chegaram ao Brasil em busca de vida. São homens e mulheres de fibra, de 15 a 60 anos, cheios de conhecimentos, cheios de talento, tem engenheiros, tem médicos, tem enfermeiros, tem até analfabetos. (Trecho da letra do videoclipe *Fuga de Cérebros* interpretada por Nivard, imigrante haitiano⁴⁰)

37 Disponível em: <https://bit.ly/2Fxmqop>

38 O haitiano refere-se à Websérie *Superação* também integrante do corpus de mídias focalizada nesse artigo.

39 Disponível em: <https://bit.ly/2Fxmqqp>

40 Disponível em: <https://bit.ly/2JLoqKC>

O programa “Rosto Verdadeiro do Haiti” é outra iniciativa midiática que segue essa mesma perspectiva. O programa se apresenta com o objetivo “de mostrar o lado positivo do Haiti e mostrar as oportunidades que oferece o Haiti”⁴¹, se propondo, ainda, a mostrar, no Brasil “o trabalho dos nossos irmãos Haitianos, tudo que eles fazem de bom, seja na música, empreendedorismo, Arte, Cinematografia etc.”⁴². Em perspectiva similar, se desenvolve também, na rede social Facebook, o perfil “O que mídia não mostra do Haiti”⁴³, criado por um músico haitiano que mora na cidade de Porto Alegre, no sul do Brasil. O músico compartilha, no perfil, imagens e conteúdos que propõem outras visibilidades em contraponto a imagens midiáticas de pauperização e vitimização do Haiti e dos haitianos e que se tornaram dominantes na mídia brasileira após o terremoto que atingiu o país e a presença dos imigrantes no país a partir de 2010.

[...] a gente tá trabalhando essa questão de mostrar uma outra face do Haiti, porque chega de desgraça sobre o Haiti, a mídia já mostrou demais. Agora a gente vai mostrar só coisa boa. A gente só mostra as nossas praias, a nossa comida, que é maravilhosa, as nossas praias que são maravilhosas, os nossos hotéis, a nossa música, a nossa cultura, as coisas boas da nossa cultura. E tem dado muito retorno, tem muitos brasileiros, através dessas imagens, que já tem vontade de ir ao Haiti. (Nivard, Entrevista Nº2, Março 2016)⁴⁴

Nas representações midiáticas sobre o Haiti e a imigração haitiana no Brasil, alguns imigrantes questionam, ainda, a ausência, de vozes dos próprios haitianos em produções midiáticas que tratam sobre suas realidades e trajetórias migratórias.

Só que muitas vezes eu tenho a impressão de que os jornalistas estão falando para os migrantes, eles contam a história, mas não colocando a palavra na boca deles. Em muitas matérias, os migrantes não aparecem como personagens, como protagonista da sua história, e só alguém contando e parece que nem foi feita uma entrevista com eles, é só observando e aí, vou escrever isso, vou escrever aquilo [...]. E geralmente é sempre a miséria do país de origem, é guerra, é fome, tem mais destaque para essas coisas, para as coisas negativas. (Nicole, Entrevista pessoal Nº 3, Abril de 2017)

Na busca por um reposicionamento de visibilidades sobre o Haiti fundadas no marco de um regime de representação racialista, os imigrantes haitianos reafirmam também o desejo de renovar o pertencimento à diáspora haitiana

41 Disponível em: <https://bit.ly/2TW10da>

42 Disponível em: <https://bit.ly/2TW10da>

43 Disponível em <https://bit.ly/2TX9JMe>

44 A entrevista foi concedida pelo músico que é também autor do videoclipe Fuga de Cérebros.

e participar da vida social e política no país de origem. No videoclipe *Fuga de Cérebros*, Alix Georges canta que, entre a diáspora haitiana no Brasil, “alguns vieram para estudar, outros acabam ficando porque o que buscam é um futuro certo, alguns como eu gostariam de voltar para mudar o país porque o país não oferece nada”⁴⁵, denunciando, ainda que “o cérebro do país se foi, a força do país se foi, a alma do país se foi, o país todo se foi”⁴⁶.

Há, ainda, o caso de uma imigrante haitiana que trabalha em São Paulo como professora de francês em uma Organização Não Governamental, que relatou seu engajamento em uma ação transnacional que visou intervir e provocar mudanças na educação no Haiti. Gabrielle, que chegou ao Brasil sozinha após morar no Equador por seis meses⁴⁷, criou e implementou uma página de financiamento coletivo na internet – denominada “École en Haiti”⁴⁸ - com a finalidade de arrecadar recursos para a compra de um terreno e construção de uma escola em Corail, região do Haiti em que já havia trabalhado como professora voluntária após o terremoto de 2010. A iniciativa ganhou ampla divulgação tanto nas redes sociais quanto em outras mídias brasileiras. A essa visibilidade midiática e pública da proposta, a imigrante haitiana atribui o fato de ter alcançado a meta financeira inicialmente estipulada e que lhe permitiu dar início ao projeto no Haiti⁴⁹.

Eu trabalhava nessa região. É uma região muito pobre [...] mas pobre para as pessoas que vivem nesse tipo de país. Mas não é pobre, porque tem várias coisas que a gente pode transformar e trabalhar. Não é pobre porque o ar é puro, não é pobre porque a terra é boa, mas a gente não cultiva. Isso não é pobre, isso é falta de trabalho, falta de mão-de-obra. [...] Porque, às vezes, para ajudar os outros, você deve sair bem longe. Então, pode ser, se for no Haiti, eu não poderia fazer essa Vakinha⁵⁰ que estou fazendo. Pode ser sim, pode ser não. Ninguém sabe. Tudo que eu sei, agora, aqui me dá uma oportunidade para ajudar os outros. (Gabrielle, Entrevista pessoal Nº 4, Abril de 2017)

5- Conclusões

Buscamos compreender, nesse artigo, como os imigrantes haitianos produzem narrativas que expõem o reconhecimento das especificidades do relações raciais no contexto brasileiro e os enfrentamentos cotidianos com o racismo. Em suas narrativas, haitianos e haitianas reatualizam as dinâmicas e contra-

45 Disponível em: <https://bit.ly/2TX9JMe>

46 Disponível em: <https://bit.ly/2TX9JMe>

47 Gabrielle contou ter um filho que mora com o pai nos Estados Unidos

48 O vídeo da campanha está disponível em: <https://bit.ly/2FylY9n>

49 Abordamos essa experiência em Alles & Cogo (2018).

50 Nome dado ao financiamento coletivo.

dições históricas de uma origem afrodescendente comum que, no marco de seus processos migratórios, ao mesmo tempo que aproxima, também distancia as duas culturas e nações – a haitiana e brasileira. De uma perspectiva da geopolítica transnacional dos movimentos migratórias, essas narrativas sugerem que, também nos fluxos de migrações Sul-Sul, se reproduzem hierarquias e seletividades ancoradas na ideia de raça. De um ponto de vista da nacionalidade, essas narrativas vão questionar o mito de democracia racial como narrativa fundadora da nação brasileira, evidenciando que a raça permanece como demarcadora da seletividade das políticas migratórias e como produtora de desigualdades em diferentes espaços sociais brasileiros não apenas para os nacionais, mas também para os imigrantes.

O recontar da história do Haiti em espaços das mídias digitais se revela, nessa perspectiva, como uma dimensão narrativa de enfrentamento do racismo ao operar o deslocamento de representações midiáticas dominantes que associam o Haiti e os haitianos à falta, pobreza e vulnerabilidade. As estratégias contradiscursivas dos imigrantes haitianos que se desencadeiam no enfrentamento do racismo vivenciado no Brasil se materializam, ainda, em narrativas que buscam “normalizar” a presença haitiana no país para questionar o “regime racializado de representação” refletido por Hall (2016). Os imigrantes propõem, assim, uma “positivação” de imagens da história, da vida e da cultura haitianas que dominam as representações sociais e midiáticas no novo espaço de imigração, tratando de engendar outras identificações com uma experiência cultural estrutural e historicamente depreciada e reafirmar a complexidade do que significa “ser negro” na sua intersecção com ser imigrante em um contexto de mobilidade Sul-Sul. As estratégias de contrapor conteúdos ou imagens positivas a um repertório negativo que domina a representação sobre ser imigrante negro e haitiano incrementa a diversidade dessas representações, embora não necessariamente desloque o negativo, uma vez que, como assinala Hall (2016), os binarismos são desafiados, porém permanecem e continuam a demarcar o significado.

Por fim, essas estratégias contradiscursivas evidenciam, ainda, que a desestabilização de regimes de representação dominantes sobre o Haiti e os haitianos se articulam ao desejo dos imigrantes no Brasil de estarem integrados à diáspora haitiana no mundo, que é também afetada por esses regimes racializados e a uma ordem geopolítica de desigualdades que incide nos países do Sul. Nessa perspectiva, os migrantes haitianos narram a sua experiência sobre essa diáspora na linguagem musical e em formato de videoclipe, assim como se engajam em ações transnacionais – como a da campanha de financiamento de uma escola no Haiti - na busca por participar e promover mudanças, mesmo que em nível micro, na vida dos que permanecem no país de origem.

Referências bibliográficas

- Alles, N. & Cogo, D. (2018). Mulheres imigrantes haitianas: usos de TICs e experiências de ativismo. In *Congreso Internacional de Comunicación y Consumo 2018*. Disponível em <https://bit.ly/2TSjZ8J>;
- Arfuch L. (2002). *El espacio biográfico: Dilemas de la subjetividad contemporánea*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica Argentina.
- Audebert C. (2017) The recent geodynamics of Haitian migration in the Americas: refugees or economic migrants?. *Revista Brasileira de Estudos Populacionais* 34 (1): 55-71. DOI: <https://bit.ly/2urHCpi>
- Chaves L.S & Cogo D (2013). 'Racial equality activism in Brazil, communication via networks and internet: Afropress News Agency'. *Index.comunicación* 3 (2): 221-245. Disponível em <https://bit.ly/1hEd6Ou>
- Cavalcanti, L, Oliveira, T, Araujo, D & Tonhati, T. (2017). *A inserção dos imigrantes no mercado de trabalho brasileiro. Relatório Anual 2017*. Brasília, DF: OBMigra, 2017. Disponível em <https://bit.ly/2wk9ZpV>
- Cogo D & Badet M (2013). *Guia das migrações transnacionais e diversidade cultural para comunicadores – Migrantes no Brasil*. Bellaterra/São Leopoldo: InCom-UAB/IHU-Unisinos, Disponível em: <https://bit.ly/2CBxZZY>
- Cogo D & Pássaro M (2017). 'A "foto roubada": mídias, visibilidade e cidadania da imigração haitiana no Brasil', *E-Compós - Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 20 (1): 1-23. DOI: <https://bit.ly/2HESWHv>.
- Cogo, D. & Machado, S. (2011). Redes de negritude: usos das tecnologias e cidadania comunicativa de afro-brasileiros.(211-237) In Morigi, V. J, Girardi, I. M. T. & Almeida, C. D. (Eds.), *Comunicação, informação e cidadania: Refletindo práticas e contextos*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Cogo D & Silva T (2016). 'Entre a "fuga" e a "invasão"- alteridade e cidadania da imigração haitiana na mídia brasileira', *Revista Famecos – mídia, cultura e tecnologia*. 23 (1): 1-18. DOI: <https://bit.ly/2Olx3on>
- Freyre, G (2002). *Casa-Grande e Senzala*. Rio de Janeiro: Record.
- Geouriou, M (2018) Does the subaltern speak? Migrant voices in digital Europe. *Popular Communication*. 16 (1): 45-57. DOI: <https://bit.ly/2Twv6iy>
- Glick-Schiller, N., Basch, L. & Szanton-Blanc, C.(1995). From immigrant to transmigrant: theorizing transnational migration. *Anthropological Quarterly*. 68 (1): 48-63. Disponível em <https://bit.ly/2XoOh1o>
- Guarnizo, L. (2004). Aspectos económicos del vivir transnacional. *Colombia Internacional*. 59: 12-47. DOI: <https://bit.ly/2YlowyU>
- Haesbaert, R. (2007) *O mito da desterritorialização*. Do "Fim dos Territórios" à Multiterritorialidade. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.
- Hall, S. (2016). El espectáculo del "Otro". In Hall, S.. *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. (pp. 419-445) Popayán (Colombia), Envion Editores

- Handerson, J (2017) A historicidade da (e)migração internacional haitiana. O Brasil como novo espaço migratório. *Periplos – Revista de Pesquisa sobre Migrações*. 1 (1): 7-26. Disponível em <https://goo.gl/CJPBpg>
- Handerson, J (2015). *Diáspora. As dinâmicas da mobilidade haitiana no Brasil, no Suriname e na Guiana francesa*. 2015. Rio de Janeiro: UFRJ. Disponível em <https://bit.ly/2HS7zqi>
- Johnson, R.. O que é afinal estudos culturais? In: Johnson, R., Escosteguy, A. C. & Schulman, N. *O que é, afinal, estudos culturais?* (pp. 7-131). Belo Horizonte: Autêntica, 1999.
- Martín-Barbero, J (2004). *Ofício de cartógrafo – Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo, Loyola.
- Munanga, K. (2004). A difícil tarefa de definir quem é negro no Brasil. *Estudos Avançados*. São Paulo, 18 (50), 51-56. (Entrevista)
- Pimentel, ML & Cotinguiba, GC (2014) Elementos etnográficos sobre imigração na Amazônia Brasileira: Inserção social de haitianos em Porto Velho. *Revista Temas de Antropología y Migración*. 7: 31-55.
- Morel, M (2017). *A revolução do Haiti e o Brasil escravista – o que não deve ser dito*. Jundiaí-SP: Paco Editorial.
- Oliveira, T. (2017, novembro 21). Seis estatísticas que mostram o abismo racial no Brasil. *Carta Capital*. Disponível em <https://bit.ly/2zWHEaS>
- Portes, A. (2004) Convergências teóricas e dados empíricos no estudo do transnacionalismo imigrante. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 69, 73-93, Disponível em <https://bit.ly/2JDpkvK>
- Ricouer, P (2010). *Tempo e narrativa – a intriga e a narrativa histórica*. São Paulo: WMF Martins Fontes.
- Seyferth, G. Imigração no Brasil: os preceitos de exclusão, 2000. Disponível em <https://bit.ly/2Woal59>.
- Seyferth, G (2007). Os estudos da imigração no Brasil: Notas sobre uma produção multidisciplinar. In: Seyferth, G., Povoa Neto. H, Zanini, MC & Santos, M. (ed.) *Mundos em movimento. Ensaios sobre migrações*. (pp. 15-44). Santa Maria: Editora UFSM.
- Silva, S. (2018). Haitianos no Brasil - meandros e desafios de um processo de inserção sociocultural. In L. Bogus & R. Baeninger. *A nova face da emigração internacional no Brasil*. (pp. 459-476). São Paulo; EDUC.
- Silva, P. V. B. & Rosemberg, F. (2008). Brasil: lugares de negros e brancos na mídia. In T. V. Dijk (coord.), *Racismo e discurso na América Latina* (pp. 73-118). São Paulo: Unesco - Editora Contexto.
- Silverstone, R (2010) *La moral de los medios de comunicación*. Amorrortu, Buenos Aires.
- Ximenes, D.; Almeida, G. (2014). Brasil de volta ao imaginário de imigrantes. *Labor – Revista do Ministério Público do Trabalho*. 2 (5), 26-32. Disponível em <https://bit.ly/2WeyQHg>

Transparencia municipal y participación ciudadana en la democracia española. Estudio de caso: Comunidad de Madrid

Municipal transparency and citizen participation in Spanish democracy. Case study of the Community of Madrid

Transparéncia municipal e participação cidadã na democracia espanhola. Estudo de Caso: Comunidade de Madrid

Francisco Javier HERRERO GUTIÉRREZ

Universidad de Salamanca / javiherrero82@usal.es

Soledad RUANO LÓPEZ

Universidad de Extremadura – solruano@unex.es

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 139, diciembre 2018 - marzo 2019 (Sección Informe, pp. 449-468)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 29-11-2017 / Aprobado: 29-11-2018

Resumen

Este artículo presenta los resultados de una investigación realizada sobre la transparencia de las Corporaciones municipales y los mecanismos de participación ciudadana que estas ofrecen. A partir de una muestra de 34 Ayuntamientos de la Comunidad de Madrid, se realiza un estudio cuantitativo para medir 14 variables, divididas en dos grupos. Por un lado, se ha estudiado la información que proporcionan los Ayuntamientos sobre sí mismos y la gestión que realizan de sus recursos colectivos.

Palabras-clave: Esfera mediática; vida pública; democracia; democracia en España; Ayuntamientos; Corporaciones municipales; transparencia municipal; participación ciudadana.

Abstract

This article presents the results of a research done on the transparency of the Municipal Corporations and the mechanisms of citizen participation that these offer. From a sample of 34 City Councils of the Community of Madrid, a quantitative study is carried out to measure 14 variables, divided into two groups. On the one hand, we have studied the information provided by the City Councils about themselves and the management they perform of their collective resources.

Keywords: Media sphere; public life; democracy; Democracy in Spain; Town councils; Municipal corporations; Municipal transparency; citizen participation.

Resumo

Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa realizada sobre a transparéncia das Corporações Municipais e os mecanismos de participação cidadã que estes oferecem. A partir de uma amostra de 34 Prefeituras da Comunidade de Madri, um estudo quantitativo é realizado para medir 14 variáveis, divididas em dois grupos. Por um lado, estudamos as informações fornecidas pelos conselhos municipais sobre si mesmos e a gestão que realizam de seus recursos coletivos.

Palavras-chave: esfera da mídia; vida pública; democracia; democracia em Espanha; Conselhos municipais; Corporações municipais; transparéncia municipal; participação cidadã.

1. Introducción

Las democracias modernas, dentro de la esfera pública, ya no sólo están “vigiladas” por los medios de comunicación, sino que los propios ciudadanos juegan ese rol de *gatekeeper*; al menos en aquellos asuntos en los que su propio dinero –patrimonio– está en juego.

Los ciudadanos quieren ser partícipes de los asuntos públicos, especialmente de los que le rodean en su entorno más cercano y en los que participan de forma indirecta: nos referimos al control de sus ayuntamientos de las ciudades en las que viven y en las que, por ende, tributan. De alguna manera, se puede afirmar que los problemas públicos, en este caso los municipales, conciernen a todos aquellos que viven el día a día allá donde se produzcan.

El ejemplo más cercano y global, en el ámbito español, lo encontramos en la cada vez mayor frecuencia con que los ayuntamientos comienzan a poner a disposición de los ciudadanos los llamados “presupuestos participativos”, con el fin de que los propios habitantes de un municipio puedan contribuir al buen uso de los recursos económicos y den sus ideas en torno a las necesidades que ellos consideran; y que, de alguna manera, el destino de dichos recursos no sea destinado únicamente en función de la agenda *setting* y los problemas que en dicha agenda se focalicen.

Y es que, hasta la aparición de Internet, ese control lo ejercían principalmente los medios de comunicación; y ahí la mencionada agenda *setting* ejercía un fuerte poder. Desde que la Red de Redes empieza a tener éxito, desde el punto de vista informacional, e implantarse en las sociedades modernas –finales de los 90 en el caso de España– todo ello cambia. El papel de las Administraciones ha de comenzar a ser diferente y dichas administraciones han de empezar a apostar por las nuevas tecnologías en el gran entramado de la sociedad informacional (Castells *et. al.*, 1986 y Castells, 1989).

Empiezan a ponerse en marcha los diversos actores, entre los que se encuentran los ciudadanos, hasta ahora “ausentes”; entre otras cosas, porque poco o nada podían hacer por cambiar su rol pasivo. Todo eso cambió y en un gran número de ámbitos, no sólo en el mencionado sobre la utilización de los recursos económicos.

Las nuevas tecnologías han aportado rapidez y comodidad, entre otras ventajas, al quehacer cotidiano de la comunicación política. Además, han abierto un abanico de posibilidades Impensables con otras herramientas y soportes (...) Los sitios webs han supuesto grandes ventajas y oportunidades para quienes gestionan la comunicación (Almansa y Castillo, 2014, p.24).

A día de hoy, hay una obligación por parte del emisor de esa información. Este texto, en particular, se basa principalmente en saber de qué manera las Corporaciones municipales ponen a disposición de sus ciudadanos las diversas herramientas para saber en qué medida los Ayuntamientos proporcionan

información sobre el municipio en cuestión y cómo gestionan los recursos colectivos.

Y, en segundo lugar, qué herramientas proporcionan para la participación ciudadana, entendiéndola como sinónimo de la más avanzada democracia y de mecanismos que reclama la sociedad desde décadas atrás (Cotarelo, 1987). Nos interesa saber qué mecanismos facilitan las Administraciones a sus ciudadanos para fomentar esa democracia participativa:

Precisamente, la democracia participativa, que es autonomía crítica, se basa en la participación como un conjunto de procedimientos y procesos relacionales donde los agentes entran en relación simétrica y recíproca, de comunicación, de cooperación, de corresponsabilidad. El acoplamiento de los agentes que intervienen en la vida social a esta perspectiva de la participación, como necesidad y como derecho, es lo que permite recuperar el sentido transversal y relacional de la participación. Esa recuperación precisa de innovaciones capaces de traducir la participación en comunicación relacional para la acción ciudadana conjunta. (Alguacil, 2006, 24-25)

Teniendo la información, los ciudadanos podrán intervenir:

Las ciudadanas y los ciudadanos no pueden ejercer su derecho a intervenir en los asuntos públicos y en las decisiones de los políticos que gestionan las administraciones y otros organismos públicos si no cuentan con una información transparente, completa e inteligible sobre quiénes son estos representantes y sobre si planifican o no sus actuaciones para gestionar los recursos colectivos con equidad y justicia, eficacia y eficiencia, planificación que pauta lo que deben hacer los técnicos y otros empleados. (Moreno, Molina y Corcoy, 2013, p. 505)

1.1. Estado de la cuestión

Algunos autores destacan que “en España, el ser opacos en la gestión de los recursos públicos es cada vez más complicado y los habitantes cada vez muestran un mayor interés en saber cómo se gestionan los recursos (sustentados por ellos mismos) a la par que solicitan una transparencia en todos los ámbitos: económico, político, social, etc.” (Herrero y Ruano, inédito).

Pero para evitar esa opacidad y promover la transparencia, resultado de vital importancia el papel que jueguen las Administraciones, en este caso los Ayuntamientos. Dicen Molina Rodríguez-Navas, Corcoy-Rius y Simelio-Solá (2015, p. 211) que “la demanda social de transparencia se dirige preferentemente hacia las administraciones públicas, puesto que estas gestionan los recursos públicos y toman decisiones que afectan al conjunto de la población que reside en un país, municipio o en otras demarcaciones territoriales como las comunidades autónomas en España”.

Pero en este momento, también debemos plantearnos qué se ha hecho desde la Administración Central para que todas las administraciones (central, autonómicas, locales...) mejoren su nivel de transparencia, permitiendo así una mayor implicación de los agentes antes pasivos, debido a que los poderes públicos han de ofrecer “al ciudadano el derecho de poder conocer cómo actúan los poderes públicos, de poder preguntar libremente” (Manfredi, 2014) para que se pueda configurar una opinión pública (Rollnert-Liern, 2014, pp.105-114). Y los ciudadanos muy probablemente serán mucho más exigentes que los propios medios de comunicación.

De hecho, Carrascosa (1992) defiende que para que haya una verdadera comunicación tiene que haber esa posibilidad de respuesta, llegando a afirmar que “comunicar, más que hablar es escuchar”. Y esta posibilidad de respuesta es una realidad en internet, pudiéndose conseguir respuestas, además, de forma inmediata. Y esto se traduce en un incremento de la participación, como señalan Casacuberta y Gutiérrez-Rubí (2010): “la introducción de las Tecnologías de la información y la comunicación (o TIC) en los procesos de participación (eParticipación) no significan crear un nuevo tipo de participación, sino simplemente más participación”.

Además, desde hace no mucho se ha empezado a legislar al respecto. En España, desde 2013 está vigente la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (LTBG) y también se han producido adhesiones a movimientos que luchan por la transparencia pública; por ejemplo, dos años antes, en 2011, se creó la Alianza para el Gobierno Abierto (Open Government Partnership, OGP) a la que España pertenece. (Herrero-Gutiérrez, Martínez-Vallvey, Tapia-Frade, Rey-García y Cabezuelo-Lorento, inédito).

La legislación española no duda en señalar a Internet como un medio importante a la hora de informar. Tómese como referencia el artículo 5 de la mencionada Ley 19/2013: “4. La información sujeta a las obligaciones de transparencia será publicada en las correspondientes sedes electrónicas o páginas web y de una manera clara, estructurada y entendible para los interesados y, preferiblemente, en formatos reutilizables. Se establecerán los mecanismos adecuados para facilitar la accesibilidad, la interoperabilidad, la calidad y la reutilización de la información publicada así como su identificación y localización”.

De alguna manera, entre la legislación que se empieza a implantar y la utilización de Internet como un medio muy importante, global y cercano al ciudadano, de información, estamos en un marco incomparable para seguir apuntalando el esfuerzo que los ayuntamientos han hecho desde la implantación de la democracia en España por ser transparentes (Corcoy-Rius, et. al., 2011; Cabezuelo, Rey y Tapia, 2016), y que ha provocado que exista una especialización profesional dentro de los propios mecanismos de comunicación de las instituciones (Canel, 2007; Cabezuelo, Rey y Tapia, 2016). Que Internet juegue un papel fundamental es cosa de ambas partes, Administración y ciudadanos:

Para que Internet y las nuevas tecnologías supongan efectivamente un paso adelante en la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones públicas por un lado las administraciones públicas tienen que iniciar la estrategia, instrumentar canales, vehicular la información y poner los medios adecuados para la participación; por otro lado los ciudadanos y la sociedad civil tienen que reclamar y utilizar los instrumentos puestos a su disposición para participar. (Colombo, 2005, p. 6)

Según Casacuberta y Gutiérrez-Rubí (2010), el acceso a las *TIC* produjo un cambio en la participación de la ciudadanía. A partir de entonces disponemos de diferentes herramientas para participar y ello ha provocado que hayan cambiado los hábitos cotidianos, como la manera de relacionarse y de observar el mundo que nos rodea.

También es difícil saber cuál es el nivel de exigencia de la mencionada ley a los diferentes municipios. Cierto es que los de menor población tendrán menos personal pero, a la vez, menos material que manejar. Y a los de mayor población, les sucede lo contrario: más personal pero muchos más datos que dar a conocer.

También es cierto que la cercanía a las personas encargadas de gestionar recursos no es la misma si contrastamos pequeños municipios con las grandes urbes; de ahí que Internet haya sido un mecanismo esencial y vital para ser aprovechado en este contexto:

Los ayuntamientos de nuestros pueblos y ciudades son nuestras administraciones más cercanas. En este contexto es importante, sobre todo en el caso de grandes urbes, donde es más complejo el acceso directo a los regidores municipales, que los ayuntamientos usen Internet adecuadamente para estar en contacto con la ciudadanía. Las ciudades son hoy en día el principal laboratorio de creatividad y descentralización de la humanidad. El siglo XXI es, sin duda alguna, el siglo de las ciudades. (Cabezuelo, Rey y Tapia, 2016, p. 1261)

En el nuevo entorno digital, “las nuevas tecnologías de la sociedad de la información han propiciado el nacimiento de una forma de gobernar más abierta, corresponsable, colaborativa, transparente y receptiva con sus destinatarios” (Cabezuelo, Rey y Tapia, 2016, p. 1262), en una sociedad más democrática y no tan jerárquica (Curran, 2011), “lo que ha hecho que muchos hablen de una gestión del poder diluido” (Cabezuelo, Rey y Tapia, 2016, citando a Álvarez, 2005).

1.1.1 La Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno

Aunque ya se ha hecho alusión previamente, conviene hacer especial hincapié en esta Ley, que se publicó en el BOE de 10 de diciembre de 2013. Ya en su preámbulo incida que:

La transparencia, el acceso a la información pública y las normas de buen gobierno deben ser los ejes fundamentales de toda acción política. Sólo cuando la acción de los responsables públicos se somete a escrutinio, cuando los ciudadanos pueden conocer cómo se toman las decisiones que les afectan, cómo se manejan los fondos públicos o bajo qué criterios actúan nuestras instituciones podremos hablar del inicio de un proceso en el que los poderes públicos comienzan a responder a una sociedad que es crítica, exigente y que demanda participación de los poderes públicos.

Los países con mayores niveles en materia de transparencia y normas de buen gobierno cuentan con instituciones más fuertes, que favorecen el crecimiento económico y el desarrollo social. En estos países, los ciudadanos pueden juzgar mejor y con más criterio la capacidad de sus responsables públicos y decidir en consecuencia. Permitiendo una mejor fiscalización de la actividad pública se contribuye a la necesaria regeneración democrática, se promueve la eficiencia y eficacia del Estado y se favorece el crecimiento económico.

La presente Ley tiene un triple alcance: incrementa y refuerza la transparencia en la actividad pública –que se articula a través de obligaciones de publicidad activa para todas las Administraciones y entidades públicas–, reconoce y garantiza el acceso a la información –regulado como un derecho de amplio ámbito subjetivo y objetivo– y establece las obligaciones de buen gobierno que deben cumplir los responsables públicos así como las consecuencias jurídicas derivadas de su incumplimiento –lo que se convierte en una exigencia de responsabilidad para todos los que desarrollan actividades de relevancia pública–.

En estas tres vertientes, la Ley supone un importante avance en la materia y establece unos estándares homologables al del resto de democracias consolidadas. En definitiva, constituye un paso fundamental y necesario que se verá acompañado en el futuro con el impulso y adhesión por parte del Estado tanto a iniciativas multilaterales en este ámbito como con la firma de los instrumentos internacionales ya existentes en esta materia. (Ley 19/2013)

Esta fue una ley demandada desde hace tiempo en nuestra sociedad y, con su entrada en vigor, se avanzaba más en el proceso de transparencia que, cada vez con mayor fuerza, se demandaba. En dicha ley se hace alusión a las múltiples variables en las que debe enfocarse la transparencia: todo lo referente a la información institucional, organizativa y de planificación; información de relevancia jurídica; información económica, presupuestaria y estadística; portal de transparencia, etc. El capítulo tercero es el que recoge lo referente al derecho de acceso a la información pública, así como sus límites, entre otras características. Y los títulos segundo y tercero de dicho capítulo hacen alusión a lo referente al “Buen Gobierno” así como al “Consejo de Transparencia y Buen Gobierno”.

1.2 Proyecto de transparencia política

En 2012 se puso en marcha el Mapa InfoParticipa¹, que es “un producto del Laboratorio de Periodismo y Comunicación para la Ciudadanía Plural (LPCCP) de la Universitat Autònoma de Barcelona, resultado de haber desarrollado y validado en 2012 el Mapa de las Buenas Prácticas de la Comunicación Pública Local en Cataluña”, investigación inicial que se ha ido ampliando con el paso de los años, no sólo a otras comunidades autónomas de España sino también con incursiones internacionales.

Dentro de este proyecto se trata de medir la transparencia política a través de un total de 52 preguntas (indicadores); variables cualitativas dicotómicas de respuestas afirmativa o negativa. Para validar dichos indicadores, se tiene en cuenta la información dada y la ubicación de la web.

Después, a cada municipio se le engloba según un *infómetro* creado al respecto: color blanco si no llega al 25% de indicadores positivos, amarillo si sobrepasa el 25% pero no llega al 50%, verde claro si está entre el 51-75% y verde oscuro si supera el 75%.

Dentro del proyecto, hay dos grandes bloques: el primero es “transparencia de la corporación” y el segundo, que es el que nos interesa en este estudio es el referido a la “Información para la participación”. Este último, a su vez, se desglosa en dos sub-apartados: qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de recursos colectivos; y qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana.

2. Material y métodos

La metodología para los presentes resultados está basada en el análisis de contenido –“un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir determinadas variables” (Wimmer y Dominick, 1996, p. 70)-, considerando a éste como el método más adecuado para esta primera fase de la investigación, puramente cuantitativa, al interpretar a éste como el método más fiable, además de testado, contrastado y probado en estudios anteriores (Moreno-Sardá, Molina Rodríguez-Navas y Corcoy-Rius, 2013; Moreno-Sardá, Molina Rodríguez-Navas, Corcoy-Rius, Aguilar-Pérez y Borrás-Farrán, 2013; Molina Rodríguez-Navas, Corcoy-Rius, y Simelio-Solá, 2014; y Molina Rodríguez-Navas, 2015).

Este es un método esencial en tanto en cuanto tenemos unos objetivos muy definidos: conocer la información que proporcionan los municipios y la gestión de recursos colectivos (1) así como saber qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana (2).

¹ Para más información ver en: <http://mapainfoparticipa.com/index/home/>

El actual modelo del proyecto se basa en un total de 52 indicadores. De ellos, en este texto se exponen un total de 14, los referentes al grupo “información para la participación” (tabla 1):

Tabla 1: indicadores que forman parte del estudio

GRUPO 1 Qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de recursos colectivos (7 indicadores)	
Se publican noticias, informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros del gobierno relacionadas con la gestión del gobierno	
Se publican noticias, informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros de la oposición y/o de los grupos políticos relacionadas con el control de la gestión del gobierno	
Se publica información sobre el desarrollo del pleno, las mociones presentadas por los diferentes grupos políticos, el debate y los acuerdos	
Se publica información histórica sobre el municipio	
Se da información sobre la situación del municipio: datos sobre el término municipal, la población empadronada y la diversidad social, actividades económicas, culturales	
Se ofrece en la web una agenda de actividades municipales y ciudadanas	
Se publica el contacto con la persona responsable de Prensa, Información y / o Comunicación de la Corporación	
GRUPO 2 Qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana (7 indicadores)	
Se da información en la web sobre el Reglamento de Participación Ciudadana u otras normas al respecto	
Se da información en la web de otros mecanismos o entes de participación: consejos territoriales, consejos de ciudad, consejos sectoriales, etc.	
Se publican las Actas de las reuniones de los otros mecanismos o entes de participación mencionados en el indicador anterior	
Se ofrece en la web el directorio de entidades y asociaciones del municipio y/o el registro de los grupos de interés, en su caso	
Se ofrecen en la web instrumentos de consultas y/o de participación sobre temas actuales de interés local	
Se ofrece en la web la relación de servicios que se prestan (Carta de Servicios) y los compromisos ante la ciudadanía	
Se proporcionan en la web instrumentos para valorar los servicios y para presentar quejas o sugerencias sobre su funcionamiento	

Fuente: <http://mapainfopa?rticipa.com/index/home/> / Tabla: Elaboración propia.

Para evaluar estas 14 variables se siguió de manera escrupulosa lo recogido en la guía para que cada uno de los ítems en cuanto información y ubicación:

En cuanto a la muestra, está compuesta por los municipios de la Comunidad de Madrid que tuvieran más de 20.000 habitantes. Un total de 34 municipios (tabla 2).

Tabla 2. Municipios de Madrid con más de 20.000 habitantes

Alcalá de Henares	198.750
Alcobendas	113.055
Alcorcón	167.163
Algete	20.148
Aranjuez	58.168
Arganda del Rey	54.533
Arroyomolinos	28.846
Boadilla del Monte	48.775
Ciempozuelos	23.696
Collado Villalba	62.056
Colmenar Viejo	47.601
Coslada	86.919
Fuenlabrada	195.180
Galapagar	32.294
Getafe	174.921
Leganés	186.907
Madrid	3.141.991
Majadahonda	70.800
Mejorada del Campo	22.902
Móstoles	206.263
Navalcarnero	26.672
Paracuellos de Jarama	22.293
Parla	125.056
Pinto	48.660
Pozuelo de Alarcón	84.558
Rivas-Vaciamadrid	81.473
Las Rozas de Madrid	93.520
San Fernando de Henares	40.188
San Sebastián de los Reyes	89.944
Torrejón de Ardoz	126.934
Torrelodones	23.117
Tres Cantos	43.309
Valdemoro	72.854
Villaviciosa de Odón	27.075

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) / Tabla: elaboración propia

La recogida de información, según marcaba la fase del proyecto nacional en el que se engloba el presente artículo, se realizó entre el mes de octubre de 2016 y enero de 2017.

Posteriormente los resultados se introdujeron en la web del Mapa Infoparticipa y se trataron a través del programa SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*), con el fin de obtener resultados referentes a estadística descriptiva y elaborar tablas de contingencia con la prueba chi-cuadrado, que nos permitieron obtener resultados significativos entre variables. Para presentar los resultados, se creyó pertinente realizar un análisis estratificado de los municipios ya que “podría parecer *prima facie* que aquellos municipios con mayor población disponen de mayores recursos materiales y humanos que los más pequeños, aunque hay que señalar que la complejidad en el tratamiento de la información también es mayor” (Herrero-Gutiérrez, Martínez-Vallvey, Tapia-Frade, Rey-García y Cabezuelo-Lorenzo, inédito). Para este estudio, se consideraron los siguientes estratos: entre 20.001 y 50.000 habitantes, de 50.001 a 100.000 habitantes y por último el estrato de más de 100.000 habitantes (tabla 3).

Tabla 3. Municipios según población

De 20.001 a 50.000 habitantes	Algete	20.148
	Arroyomolinos	28.846
	Boadilla del Monte	48.775
	Ciempozuelos	23.696
	Colmenar Viejo	47.601
	Galapagar	32.294
	Mejorada del Campo	22.902
	Navalcarnero	26.672
	Paracuellos de Jarama	22.293
	Pinto	48.660
	San Fernando de Henares	40.188
	Torrelodones	23.117
	Tres Cantos	43.309
	Villaviciosa de Odón	27.075
De 50.001 a 100.000	Aranjuez	58.168
	Arganda del Rey	54.533
	Collado Villalba	62.056
	Coslada	86.919
	Majadahonda	70.800
	Pozuelo de Alarcón	84.558
	Rivas-Vaciamadrid	81.473
	Las Rozas de Madrid	93.520
	San Sebastián de los Reyes	89.944
	Valdemoro	72.854

Más de 100.000	Alcalá de Henares	198.750
	Alcobendas	113.055
	Alcorcón	167.163
	Fuenlabrada	195.180
	Getafe	174.921
	Leganés	186.907
	Madrid	3.141.991
	Móstoles	206.263
	Parla	125.056
	Torrejón de Ardoz	126.934

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) / Tabla: elaboración propia

3. Análisis y resultados

Una vez aplicada la metodología reseñada en el apartado anterior, se obtuvieron los resultados que se presentan a continuación.

En cuanto al primero de los bloques (*¿Qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de recursos colectivos?*) los resultados son los que se presentan en la tabla 4:

Tabla 4. *¿Qué información proporcionan sobre el municipio y la gestión de recursos colectivos?*

% de presencia (sí) de las variables:	De 20.001 a 50.000 habitantes (14 localidades)	De 50.001 a 100.000 habitantes (10 localidades)	Más de 100.000 habitantes (10 localidades)
Se publican noticias, informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros del gobierno relacionadas con la gestión del gobierno	85,7%	100%	100%
Se publican noticias, informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros de la oposición y/o de los grupos políticos relacionadas con el control de la gestión del gobierno	0%	0%	10%
Se publica información sobre el desarrollo del pleno, las mociones presentadas por los diferentes grupos políticos, el debate y los acuerdos	7,1%	20%	20%
Se publica información histórica sobre el municipio	78,6%	90%	60%

Se da información sobre la situación del municipio: datos sobre el término municipal, la población empadronada y la diversidad social, actividades económicas, culturales	28,6%	80%	70%
Se ofrece en la web una agenda de actividades municipales y ciudadanas	92,9%	90%	100%
Se publica el contacto con la persona responsable de Prensa, Información y / o Comunicación de la Corporación	14,3%	60%	40%

Fuente: Datos obtenidos por los autores del artículo / Tabla: elaboración propia

En cuanto al segundo grupo (¿Qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana?) los resultados son los que siguen (tabla 5):

Tabla 5: ¿Qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana?

% de presencia (sí) de las variables:	De 20.001 a 50.000 habitantes (14 localidades)	De 50.001 a 100.000 habitantes (10 localidades)	Más de 100.000 habitantes (10 localidades)
Se da información en la web sobre el Reglamento de Participación Ciudadana u otras normas al respecto	50%	80%	100%
Se da información en la web de otros mecanismos o entes de participación: consejos territoriales, consejos de ciudad, consejos sectoriales, etc.	21,4%	20%	10%
Se publican las Actas de las reuniones de los otros mecanismos o entes de participación mencionados en el indicador anterior	14,3%	0%	10%
Se ofrece en la web el directorio de entidades y asociaciones del municipio y/o el registro de los grupos de interés, en su caso	50%	70%	60%
Se ofrecen en la web instrumentos de consultas y/o de participación sobre temas actuales de interés local	21,4%	10%	50%
Se ofrece en la web la relación de servicios que se prestan (Carta de Servicios) y los compromisos ante la ciudadanía	0%	0%	20%
Se proporcionan en la web instrumentos para valorar los servicios y para presentar quejas o sugerencias sobre su funcionamiento	78,6%	70%	90%

Fuente: Datos obtenidos por los autores del artículo / Tabla: elaboración propia

4. Discusión y análisis de resultados

En cuanto al primer bloque, se puede afirmar que las Corporaciones municipales publican informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros del gobierno relacionadas con la gestión de gobierno en un amplio porcentaje: superior al 85% en los municipios de 20.001 a 50.000 habitantes y el indicador alcanza un 100% en el grado de cumplimiento en los municipios de más de 50.001 habitantes. Este dato contrasta con la poca información ofrecida sobre las actuaciones de los miembros de la oposición con respecto al control de la gestión de gobierno (inferior al 3,5% de media simple).

Observado el contaste entre estos dos indicadores, se decidió realizar una comparación entre ambas variables utilizando la prueba chi-cuadrado, sin que se obtuvieran resultados significativos (tabla 6):

Tabla 6. Prueba de chi-cuadrado para la tabla de contingencia de las variables “Se publican noticias, informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros del gobierno relacionadas con la gestión del gobierno” y “Se publican noticias, informaciones y/u opiniones sobre las actuaciones de los miembros de la oposición y/o de los grupos políticos relacionadas con el control de la gestión del gobierno”

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. Exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,064 ^b	1	,800		
Corrección por continuidad ^a	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitudes	,123	1	,726		
Estadístico exacto de Fisher				1,000	,941
Asociación lineal por lineal	,063	1	,803		
N de casos válidos	34				
Calculado sólo para una tabla de 2x2					
3 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,06.					

Fuente: Datos obtenidos por los autores del artículo / Tabla: elaboración propia

Un tercer indicador analiza la publicación de información sobre el desarrollo del pleno. El porcentaje es muy bajo. En este sentido, hay que recordar que el indicador se valida siempre y cuando haya algún tipo de noticia en una sección a tal efecto y no vale con la mera publicación del vídeo del pleno.

En cuanto a la información histórica sobre el municipio, ésta es superior al 50% en los diferentes estratos; se convierte en uno de los indicadores con un mayor grado de cumplimiento.

Seguidamente, el indicador sobre la información de la situación del municipio es mayor en los municipios de más de 50.000 habitantes que en los de 20.001 a 50.000. Además se observaron diferencias significativas tras realizar la prueba de chi-cuadrado (tabla 7) en función de dicho indicador y los estratos de población:

Tabla 7. Prueba de chi-cuadrado para la tabla de contingencia de las variables “Se da información sobre la situación del municipio: datos sobre el término municipal, la población empadronada y la diversidad social, actividades económicas, culturales” y estratos de población

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,403 ^a	2	,025
Razón de verosimilitudes	7,685	2	,021
Asociación lineal por lineal	4,586	1	,032
N de casos válidos	34		
2 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,41.			

Fuente: Datos obtenidos por los autores del artículo / Tabla: elaboración propia

El indicador con un mayor grado de cumplimiento es el referido a la oferta en la web de una agenda de actividades municipales y ciudadanas: 90% o superior en los tres estratos poblacionales.

Por último, en el primer sub-bloque, en cuanto a si se publica el contacto con la persona responsable de Prensa, el grado de cumplimiento es de un 60% o inferior en los diferentes estratos; llama la atención especialmente el bajo porcentaje (40%) de los municipios de más de 100.000 habitantes.

En cuanto al segundo sub-bloque (¿Qué herramientas ofrecen para la participación ciudadana?), el primer indicador trata de estudiar si se ofrece información en la web sobre el Reglamento de Participación ciudadana. En este sentido, encontramos que sí se ofrece información en un 50% de las localidades entre 20.001 a 50.000 habitantes. Ese porcentaje es mayor cuanto más aumentan los estratos y se llega a un grado de cumplimiento del 100% en los municipios con una población superior a los 100.000 habitantes. En este indicador se realizó la prueba de chi-cuadrado (tablas 8 y 9) comparando las variables de “estrato de habitantes” e “información en la web sobre el Reglamento de Participación Ciudadana”.

Tabla 8. Se da información en la web sobre el Reglamento de Participación Ciudadana u otras normas al respecto

Se da información en la web sobre el Reglamento de Participación Ciudadana u otras normas al respecto					
			Sí	No	
Estrato (nº de habitantes)	20.001 a 50.000	Recuento	7	7	14
		%	50%	50%	100%
	50.001 a 100.000	Recuento	8	2	10
% 80%				20%	100%
	Más de 100.000	Recuento	10	0	10
		%	100%	0%	100%
Total		Recuento	25	9	34
		%	73,5%	26,5%	100%

Fuente: Datos obtenidos por los autores del artículo / Tabla: elaboración propia

Tabla 9. Pruebas de chi-cuadrado de indicador “Se da información en la web sobre el Reglamento de Participación Ciudadana u otras normas al respecto”.

	Valor	gl	Sig. asintótica
Chi-cuadrado de Pearson	7,797(a)	2	,020
Razón de verosimilitudes	9,883	2	,007
Asociación lineal por lineal	7,481	1	,006
N de casos válidos	34		
3 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 2,65			

Fuente: Datos obtenidos por los autores del artículo / Tabla: elaboración propia

Sí es cierto, por otro lado, que no existen muchos más mecanismos de participación y, además, los otros mecanismos de participación se dan en aquellos estratos cuya población es menor. Consecuentemente, el porcentaje de publicación de Actas de reuniones de otros mecanismos es también bajo.

Por otra parte, al menos en un 50% de los casos se ofrece en la web el directorio de entidades y asociaciones del municipio y/o registro de grupos de interés. Y llama la atención el poco grado de cumplimiento en lo que respecta a la oferta en la web de instrumentos de consultas y/o participación sobre temas actuales de interés local.

En penúltimo lugar, hay que destacar el bajo grado de cumplimiento en lo que se refiere a la publicación de la “Carta de servicios”: del 0% en dos estratos y de tan sólo un 20% en el estrato de poblaciones de más de 100.000 habitantes.

Por último, en mayor medida se cumple la oferta en la web de instrumentos para valorar los servicios y preguntar; así como buzones de quejas y sugerencias. En este sentido, los porcentajes son de al menos el 70%.

5. Conclusiones

En primer lugar, se puede concluir que los ayuntamientos suelen publicar noticias de forma habitual, independientemente del número de habitantes del municipio. Sin embargo, esas noticias suelen tener una misma línea: hablar sobre los logros del equipo de Gobierno y no dar tanta cobertura a lo que realizan los grupos de la oposición.

Por otra parte, los equipos de Gobierno no suelen publicar noticias sobre los plenos que se desarrollan; con esto no se hace referencia al pleno en sí, que en muchas ocasiones es retransmitido vía *streaming* y/o colgado posteriormente en la propia web o canal virtual del Ayuntamiento. Lo que se reclama, en este sentido, en lo que a transparencia respecta, es resumir ese pleno de tal manera que los ciudadanos puedan tener el resumen de la acontecido sin necesidad de tener que visualizar el pleno en su totalidad, algo que rara vez hará un ciudadano.

Los indicadores sobre información del municipio son adecuados, aunque no sobresalientes; en este sentido se podría exigir a los consistorios completar la información a la historia y situación del municipio. Donde sí se alcanzan datos sobresalientes es en el ofrecimiento de una agenda a disposición del ciudadano.

Por último, en este primer bloque analizado, se echa en falta una mayor visibilidad de la persona responsable de prensa o comunicación del ayuntamiento, especialmente en los municipios de muchos habitantes (más de 100.000).

En cuanto al segundo bloque estudiado, los datos bordean la insuficiencia en muchos aspectos, como en los mecanismos de participación, en la publicación de actas de esos otros mecanismos de participación diferentes a los plenos, el escaso número de instrumentos de consultas o la existencia de carta de servicios. Se alcanza la suficiencia en otros aspectos aunque sigue habiendo mucho margen de mejora.

No obstante de estas conclusiones generales, hay que remarcar que los resultados han sido analizados de forma global a la totalidad de resultados de esta comunidad autónoma en un periodo concreto y siempre se debe tener en cuenta que si analizáramos los resultados de forma individual a cada ayuntamiento, hay Consistorios con una mayor transparencia que otros y dicha información individualizada se puede obtener en <http://mapainfoparticipa.com/index/home/>

Apoyos

El artículo se engloba dentro del proyecto CSO2015-64568-R (MINICO/FEDER), titulado: “Metodologías y modelos de información para el seguimiento de la acción de los responsables de los gobiernos locales y la rendición de cuentas”.

Referencias bibliográficas

- Alguacil Gómez, J. (2006). Los desafíos del nuevo poder local: ¿hacia una estrategia relacional y participativa en el gobierno de la ciudad?, en VV AA, *Poder local y participación democrática* (Ed. Alguacil Gómez, J.). Barcelona: El Viejo Topo, pp. 9-47.
- Almansa, A. y Castillo-Espacia, A. (2014). Comunicación Institucional en España. Estudio del uso que los diputados españoles hacen de las TIC en sus relaciones con la ciudadanía. *Chasqui*, 26, disponible en <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/250/694>
- Álvarez, J. T. (2005). *Gestión del poder diluido. La construcción de la sociedad mediática (1989-2004)*. Madrid: Pearson.
- Cabezuelo-Lorenzo, F., Rey-García, P. y Tapia-Frade, A. (2016). Análisis de las herramientas de control ciudadano sobre los representantes públicos: La transparencia informativa municipal en Castilla y León. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 1.261 a 1.279. En <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1145/65es.html> DOI: 10.4185/RLCS-2016-1145
- Canel, M. J. (2007). *La comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos.
- Castells, M. et. al. (1986). *El desafío tecnológico. España y las nuevas tecnologías*. Madrid: Alianza Editorial.
- Casacuberta, D. y Gutiérrez -Rubí, A. (2010). E-participación: de cómo las nuevas tecnologías están transformando la participación ciudadana. *Razón y Palabra*, 7, disponible en <http://w.razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/12-M73Casacuberta-Gutierrez.pdf>
- Castells, M. (1995). *La ciudad informacional. Tecnologías de la información reestructuración económica y el proceso urbano-regional*. Madrid: Alianza Editorial.
- Colombo Vilarrasa, C. (2005). Participación ciudadana en la red. *Gestión Cultural* 11. *Barcelona: Portal Iberoamericano de Gestión Cultural*, marzo: www.gestioncultural.org (25/03/2013).
- Corcoy-Rius, M. et al. (2011). *Les corporacions locals i la informació pública, 1979-2001*. www.labcompublica.info/corporacions.htm
- Cotarelo, R. (1987). La crisis del Estado de bienestar y la sociedad civil. *Cuenta y Razón*, nº 31, pp. 45-52.
- Curran, J. (2011). *Media and Democracy*. London: Routledge

- España (2007a). "Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público". BOE, n. 276, 17 de noviembre. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2007-19814
- España (2007b). "Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del sector público". BOE, n. 261, 31 de octubre. Texto consolidado 16/11/2011, en vigor a partir de 16/12/2011. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-18874>
- España (2013). "Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno". BOE, n. 295, 10 de diciembre. Texto consolidado. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2013-12887>
- España (2015). "Ley 18/2015, de 9 de julio, por la que se modifica la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público". BOE, n. 164, 10 de julio. https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-7731
- Herrero-Gutiérrez, F., Martínez-Vallvey, F.; Tapia-Frade, A.; Rey-García, P.; Cabezuelo-Lorenzo, F. (2017). Transparencia en el sector público a través de salas de prensa online. Gestión de recursos colectivos y su información en webs municipales. *El profesional de la información*, v. 26, n. 3, pp. 421-429.
- Manfredi, J. L. (2014). Buenas y malas noticias sobre la ley de transparencia. *Cuadernos de periodistas*. Disponible en: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/buenas-y-malas-noticias-sobre-la-ley-de-transparencia/>
- Mapa Infoparticipa: <http://mapainfoparticipa.com/index/home/>
- Molina Rodríguez-Navas, P., Corcoy-Rius, M. y Simelio-Solà, N. (2015). Evaluación de transparencia y calidad de la información de las entidades no lucrativas. En Molina Rodríguez-Navas, P. [Coord.] (2015): *Transparencia de la comunicación pública local: el Mapa Infoparticipa*. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social. ISBN: 978-84-15968-95-1. Disponible en: <http://www.cuadernosartesanos.org/2015/cac78.pdf>
- Molina Rodríguez-Navas, P.; Corcoy Rius, M. y Simelio-Solà, N. (2014). Transparencia y calidad de la información de las entidades sociales. VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna, 2-5/12/2014, pp. 1-16. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/066_Rodriguez.pdf
- Moreno Sardà, A., Molina Rodríguez-Navas, P. y Corcoy Rius, M. (2013). La información de las administraciones públicas locales. Las webs de los ayuntamientos de Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 502 a 528, recuperado el 17 de octubre de 2016 de http://www.revistalatinacs.org/068/paper/987_Bellaterra/21_Moreno.html DOI: 10.4185/RLCS-2013-987/CrossRef link
- Moreno-Sardá, A., Molina Rodríguez Navas, P., Corcoy-Rius, M., Aguilar-Pérez, A. y Borrás-Farran, M. (2013). Infoparticip@: periodismo para la participación ciudadana en el control democrático. Criterios, metodologías y herramientas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, volumen 19, número 2, recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/43471> DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n2.43471

- Rodríguez-Navas, P. [Coord.] (2015): *Transparencia de la comunicación pública local: el Mapa Infopaticipa*. La Laguna (Tenerife): Sociedad Latina de Comunicación Social. ISBN: 978-84-15968-95-1. Disponible en: <http://www.cuadernosartesanos.org/2015/cac78.pdf>
- Rollnert-Liern, G. (2015). Ley de transparencia y el derecho de acceso: la discusión doctrinal y parlamentaria en torno a su naturaleza de derecho fundamental. En: Cotino-Hueso, Lorenzo; Sahuquillo-Orozco, José-Luis; Corredoira-Alfonso, Loreto (eds.). *El paradigma del gobierno abierto. Retos y oportunidades de la participación, transparencia y colaboración*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, pp. 105-114.
- Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (1996): *La investigación científica en los medios de comunicación: Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

Reseñas

Estudio especializado: discriminación, representación y tratamiento adecuado de la información sobre las mujeres en los medios de comunicación

**Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y
Comunicación**

Editorial: Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y
Comunicación

Año: 2019

Páginas: 382

ISBN: 978-9942-22-182-7

En marzo del 2019, el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (CORDICOM) presentó el “Estudio especializado: discriminación, representación y tratamiento adecuado de la información sobre las mujeres en los medios de comunicación”.

Este esfuerzo investigativo combina, en su metodología, el levantamiento de información de fuentes secundarias y entrevistas a expertas y expertos en género, comunicación, representación mediática y discriminación. Su orientación va encaminada a comprender los procesos históricos, sociales, económicos, culturales y políticos que han contribuido a la configuración de la discriminación estructural hacia las mujeres en el Ecuador.

La investigación se divide en seis capítulos: un **marco teórico** que expone los principales conceptos utilizados en la investigación: el sexismo, el machismo, los micromachismos, la discriminación hacia la mujer y la discriminación interseccional. Se define el sistema patriarcal y el androcentrismo como componentes tanto culturales como estructurales de la sociedad. Se profundiza en la construcción social del género y la asignación de roles y estereotipos.

A continuación se presenta un **Marco Histórico** que busca identificar los principales ejes de poder y dominación que han operado a través del tiempo sobre las mujeres, y se desarrolla un estudio diacrónico que comprende el

periodo *Prehispánico, la Conquista, la Colonia, y la República*. Este apartado también identifica las resistencias, las luchas y las demandas que han incidido en las transformaciones sociales, condiciones de vida e imaginarios sobre las mujeres.

El siguiente capítulo aborda la **Violencia de Género**. Desarrolla una definición general de la violencia contra la mujer, sus tipologías: física, psicológica, sexual, patrimonial y simbólica, y presenta datos estadísticos respecto a las diversas formas de violencia contra las mujeres en Ecuador, incluido femicidio.

Luego se trabajan las **Representaciones de la Mujer en los Medios de Comunicación**. Se analiza su participación en el acceso, la estructura y la propiedad de los medios de comunicación del país a partir de los datos reportados en el Registro Público de Medios del año 2017. También se estudian las representaciones, los estereotipos y los roles ligados a las mujeres, reproducidos en la publicidad y en los medios de comunicación social del Ecuador (radio, prensa y televisión). Este acápite concluye con la exposición de un conjunto de recomendaciones para el desarrollo de una publicidad y una comunicación que no discrimine a las mujeres.

Más adelante se abordan los **Instrumentos de Protección de Derechos Humanos de las Mujeres**. Revisa la normativa nacional orientada a la protección de este colectivo frente a la discriminación y la violencia: Constitución de la República del Ecuador, Ley Orgánica Integral Para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres, el Código Orgánico Integral Penal y la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Comunicación. Asimismo, se cita la Agenda Nacional de las Mujeres y la Igualdad de Género 2014-2017 y la Agenda Nacional de las Mujeres y Personas LGBTI 2018-2021. Se presentan los principales tratados y convenciones internacionales que se orientan a la promoción, la protección y la garantía de los derechos humanos de las mujeres, tanto en el Sistema Internacional de Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas, como del Sistema Interamericano de Derechos Humanos de la Organización de Estados Americanos: Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación hacia la Mujer, CEDAW; Declaración y Plataforma de Acción de Beijín y Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer, conocida como “*Convención de Belém do Pará*”.

Finalmente, las conclusiones del estudio realizan una lectura relacional del conjunto de hallazgos teóricos, históricos, normativos, de análisis de casos y de recomendaciones que fueron encontrados a lo largo del documento.

El Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, como integrante del Sistema Nacional para la Prevención y Erradicación de la violencia de Género contra las Mujeres, y como ente rector de la comunicación en el país, desarrolla esta investigación en el marco de la promoción de los derechos a la comunicación e información, así como al fomento de una comunicación inclusiva, intercultural, democrática y que no discrimine.

Se espera que este estudio genere debate y reflexión en diversos ámbitos de la sociedad, y se configure en un sustento para la elaboración de política pública.

Andrés Mier

Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación / andres.mier@cordicom.gob.ec

El asesinato de la verdad

Aram Aharonian

Editorial: Ediciones CICCUS, Argentina, 2017

Año: 2017

Páginas: 224

ISBN: 978-987-693-723-8

Con parecida sensibilidad y desde la misma preocupación que la de una serie de obras aparecidas en Europa reciente y no tan recientemente como conocido *Informe sobre la información* de Manual Vázquez Montalván, la *Sociedad desinformada de la información* de Scott Lash, La *Era de la información* de Manuel Castells o *Desinformación* de Pascual Serrano, este libro Aram Aharonian parte de una constatación: “Nuestras sociedades consumen hoy grandes dosis de información sin siquiera saber que es falsa. La clave es un sistema de instantaneidad que nadie puede verificar y que en muchas ocasiones es una aviesa manipulación de laboratorios y estudios de cine o televisión”.

Hace diez años, Aram Aharonian, periodista, fundador y director general de la cadena TELESUR escribió un libro que llevó por título *Veros con nuestros propios ojos. Apuntes sobre comunicación y democracia*, el primero de una trilogía que culmina con el aquí reseñado, larga reflexión que ya tenía como *leit motiv* la construcción de un pensamiento propiamente latinoamericano sobre sobre el periodismo y sus vicisitudes Ese texto está antecedido por una frase de George Orwell: “¿Dónde está el periodista? En estos momentos de impostura universal, decir la verdad es un acto revolucionario”.

La preocupación por la verdad en el periodismo es la punta del ovillo de una compleja problemática contemporánea frente a la que ahora Aharonian desarrolla y profundiza su postura crítica, a partir de otra frase, esta vez de pronunciada por el dramaturgo Esquilo, un pensador de hace aproximadamente 25 siglos: “La verdad es la primera víctima de la guerra”.

Para Aharonian, la verdad se le aparece como una obligación política y como una objeto sacrificial por parte del poder. En un tiempo de relativismos extremos donde la verdad epistémica que opera en el campo científico ha perdido asidero e interés por parte de las mayorías, la verdad informativa que debería marcar la ruta de la vida cotidiana y orientar los sentidos comunes, se ha tornado el blanco del ataque de dispositivo global de control y manipulación del capitalismo en su versión **neo-con**: neoliberal en una de sus caras, conservadora en la otra, modelo triunfante y en alza hoy en día.

Y es que como se dice en este libro, “la ‘verdad’ que se vislumbra a través de la televisión, los medios ciberneticos y gráficos no necesariamente corresponde a la realidad. Esta verdad virtual posee como característica la rapidez y el dinamismo en su construcción, pretendiendo abarcar todo el espectro social y agotándose hasta lo efímero en un abrir y cerrar de ojos, con imágenes espectaculares y lenguaje publicitario”. En cambio, acota, “la Verdad con mayúscula, que es simplemente lo que en la realidad aconteció, que excede a las miradas que hablan sobre ella y procuran contenerla bajo sus argumentos, está desapareciendo de los medios”

Y entonces entran en contradicción dos formas **de verdad mediática**, la “virtual” o “ficcional” como también la nombra, aquella que preocupó tanto desde hace más de medio siglo filósofos como Jean Baudrillard, Guy Debord o el propio Louis Althusser, y la “verdadera verdad”, la que preocupó tanto a la Ciencia en general y luego a las Ciencias de la información al Periodismo o a la disciplina comunicacional,

Aquella verdad, cuya búsqueda Orwell la asimila con la postura revolucionaria del periodismo, está desapareciendo y entrando en extinción, fruto de una cacería salvaje a la que llama “Guerra de Cuarta Generación”, y en la que las *fake news*, la mayoría de contenidos de entretenimiento y la publicidad, son sus mejores recursos, puesto que no sólo apelan a la destrucción de la racionalidad por la vía de la “conquista emocional”, sino que facilitan la sobrevivencia de los medios, pero a costa de su total sometimiento a las lógicas e intereses del poder hegemónico.

Este libro nos alerta de lo más grave que es que tal discurso hegemónico se contrapone con un sistema democrático de gobierno, pues la democracia requiere la aparición de una pluralidad de información que permita a quienes participan de la opinión pública decidir con libertad libremente. El “asesinato” de la verdad se consuma mediante su modelación estandarizada: la verdad única es el arma del poder económico, y así la realidad-virtual, incomprensible, nos adormece dulcemente y nos doblega.

Pero hay un tercer aspecto en el libro que resulta crucial: “¿Cómo combatimos en esta guerra de ideas, en esta batalla cultural donde las viejas armas, las viejas herramientas ya no son útiles?”. Para resistir y luchar contra la desinformación que deviene en pesimismo e indiferencia políticas hay que repensar hoy en día lo que significa “democratizar la comunicación”, a sabiendas que por las condiciones contextuales la comunicación ya no es lo que era ni hace 35 años, cuando se publicó el Informe McBride ni hace 10 años cuando la tendencia dominante en América Latina parecía ser la consolidación de gobiernos de tendencia progresista.

También recoge Aharonian otro de los problemas nódales a los que se enfrenta la comunicación: el descomunal peso económico, político y cultural de las tecnologías digitales y las mega-corporaciones que dominan este mercado. Y frente a esta realidad, entender temas tales como la neutralidad de la red, la

invasión de la privacidad y en especial, la cuestión de los contenidos y de los nuevos formatos informativos, la segmentación algorítmica de contenidos según ciertas preferencias de los usuarios, se convierte en “la caja de herramientas” imprescindible para la lucha política y cultural desde las izquierdas sociales y políticas. Lo anterior implica reconocer que la academia es cada vez más importante para sumar la teoría a la praxis, o para generar teoría desde una praxis de la que está lejana

Un último aspecto que hay que resaltar como central en el libro se refiere a las limitaciones que se tiene para enfrentar la des-información desde el campo popular-alternativo, tanto desde el uso social de las redes como desde la práctica periodística. Aharonian no tiene problema en afirmar que “las redes sociales no han logrado el objetivo de masificar los mensajes y menos aún de democratizar la información y la comunicación (y mientras) el periodista era analista de un período”. Cuando dicho período se diluye en la instantaneidad y los mensajes apelan mayoritariamente a la superficial emocionalidad de las personas y no a su raciocino; no hay tiempo ni lugar para el análisis. Ante esto, Aharonian no vacila en lanzar una pregunta que a la vez es una estruendosa señal de alarma: *¿No hay lugar para el periodista?*”

Útil y provocador, entonces, este “compendio de verdades ocultas” del periodismo que armado laboriosamente por Aram Aharonian, es un antídoto indispensable ante la desesperanza o la indiferencia que siempre acechan los procesos destituyentes como los que hoy vivimos en varias latitudes latinoamericanas.

Hernán Reyes, Secretario General de Ciespal

CIESPAL, Ecuador / hreyes@ciespal.org

¡La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro

**Tito BALLESTEROS LÓPEZ
y Graciela MARTÍNEZ MATÍAS (Coordinadores)**

Editorial: Ediciones CIESPAL

Año: 2019

Páginas: 258

ISBN: 978-9978-55-183-7

Pensar a la radio cuando avanzamos al final del primer cuarto del siglo XXI, es un ejercicio fundamental para entender las dinámicas de la comunicación actual. La mirada romántica sobre la radio, parecería no tener cabida en el mundo acelerado que nos impone esta cuarta revolución industrial.

Muchos podrán decir: La radio ¿para qué?, ¿qué sentido puede tener ahora? Muchas formas tecnológicas la superaron, casi hasta anularla.

Esas preguntas y afirmaciones, pueden ser certeras, sobre todo, si pasamos un poquito más allá de la epidermis de este tema, como nos proponen los textos de **¡La Radio Vive!** Las reflexiones de los lectores pueden encontrar motivos suficientes que les convenzan de que en efecto, **¡La Radio Vive!** Que ha mutado, con las cambios de las prácticas culturales de las audiencias, pero ahí está, vivita y coleando.

En el libro coordinado por Tito Ballesteros y Graciela Martínez, que contiene textos de Sonia Caldas Pessoa, Chusé Fernández, Francisco Godínez, Debora Cristina López, Luis Miguel Pedrero Esteban, Nair Prata, Omar Rincón y Hernán Yaguana. En él se puede encontrar una visión de lo que fue, lo que es y lo que puede ser la radio. Al revisar de corrido los textos, predomina la visión de que la nueva radio tiene que caminar de la mano del internet y las nuevas tecnologías. Un caminar que condiciona la supervivencia de este medio.

La visión que construyen los autores, nos pone de frente a pensar y replantearnos la mirada y la lucha que históricamente se ha dado para acceder más democráticamente a las frecuencias del espacio radioeléctrico. Un reambio que pone el debate sobre cómo aprovechar la tecnología e incorporar una propuesta radiofónica que se distribuya y a la que se acceda desde el streaming, el postcast y otras aplicaciones, que permiten que en lenguaje radiofónico, se construyan lo que llaman los *storytelling*, ese arte de contar una historia usando lenguaje sensorial, que confluye con las prácticas de las audiencias en su rutina cultural.

para que en su transmisión, estas puedan interiorizar, comprender y crear **significado** con lo que escuchan.

El texto destaca algunos formatos a partir de los cuales el oyente puede acceder a contenidos de audio: *streaming*, o la transmisión continua de audio, que puede ser en vivo o por demanda; *webradios*, o aquellas que transmiten exclusivamente por Internet; aplicaciones para escuchar música online o para descargarla; radio transmitida por *WhatsApp*; pódcasts, o productos sonoros que presentan contenidos segmentados para que el oyente programe sus audiciones.

Es necesario señalar que en los últimos dos años, estos formatos han entrado en la práctica de las audiencias con mucha fuerza en Estados Unidos y Europa y también en audiencias de América Latina, con producciones sofisticadas que apuestan por el *storytelling* para captar la atención de los oyentes. Se están considerando, como señala el texto, “incluso como parte de lo que sería una nueva <era de oro> de la radio”.

Este hecho, propone otras reflexiones respecto al futuro de la radio, y es que ya no podemos pensar en programaciones estructuradas y rígidas, ya que el oyente es quien programa. Escoge a voluntad y de acuerdo a su rutina, el tiempo en el que escucha y discrimina lo que quiere escuchar.

La lectura de “**!La radio vive!**”, intenta posicionar en el imaginario del lector que sobre los desafíos vogentes y trata de responder a cuestionamientos recurrentes: ¿Cómo adecuar los viejos y nuevos formatos radiofónicos a las nuevas posibilidades tecnológicas? ¿Cómo producir en lenguaje radiofónico, piezas que tengan cabida en las posibilidades de las nuevas tecnologías y que puedan entrar en las rutinas de las audiencias?

La radio que en algún momento se la escuchó en grupo, en familia, hoy se convirtió en un acto más individual, entonces, esas nuevas producciones y esos nuevos formatos determinan que estamos asistiendo al fin de muchas formas de radio, y que a la vez presenciamos el nacimiento de nuevas alternativas, que, seguramente, estarán entre nosotros por largo rato.

Francisco Ordóñez Andrade

CIESPAL, Ecuador / fordonez@ciespal.org

“Memorias de las Jornadas. Repensando la educación superior en Ecuador, América Latina y El Caribe: A cien años de la Reforma Universitaria de Córdoba”.

—

Editorial: Secretaría de Educación, Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación
Año: 2019
Páginas: 200
ISBN: 978-9978-339-18-3

Los documentos se enmarcan en las *Jornadas Académicas* organizadas por la SENESCYT en Quito - Ecuador, el 5 y 6 de junio de 2018 para la conmemoración de los cien años de la Reforma Universitaria de Córdoba SENESCYT. Este evento permitió pensar en los desafíos vigentes de este movimiento con el ámbito académico, la sociedad y con la función sustantiva de la investigación, a través de cinco ejes temáticos: a cien años de la Reforma Universitaria de Córdoba; educación superior e integración regional; desafíos sociales e interculturalidad; experiencias de gestión educativa de reconocidas universidades públicas en la región; emprendimiento, formación técnica tecnológica y sector productivo.

Las jornadas contaron con cinco mesas magistrales y diecisiete paneles, que seleccionaron setenta ponencias luego de revisar doscientos siete propuestas enviados. Posteriormente, de los setenta artículos que pasaron el primer filtro académico, se realizó una revisión ciega de pares.

De este modo el libro impreso: **“Memorias de las Jornadas. Repensando la educación superior en Ecuador, América Latina y El Caribe: A cien años de la Reforma Universitaria de Córdoba”**, reúne los trece textos principales por su calidad y contribución a los temas propuestos en las Jornadas. Además, tienen como hilo conductor la reflexión sobre procesos educativos y desafíos de la educación universitaria y de los institutos de educación superior. A partir de este debate, el lector puede acercarse a distintas ópticas nacionales e internacionales referentes a las acciones llevadas a cabo por varios países en la tarea de

generar estrategias educativas que, además de superar los obstáculos locales, deben enfrentar las demandas del siglo XXI.

Sus autores reflexionan sobre las trayectorias educativas, los aciertos y desaciertos pedagógicos, la inclusión de nuevas tecnologías y el futuro de la educación universitaria. Desde allí, discurren en una multiplicidad de visiones y propuestas que proponen modelos pedagógicos incluyentes, que puedan subsanar quiebres históricos, desarrollen propuestas inclusivas, y que respondan a las exigencias del mundo actual. Así, se advierte la preocupación para establecer un camino abierto y coherente hacia saberes y prácticas que confluyan en un diálogo dinámico entre las formas tradicionales de enseñar y la adaptación de estrategias tecnológicas..

La discusión se abre con el texto de Casanova Cardiel y Graue Wiechers, quienes evidencian la particular trayectoria histórica de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), frente a las políticas nacionales y su posicionamiento.

Por otra parte, Anita Krainer analiza los intentos de implementar políticas públicas interculturales en Ecuador, partiendo de los cambios sociales de la década de los noventa, cuando el Estado *monocultural* pasó a reconocer la riqueza de la diversidad como resultado de un largo proceso para lograr una educación intercultural bilingüe. Krainer reflexiona sobre la necesidad de entender las sabidurías de otras culturas como un reto tanto epistemológico como práctico, con base en la experiencia de la Universidad Intercultural de las Nacionalidades y Pueblos *Amautay Wasi*, creada en 2004.

En el siguiente texto, Nina Pacari propone entender la interculturalidad aportando al debate “desde la realidad cognitiva de los pueblos originarios”. En esa línea, evidencia que la sabiduría/ciencia que se encuentra en la vivencia de cada pueblo originario, es la forma en que debe entenderse el *diálogo de saberes* y el *diálogo cognitivo* en un Estado plurinacional. Ella interroga hasta qué punto las universidades están preparadas para trabajar la dimensión plurinacional y plantea el desafío social de la universidad como comunidad es aproximarse a un nuevo contenido jurídico constitucional.

Sara Cruz, Rosemary de Lourdes Samaniego y Julio Antonio Encalada plantean también la alternativa de desarrollar habilidades de formación profesional vinculada al pensamiento crítico en estudiantes universitarios. Su trabajo incluye el análisis de la experiencia de estudiantes de la carrera de pedagogía, cuya propuesta potenció el trabajo participativo, la autoevaluación y el desarrollo de una visión crítica de sus logros en el aprendizaje.

Germán Maldonado Cisneros, por su parte, se acerca a los desafíos de las Artes Liberales en el siglo XXI, dese los pensadores clásicos que formularon a la polis como el escenario propicio para el desarrollo de las ciencias. En este sentido, propone que el currículo universitario debe autodefinirse como educación y afrontar la forma fundamental de cohabitación de los seres humanos, pensando en la “forma de vida que vale la pena vivir”.

De otro lado, en una era de tecnología y de digitalización del campo educativo, María Dolores Idrovo, Cliciani Neira y Paulina Rodríguez, analizan las ventajas y desventajas de la educación en línea y a distancia. Su estudio investiga las razones por las que cada vez más estudiantes derivan en la educación en línea y delinea las características particulares que obligan a tomar esta decisión, en el marco de un cambio generacional y revolución tecnológica, que han sido avalados por el Estado ecuatoriano..

Alejandra Colina, en la misma línea de análisis sobre el uso de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en la docencia universitaria, propone la posibilidad de una educación solidaria e inclusiva vinculando el emprendimiento, la formación tecnológica y técnica y el sector productivo. Todo ello supone que la apropiación de las TIC desafía la forma de hacer educación superior para favorecer el aprendizaje.

Al considerar que las dinámicas actuales de la educación afrontan una renovación en la forma de aprender, el trabajo de Ana Carrillo y Bradley Hilgert lleva a la reflexión de la necesidad de incorporar conocimientos ancestrales en el ámbito de la educación superior. Su análisis en torno al discurso normativo que se ha desarrollado sobre interculturalidad, pone de manifiesto las dificultades de adelantar procesos prácticos que permitan que la educación pública superior dé entrada al diálogo entre culturas..

Magdalena Ordoñez analiza el papel de la universidad en la descolonización del pensamiento. Revisa la urgencia de unir los saberes de los grupos sociales que han estado tradicionalmente silenciados, para hacer uso de una justicia cognitiva enriquecida por un diálogo de saberes. Ella plantea poner en valor los postulados del *Sumak Kawsay* como visión de porvenir, así como la descolonización de la filosofía y la ciencia con propuestas que se adapten a la realidad ecuatoriana y latinoamericana.

Ricardo Yenney también estudia el papel de las nuevas tecnologías en la didáctica de la enseñanza, pero hace hincapié en la Historia del Arte. Su trabajo toma como objeto de estudio la experiencia de la Universidad Técnica del Norte y del Proyecto de Investigación Científica y Tecnológica. Con en esta experiencia, se socializa la creación de un espacio de interacción aplicado a la investigación artística entre docentes y estudiantes para facilitar las herramientas pedagógicas.

Roberto Briones aborda la ruptura filosófica frente a la educación, acercándose al trabajo de María Zambrano, pensadora, filósofa y ensayista española. Presenta así un breve recorrido por los modelos imperantes y sus orígenes; analiza la ruptura de paradigmas pedagógicos; convoca a la filosofía vivencial y promueve la idea del pensar antes que el de formar.

Jimmy Zambrano aborda el modelo 4C/ID para el mejoramiento de la oferta de educación superior ecuatoriana, dado el desafío que imponen las siguientes décadas del siglo XXI. Reflexiona sobre las necesidades de vincular la oferta de tercero y cuarto nivel con la demanda laboral, que incluyan políticas públicas

apropiadas y una oferta académica de educación superior eficaz para carreras que respondan a los requerimientos sociales y la preparación de los profesionales tomando en cuenta sus habilidades.

Por último, el trabajo de Freddy Auqui presenta el análisis de la educación tecnológica en el contexto de un análisis crítico del Buen Vivir. En su estudio, confronta los alcances de las políticas basadas en discursos funcionales que se oponen a la realidad de los pueblos ancestrales. Reconoce las dificultades de la puesta en práctica de un proyecto que sigue generando problemas estructurales de exclusión y desigualdad.

Este libro está acompañado de otro en formato digital: “**A los cien años de la Reforma de Córdoba. Mirada de la situación de las instituciones de educación superior: docencia, género, interculturalidad e inclusión**”, del cual se incluirá una reseña en el próximo volumen de esta revista.

Senescyt

dsantos@senescyt.gob.ec