
Matices

del Posgrado Aragón

Año 9 / mayo-agosto, 2014/No. 24

**Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Aragón
División de Estudios de Posgrado e Investigación**



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Dr. José Narro Robles

Rector

Dr. Eduardo Bárzana García

Secretario General

Ing. Leopoldo Silva Gutiérrez

Secretario Administrativo

Dr. Francisco José Trigo Tavera

Secretario de Desarrollo Institucional

Lic. Enrique Balp Díaz

Secretario de Servicios a la Comunidad

Dr. César Iván Astudillo Reyes

Abogado General

Lic. Renato Dávalos López

Director General de Comunicación Social

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

M. en I. Gilberto García Santamaría González

Director

Mtro. Pedro López Juárez

Secretario General

Lic. José Guadalupe Piña Orozco

Secretario Académico

Lic. José Francisco Salgado Rico

Secretario Administrativo

Dr. Daniel Velázquez Vázquez

Jefe de la División de Estudios de Posgrado
e Investigación

Lic. Daniel Edgar Muñoz Torres

Jefe de la Unidad de Extensión Universitaria

Mtro. Fernando García Hernández

Jefe del Departamento de Difusión



Consejo Editorial FES Aragón

M. en I. Gilberto García Santamaría González
Director de la FES Aragón

Lic. Daniel Édgar Muñoz Torres
Jefe de la Unidad de Extensión Universitaria

Mtra. María Concepción Estrada García
Jefa de la División de Ciencias Sociales

Lic. Rosa Lucía Mata Ortiz
Jefe de la División de Humanidades y Artes

Lic. Simón López Álvarez
Jefe del Departamento de Presupuestos

M. en I. Fernando Macedo Chagolla
Jefe de la División de Ciencias Físico-Matemáticas y de las Ingenierías

Mtro. Fernando García Hernández
Jefe del Departamento de Difusión

Lic. Guillermo Rugerio Viveros
Jefe del Departamento de Fomento Editorial

Dr. Daniel Velázquez Vázquez
Jefe de la División de Estudios de Posgrado e Investigación

Consejo Editorial Internacional

Dr. Raffaele De Giorgi
Università del Salento, Italia

Dra. Sonia Teresinha de Sousa Penin
Universidade de São Paulo, Brasil

Dr. Jean Paraizo Alvez
Universidade de Brasília, Brasil

Dr. Héctor Pérez San Martín
Universidad Austral, Chile

Dr. Jean Francois Prud'homme
El Colegio de México, México

Comité Evaluador Internacional

Dra. Nivia Álvarez Aguilar

Universidad de Camagüey, Cuba

Dr. José Miguel Correa Gorospe

Universidad del País Vasco, España

Dr. Agustín de la Herrán Gascón

Universidad Autónoma de Madrid, España

Dr. Pasquale Luigi Di Viggiano

Università del Salento, Italia

Dra. Tatiana Díaz Arce

Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación, Chile

Dra. Ana María Figueroa Espínola

Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación, Chile

Dr. Norbert Francis

Universidad de Arizona, Estados Unidos de América

Dra. Rocío Fuentes

The Collage of the Holy Cross, Estados Unidos de América

Mtra. Diana Gil Chávez

Universidad Distrital Francisco José de Caldas, Colombia

Dra. Nolfi Ibañez Salgado

Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación, Chile

Dr. Afranio Mendes Catani

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dra. Elvira Molina Fernández

Universidad de Granada, España

Dra. Rosani Moreira Leitao

Universidad de Brasilia, Brasil

Dr. Joaquín Paredes Labra

Universidad Autónoma de Madrid, España

Dr. Manuel Riesco González

Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. José Luis Villena Higuera

Universidad de Granada, España

Consejo Editorial Nacional

Dr. Luis Arnal Simón

Coordinador Académico del Área de Humanidades y Artes
UNAM

Dra. María Concepción Barrón Tirado

Presidenta del Consejo Mexicano de Investigación Educativa

Dr. Francisco José Trigo Tavera

Secretario de Desarrollo Institucional
UNAM

Comité Evaluador Nacional

Dr. Luis Álvarez-Icaza Longoria

Coordinador del Programa de Posgrado de Ingeniería
UNAM

Dra. Claudia Beatriz Pontón Ramos

Coordinadora del Programa de Posgrado de Pedagogía
UNAM

Mtro. Alejandro Cabeza Pérez

Coordinador del Programa de Posgrado de Arquitectura
UNAM

Dr. Carlos Humberto Reyes Díaz

Coordinador del Programa de Posgrado de Derecho
UNAM

Dr. Arturo P. Huerta González

Coordinador del Programa de Posgrado de Economía
UNAM

Índice

Editorial9

Introducción

La evolución de los nuevos diseños tecnológicos para la enseñanza de las matemáticas
Núria Rosich.....12

Hacia una conceptualización precisa de los riesgos de trabajo en la legislación laboral mexicana
Karina Trejo Sánchez24

Balance urbano-regional a dos décadas del TLCAN
Salvador Rosas Barrera.....39

Dossier: Pensamiento crítico en América Latina, comunicación,

Presentación
Hugo Sánchez Gudiño.....61

Estrategias de comunicación digitales del gobierno brasileño con enfoque en eventos sociales
Alessandra de Castilho y Roberto Gondo Macedo64

Venezuela: reflexiones sobre comunicación, medios y política
Andrés Cañizales75

Retos del proceso de paz de La Habana a la comunicación y a las culturas políticas
Fabio López de la Roche98

Comunicación política en México/un modelo para armar: el caso de un presidente
Hugo Sánchez Gudiño.....114

El fallo de La Haya en las primeras planas de tres tabloides peruanos <i>James A. Dettleff</i>	125
Escándalos mediáticos y accountability: la crisis de legitimidad política en el Perú <i>Javier Protzel</i>	141
<i>Spots</i> electorales de las Presidentas en Latinoamérica <i>Luciana Panke</i>	158
Uruguay: estrategias de comunicación desde el marco institucional <i>Matías Ponce</i>	172
Debate	
Cultura escrita: una mirada parcializada en la práctica universitaria <i>Miguel Martínez Curiel</i>	202
Autores	
Semblanza de autores	224
Lineamientos de la publicación	228
<i>Publishing regulations</i>	231

EDITORIAL



Pocas veces los medios masivos de comunicación en América Latina han sido tan discutidos como en el presente. Habitados durante décadas a un escenario con escasas novedades, dichos medios enfrentan un remolino de transformaciones para cuyos desafíos no hallan, por el momento, respuestas. Más ahora que la información no sólo es producida y distribuida por medios tradicionales, sino también, y de forma exponencial, por Internet. Con esta actual tecnología la dependencia hacia los medios es cada vez mayor en la vida cotidiana. Aun cuando los llamados *mass media* resultan de vital importancia para la sociedad, dado que difunden casi toda la información que sucede en el mundo, continúan siendo una preocupación manifiesta que recorre Latinoamérica y que apunta a las garantías necesarias para ejercer el periodismo y, también, a la formación profesional indispensable en circunstancias actuales de violencia generalizada.

De cara a esta situación, algunas reflexiones advierten que las amenazas a periodistas son producto de una cobertura informativa polarizada, desentendida e ingenua que ha llevado a un descrédito social. No es una interrogante que los medios se han visto caracterizados por la intervención de regímenes dictatoriales, que se han adueñado de su control para ejercer su poder. Más aho-

ra con el uso de plataformas digitales que potencian procesos de alienación en la generación, edición, acaparamiento, distribución o acceso y consumo de cultura. En ese sentido, se convierten en una incubadora de nuevos modos de concebir el manejo del mundo. De la misma forma se plantea que los medios han sido una herramienta primaria del capitalismo para la preservación de las relaciones de clases y como coadyuvante para la dirección y organización de la opinión pública. Esos elementos de dominación se muestran en la perspectiva de cada país, pero además en la esfera internacional con la creación de grandes aglomeraciones mediáticas. Disponer hoy por hoy de los medios significa poseer una autoridad social, no tanta por el contenido que transmiten, sino por el entorno que crean, la atención y el mimetismo que despiertan. Los *mass media* actúan como un espejo que “proyecta” o desvirtúa la realidad social y, al mismo tiempo, es el lugar en el que se crea ésta.

Así, la comunicación ejercida por grupos u organizaciones es un modo de generar opinión pública, sea influyendo directamente en las masas, o bien haciéndolo, indirectamente, hasta lograr que los medios incluyan entre sus contenidos los hechos que interesan al grupo dominante. De esa manera las nuevas tecnologías han llevado a los

medios a una doble dimensión: la rentabilidad económica y la creación de hegemonía; ello los ha convertido en uno de los sectores estratégicos, esto es, en una de las más valiosos productos.

Ahora bien, no podemos negar que los escenarios mediáticos de esta región latinoamericana han trascendido en una evidente falta de pluralidad y propensión de equiparación de la libertad empresarial a la libertad de expresión por parte de las transnacionales, acontecimiento que dibuja un escenario de desazón que ha tenido un eco claro en los medios. Además éstos no han orientado su ejercicio a la actividad social con responsabilidad, sentido ético y de servicio público para todos los ciudadanos, pero sí, en cambio, se han convertido en instrumentos de los intereses sectarios de algunas minorías, que son utilizados como elementos de desinformación y desestabilización social y política.

Se observa entonces que hay una concentración manifiesta en varios países latinoamericanos, que se centra en la posición dominante que algunos medios ejercen en las redes de informaciones. Percibimos claramente cómo los gobiernos buscan desnaturalizar la tradicional mediación ejercida por los medios de comunicación, toda vez que ésta es calificada como un artefacto de intereses de las clases dominantes a las que pertenecieron, históricamente, las empresas de medios en América Latina. La problemática de la libertad de expresión se constituye, así, en otro eje de análisis transversal sobre el sistema de medios, pero su examen proyecta resultados asimétricos, cuando no contradictorios. Como complemento a la ruptura del credo a la objetividad, im-

parcialidad y neutralidad que caracteriza al periodismo, se produce un inédito interés —y en algunos casos avance— de gobiernos latinoamericanos con respecto a la comunicación. Estos gobiernos protagonizan el despliegue de una desconocida actividad como enérgicos operadores de la televisión, radio y diarios, reflejando así una señal de que consideran preciso construir su propia voz en un sistema mediático al que perciben como antagonista.

Como consecuencia, la reconstrucción de los espacios públicos en América Latina se hace imprescindible después de décadas de esta tendencia neoliberalista que ha profundizado en el sometimiento a intereses económicos corporativos, ampliando la brecha de las desigualdades y sometiendo a un verdadero exopolio a la región, a través de las masivas privatizaciones y creciente concentración mediática. De ahí que para *Matices del Posgrado Aragón*, acercarse a este tema en su sección *Dossier*, es de gran valor, dado la necesidad de hacer un llamado a incrementar el pluralismo informativo como respuesta directa de los procesos de democratización que, a pesar de esta lucha disímil, ha tenido lugar en los últimos años en América Latina.

Dr. Daniel Velázquez Vázquez
Director de la Revista



APORTACIONES

La evolución de los nuevos diseños tecnológicos para la enseñanza de las matemáticas

THE EVOLUTION OF NEW TECHNOLOGICAL DESIGNS FOR TEACHING
MATHEMATICS

* Dra. Núria Rosich

Resumen

En este artículo se muestra la evolución de las TIC (nuevas tecnologías) en el aprendizaje de las matemáticas y de uso en la docencia. Para ello se comentan de forma detallada distintos diseños de modelos y usos de páginas *Web* diseñadas por el grupo DiversiMat. Al final se presenta el último modelo de enseñanza de la matemática con el modelo “flipped classroom” y los primeros resultados obtenidos. Dichas conclusiones alientan a continuar en la investigación de las nuevas herramientas del siglo XXI.

Palabras clave: diseños tecnológicos, matemáticas, docencia, aprendizaje.

Abstract

In this article, we show the evolution of ICT (new technology) in

*Doctora en Matemáticas por la Universidad de Barcelona

learning mathematics and use in teaching. For them are discussed in detail different model designs and uses of websites designed by DiversiMat group. At the end of latest model of teaching mathematics with model “flipped classroom” and the first results we are getting presents. These results encourage us continue the investigation of the new tools of XXI century.

Keywords: technological designs, math, teaching, learning.

Introducción

En los últimos años, la introducción de los medios tecnológicos en las aulas de los centros docentes en España es una realidad. Aunque este hecho nos parece muy reciente en la historia, hemos de hacer hincapié en que, en las aulas de matemáticas, tales medios entraron hace mucho tiempo, dado que hemos de considerar que los primeros aparatos tecnológicos usados fueron las llamadas “calculadoras”; desde las más simples y sencillas hasta las

más sofisticadas, como han sido y continúan siendo hoy las calculadoras científicas.

Los siguientes aparatos tecnológicos que han penetrado en las aulas fueron los computadores y, en general, se han usado para obtener información a través de diferentes páginas web. En el caso concreto del aprendizaje matemático también hemos de citar el diseño de diversos software especiales, como son los programas “Cabri”, “Cabrigeomtre”, “Geogebra”, todos destinados al aprendizaje de la geometría.

En el caso del aprendizaje matemático, otro uso importante de la tecnología ha sido la utilización de portales web para su enseñanza-aprendizaje de diversos niveles educativos (parvulario, educación primaria, secundaria y bachillerato). Algunos de estos portales se diseñaron a instancias de organismos oficiales (Departamento de Educación, o bien gobiernos autonómicos) en España. Entre ellos podemos citar Cesire-CreaMat <http://srvcnpbs.xtec.cat/creamat/joomla/>, como soporte a la enseñanza y aprendizaje de las matemáticas. Y también, con la misma finalidad, las páginas webs Descartes y Gauss para el alumnado de secundaria¹.

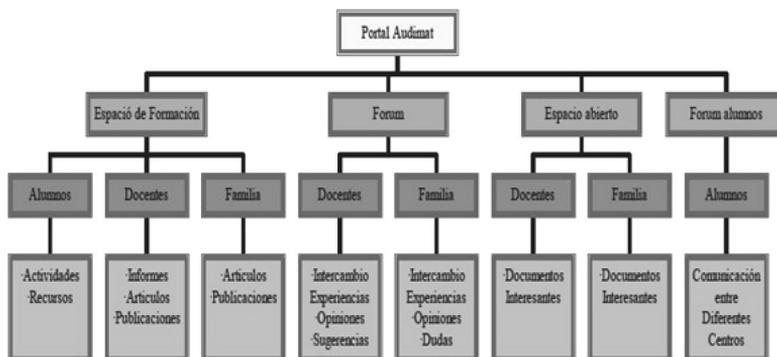
¹ Se puede consultar el Proyecto Gauss en la siguiente dirección <http://recursostic.educacion.es/gauss/>

Recientemente, en las aulas ha llegado otra herramienta tecnológica muy valorada por los centros educativos: la pizarra interactiva. Su manejo es muy parecido a la de los computadores, pero incorporando elementos interactivos digitales. La combinación de computador, cañón de proyección y pizarra digital está en la mayoría de los centros educativos españoles, lo que permite a los profesores un trabajo muy interesante, aun cuando muchas veces se encuentra que en las aulas toda esta tecnología se sigue usando como un libro de texto, sin sacarle el provecho que ofrecen estos medios.

Antecedentes

En este artículo, quiero narrar mi experiencia como docente e investigadora de matemáticas durante mis últimos diez años de dedicación a la universidad. Y aprovechar este espacio para mostrar cómo ha sido de rápida su evolución desde los aspectos técnicos y docentes. Hace años coordino el grupo de investigación DiversiMat (Diversidad y Matemáticas) de la Universidad de Barcelona, que tiene por objeto el estudio la enseñanza y aprendizaje de las matemáticas, en distintos niveles educativos. Partiendo de la concepción de que los alumnos son diversos, es decir, tienen diferentes

web/ del Ministerio de Educación de España



Estructura del portal AudiMat.

ritmos de aprendizaje, niveles cognitivos, aptitudes, medios sociales, etc. Desde esta premisa y creyendo que las nuevas tecnologías permitirían dar una mejor atención al alumnado en el aprendizaje matemático, en 2005 diseñamos el portal AudiMat (Sergi Muria, 2005). Fue diseñado específicamente para enseñar geometría al alumnado (15 años de edad) con discapacidad auditiva — profundo y oyente— de educación secundaria, integrado en aulas ordinarias. La utilización de este portal permitiría la adaptación personalizada para aquellos alumnos que participaran en la experiencia. La investigación que realizamos fue financiada por el MEC (Ministerio de Educación y Ciencia) del Gobierno de España en convocatoria abierta².

² Proyecto ARAI 00012 080 (Generalitat de Catalunya). “Les matemàtiques com una eina d’inclusió i d’equitat per l’alumnat immigrant nouvingut llatinoamericà als centres

Los resultados mostraron aspectos importantes que se deben considerar. Entre éstos hemos de destacar que uno de los principales escollos encontrados en aquel momento, fue la falta de formación del profesorado ante esta tecnología. Entre las creencias de los profesores estaba que la tecnología les serviría para suplir las dificultades del aprendizaje de sus alumnos, como si fuera un medio milagroso. Se observa que los alumnos se adaptaron de manera conveniente y obtuvieron mejores resultados académicos comparándolo con la enseñanza sólo presencial.

Siguiendo con este tipo de trabajo en 2010 realizamos un proyecto educativo de Catalunya”.

Proyecto 0803538 MEC. “Las matemáticas una herramienta de inclusión y de equidad para el alumnado recién llegado



Página principal Portal MigraMat

to destinado a la integración del alumnado inmigrante recientemente llegado a nuestro país en las aulas de secundaria. Para ello se realizó una segunda investigación que también obtuvo apoyo del Gobierno de la Generalitat de Catalunya y del MEC (antes citado) en convocatorias competitivas³. En este proyecto diseñados un segundo portal *Web* llamado MigraMat (Migración y Matemáticas). Era dirigido a familias, estudiantes y profesores de cuatro países que en aquel momento se consiraban focos migratorios de emigrantes hacia España. Esta problemática de acogida de jóve-

nes emigrantes integrados en centros educativos españoles provocó muchos problemas organizativos y didácticos de atención de este alumnado.

En esta investigación intervinieron los países siguientes: Marruecos, Colombia, Ecuador y España. Entre las principales dificultades que se encontraban las escuelas, era el desconocimiento lingüístico y la distancia cultural presentada entre los alumnos. Esta web tenía por objetivo ayudar mediante ejemplos y directrices didácticas (aspectos curriculares, problemas tipo, etc.) cuáles eran los niveles educativos que se piden en España; también había ejercicios con solucionario a fin de practicar desde cualquier país. En este amplio estudio podemos citar

3 Proyecto MEC 0803535 (2000-2003): “Teleintervención matemática con alumnos con necesidades especiales. Comunicación geométrica con alumnos sordos”.

varios artículos publicados en distintas revistas nacionales e internacionales. Sin embargo sólo vamos a citar uno porque resume los principales resultados obtenidos (Rosich & López, p. 2013).

En un tercer proyecto, en el grupo de investigación se planteó otra de las cuestiones que hacía tiempo se venía cuestionando. Aunque ésta parecía muy simple, puesto que en la revisión bibliográfica se observó que no estaba debidamente documentada. Dicha cuestión consistía en lo siguiente: ¿Es realmente mejor la enseñanza virtual que la presencial? O dicho de otra manera: ¿Los estudiantes de secundaria obtienen mejores resultados en una enseñanza presencial que en una enseñanza virtual?

Los resultados del aprendizaje obtenidos en nuestros estudios eran satisfactorios, aunque con ciertas limitaciones. Cuando hablábamos sobre esta tema con los profesores, la mayoría decía que esto era evidente para ellos. Pensaban que resultaba mucho mejor la enseñanza virtual; no obstante, cuando hacíamos un análisis detallado de nuestras conclusiones, veíamos que en realidad el tipo de explicaciones y, sobre todo, el diseño de las actividades, era mucho más cuidadas, por lo que también el diseño de las actividades didácticas. A partir de estos

supuestos, realizamos la hipótesis siguiente: ¿qué pasaría si el material didáctico fuera el mismo?

Entre las cuestiones por responder estaban las siguientes: ¿cuáles serían los rendimientos académicos de los alumnos con unas actividades didácticas idénticas?, ¿los alumnos obtendrían los mismos resultados?, ¿o no? ¿Serían mejores o peores? Para ello realizamos el tercer proyecto de investigación llamado “Investigar las matemáticas” (Mora, 2012). Los amplios resultados de este estudio mostraron que aunque el material era exactamente el mismo, vimos que la interactividad que permiten los computadores no era el mismo que la realización de las actividades con lápiz y papel, a pesar de que éstas estaban muy bien diseñadas didácticamente⁴.

En todos los casos, es decir en el diseño de las webs correspondientes, se tuvo en cuenta la diversidad del alumnado. Por tanto, en todas ellas, ya se pensó inicialmente en un sistema de ayudas de diferentes características. En general, tales ayudas se pueden clasificar en visuales (imágenes, gráficos, etc.) o bien de tipo lingüístico (aclarando algún concepto, definición, etc.), decir

4 Si quieren consultar dicha página su dirección es http://walipi.org/investigar/unitat1/ouera/ous_en_una_ouera.php

de también de los dos tipos. En la última web de “Investigar las matemáticas”, se sumó además una ayuda acústica, que permite al alumno escuchar de forma correcta el enunciado del problema. Este apoyo se colocó a instancia de los profesores, porque decían que muchas veces los alumnos resuelven inadecuadamente los problemas, debido a que leen de forma incorrecta los enunciados. Siguiendo con los avances tecnológicos llegamos al último diseño para la enseñanza de las matemáticas, en este caso para clases de bachillerato, en el cual estamos trabajando (Massut, 2014).

Partiendo de un contexto sociocultural tecnológico, una escuela inclusiva y una hipótesis general constructivista, llevaron a investigar de forma cualitativa una innovadora metodología de enseñanza, llamada “flipped classroom” (Sams y Bergmann, 2012). ¿Por qué este tipo de trabajo? Los profesores de educación secundaria y bachillerato, con quienes estamos en contacto (ya que algunos pertenecen al grupo), muchas veces se quejaban de que las horas que el alumno dedica a estudiar en casa el tema visto en clase, es difícil observar para los profesores, porque no se pueden detectar las dificultades, ni la calidad del trabajo que realizan hasta cuando llegan las evaluaciones (Brihuega Nieto, 1997; Trujillo Saez, 2012).

Este hecho llevó a investigar diferentes metodologías para la enseñanza de las matemáticas que consideraran estos dos aspectos: una metodología eficiente de enseñanza-aprendizaje de las matemáticas y la utilización de las TIC como herramienta didáctica.

“Flipped classroom”: Metodología didáctica de enseñanza-aprendizaje

La teoría de “flipped classroom” mencionada por Khan, y desarrollada en gran parte por dos profesores estadounidenses, Jonathan Bergmann y Aaron Sams, plantea “invertir la clase”. Lo que antes se veía en clase, ahora se puede hacer en vídeos tutoriales, y las horas de clase se aprovechan para realizar actividades en grupo, tutoría de iguales o individuales. En un modelo de clase tradicional, los profesores invierten su tiempo en explicaciones, en evaluar, calificar y demás, pero realmente el tiempo a la atención de los alumnos (contestar dudas, atender dificultades, etc.) es quizás menor de 5%. En la estructura tradicional, en los niveles superiores, la mayoría del tiempo se destina a explicar las ideas fundamentales de los temas del currículum, mientras que las tareas se realizan en casa.

El nombre lo dio originariamente Mazur (2009), la educación entre

pares (*peer instruction*) descubre el cambio que es, quizás, el más importante: tiene que ver con la distribución de responsabilidades del aprendizaje, que en este modelo recaen más claramente en quien aprende, armonizando de esta manera el concepto de competencia. El estudiante es el agente activo en todos los sentidos, es decir, él decide el ritmo de aprendizaje, el momento, etc., dejando para el profesor el papel de guía o asistentes en el proceso (Down, 2012). Un punto clave de la elección de esta metodología, es que se cree que ésta permite, de forma clara, la atención a la diversidad.

Diseño de la experiencia

Para llevar a cabo este último proyecto, es importante describirlo en el contexto sociocultural por la forma en que concebimos el aprendizaje; esto es, entendemos que el aprendizaje se realiza con otros estudiantes y profesores y se ubica en un medio social.

Población

De acuerdo con los objetivos del trabajo, la población de estudio está formada por 150 estudiantes de primero de bachillerato (90 alumnos de matemáticas de la especialidad de ciencias y tecnología, y 60 alumnos de la de matemáticas aplica-

das a las ciencias sociales), de un colegio de religiosos de Barcelona (Massut, 2015).

Diseño

El tema elegido para el estudio ha sido el de la “funciones”. A estos estudiantes se les aplicó primero para conocer sus niveles iniciales una prueba diagnóstica de lenguaje algebraico (Ruano, Socas y Palarea, 2008) y otra de funciones (Pisa, 2012). Posteriormente se trabajó la unidad de funciones con la metodología de “flipped classroom” en la que se realizó un estudio de casos de ocho alumnos de la población (cuatro de tecnología y cuatro de sociales) escogidos por la nota obtenida en matemáticas en el primer trimestre de clase, uno de cada cuartil del rango de 0 a 10. Para poder contrastar los resultados finales del trabajo, realizaremos una comparativa de los resultados obtenidos en que se realizó el estudio, con los resultados obtenidos en un centro educativo donde no se ha realizado ningún cambio en la clase de matemáticas.

El trabajo en las aulas con el modelo “flipped classroom”

El docente facilita a su alumnado materiales audiovisuales, pueden ser vídeos o incluso *podcast*, de una duración no superior a 15 minutos a

través de los cuales presenta la unidad, las principales ideas o los conceptos fundamentales. Este material puede tratarse de un recurso producido por el propio docente, o bien de un recurso ya existente en la red. Con el modelo de la ‘clase del revés’ los docentes no envían problemas a la casa, sino conocimiento, y dejan libre el tiempo del aula para que cada alumno, con su ayuda y la del resto de sus compañeros, pueda trabajar sobre las tareas de cada unidad.

Para controlar el aprendizaje que se produce con esta metodología de enseñanza, se tomaron pruebas iniciales diagnósticas de su conocimiento, notas de clase y prueba diagnóstica final que permita evaluar el aprendizaje. La prueba diagnóstica final trata de los conceptos y razonamientos algebraicos adquiridos durante el desarrollo de la unidad en el tema de “funciones” basándonos en el tema desarrollado según los criterios del Diseño curricular de primero de bachillerato de nuestra comunidad autónoma.

Primeras conclusiones

Para la obtención de los resultados y análisis de datos se aplicó un multimétodo, es decir una metodología cuantitativa para el análisis del progreso de aprendizaje a toda la población; además, se ha combinado

con una metodología de estudio de casos para conocer en más profundidad a los alumnos con diferentes ritmos de aprendizaje. Para el análisis del aprendizaje se ha seguido lo que se conoce como analítica del aprendizaje, es decir, recoger y analizar una serie de datos sobre la participación y el rendimiento de los estudiantes (Johnson et al., 2012).

Es así que en este artículo se presenta, a modo de ejemplo, un caso. El alumno en cuestión vamos a llamarlo Andrés, evidentemente hemos preservado su nombre verdadero. Tiene 16 años de edad y era alumno de matemáticas aplicadas a las ciencias sociales de primero de bachillerato, cuyas notas en el trimestre inicial de bachillerato oscilaban entre el 2,5 y 5, obteniendo en el examen final del primer trimestre un 3 sobre 10.

Durante el estudio de su proceso de aprendizaje se pudo observar:

-En la prueba inicial de conocimientos algebraicos su puntuación fue de 4 sobre 10. El alumno en ocasiones no encontraba sentido al uso del lenguaje algebraico en determinados contextos; no sabía cómo trabajar con letras o éstas no tenían significado para él. En este caso, el alumno buscaba respuestas retrocediendo al lenguaje numérico, particularizando las expresiones

(Ruano, Socas y Palarea, 2008). Otro aspecto observado fue la deficiente utilización de los paréntesis, que posiblemente tiene que ver con problemas de aritmética no superados (Kieran, C., Filloy, E. 1989).

-En la prueba inicial de funciones obtuvo 8,9 sobre 10, presentando dificultades en conectar representaciones formales a situaciones complejas del mundo real.

-En los apuntes que realizó de cada vídeo se observó en general una transcripción literal del contenido del mismo, y en ocasiones una buena jerarquización de los conceptos. Obtiene una nota global de 8 sobre 10.

-En las grabaciones del proceso de trabajo por realizar en casa (vídeo, apuntes y cuestionario) se observa un alto grado de concentración, la utilización de las funciones de retroceso y pausa en la visualización del vídeo, y en ocasiones la opción de “volver a ver”.

-En los cuestionarios de valoración de cada vídeo respondió correctamente a las preguntas de comprensión del contenido del vídeo visto.

-En las actividades de clase, que eran grupales o individuales, mostraba un gran interés por resolver los problemas y justificar las respuestas. En cambio cuando trabajaba con otro compañero se percibía un descenso del rendimiento.

-En la prueba final obtuvo una puntuación de 6 sobre 10. Observamos

errores como confundir la resta de funciones con la resta de funciones igualadas a un valor, es decir, mezcla operación con ecuación. Identifica correctamente las propiedades globales de una función y a diferencia de la prueba parcial, resuelve correctamente dos problemas.

-En el cuestionario de valoración de la experiencia expresa :

-Que para estudiar para el examen final volvió a ver los vídeos entre dos y tres veces como repaso.

-Que el uso sistemático de los vídeos le ayudó a ser más riguroso en el estudio de la materia

-Que a partir de la teoría vista en los vídeos, este instrumento le ha servido para saber qué hacer en cada caso.

-Que la metodología de Flipped classroom, respecto de la forma tradicional de aprender matemáticas es mejor porque le permitió elaborar el tema; porque le obligaba a preparar el tema para la clase y porque le ordenaba el estudio.

Conclusiones

En el caso de Andrés que comenzó el curso con una metodología tradicional, con poca constancia de trabajo y estudio y con notas irregulares e bajo del 5, percibimos un punto de inflexión en su desarrollo cuando inicia con la metodología de “flipped classroom” hemos constatado:

-Respondió favorablemente a la utilización de vídeos tutoriales.

-La utilización de la metodología de “Flipped classroom” atendió a sus necesidades de orden y sistematización del estudio.

-El profesor pudo observar con antelación las dificultades de Andrés a nivel de abstracción.

-Andrés al ver los vídeos del profesor en casa y estar recibiendo información como tarea, pudo dedicar tiempo de clase a trabajar las dudas o los conceptos malentendidos.

-Pudo moverse a su propio ritmo y revisar lo que necesitaba cuando lo necesitaba.

-Tuvo la posibilidad de recuperar clases mediante el uso del vídeo y de las herramientas en línea para estudiar para el examen.

-La asimilación de los conceptos de la unidad de funciones le facilitó la comprensión de los contenidos del tercer trimestre desarrollados con una metodología tradicional: modelos funcionales, límite y continuidad de funciones.

El objetivo final de esta investigación y a largo plazo, es plantear un cambio institucional del modelo de enseñanza en las matemáticas en bachillerato que acorte la distancia entre las matemáticas y los alumnos, poniendo a su disposición instrumentos y medios, como los vídeos tutoriales, que facilitan la comprensión y les permita desen-

volverse sin mayores dificultades en esta área.

Hemos visto en un rápido recorrido, como en sólo 10 años los cambios en el uso de llamadas nuevas tecnologías ha sido enorme. Todo ello conlleva una gran preparación del profesorado en formación y del profesorado que está activo en las aulas, si queremos formar profesores del siglo XXI que respondan a los retos que tiene planteada nuestra sociedad.

Fuentes de consulta

Bergmann, J. y Sams, A. (2012) *Flip Your Classroom, Reach Every Student in Every Class Every Day*. Estados Unidos: ISTE

Brihuega Nieto, J. (1997) “Las Matemáticas en el Bachillerato”, revista SUMA nº 25 Madrid: Federación Española de Profesores de Matemáticas.

Dawn, Wilson (2012). *The Flipped Classroom, The Pedagogy and Tools*. E-book

Goig Martínez, Rosa M^a (2013). *Formación del profesado en la sociedad digital. Investigación, innovación y recursos didácticos*. UNED.

Johnson, L.; Adams, S; & Cummins; M. (2012): *Informe Horizon de l’NMC: Edició per l’ensenyament universitari 2012*. Austin , Texas, The New Media Consortium

- López, P. (2010). Estudio de la resolución de problemas matemáticos con alumnos recién llegados de Ecuador. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona.
- Mazur, E. (2009). Farewell, Lecture? *Science*, 323: 50-51.
- Mora, L. (2012). La actividad matemática en el aula virtual y presencial. Estudio comparativo en el primer ciclo de ESO. Tesis doctoral.
- Muria, S. (2005). Indicadores de diagnóstico para la implementación de una web geométrica con alumnos deficientes auditivos en aulas inclusivas. Tesis doctoral. Universidad de Barcelona.
- Massut, M.F. (2014). “Estudio de la utilización de videos tutoriales como recurso para las clases de matemáticas en el bachillerato con “flipped classroom”. Proyecto de Tesis. Universidad de Barcelona.
- Ruano, R. M., Socas, M. M. y Palarea, M. M. (2008). Análisis y clasificación de errores cometidos por alumnos de secundaria en los procesos de sustitución formal, generalización y modelización en álgebra. *PNA* 2(2), [http://www.pna.es/Numero2/pdf/Ruano2008PNA2\(2\) Analisis.pdf](http://www.pna.es/Numero2/pdf/Ruano2008PNA2(2) Analisis.pdf)
- Rosich, N.; López, P. (2013). La integración del alumnado inmigrante. Estudio comparativo según su procedencia. *Números*, 84, pág. 47-63
- Trujillo Saez, Fernando (2012). Propuestas para una escuela en el siglo XXI. España: Ed. La Catarata
- (Asociación libros de la catarata)
- Webgrafia*
- Clayton Christensen Institute, Blended Learning. 2012, en <http://www.christenseninstitute.org/blended-learning-model-definitions/>
- Cobán, M. Nielsen, M. y Solís, A. (s. f.) “Contexto Socio-cultural y aprendizaje significativo”, en http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/articulos/educar/numero9/contexto.htm
- García, Muñoz y Repiso. Las nuevas tecnologías como herramientas didácticas, 2003, en <http://web.usal.es/~anagv/artinntt.htm>
- Instituto Nacional de Evaluación Educativa. Estímulos liberados de PISA, <http://recursostic.educacion.es/inee/pisa/>
- López, Paula, tesis, <http://www.tesisenred.net/handle/10803/1328>
- Martin, Jonathan. Advancing the Flip: Developments in Reverse Instruction, 2011, en <http://connected-principals.com/archives/2775>
- Mora, L., Tesis Doctoral <http://www.tdx.cat/handle/10803/32/browse?value=Mora+Ca%C3%B1ella+s%2C+Llu%C3%ADs&type=author>
- Piñeiro, Flavio. Recursos computacionales para la enseñanza aprendizaje de la matemática en la educación superior, en <http://www.monografias.com/trabajos17/computacion-matematicas/computacion-matematicas/>

tics.shtml#ixzz2WVHONrGd
XTEC, <http://www.xtec.cat/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/c5fe6a2e-9a69-4acc-b723-c5d4fe75e7a0/matematiques.pdf>
XTEC, http://www.xtec.cat/alfresco/d/d/workspace/SpacesStore/dd6f9d38-6b9a-4e77-97ac-53f2bb7f5d80/matem_aplicades_ciencias_socials.pdf

Hacia una conceptualización precisa de los riesgos de trabajo en la legislación laboral mexicana

A CONCEPTUALIZATION ACCURATE RISK WORKING IN MEXICAN LABOR LAW

* Dra. Karina Trejo Sánchez

Resumen

El supuesto de trabajo del presente estudio es demostrar que la concepción de los riesgos de trabajo (RT) como sinónimo de accidentes y enfermedades de trabajo, empleada en la Ley Federal del Trabajo (LFT) de México no es precisa para explicarlos. Este hecho parte de la omisión de su definición en nuestra Norma Fundamental. La problemática de concebir a los RT como equivalente a accidentes y enfermedades de trabajo, incide en que la mayoría de la legislación que los regula le da mayor énfasis a las indemnizaciones por sufrirlos que a la prevención y protección de los trabajadores.

Palabras clave: legislación laboral, riesgos de trabajo, factores de riesgo, peligró, daños en el trabajo.

Abstract

The working hypothesis of this study is to demonstrate that the concept of workplace hazards (RT) as a synonym for accidents and illnesses, used in the Federal Labor Law (LFT) of Mexico is not necessary to explain. This part of the failure of its definition in our Fundamental Law. The problem of conceiving of RT as equivalent to accidents and illnesses that affects most of the legislation that regulates gives greater emphasis to suffer them to compensation for the prevention and protection of workers.

Keywords: labor law, occupational hazards, risk factors, danger, injury at work.

I. Introducción

El eje de la reflexión es argumentar sobre la exacta definición de los RT y la pertinencia de aclarar su significado, a fin de permitir su exacto tratamiento. Así, el propósito central de este texto es presentar una propuesta de conceptualización del

*Profesora-Investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.

término indicado para que sea empleada de modo uniforme en todo el marco jurídico de la salud y la seguridad en el trabajo de nuestro país.

Con la intención de cumplir con el cometido apuntado, se inicia el estudio a través del análisis de la noción de RT, instituida en las disposiciones jurídicas base de la materia de salud y seguridad en el trabajo, a la vez que se evalúa su exactitud. Se prosigue con un apartado sobre el examen de los términos que integran la definición de RT con la finalidad de aproximarnos a la conceptualización precisa de estos últimos. Este último aspecto se aborda en la sección final de este trabajo.

El enfoque metodológico es cualitativo. El método empleado es el analítico, mediante el cual se fracciona el objeto de estudio (la concepción de los RT). Se divide en las partes que lo integran con el propósito de revelar que la forma en que éstos se conciben no es puntual para explicarlos, y ello, conlleva a aspectos negativos en su aplicación.

II. La concepción de riesgos de trabajo en la legislación laboral mexicana

En este rubro se pretende dar cuenta de la concepción de RT usada en los principales ordenamientos que regulan la salud y la seguridad en

el trabajo; esto con la finalidad de determinar su precisión. Tales ordenamientos son: la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM), los instrumentos internacionales alusivos a la explicación de los RT, la LFT y el Reglamento Federal de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente de Trabajo (RFSHMAT).

1. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Respecto al tema en estudio, nuestra Norma Fundamental no señala definición alguna sobre RT. Dicha omisión da origen a la inexactitud del concepto en la LFT, la cual es reglamentaria de su artículo 123. Sólo las fracciones XIV y XV del Apartado A de dicho dispositivo hacen referencia a ciertos términos relacionados con los RT, lo cual se expone a continuación.

La fracción XIV establece:

Los empresarios serán responsables de los accidentes del trabajo y de las enfermedades profesionales de los trabajadores, sufridas con motivo o en ejercicio de la profesión o trabajo que ejecuten; por lo tanto, los patronos deberán pagar la indemnización correspondiente, según que haya traído como consecuencia la muerte o simplemente incapacidad temporal o permanente para trabajar, de acuerdo con lo que las leyes determinen. Esta responsabilidad subsistirá aún en el caso de que

el patrono contrate el trabajo por un intermediario.

Del análisis conceptual de la fracción referida, podemos advertir:

- El reconocimiento de los accidentes del trabajo y de las enfermedades profesionales de los trabajadores.
- La definición de los accidentes del trabajo y de las enfermedades profesionales como aquellas sufridas con motivo o en ejercicio de la profesión o trabajo que ejecuten.

En este entendido, tal definición ubica a los accidentes de trabajo y a las enfermedades profesionales como acontecimientos que son consecuencia del ejercicio de la profesión o del trabajo; es decir, que sólo ocurren si se ejerce una profesión o si se trabaja.

En tanto, la fracción XV advierte:

El patrón estará obligado a observar, de acuerdo con la naturaleza de su negociación, los preceptos legales sobre higiene y seguridad en las instalaciones de su establecimiento, y a adoptar las medidas adecuadas para prevenir accidentes en el uso de las máquinas, instrumentos y materiales de trabajo, así como a organizar de tal manera éste, que resulte la mayor garantía para la salud y la vida de los trabajadores, y del producto de la concepción, cuando

se trate de mujeres embarazadas. Las leyes contendrán, al efecto, las sanciones procedentes en cada caso.

De esta forma, se disponen como obligaciones del patrón en el establecimiento de trabajo:

- Observar las disposiciones jurídicas sobre higiene y seguridad.
- Tomar las prevenciones pertinentes para prevenir accidentes.
- Organizarlo de tal forma que permita ofrecer el máximo resguardo de la salud y la vida de los trabajadores.

Con este entendido, las anotaciones antedichas refieren al reconocimiento constitucional de la probabilidad de que un trabajador puede sufrir daños en su salud y peligrar o perder la vida por el trabajo.

2. Instrumentos internacionales

En el título que nos ocupa analizaremos las referencias sobre los RT señaladas en el Convenio 155, sobre seguridad y salud de los trabajadores, 1981 y en el Protocolo de 2002, relativo al Convenio sobre seguridad y salud de los trabajadores.

A. Convenio 155, sobre seguridad y salud de los trabajadores, 1981

La Conferencia General de la Organización Internacional del Trabajo,

convocada en Ginebra por el Consejo de Administración de la Oficina Internacional del Trabajo, y congregada en dicha ciudad el 3 junio 1981 en su sexagésima séptima reunión, con fecha 22 de junio de 1981, adoptó el Convenio sobre seguridad y salud de los trabajadores, 1981. Dicho Convenio fue ratificado por México el 1º de febrero de 1984.

El instrumento en comento hace alusión a diversa terminología que nos es de utilidad para aclarar la noción de RT. Sobre este aspecto, para efectos del Convenio, el inciso (e) de su artículo 3, especifica que el término salud, en relación con el trabajo, abarca no solamente la ausencia de afecciones o de enfermedad, sino también los elementos físicos y mentales que afectan a la salud y están directamente relacionados con la seguridad e higiene en el trabajo.

De este vocablo podemos inferir que como consecuencia del trabajo: el ser humano puede sufrir afecciones o enfermedad, y que existen elementos físicos y mentales que dañan la salud. Por su parte, el artículo 4 del Convenio en estudio alude a ciertos términos que necesitamos diferenciar para dar un sentido preciso a los RT.

Tal precepto hace referencia a la obligación de los firmantes del convenio de formular una

política nacional en materia de seguridad y salud de los trabajadores y medio ambiente de trabajo. Y en su punto 2 indica: "Esta política tendrá por objeto prevenir los accidentes y los daños para la salud que sean consecuencia del trabajo, guarden relación con la actividad laboral o sobrevengan durante el trabajo, reduciendo al mínimo, en la medida en que sea razonable y factible, las causas de los riesgos inherentes al medio ambiente de trabajo.

Así, los términos referidos son:

- Accidentes consecuencia del trabajo.
- Daño en la salud consecuencia del trabajo.
- Riesgos inherentes al medio ambiente de trabajo.

Según lo expresado por el numeral en cita, para que los dos primeros; es decir, los accidentes y el daño en la salud, sean derivación del trabajo, deben: tener relación con la actividad de trabajo, y sobrevenir durante el trabajo.

Por lo que toca al aspecto de los riesgos, se puntualizan dos aspectos muy importantes por considerar en nuestra labor de conceptualización de dichos RT:

- Que los riesgos tienen ciertas causas. Para la Real Academia Española (www.rae.es) una causa es: "aquello que se considera como fundamento u origen de algo"; lo

cual indica que se asiente la presencia de factores de riesgo en el trabajo.

- Las causas o factores de riesgo son inherentes al medio ambiente de trabajo. Para aclarar este aspecto hay que acudir al significado de medio ambiente de trabajo.

Así, Hernández sugiere que éste se refiere a las condiciones físicas que se encuentran en el lugar de trabajo (22), lo cual indica que los factores de riesgo son inseparables del puesto de trabajo.

B. Protocolo de 2002, relativo al Convenio sobre seguridad y salud de los trabajadores

La Conferencia General de la OIT, reunida en su nonagésima reunión, adoptó con fecha 20 de junio de 2002, el Protocolo de 2002, relativo al Convenio sobre seguridad y salud de los trabajadores, el cual entró en vigor el 9 de febrero de 2005. El Protocolo en comento regula los procedimientos de registro y notificación de los accidentes del trabajo y las enfermedades profesionales, y aun cuando no ha sido ratificado por México, es importante analizar algunas de sus conceptualizaciones para seguir en la tarea de aclarar el término de RT.

De esa forma, el inciso (a) de su artículo 1 señala el significado de la

expresión “accidente del trabajo”: “designa los accidentes ocurridos en el curso del trabajo o en relación con el trabajo que causen lesiones mortales o no mortales”. No obstante que la explicación no es muy precisa, porque no esclarece lo que es un accidente, sí aporta dos elementos importantes. Por un lado, se interpreta que para que se hable de un accidente del trabajo deben ocurrir en el curso del trabajo o en relación con el trabajo. Y por el otro, debe causar lesiones mortales o no mortales en el trabajador.

Respecto al primer elemento, hay que dilucidar qué significa “en el curso del trabajo”. Para tales efectos, el Diccionario de la Lengua Española (www.rae.es) establece: “*es el paso o evolución de algo*”. De este significado se puede señalar que el acontecimiento del accidente puede ocurrir de “paso” al trabajo, con lo cual quedan comprendidos dentro la definición los conocidos como: “accidentes de trayecto”, los cuales son definidos en el inciso (d) del artículo 1 ya citado, mismo que refiere que el término antedicho:

Designa los accidentes que causen la muerte o produzcan lesiones corporales y ocurran en el recorrido directo entre el lugar de trabajo y la residencia principal o secundaria del trabajador; el lugar en el que el trabajador suele tomar sus comidas; o el lugar en el que el trabajador suele cobrar su remuneración”. En cuanto al segundo elemento

de la definición aludida, es preciso establecer el sentido del vocablo lesión. Sobre este aspecto, la Real Academia Española (www.rae.es), señala que alude a: “un daño o detrimento corporal causado por una herida, un golpe o una enfermedad”.

De lo vertido, se podría indicar que un accidente del trabajo sería un daño o detrimento corporal sufrido por el trabajador, ocurrido en el curso del trabajo o en relación con el trabajo por encontrarse expuesto a factores de riesgo inherentes al medio ambiente de trabajo. En la idea que aporta la Real Academia Española sobre lesión, se señala que las enfermedades también causan lesiones. A este respecto, el inciso (b) de este artículo 1, establece que el término “enfermedad profesional”: “designa toda enfermedad contraída por la exposición a factores de riesgo que resulte de la actividad laboral”.

Para comprender en su amplitud el concepto referido, primero hay que especificar lo que se entiende por enfermedad y por riesgo. Sobre el particular, el Diccionario de la Lengua Española (www.rae.es) advierte que la enfermedad “es la alteración más o menos grave de la salud”. Y dentro del concepto distingue a la enfermedad ocupacional o profesional, y establece que ésta “es consecuencia específica de un determinado trabajo”. Sobre la idea

de riesgo, la Real Academia Española (www.rae.es) indica que “es una contingencia o proximidad de un daño”. Conforme a lo anterior, podría entenderse a la enfermedad profesional como la alteración que daña la salud de un trabajador como consecuencia de estar expuesto a factores de riesgo inherentes al medio ambiente de trabajo.

Dentro de las principales enfermedades de trabajo se encuentran: agotamiento profesional, síndrome de agotamiento total, estrés y envejecimiento prematuro.

El agotamiento profesional:

Se entiende como una respuesta prolongada ante estresores emotivos e interpersonales crónicos en el trabajo y, es definido por tres dimensiones: postración o desgaste emocional, despersonalización e ineficiencia o falta de logro personal” (Menéndez et al. 48).

El síndrome de agotamiento total se refiere:

Estar completa y absolutamente exhausto, agotado, fumigado, drenado de toda energía y ánimo para seguir adelante, mismo que incluso puede llegar a ser incapacitante (Peña y Sánchez 10).

El estrés, cuyo concepto se ha dividido en: “disestrés” y “eustrés”, ante el principio de que el estrés no es siempre negativo, donde

“dis”=malo y “eu”= bueno o positivo”.

Y aunque el efecto psicológico del estrés ha sido el más abordado, la teoría de los efectos negativos del trabajo propone cuatro diferentes efectos con características propias: la fatiga, la monotonía, el hastío psíquico y el disstrés” (Uribe 47).

Por su parte, el envejecimiento prematuro es considerado:

Un fenómeno inespecífico de desgaste de forma biológica provocada por una fatiga crónica acumulada que acelera el normal proceso de envejecimiento fisiológico y que lleva a una muerte prematura (Menéndez et al. 48).

Por último, el inciso (c) del artículo citado Protocolo en estudio, conceptúa el vocablo “suceso peligroso”: designa los sucesos fácilmente reconocibles, según su definición en la legislación nacional, que podrían causar lesiones o enfermedades a las personas en su trabajo o al público en general.

Como puede apreciarse, la concepción en comento remite a la legislación de cada país miembro a fin de que ahí se identifiquen los supuestos normativos de los acontecimientos peligrosos.

A este respecto, el Diccionario de la Lengua Española (www.rae.es)

entiende como peligro al: “riesgo o contingencia inminente de que suceda algún mal”. Así, podría deducirse que el suceso peligroso referido al trabajo sería una contingencia inminente de sufrir una lesión o enfermedad en el trabajo.

C. Ley Federal del Trabajo

A diferencia de la CPEUM, la LFT mexicana en su artículo 473 sí define a los RT. A este tenor prescribe que son: “los accidentes y enfermedades a que están expuestos los trabajadores en ejercicio o con motivo del trabajo”. Del concepto referido se puede advertir que este ordenamiento entiende a dichos riesgos como sinónimos de accidentes y enfermedades de trabajo.

Por su parte, el artículo 474 conceptúa a los accidentes de trabajo como toda lesión orgánica o perturbación funcional, inmediata o posterior, o la muerte, producida repentinamente en ejercicio, o con motivo del trabajo, cualesquiera que sean el lugar y el tiempo en que se preste.

Quedan incluidos en la definición anterior los accidentes que se produzcan al trasladarse el trabajador directamente de su domicilio al lugar del trabajo y de éste a aquél.

Finalmente, el artículo 475 señala que la enfermedad de trabajo es:

Todo estado patológico derivado de la acción continuada de una causa que tenga su origen o motivo en el trabajo o en el medio en que el trabajador se vea obligado a prestar sus servicios.

El hecho de considerar a los RT como correspondiente a los accidentes y enfermedades de trabajo impide el exacto tratamiento y aplicación de las disposiciones que los regulan.

D. Reglamento Federal de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente de Trabajo

Por su parte, el RFSHMT cuenta con diversas disposiciones que también añaden elementos para obtener una conceptualización precisa de los RT. En primer término, su artículo 1º señala que el objeto de este dispositivo es:

[...] establecer las medidas necesarias de prevención de los accidentes y enfermedades de trabajo, tendientes a lograr que la prestación del trabajo se desarrolle en condiciones de seguridad, higiene y medio ambiente adecuados para los trabajadores [...].

Sobre el particular, podemos advertir los atributos que coadyuvan para el esclarecimiento de los RT:

- Los accidentes y las enfermedades de trabajo se pueden “prevenir”.
- La prevención puede hacer posible que el trabajo se lleve a cabo con se-

guridad, higiene y medio ambiente apropiados.

Sobre este último punto, es importante determinar lo que se entiende por seguridad e higiene. El aspecto del medio ambiente ya quedó apuntado en párrafos precedentes. En estos términos, seguridad:

Es el conjunto de normas, obras y acciones así como los instrumentos técnicos y legislativos requeridos para proteger la vida humana y la propiedad del hombre de la acción de fenómenos destructivos, tanto de los provocados por la naturaleza como los generados por la actividad humana” (Hernández 22).

Por su parte, la higiene:

Es la disciplina que estudia y determina las medidas para conservar y mejorar la salud, así como para prevenir las enfermedades” (Hernández 22).

En tal entendido, tanto la seguridad como la higiene tienen funciones de “protección” y “prevención” sobre la vida humana.

Otro elemento importante para seguir con nuestro estudio es la definición de actividades peligrosas que especifica el artículo 2º del Reglamento en cita:

Es el conjunto de tareas derivadas de los procesos de trabajo, que generan condiciones inseguras y sobreexposición a los agentes físicos, químicos o biológicos, capaces de provocar

daño a la salud de los trabajadores o al centro de trabajo.

Tal definición aporta sobre las actividades peligrosas, las siguientes particularidades por considerar:

- Dan origen a condiciones inseguras, las cuales se pueden entender:

El conjunto de circunstancias o condiciones materiales que pueden ser origen de accidente. Se les denomina también condiciones materiales o factor técnico” (Cortés 86).

- Implican la sobreexposición a agentes físicos, químicos o biológicos, capaces de provocar daño a la salud de los trabajadores.

Sobre este último punto es importante llevar a cabo varias anotaciones. Primero, que los agentes antedichos son los referidos al medio ambiente de trabajo. Y segundo, para explicar la sobreexposición, es menester señalar lo que significa exponer. Así, para el Diccionario de la Lengua Española, este término hace referencia a varias connotaciones:

- Colocar algo para que reciba la acción de un agente.
- Arriesgar, aventurar, poner algo en contingencia de perderse o dañarse.

En este entendido, cuando se habla de exposición a agentes de riesgo,

se hace referencia a que el trabajador está expuesto a éstos dentro de sus límites normales. No obstante, la sobreexposición, indica que aquel se encuentra ante una exposición aumentada de los agentes de riesgo; es decir, se sobrepasan sus límites.

Otro artículo del Reglamento en cita que nos aporta atributos para nuestra conceptualización de los RT es el 5º, el cual prescribe que sus disposiciones:

Deberán ser cumplidas en cada centro de trabajo por los patrones o sus representantes y los trabajadores, de acuerdo con la naturaleza de la actividad económica, los procesos de trabajo y el grado de riesgo de cada empresa o establecimiento, y constituyan un peligro para la vida, salud o integridad física de las personas o bien, para las propias instalaciones.

Así, los aportes son los siguientes:

- La conformidad de la existencia de riesgos en el centro de trabajo.
- El riesgo tiene grados.
- Los riesgos crean peligro para la vida, salud o integridad física de las personas o bien, para las propias instalaciones.

Sobre el primer punto, podemos entender a los riesgos como “la combinación de la probabilidad y la(s)

consecuencia(s) de que ocurra un evento peligroso” (Universidad Nacional de Colombia 8). Y respecto al último punto, podemos entender por peligro:

El potencial que en una actividad (o circunstancia) ocurra una transferencia indeseada de energía debida a variaciones aleatorias de operaciones normales o cambios en factores físicos o humanos” (Mangosio 21).

Por su parte, el artículo 6° del Reglamento en examen sigue abonando más elementos para la descripción de los RT. Este precepto hace referencia a los análisis que debe llevar a cabo la Secretaría del Trabajo y Previsión Social para la elaboración de las Normas Oficiales Mexicanas, relacionadas con la materia de seguridad, higiene y medio ambiente de trabajo, en el cual deberá justificar que las obligaciones o restricciones que se impongan a los patrones y trabajadores deben evitar: “I. La creación de riesgo o peligro a la vida, integridad física o salud de los trabajadores en los centros de trabajo”.

De esta disposición se advierte la afirmación de que los centros de trabajo pueden ser origen de riesgo o peligro para los trabajadores. Por otro lado, el primer párrafo de esta disposición instituye diversos aspectos del riesgo al siguiente tenor:

Igualmente, se deberán considerar (en los análisis referidos) los efectos relacionados a largo y a corto plazo; los efectos acumulados; la probabilidad, duración, irreversibilidad, ámbito geográfico y magnitud del riesgo [...]

De este indicativo se desprenden entre esos aspectos relacionados con los riesgos que generan efectos a largo y corto plazo, acumulados e irreversibles. Y que cuentan además con probabilidad de ocurrencia, asimismo, se puede medir con precisión tanto su duración como la magnitud.

En la misma lógica de seguir con la descripción de más aspectos que contribuyan a clarificar la idea de RT, el artículo 13 del multicitado Reglamento señala otros elementos a considerar. Así, su primer párrafo establece:

Los patrones están obligados a adoptar [...] las medidas de seguridad e higiene pertinentes [...], a fin de prevenir por una parte, accidentes en el uso de maquinaria, equipo, instrumentos y materiales, y por la otra, enfermedades por la exposición a los agentes químicos, físicos, biológicos, ergonómicos y psicosociales [...].

De esta redacción se desprende:

- Los accidentes de trabajo pueden ocasionarse por uso de maquinaria, equipo, instrumentos y materiales.
- Las enfermedades tienen su origen

en la exposición a ciertos a agentes del medio ambiente de trabajo.

Lo anterior participa con dos propiedades más inherentes a los RT:

- Exposición (a agentes químicos, físicos, biológicos, ergonómicos y psicosociales), aspecto que ya fue abordado en párrafos precedentes.

- Agentes de riesgo del medio ambiente de trabajo, los cuales son: elementos químicos, físicos o biológicos que tienen la potencialidad de dañar al trabajador.

III. Análisis de los conceptos integradores de la definición de riesgos de trabajo

En este rubro analizaremos la relación de ciertos conceptos que consideramos fundamentales para dar un sentido preciso al término de RT.

1. Relación entre riesgo, peligro y daño

Para estar en posibilidad de clarificar la concepción de RT, primero hay que definir el significado de riesgo y su relación con los vocablos: peligro y daño. Con ello, debemos comenzar con el término de riesgo, el cual da origen al relativo al trabajo. Al respecto, se ha admitido que es “la probabilidad de que ante un determinado peligro se produzca un cierto daño, pudiendo por ello cuantificarse” (Cortés 32).

Así, los elementos para la configuración

de un riesgo contenidos en la definición referida son:

- La presencia de un peligro.
- La probabilidad de que ante el peligro referido se cause un daño.
- Posibilidad de la cuantificación del daño.

De lo expuesto anteriormente, se desprende que el riesgo conlleva peligro y daño, en virtud de lo cual se requiere establecer sus respectivos significados.

Por lo que toca al concepto de peligro, se ha sostenido que “es todo aquello que puede producir un daño o un deterioro de la calidad de vida individual o colectiva de las personas” (Cortés 32). En este sentido, se puede entender que algo es peligroso sólo si tiene la posibilidad de provocar un daño.

En concordancia con lo referido, el daño podría conceptuarse como “la consecuencia producida por un peligro sobre la calidad de vida individual o colectiva de las personas”, (Cortés 32), lo cual indica que el daño es derivado del acontecimiento peligroso.

Así:

El riesgo es la probabilidad de que una persona sufra daños o de que su salud se vea perjudicada si se expone a un peligro, o de que la propiedad se dañe o pierda. La relación entre el peli-

gro y el riesgo es la exposición, ya sea inmediata o a largo plazo” (OIT 8).

La exposición referida es a los denominados factores o agentes de riesgo, los cuales “son toda condición generada en la realización de una actividad que pueda afectar la salud de las personas” (Universidad Nacional de Colombia 8). Dicha afectación incluye la salud física y mental y pueden ser de dos tipos:

- Factores de riesgo individual, los cuales consisten en diferentes atributos de la persona o de alguna condición existente o pasada. Algunas variables que los pueden causar son: sexo; peso; tamaño y forma de los diferentes miembros del cuerpo; capacidad de adaptación de la persona desde el punto de vista físico, mental y psíquico; calidad de vida de la persona (alimentación, ejercicio, otros); edad; estatura; factores hereditarios (posibilidades de sufrir una lesión); lesiones o incapacidades sufridas en el trabajo actual o anteriores, así como la vida cotidiana.

- Factores de riesgo ocupacional, aquellos relacionados con ciertos atributos, situaciones y condiciones específicas del trabajo. Algunos que los ocasionan son: actividades o movimientos repetitivos, posturas del cuerpo incómodas o deficientes, posturas del cuerpo estáticas, fuerza (Chinchilla 271 y 272).

Otra clasificación de los factores de

riesgo laboral (Cortés 32 y 33) es la que distingue entre:

- Factores o condiciones de seguridad.
- Factores de origen físico, químico o biológico o condiciones medioambientales.
- Factores derivados de las características del trabajo.
- Factores derivados de la organización del trabajo.

Se incluyen en el grupo de los factores o condiciones de seguridad, las condiciones materiales que influyen sobre la accidentalidad: pasillos y superficies de tránsito, aparatos y equipos de elevación, vehículos de transporte, máquinas, herramientas, espacios de trabajo, instalaciones eléctricas. De su estudio se encarga la seguridad del trabajo, técnica de prevención de los accidentes de trabajo.

Dentro de los actores de origen físico, químico o biológico o condiciones medioambientales se encuentran los denominados: “contaminantes o agentes físicos” (ruido, vibraciones, iluminación, condiciones termohigrométricas, radiaciones ionizantes –rayos x, rayos gama, etc.– y no ionizantes –ultravioletas, infrarrojas, microondas, etc.–, presión atmosférica, etc.). Los denominados “contaminantes o agentes químicos” presentes en el medio ambiente de

trabajo, constituidos por materias inertes presentes en el aire en forma de gases, vapores, nieblas, aerosoles, humos, polvos, entre otros. y los “contaminantes o agentes biológicos” constituidos por microorganismos (bacterias, virus, hongos, protozoos y más.).

También entre los factores ambientales pueden encontrarse los factores ergonómicos, (Mangosio 12) los cuales se refieren a factores tales como la posición del cuerpo en relación con la tarea, repetición de movimientos monotonía y aburrimiento, tensiones originadas por el trabajo y la fatiga.

Como factores derivados de las características del trabajo están las exigencias que la tarea impone al individuo que las realiza (esfuerzos, manipulación de cargas, posturas de trabajo, niveles de atención, etc.) asociadas a cada tipo de actividad y determinantes de la carga de trabajo, tanto física como mental.

Y entre los factores derivados de la organización del trabajo están las tareas que lo integran y su asignación a los trabajadores, horarios, velocidad de ejecución, relaciones jerárquicas, etc.). Éstos se subdividen en factores de organización temporal (jornada y ritmo de trabajo, trabajo a turno o nocturno etc.). Y factores dependientes de la tarea

(automatización, comunicación y relaciones, status, posibilidad de promoción, complejidad, monotonía, minuciosidad, identificación con la tarea, iniciativa...).

2. Peligro en el trabajo y daños consecuencia del trabajo

Si trasladamos lo expresado sobre el peligro y el daño al ámbito laboral, tendríamos que un peligro en el trabajo sería: “una fuente o situación con potencial de daño en términos de lesión o enfermedad, daño a la propiedad, al ambiente de trabajo o a una combinación de éstos” (Universidad Nacional de Colombia 8). Los daños consecuencia del trabajo son el accidente y la enfermedad de trabajo y no los RT en sí mismos.

La persona que los sufre [...] conlleva sus consecuencias, tanto desde el punto de vista físico como psicológico. Asimismo, repercute negativamente en sus relaciones personales, en la disminución del ingreso económico familiar e incurrir en gastos adicionales en su atención (Chinchilla 5).

Toda vez que en líneas anteriores ya fueron explicados los conceptos de accidente y enfermedad de trabajo, ahora sólo es necesario clarificar sus causas. Así, el origen de los daños consecuencia de trabajo son: “diferentes condiciones o circunstancias materiales o humanas” (Cortés 86). Entre esas circunstancias se en-

cuentran el acto o comportamiento inseguro y las condiciones inseguras. La primera:

Se refiere a todas las acciones humanas que pueden causar una situación insegura o incidente, con consecuencia para la persona que realiza la actividad, la producción, el medio ambiente y terceras personas. También el comportamiento inseguro incluye la falta de acciones para informar o corregir condiciones inseguras” (Universidad Nacional de Colombia 7).

Y la segunda:

Comprende el conjunto de condiciones materiales que pueden ser origen de accidente, se les denomina también condiciones materiales o factor técnico” (Cortés 86).

IV. Hacia una conceptualización precisa de los riesgos de trabajo en la legislación laboral mexicana

Al no existir una definición sobre RT en la CPEUM se genera imprecisión en la LFT. Así, la noción de RT como sinónimo de accidentes y enfermedades de trabajo no es precisa.

Los accidentes y las enfermedades de trabajo son la consecuencia de haberse actualizado el RT. Los RT deberían conceptualizarse como la probabilidad de que el trabajador se encuentre ante un peligro, derivado de la exposición a factores de riesgo, lo cual pueda producirle daño a través de un accidente o enfermedad de trabajo. Si se reconoce que

los RT son una “probabilidad” se reconoce también que éstos se pueden “prevenir”.

También si se le otorga la debida importancia a la prevención de los riesgos, su regulación en la legislación laboral daría un giro de hacer mayor énfasis al hecho de indemnizar a los trabajadores o a sus deudos, al hecho de buscar su verdadera “protección”. Esto porque:

La mayoría de los accidentes de trabajo son evitables, se pueden prevenir. Las enfermedades profesionales requieren de un período de exposición al factor de riesgo presente en el lugar de trabajo, por consiguiente se pueden adoptar medidas para su control” (Garzón 90).

En este entendido, las formas fundamentales de actuación de la seguridad son: la prevención y la protección. “La primera, actúa sobre las causas desencadenantes del accidente. Y la segunda, sobre los equipos de trabajo y las personas expuestas al riesgo para aminorar las consecuencias del accidente” (Cortés 84).

V. Reflexión final

Es necesario que se deje de usar el término riesgo laboral como sinónimo de accidente o de enfermedad de trabajo, a fin de posibilitar su exacto tratamiento, el cual radica en prio-

rizar la prevención y la protección antes de sólo pensar en la indemnización por sufrirlos. Para lo cual es preciso modificar la LFT a fin de conceptualizar el término de RT como la probabilidad de que el trabajador se encuentre ante un peligro, derivado de la exposición a factores de riesgo, lo cual pueda producirle daño a través de un accidente o enfermedad de trabajo. Tal concepto debe estar plasmado en nuestra Carta Magna con el propósito de ser el eje rector del significado de los RT en México.

VI. Fuentes de consulta

Chinchilla Sibaja, Ryan, Salud y seguridad en el trabajo, Costa Rica, EUNED, 2009.

Cortés Díaz, José María, Seguridad e Higiene del Trabajo. Técnicas de prevención de riesgos laborales, 9ª edición, Madrid, Tebar.

Garzón, Angelino, Taller de actualización y capacitación. Sistema General de Riesgos Profesionales, Bogotá, Colombia, Ministerio de Trabajo y seguridad Social y Asociación de Abogados Laboralistas de Trabajadores, 2001.

Hernández, Malfavón, Fernández, Seguridad e higiene industrial, México, Limusa, Noriega Editores, 2005, p. 22.

Mangosio, Jorge Enrique, Fundamentos de higiene y seguridad en el trabajo, Arg., Nueva Librería, 2008.

Menéndez Díez, Faustino, et.al., Formación superior en prevención de riesgos laborales. Parte obligatoria y común, 3ª edición, España, Lex Nova S.A., 2008.

OIT, Sistema de gestión de la SST: una herramienta para la mejora continua, Turín, Italia, OIT-ISSA, 2011. Peña, Ravelo y Sánchez (coords), Cuando el trabajo nos castiga. Debates sobre el mobbing en México, México, UAM-Azcapotzalco, 2009.

Universidad Nacional de Colombia, Manual de seguridad, salud ocupacional y ambiente para contratistas, Bogotá, División Nacional de Salud Ocupacional, 2008.

Uribe Prado, Jesús Felipe (editor), psicología de la salud ocupacional en México, México, UNAM, 2008.

Legislación Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Convenio 155, sobre seguridad y salud de los trabajadores, 1981.

Ley Federal del Trabajo.

Protocolo de 2002, relativo al Convenio sobre seguridad y salud de los trabajadores.

Reglamento Federal de Seguridad, Higiene y Medio Ambiente de Trabajo.

Páginas electrónicas

www.rae.es (consultado el 1 de octubre de 2013)

Balance urbano-regional a dos décadas del TLCAN

URBAN AND REGIONAL BALANCE TWO DECADES OF NAFTA

* Salvador Rosas Barrera

Resumen

La firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA, por sus siglas en inglés) significó, por un lado, la apertura definitiva de la economía mexicana al mundo y su integración definitiva a la economía norteamericana. Con este hecho las relaciones comerciales entre Canadá, Estados Unidos de América y México alcanzaron un nivel nunca antes visto. La intensidad de los intercambios comerciales, especialmente entre los dos últimos países se ha incrementado de manera exponencial, promoviendo la aparición de fenómenos urbanos sin precedentes que refuerzan la dinámica productiva del norte del país y el atraso relativo, cada vez más evidente, del sur. Este patrón ha generado el redireccionamiento de los flujos migratorios y la modificación de la base económica de ciudades antes orientadas al mercado interno

y, ahora, eminentemente exportadoras; antes localizadas en los principales centros hegemónicos del país y ahora dispersas en un nuevo patrón policéntrico que amplía de manera significativa el Sistema Urbano Nacional (SUN) constituyendo importantes corredores regionales hacia el norte. El reto actual, al parecer, es diseñar una estrategia que permita hacer que la inversión pública propicie la convergencia económica, sobre todo en aquellas regiones deprimidas, que les permita superar las condiciones históricas que han conformado la realidad de rezago estructural que ahora viven millones de personas.

Palabras clave: NAFTA, base económica, policentrismo, SUN.

Abstract

The signing of the North American Free Trade Agreement (NAFTA) meant, first, the definitive opening of the Mexican economy to the

* FES Aragón-UNAM; UIA-Santa Fe.
E-mail: salvadorosas.unam@yahoo.com.mx

world and its final integration to the US economy. This made trade relations between Canada, United States and Mexico, reached a level never seen before. The intensity of trade, particularly between the latter two countries, have increased exponentially, thereby promoting increasingly evident the emergence of urban phenomena unprecedented dynamics reinforce the productive north and the relative backwardness of south. This pattern has led to the redirection of migrant flows and the change of the economic base of cities before domestically oriented and now eminently exporting; before producing goods with national components and now maquiladoras; before located in the main hegemonic centers of the country and now scattered in a new polycentric pattern that extends significantly the National Urban System (SUN) that are important regional corridors to the north. Apparently the challenge is to design a strategy to make the public investment conducive to economic convergence especially in those depressed regions, allowing them to overcome the historical conditions that have shaped the reality of structural lag that millions of people now live.

Keywords: NAFTA, economic base, polycentrism, SUN.

Introducción

A más de 20 años de distancia de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, muchos investigadores han considerado prudente hacer un recuento sobre los efectos que ha generado dicho instrumento en innumerables variables. En nuestro caso buscaremos documentar fenómenos que se han presentado en México desde su firma y puesta en marcha. El análisis que ahora se plantea es desde el punto de vista urbano-regional, con las limitaciones que implica la disponibilidad de la información. El presente trabajo inicia con el planteamiento de los antecedentes del Tratado de Libre Comercio, considerándolo como un instrumento estratégico que buscó convertirse en elemento fundamental de la política comercial regional y un instrumento que propiciara el crecimiento económico de sus integrantes que, sin embargo, al parecer vino a evidenciar las rigideces de un sistema urbano-regional mexicano que ha profundizado las divergencias pre-existentes.

Posteriormente se analizan los efectos urbanos de su implementación a partir de 1994, tanto en la modificación del Sistema Urbano Nacional que, en treinta años acumuló 80 ciudades nuevas en toda la República Mexicana, como la dinámica

poblacional que se encuentra estrechamente vinculada con los indicadores de crecimiento económico de las distintas regiones que componen el país. Siguiendo el criterio establecido por Bassols, el cual, toma como base el PIB per cápita estatal y el tamaño de su población en el periodo 1995-2000, posibilitando la identificación de los estados y regiones beneficiados en el periodo de estudio, así como la relevancia que tiene la infraestructura como elemento fundamental de la promoción del desarrollo urbano-regional. Finalmente se proponen algunas conclusiones derivadas de los hallazgos realizados.

Antecedentes

Con el cambio de paradigma económico, en 1986, México se incorpora al Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT, por sus siglas en inglés). Derivado de lo anterior, se registra una progresiva disminución de las cuotas arancelarias y la operación sistemática de procesos de desregulación financiera, energética y, especialmente, en el renglón de inversiones foráneas; en 1993 ingresa al grupo de Cooperación Económica del Asia Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés) y con ello se reafirma la intención de incorporar a México al paradigma del libre comercio global, siendo éste el preámbulo de la firma del

más importante acuerdo comercial, TLCAN en 1994. Posteriormente México consolida su posición internacional al ser aceptado dentro del selecto grupo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (Delgado, 2008).

Hace más de 20 años, tres países localizados en el hemisferio Norte del continente americano, formalizaron el acuerdo mediante el cual se alcanzaba una de las fases más avanzadas de la relación económica entre Canadá, Estados Unidos de América y México (17 de diciembre de 1992) y se puso en marcha el 1 de enero de 1994. A partir de ese momento, estos países iniciaron múltiples esfuerzos para adecuar sus estructuras socioeconómicas y físicas a fin de responder a las nuevas condiciones que un mundo cada vez más globalizado y competitivo imponía y, por supuesto, aprovechar todas las bondades que, al menos en el papel, ofrecía la conformación de uno de los mercados más grandes e importantes del mundo.

En este sentido los tres países impulsaron diversas medidas que pretendieron interconectar los sistemas de comunicación y de distribución de bienes, servicios y capitales. La inversión en la modernización de la infraestructura existente fluyó en los tres países con montos y resultados

diferenciados, en unos como verdaderas modernizaciones y, en otros, como el caso de México, como retos derivados de la ausencia de mecanismos y estructuras político-administrativas o de la existencia de éstas en condiciones que apenas habían cambiado desde su primer esfuerzo de industrialización.

Los objetivos planteados en NAFTA ofrecieron: a) incrementar la oportunidad de inversión en los países participantes; b) eliminar los obstáculos al comercio; c) proteger los derechos de propiedad; d) facilitar la circulación fronteriza de bienes y servicios, y e) promover las condiciones de competencia, en un periodo histórico en que, según el paradigma económico dominante, obligaba a encontrar el camino del crecimiento, para el caso de México, en el sector externo ante un mercado interno pequeño (Delgado, 2008; Berumen, 2009).

Los resultados de tal iniciativa no se dejaron esperar, como menciona Cordera (2015), a 20 años de TLCAN las exportaciones se multiplicaron por 10 y su composición cambió en favor de las manufacturas y en contra de las petroleras; se vieron también favorecidas las inversiones de capital y los mercados financieros bursátiles, monetarios, cambiarios de servicios y bancarios (Faysal, 1995). Complementaria-

mente las importaciones crecieron con celeridad, dada la composición de las manufacturas que aún no se ha logrado revertir.

La reforma estructural de la economía fue tomada muy en serio por los gobiernos en turno, tanto que, hasta 1994 fueron registrados 124 acuerdos de integración regional y, desde ese año hasta diciembre de 2006 se habían notificado 243 más, llegando a un total de 367 acuerdos comerciales regionales (Guerra, 2014). En 2009, según datos de la OMC (Organización Mundial de Comercio), México era el décimo quinto exportador del mundo y el primero en América Latina. Hoy es de las economías más abiertas del mundo, ya que en el periodo comprendido entre 1980-2010 el grado de apertura se triplicó al pasar de 20% en 1980 a casi 60% en 2010 (Santos, 2014).

Sin embargo, la realidad muestra que los resultados son diversos, sobre todo por la heterogeneidad económica de los socios, puesto que al establecer acuerdos de integración que conjugan países con asimetrías económicas no siempre se incide en un mejor desarrollo para el país más débil (Girón, 2015) que acaba concediendo ventajas al más fuerte con la finalidad de acceder a sus diversos mercados (Guerra, 2014). Esta divergencia económica preexistente

entre los socios, ha exigido a cada uno de ellos la adaptación de su estructura económica, social, política y fiscal para responder a las nuevas exigencias de un mercado en expansión. No obstante esta exigencia, es diferencial ya que los socios se encuentran en diverso estatus de desarrollo.

Impacto del TLCAN en el sistema urbano nacional

Según Sánchez (2014), los patrones de desarrollo urbano corresponden a los modelos económicos aplicados desde el siglo pasado: en primer lugar el primario exportador (1900-1939) con una urbanización lenta y predominio rural que planteó la posibilidad de vincular la producción nacional con los mercados nacionales e internacionales de materias primas; el de sustitución de importaciones (1940-1984) con urbanización acelerada como estrategia nacional de desarrollo económico.

En este modelo, México apostó a un mecanismo proteccionista de sustitución de importaciones, fomentando con ello la actividad industrial y, por ende, el crecimiento y desarrollo de los centros urbanos más relevantes. Durante ese periodo, las regiones más dinámicas fueron, en general, las que acumularon capital, concentraron infraestructura y servicios urbanos o se especializaron

en algunas actividades industriales manufactureras o extractivas (minería y petróleo) (Sánchez, 2014) y, finalmente el periodo de apertura (1984-actual) con urbanización modelada y diversificada.

El patrón de distribución espacial de las actividades económicas, antes centralizado en urbes hegemónicas dominantes como la Ciudad de México, inició un proceso de desconcentración de actividades económicas hacia nuevos espacios urbanos, en particular a aquellos que presentaron importantes ventajas de localización con respecto a los distintos mercados y en especial a la infraestructura que permitía la movilización de factores de producción con menores costos de traslado y tiempos de entrega (Garza & Shtengart, 2010; Ceceña, 2013), respondiendo de esa manera al paradigma neoliberal dominante de apertura económica y liberalización de mercados.

En este periodo se verifica un crecimiento urbano importante, sobre todo a partir de 1990, como se muestra en el cuadro siguiente, a costa de la población no metropolitana. Por su parte, el grado de urbanización, en 1990, fue de 63.4%, consolidando la importancia del sector urbano nacional. En 2000 alcanzó 67.3%, para 2005 se tenía 69.2% (Garza & Shtengart, 2010). En tanto el Con-

sejo Nacional de Población (CONAPO) y el mismo Garza, señalaron en 2010 que el SUN mexicano había transitado hacia un mayor grado de urbanización, alcanzando una tasa de 72.3%. El número de ciudades que conforman el SUN pasó de 227 en 1980; 304 en 1990; 343 en 2000; 358 en 2005 y 384 en 2010 (SEDESOL-CONAPO, 2012). Otro de los fenómenos presentes en la reconfiguración del SUN fue la adhesión de centros urbanos a zonas metropolitanas preexistentes. En el caso de las conurbaciones se pasó de 64 a 78, es decir, un incremento de 9 nuevas conurbaciones (op. cit.). En este sentido, la OCDE (2015) señala que en las últimas dos décadas éstas son las que más han crecido, con un promedio 60%.

Tabla 1: Población urbana metropolitana y no metropolitana 1970-2000 (en miles)

	1970	%	1980	%	1990	%	2000	%	2005	%
Población urbana	22731	100.0	36740	100.0	51491	100.0	65617	100.0	71499	100.0
Metropolitana	14576	64.1	25272	68.8	41689	81.0	54477	83.0	59360	83.0
No metropolitana	8155	35.9	11468	31.2	9801	19.0	11140	17.0	12139	17.0
Número de Ciudades	174	100.0	227	100.0	304	100.0	349	100.0	367	100.0
Metropolitanas	13	7.5	26	11.5	51	16.8	56	16.0	57	15.5
No metropolitanas	161	92.5	201	88.5	253	83.2	293	84.0	310	84.5

Fuente: (Garza & Schtengart, 2010).

Como ejemplo de este fenómeno, desde las década de los ochenta, ya se observaba el acelerado crecimiento de las urbes aledañas especializadas en manufactura a la capital, así como las ciudades de la frontera norte, especialmente por el florecimiento de la industria maquiladora. En el sur, destacan las ciudades portuarias y turísticas, las ciudades manufactureras del interior y algunos nodos de agricultura moderna (Garza & Schtengart, 2010).

Así pues, el sistema urbano nacional sufrió importantes transformaciones, derivado de la dinámica económica que ha impulsado fenómenos tales como la migración y concentración en los principales centros económicos del país. Empero, este comportamiento se ha visto influenciado por la creciente actividad económica relacionada con la comercialización de diversas mercancías con los países del norte, especialmente con los Es-

tados Unidos de América. Por ello, es posible observar que el sistema urbano nacional ha transitado de la alta concentración urbana en nodos estratégicos vinculados con actividades de alta rentabilidad manufacturera y servicios especializados, a la generación de rutas que son capaces de poner en contacto clústeres industriales y centros de servicio de alta especialización.

En los años setenta se detectaron 12 zonas metropolitanas: Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Puebla, Torreón, León, Tampico, San Luis Potosí, Chihuahua, Orizaba, Veracruz y Mérida. Con una metodología semejante, en 2000 fueron identificadas 38, conservando su preeminencia la Ciudad de México, y para 2004 la Secretaría de Desarrollo Social, el Consejo Nacional de Población y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, establecieron 55 (Garza & Schtengart, 2010). Para 2010 se calcularon 59.

Las tres nuevas zonas metropolitanas incorporadas al SUN, se conformaron por la reclasificación de conurbaciones tales como: zona metropolitana de Tlanguistenco que se integró por las conurbaciones de Río-Atizapán-Capulhuac-Tlanguistenco y de Xalatlaco-Santiago Tlaxpa, mientras que la zona metropolitana de Teziutlán se compuso por

la conurbación del mismo nombre; y la tercer zona metropolitana la integraron Celaya, Comonfort y Villagrán en Guanajuato (SEDESOL-CONAPO 2012).

Impacto del TLCAN en el desarrollo regional

Ante esta nueva dinámica, la transición de un modelo territorial incipientemente endógeno, a uno de características transnacionales, derivó en la revaloración de algunos espacios no tradicionales y la emergencia de nuevas regiones y ciudades. En este nuevo esquema los puertos marítimos, las regiones fronterizas del norte mexicano y diversas ciudades de rango medio en el centro y en el norte del país se volvieron atractivas a la nueva estrategia de expansión de los capitales foráneos en territorio nacional (Delgado, 2008).

Sobre ello Gasca Zamora (2014) identifica tres patrones de distribución espacial que nos reflejan los espacios regionales hacia los cuales se han dirigido o consolidado los procesos de inversión y comercio bajo el contexto del TLCAN:

- Eje de ciudades maquiladoras de la frontera norte como Tijuana, Nogales, Ciudad Juárez y Matamoros, en donde se han ubicado algunos de los sectores más dinámicos de

la electrónica, aparatos electrónicos, plástico, ensamble de cómputo e industria química, entre otros; pero además estas mismas ciudades conforman los puertos terrestres de importación y exportación de mercancías hacia los Estados Unidos de América.

- Ciudades dinámicas del TLCAN, principalmente en el norte y occidente del país que mantienen sobre todo esquemas de integración en ejes y corredores longitudinales norte-sur como la carretera 57, que va desde Tapachula en Chiapas a Piedras Negras en el estado de Coahuila con 2439.4 kilómetros de longitud, que podría considerarse el principal eje troncal de articulación atendiendo a la dinámica que ha generado el mercado norteamericano. Las ciudades dinámicas del TLCAN son aquellas donde se ha dado desde mediados de la década de los ochenta la creación de nueva infraestructura para las ensambladoras automovilísticas en Hermosillo, Chihuahua y Saltillo-Ramos Arizpe, Aguascalientes, Torreón Gómez-Palacio y Silao. En algunas de estas ciudades como Querétaro y Saltillo-Ramos Arizpe, se han conformado sinergias y encadenamientos productivos y procesos de subcontratación hacia distintas proveedoras de autopartes.

- Redes transfronterizas México-Estados Unidos de América. Se vie-

nen consolidando los procesos seculares en la articulación territorial norte-sur que han caracterizado las relaciones entre México y Estados Unidos de América.

Sin embargo y, a pesar de que uno de los objetivos perseguidos por el TLCAN era propiciar la convergencia económica regional, según Delgadillo (2008), la primera fase de dicho tratado generó en el interior del país: a) un incremento de las asimetrías económicas entre entidades federativas tradicionalmente rezagadas, respecto de aquellas que ya mostraban ciertas consolidaciones en el marco de la integración regional mexicana (ver tabla 2); b) junto a ello se mantiene, y en algunas regiones se incrementa, la polarización territorial medida en términos de población y desigualdad social; c) se presenta una acentuación del proceso de divergencia regional ya presente desde inicios de los años ochenta, en donde los ejes del SUN siguen siendo la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, aun cuando se hayan consolidado otras ciudades de segundo nivel en la franja fronteriza y el altiplano mexicano; las ciudades medias y pequeñas se duplicaron en número en los últimos 25 años y se despobló el México rural (Delgadillo, 2008). Como lo menciona Garza (Garza & Shtengart, 2010) la población más beneficiada por la conversión de la

economía a un modelo exportador fue la residente en la región norte que vio incrementarse su PIB per cápita, con relación a las mediciones anteriores.

Tabla 2: Producto Interno Bruto por estados y regiones 1995-2010 (miles de pesos)

PIB PER CÁPITA	1995	2000	2005	2010
REGIÓN/ESTADO	PIB PERCÁPITA	PIB PERCÁPITA	PIB PERCÁPITA	PIB PERCÁPITA
INOROESTE	19.5056	52.6289	72.9606	72.9606
Baja California	25.3190	72.7193	92.9661	92.9661
Baja California Sur	23.9892	63.5813	89.1975	89.1975
Nayarit	10.5149	28.6671	42.0895	42.0895
Sinaloa	14.3049	38.0670	55.1135	55.1135
Sonora	23.3999	60.1099	85.4365	85.4365
IL NORTE	18.0812	49.5529	72.6147	72.6147
Coahuila de Zaragoza	25.7389	67.7415	98.2797	98.2797
Chihuahua	24.9730	74.8629	102.9125	102.9125
Durango	15.2698	41.3654	65.0110	65.0110
San Luis Potosí	13.7612	37.3027	57.2026	57.2026
Zacatecas	10.6630	26.4919	39.6675	39.6675
III. NORESTE	25.6589	74.0464	108.0934	108.0934
Nuevo León	31.4569	92.0478	133.1304	133.1304
Tamaulipas	19.8608	56.0449	83.0564	83.0564
IV. CENTRO-OESTE	15.9781	46.1630	63.4179	63.4179
Agascalientes	21.3913	65.3183	85.6361	85.6361
Colima	17.9700	50.2145	70.0204	70.0204
Guanajuato	12.8015	36.6419	52.0322	52.0322
Jalisco	17.5346	50.8078	69.4983	69.4983
Michoacán de Ocampo	10.1932	27.8327	39.9025	39.9025
V. CENTRO-ESTE	18.4343	52.3635	73.5272	73.5272
Distrito Federal	45.1227	130.3689	185.4979	185.4979
Hidalgo	10.5709	29.0610	41.5787	41.5787
México	14.3846	38.4153	51.3494	51.3494
Morelos	15.6857	42.7644	64.8783	64.8783
Puebla	12.1098	36.9164	50.7610	50.7610
Querétaro	21.5384	61.4783	83.2803	83.2803
Tlaxcala	9.6282	27.5400	37.3448	37.3448
VI. SUR	9.0010	23.3375	33.5128	33.5128

Elaboración con información de INEGI (2015). La regionalización fue delimitada por Basols, siguiendo criterios geográficos, demográficos, económicos y técnico-prácticos, como considerar unidades estatales para conformar las regiones. Para el caso de 2010 las negritas representan los estados que superan la media nacional. A precios constantes de 2008.

Como lo muestra el cuadro anterior, hay regiones y estados ganadores de la dinámica económica impulsada por el TLCAN. Este argumento se refuerza con el cuadro siguiente donde puede apreciarse regiones y estados que ganan población a costa de otros por no tener la capacidad de generar oportunidades para su población en su territorio. La tabla 3 indica los resultados encontrados que refuerzan el argumento anterior.

Tabla 3: Proporción de población por región 1995-2010

Chiapas	8.3410	20.7083	28.5659	28.5659
Guerrero	10.2579	27.8203	39.4488	39.4488
Oaxaca	8.4040	21.4840	32.5238	32.5238
VII. ESTE	24.3335	60.5508	91.8390	91.8390
Tabasco	12.4221	31.8569	47.6332	47.6332
Veracruz de Ignacio de la Llave	11.9115	28.6939	44.2058	44.2058
VIII. PENINSULAR	78.5079	207.7199	288.3057	288.3057
Campeche	35.8062	86.2288	121.6783	121.6783
Quintana Roo	29.2762	79.7409	107.4936	107.4936
Yucatán	13.4256	41.7502	59.1338	59.1338

Fuente: elaboración propia con información de INEGI (2015), censos de población y vivienda X, XI y XII, conteos de población I y II. En negritas se señalan las regiones ganadoras cuya población se incrementó en el periodo de estudio.

En el periodo de 1995 a 2010 se presenta un crecimiento importante de las regiones del centro-norte y la frontera con Estados Unidos de América que experimentaron una industrialización acelerada, en especial con base en la maquila (Garza & Schtengart, 2010), transformando ciudades pequeñas de tránsito hacia EEUU en ciudades industriales con orientación productiva hacia el mercado externo, específicamente hacia el norte, que se insertan en el Modelo de Apertura Comercial (MAC) que ha prevalecido desde hace tres décadas. Lo que se observa es que el crecimiento urbano relevante se encuentra en algunas zonas metropolitanas y de servicios (comercio y turismo) conectadas con los circuitos globales, fundamentalmente desde el centro hacia el norte del país, pues cuentan con acceso a ejes troncales de transporte que facilitan la conectividad a cadenas logísticas de transporte o corredores industriales y permite abaratar costos para el desplazamiento de mercancías. (Sánchez, 2014; Gazca, 2014). Hay muchos estudios que

analizan la radicación de inversión extranjera en ciudades específicas que forman parte de los corredores industriales del TLCAN, y es que estas empresas transnacionales han decidido establecerse en México con la finalidad de aprovechar las ventajas (Wall, 2003). Múltiples firmas de alta tecnología a 2015, han iniciado ya la construcción de nuevas plantas con inversiones multimillonarias para aprovechar estas ventajas.

La mundialización de la economía ha reforzado el dominio de las megarbes desde las últimas décadas del siglo XX en que se generalizó, en primer lugar, la primacía de las zonas metropolitanas como tipos característicos de la concentración de la población y las actividades económicas, y en segundo, emergen nuevos complejos de organización territorial: regiones polinucleares, ciudades-Estado, metroplexes, así como regiones nodales y megalópolis (Garza & Schtengart, 2010). México no es la excepción de este fenómeno y se observa tanto la aparición de nuevos centros como el fortalecimiento de otros.

De acuerdo con Garza (2010) este proceso de concentración polinuclear implica la aglomeración de la población en las mayores metrópolis y no sólo en la Ciudad de México. La concentración poli-

nuclear se evidencia observando la distribución de las ciudades por estratos según el número de habitantes, debido a que considera que los movimientos de población son una manifestación de sus diferentes dinámicas económicas, como menciona CONAPO (2012), la dinámica urbana y poblacional responde a los impulsos que genera la actividad económica, es decir, que el proceso de urbanización tiene origen en las modalidades del proceso de producción.

De ahí su vínculo con el desarrollo económico, por lo que expresa una relación de causalidad en la cual los cambios en las modalidades de producción se reflejarán en la dinámica de crecimiento de las ciudades. El policentrismo, al parecer, irá consolidándose a través del tiempo, como efecto y respuesta a las exigencias del proceso de acumulación a escala mundial, en busca de la ansiada convergencia económica entre los países socios y entre las regiones que los integran.

Una mención aparte merece el comportamiento de las ciudades fronterizas. Esta región muestra la más alta integración de las economías estatales transnacionales, por un lado Texas y, por el otro el noroeste de México, a partir de la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio de América del Norte,

de hecho se ha probado la interdependencia entre estos espacios. El estudio que elabora Aguilar (et. al., 2014) analiza con mucho detalle esta relación tomando como base 40 municipios mexicanos y 24 condados norteamericanos, localizados en la frontera de ambas naciones.

Adicionalmente incluye 300 kilómetros hacia el sur de la frontera, de México y 100 en Estados Unidos de América y, finalmente, una última región transfronteriza que incluye los estados de Texas, Nuevo México, Arizona y California en los EEUU, además de Tamaulipas, Nuevo León, Coahuila, Sonora y Baja California en México que, en conjunto representan un quinto de la población de ambos países.

El modelo que se utiliza para su análisis, permite asimismo identificar los flujos existentes entre pares de unidades geográficas, encontrando señales de importantes vínculos entre estados como Texas y el noroeste de México.

En la tabla siguiente puede observarse el crecimiento que, de manera indirecta, manifiesta la atracción que genera la actividad económica vinculada al TLCAN en la franja fronteriza México-Estados Unidos.

Tabla 4: Región fronteriza entre México y Estados Unidos: población 2010 y tasa de crecimiento (2000-2010)

Región	Población	Crecimiento promedio anual (2000-2010)
Frontera		
México-municipios fronterizos (40)	7,304,901	2.24
USA-condados fronterizos (24)	7,303,754	1.62
Total	14,608,655	
Área fronteriza		
México-300 km	17,048,419	2.04
USA-100 km	13,967,038	2.28
Total	31,015,457	
Región transfronteriza		
México-estados fronterizos	19,894,418	1.95
USA-estados fronterizos	70,850,713	1.49
Total	90,745,131	
México	112,336,538	1.52
USA	308,745,538	0.97

Fuente: (Aguilar, 2014).

Los autores aseguran en su reporte para el Congreso de los Estados Unidos de América que la economía mexicana no ha podido aprovechar las potencialidades del tratado, y que más bien ha experimentado efectos desiguales en su territorio influenciado de manera importante por la calidad de su infraestructura y su capital humano y, que tampoco ha sido capaz de adaptarse a los requerimientos actuales.

Además de que los estados ganadores han sido los más adaptados, tanto en materia de infraestructura como humano y, finalmente, que los estados pobres del sur no han logrado crecer debido a la falta de condiciones para incorporarse al desarrollo promovido por el TLCAN (Villarreal, 2010).

Infraestructura como elemento estratégico del desarrollo de la estructura urbano-regional

Reconocer los efectos territoriales de la dinámica económica es sumamente necesario para planear la estrategia a seguir y, así, poder aprovechar las oportunidades que ello genera y estar preparados para los retos que se presentarán. Según Delgadillo (2008) la globalización produce efectos desiguales en el territorio. Entre los cambios más importantes en la estructuración del territorio se constata el tránsito de un esquema nuclear, con alta concentración de la actividad económica en la zona metropolitana de la Ciudad de México y la región centro del país, hacia otro de tipo policéntrico, con una relativa concentración económica demográfica y productiva, lo cual se refleja a través de nuevas jerarquías urbanas, así como la configuración de corredores económicos en diversas regiones que se sitúan como nuevos espacios de aglomeración y ejes de crecimiento para articular ciudades y regiones a los círculos de una economía más abierta y globalizada (Sánchez, 2014; Gazca, 2014), donde la movilidad y los servicios básicos [...] serán determinantes y la infraestructura deberán incrementar la conectividad, la integración, al abatimiento de costos.

Podemos decir que algo de esto se ha logrado y que el problema real es que, se han dejado fuera grandes zonas en el subdesarrollo como la porción sur del territorio nacional como lo menciona Jordi Borja (Borja, 2001). Para este autor, la competitividad ya no depende de los recursos naturales o energéticos, de la base industrial tradicional, de la posición geográfica, de la acumulación de capital o de la voluntad política de un estado protector. La competitividad del territorio dependerá sobre todo:

- Funcionamiento eficiente del sistema urbano-regional, especialmente en cuanto a movilidad y servicios básicos.
- Inserción en los sistemas de comunicaciones de carácter global y buena información de los agentes sociales y económicos de los procesos mundiales.
- Cualificación de los recursos humanos (no únicamente de los estratos superiores)
- Apoyo público a los agentes económicos y sociales por medio de políticas de proteccionismo exportador favoreciendo sinergias y la innovación continuada.
- Instituciones políticas representativas eficaces y transparentes que actúen según normas claras y estables en sus relaciones con los agentes privados.
- Definición de un proyecto de ciu-

dad (o región) y *marketing* del mismo y la gobernabilidad del territorio basada en la cohesión social y la participación cívica (Borja, 2001).

El reto que se presenta entonces es ¿cómo lograr un mayor grado de competitividad territorial y productiva a la vez que integrar a aquellas zonas históricamente rezagadas del sur? Desde la firma del TLCAN, México inició un periodo de fuertes transformaciones: tanto en su economía como en los sistemas de comunicación y transporte que tendieron a incrementar, de manera significativa, su conectividad con los centros industriales, comerciales, de servicios y financieros, del país. Sobre todo preocupados por facilitar la interconexión con los mercados del norte, en los Estados Unidos de América. Para México el balance no ha sido del todo positivo, pues si bien, se han mostrado algunos avances, no han sido suficientes.

Como ejemplo puede mencionarse que en 2103 México fue ubicado por el Foro Económico Mundial (2015) (WEF, por sus siglas en inglés) en el lugar 64 de 148 países. Para 2015, alcanzó el lugar número 61 de 144. Lo contradictorio de este proceso es que, al parecer, cuanto más crece la inversión público-privada en infraestructura, la divergencia entre regiones hace que tienda a

favorecer la conexión de espacios de alta productividad, sin que esto pueda llegar a rechazarse, porque debe hacerse. Aunque es un hecho que estructuralmente se acrecienta la divergencia interregional, sobre todo entre el norte desarrollado y el sureste rezagado y sumido en la violencia y la pobreza (Cabrera 2015; Delgado 2008). Por el contrario, EEUU es colocado por este mismo órgano en el tercer lugar del *ranking* mundial, y Canadá en el décimo quinto.

Ante este escenario el Plan Nacional de Infraestructura reconoce que las entidades con mayor actividad económica y, por lo tanto, más integrados a la economía global, son los que disfrutan de mejores condiciones de competitividad y que, aquellos no vinculados a los sectores de alto valor agregado se encuentran rezagados. Como ejemplo de los segundos, se mencionan estados como Guerrero, Oaxaca y Veracruz y otros componentes de las regiones sur y este del país que históricamente se han mantenido en condiciones de subdesarrollo y marginación (PNI, 2014).

El mismo índice de competitividad, para 2015, desglosado en sus sectores, coloca a México en el lugar 52 en carreteras, 64 en ferrocarriles, 62 en puertos y 63 en aeropuertos de un total de 144 países. Asimismo,

ocupa el lugar 88 de 144 países en el área de infraestructura de telecomunicaciones.

La relevancia de la inversión nacional en infraestructura es reconocida por el gobierno mexicano como elemento que promueve el desarrollo económico y, su ausencia como un freno al mismo. Por ello, en el Programa Nacional de Infraestructura establece tres ejes rectores: i) desarrollo regional equilibrado; ii) desarrollo urbano y iii) conectividad logística. Según el diagnóstico y particularmente en relación con el tercer eje, señala que la infraestructura es uno de los factores que explica la baja competitividad del país, al ser el segundo pilar de los 12 que conforman el Índice Global de competitividad.

Los datos anteriores permiten deducir la situación tan desventajosa que tiene México respecto de sus socios. Al analizar el proyecto de infraestructura planteado por el gobierno actual, se observa que múltiples proyectos son retomados de los formulados en el Programa Nacional de Infraestructura 2007-2012. En dicho instrumento se diagnosticaba una limitada conectividad longitudinal, a pesar de que más de 80% de comercio se realiza por tierra (Aguilar, 2014); pero más aun, se remarcaba la inexistencia de vías de comunicación transversales. La

estrategia diseñada entonces, privilegió la conexión de núcleos industriales muy especializados, básicamente del centro y el norte del país con la economía estadounidense, a fin de reducir los costos de traslado, elevar la eficiencia y aprovechar las ventajas de localización nacional.

El PNI 2014-2018, congruente con el Plan Nacional de Desarrollo (PND), se planteó la necesidad de coadyuvar en el esfuerzo de llevar a México a su máxima capacidad. Señala el documento que es necesario consolidar la red troncal carretera en buen estado, que conecte las regiones estratégicas, permitiendo costos y tiempo de traslado competitivos; completar en altas especificaciones los corredores carreteros más importantes (México-Nogales-Nuevo Laredo y Altiplano); construir libramientos ferroviarios que incrementan la eficiencia del tren de carga; contar con dos sistemas portuarios complementarios con cuatro puertos de clase internacional para fortalecer la capacidad del sistema portuario en el apoyo de los sectores económicos estratégicos del país, y fomentar el desarrollo de la marina mercante, del cabotaje y del transporte marítimo de corta distancia.

Retomar el transporte ferroviario de pasajeros con la construcción de trenes interurbanos (México-Tolu-

ca-Querétaro-Transpeninsular) (los dos últimos propuestos como medida de austeridad dadas las condiciones económicas por las que atraviesa el país a principios de 2015); construcción de caminos rurales, resolver el problema del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), y urbano sustentable en 47% de las zonas metropolitanas del país (PNI, 2014). Adicionalmente se traza la ampliación de la cobertura y capacidad de las redes de telecomunicaciones a través de la red troncal y red compartida de servicios móviles; además de brindar acceso a la banda ancha en sitios y espacios públicos, así como lanzar y consolidar el Sistema Satelital Mexicano (MEXSAT, PNI, 2014).

Como lo reconoce el mismo instrumento, en una realidad en extremo evidente, la región sur-sureste presenta escasa conectividad entre las distintas zonas que la integran, lo cual obliga a largos trayectos, inseguros y costosos. Los principales problemas que explican este fenómeno son: falta de infraestructura carretera en la región y ausencia de sistemas de transporte adecuados, sumada a la dispersión demográfica, su lejanía relativa respecto de los centros de población, la sinuosidad orográfica, a más de la presencia constante de fenómenos meteorológicos que afectan las vías

de comunicación, aunado a la baja productividad de su planta productiva y limitado acceso al capital. (PNI, 2014). Por ello y en aras de fortalecer el desarrollo regional y reducir las brechas existentes, este programa pone especial énfasis en elevar la competitividad y productividad de la región sur-sureste, aprovechando la abundancia de sus recursos naturales y fortaleciendo su capital humano.

El objetivo es alcanzar un crecimiento económico elevado, sostenido y sustentable que redunde en mejores niveles de bienestar para la población y contribuya a superar los rezagos históricos en el área, con el enorme reto de impulsar una economía en una región donde además de escasez de capital financiero, existe un déficit de recursos humanos apropiados para la explotación racional de los recursos aún abundantes.

Por ello, la estrategia transversal sur-sureste contempla la modernización de carreteras, completando corredores troncales y de acceso a las principales poblaciones, puertos, nodos logísticos, zonas turísticas y desarrollos industriales de la región de alta relevancia para detonar los principales centros de generación de empleo, traslado de personas y mercancías de manera integral. El costo de la estra-

tegia del sector comunicaciones y transportes se estima que ascienda a 1,320,109 millones de pesos en 2104. Aunque lamentablemente, uno de los proyectos centrales de la estrategia (el tren transpeninsular para el manejo de carga) tendrá que esperar (PNI, 2014). Como se podrá observar, la región con menor inversión en infraestructura, es la que requiere de un mayor esfuerzo por parte del gobierno para salir del estado de atraso que las ha caracterizado, y que lamentablemente, ante el recorte presupuestal, son las primeras en resentir la postergación de las inversiones y la falta de voluntad política.

Conclusiones

La firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, representó una oportunidad para que mediante el comercio internacional se promoviera la convergencia económica de las distintas regiones del país, a través del incremento en la competitividad de las mismas; entre otras acciones, mejorar la conectividad, reducir los costos vinculados al transporte y el acceso a los distintos factores de la producción. Sin embargo, la convergencia no se ha dado como se esperaba; de hecho, al parecer, la realidad nacional se ha fragmentado en tres realidades, estados y regiones altamente industrializados e integrados a procesos

productivos de alta innovación tecnológica, estados principalmente centrales que se han ido incorporando gracias a la flexibilización de sus factores de producción y su territorio por medio de la inversión en infraestructura y su importante capacidad de planeación y gestión. Por último, aquellos que aun cuando han variado sus condiciones de desarrollo, siguen en el cabus del desarrollo.

Por tanto es posible distinguir el crecimiento acelerado de ciudades no tradicionales como parte de un nuevo proceso de policentrismo que se basó en la presencia de flujos migratorios urbanos hacia ciudades medias industriales. Mismas que se fueron consolidando como parte de las redes productivas vinculadas a los flujos de mercancías que llevan como destino el mercado norteamericano.

La evidencia de este movimiento se encuentra en el incremento de las áreas urbanas y el tamaño de sus poblaciones, ello como un indicador de los resultados económicos de cada ciudad. La fuerza ejercida por el peso económico específico de cada ciudad, motiva a la existencia de mayores aglomeraciones que conforman, entre otras, conurbaciones que pueden o no llegar a integrarse a una zona metropolitana.

Regionalmente no hubo importantes modificaciones en cuanto a sus dimensiones, pero sí en su PIB per cápita, lo cual permitió medir la variación existente en el tamaño de su economía, explicando posteriormente, junto con la variación del tamaño de su población el efecto del Tratado de Libre Comercio en su desempeño. Este ejercicio permitió distinguir que, sobre todo, los estados del norte del país han sido beneficiados de la actividad comercial vinculada al tratado, pues su intercambio con estados de la unión americana se ha incrementado exponencialmente propiciando con el crecimiento constante de la economía estatal.

Así pues, de acuerdo con las conclusiones planteadas por Gustavo Garza, se conforman grupos de ciudades y estados ganadores con el TLCAN dado que, claramente el comercio internacional se ha concentrado en pocos estados (Aguilar, 2014) tanto para el caso de los Estados Unidos de América (Texas, California, Michigan, Arizona, Tennessee, Indiana e Illinois, que representan el 70% del comercio transnacional con México), como en el caso de México (Distrito Federal, Coahuila, Estado de México, Nuevo León Chihuahua, Guanajuato, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí, que representan el 35% de las importaciones). Estados que particu-

larmente, en el modelo capitalista mexicano, se han visto beneficiados con la acumulación de capital público y privado.

Por el otro lado, se identifican patrones regresivos entre los estados que constituyen las regiones sur y este, principalmente. En éstos se observa que el PIB es relativamente menor a otras unidades geográficas. Adicionalmente, en algunos casos, se percibe la reducción de la población que, tal vez, ha buscado en otros estados vecinos o en los EEUU la oportunidad laboral que en su estado no encuentra. El resultado es que no se han reducido las diferencias regionales (Delgadillo, 2008) y se mantienen aquellos que históricamente han estado rezagados, pues no ha habido una estrategia que en este nuevo escenario de alta competitividad territorial promueva la convergencia de territorios condenados a la pobreza otorgándoles una función de meros proveedores de materias primas y mano de obra barata.

Para revertir la tendencia quizá sea necesario promover la nivelación interregional del capital humano, la inversión en infraestructura productiva y la intervención decidida y planeada de Estado (Garza & Schtengart, 2010). Por último analizando el estado de la infraestructura nacional, especialmente la

relacionada con las comunicaciones y transportes, se observa un importante rezago respecto de nuestros socios comerciales, ya que éstos se encuentran por englobar los resultados, dentro de los 15 países más competitivos del mundo; mientras que México se ubica por debajo del lugar 60. Lo anterior hace suponer que los crecientes flujos de la Inversión Extranjera Directa (IED), sólo sean posibles si las ventajas que se ofrecen son las tradicionales, mano de obra y materias primas baratas.

Porque los costos relacionados con el transporte son muy altos respecto de nuestros socios comerciales; y sin embargo, la actividad productiva ha mostrado una gran fortaleza, lo que nos lleva a preguntarnos: ¿qué es lo que sucedería en otras circunstancias? Ya que si el comercio bilateral ha crecido tanto en las condiciones de retraso tecnológico y educativo aunado a altos costos de operación, ¿cuál sería la mejor estrategia a seguir?

Por lo pronto estamos en el umbral de un nuevo fenómeno de consolidación de centros productivos dispersos a lo largo de corredores productivos que exigirán, para alcanzar un mayor grado de certidumbre, la mejora sustancial de la infraestructura nacional, la inversión estratégica de recursos que tiendan a generar alternativas que logren dar satis-

facción a los requerimientos de un mundo cada vez más competitivo.

Fuentes de consulta

Aguilar, B. I. (Octubre de 2014). Trade flows between the United States and Mexico: NAFTA and the Border Region. *Journal of Urban Research*, 1-24.

Berumen, S. (septiembre de 2009). Evaluación de las reformas del Consenso de Washington en Brasil y México. *Comercio Exterior*, 9(59), 704-714.

Borja, J. (2001). *Lo local y lo global, la gestión de las ciudades en la era de la información*. México: Taurus.

Cabrera, S. (enero-marzo de 2015). Las reformas en México y el TLCAN. *Problemas del Desarrollo*, 46(180), 77-100.

Ceceña, G. J. (2013). *El capitalismo monopolista, los super grupos y la economía mexicana*. México: IIEc, FE, UNAM y El Colegio de Sinaloa A.C.

Cordera, R. (2014). ¿Época de cambio o cambio de época?: de la globalización al Estado. En G. Alicia, *Entre la profunda recesión y la gran crisis: nuevas interpretaciones teóricas y alternativas*. México, México: IIEc.

Cordera, R. (2015). *La “gran transformación” del milagro mexicano. A 20 años del TLCAN; de la adopción a la adaptación*. Problemas del

- Desarrollo, 46(180).
- Delgadillo, M. J. (abril de 2008). Desigualdades territoriales en México derivadas del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales (EURE)*, XXXIV(101), 71-94.
- Faysal, Y. (1995). Bloques regionales en la economía mundial. *Problemas del Desarrollo*, revista latinoamericana de economía, 26(103).
- FIIC. (2014). Evolución de la economía de los países miembros de la FIIC 2012-2013. Federación de Internacional de la Industria de la Construcción.
- Foro Economico Mundial. (02 de 01 de 2015). The Global Competitiveness Report 2014 - 2015. Obtenido de <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>
- Garza, G. (. (2010). Desarrollo urbano y regional. México: El Colegio de México.
- Garza, G., & Schtengart, M. (2010). *Desarrollo Urbano y Regional* (Vol. v.2). México: El Colegio de México.
- Gazca, Z. J. (2014). Cambios Territoriales en México después de veinte años del Tratado de Libre Comercio de América del Norte. 19° Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México (pág. 22). Zapopan, Jalisco: AMECIDER.
- Girón, A. (enero-marzo de 2015). Zonas de libre comercio ¿un camino para el desarrollo? *Problemas del Desarrollo*, 46(180).
- Gob. Fed. (2007). Programa Nacional de Infraestructura. México: Gob. Fed.
- Guerra, B. A. (2014). Apuntes sobre desarrollo y la cuestión de cómo sembrarlo en América Latina. En A. Girón, *Entre la profunda recesión y la gran crisis, nuevas interpretaciones teóricas y alternativas* (págs. 65-82). México: IIEc.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2015). Sistema de Cuentas Nacionales, I Conteo de Población y Vivienda 1995, XII Censo General de Población y Vivienda 2000, II Conteo de Población y Vivienda 2005 y Censo de Población y Vivienda 2010. México: INEGI.
- Muñiz, I. (Enero de 2015). Estructura espacial y densidad de población en la ZMVM1995-2000: evolución de un sistema urbano policéntrico. *EURE*, 41(122), 75-102.
- OCDE. (2015). México, transformando la política urbana y el financiamiento de la vivienda. Síntesis del estudio. -----: OCDE-INFONAVIT.
- PNI. (2014). Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018. México: Gobierno de la República.
- Sánchez, A. A. (2014). El sistema de ciudades en los modelos económicos de México. 19° Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México (pág. 28). Zapopan, Ja-

lisco: AMECIDER.

Santos, B. (2014). El patrón alimentario del libre comercio.

SEDESOL-CONAPO. (2012). Catálogo: Sistema Urbano Nacional 2012. México: SEDESOL-CONAPO.

Sergio, B. (2009). Evaluación de las reformas del Consenso de Washington en Brasil y México. Comercio Exterior, 704-714.

SHCP. (2014). Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018. México.

Villarreal, Á. (2010). NAFTA and the Mexican Economy. Washington: Congressional Research Service.

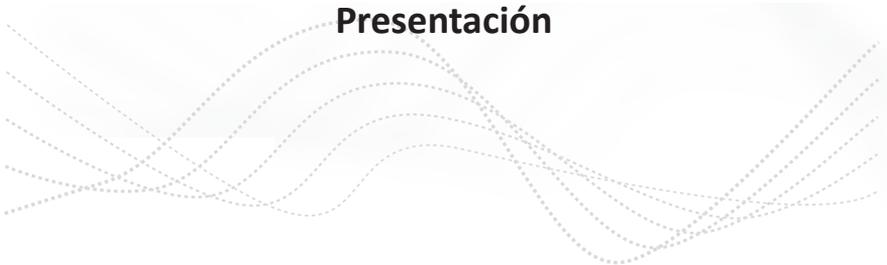
Wall, H. J. (2003). NAFTA and the geography of North American Trade. St. Luis: The Federal Reserve Bank.



DOSSIER:

**Pensamiento crítico en América Latina, comunicación,
cultura y medios**

Presentación



El pensamiento crítico tiene una larga tradición en América Latina. Desde los siglos XVIII y XIX, por lo menos, se conocen trabajos escritos, teorías, ideas de una serie de intelectuales cuya obra intenta forjar, pensar y comprender las sociedades latinoamericanas, sus utopías y distopías.

En el siglo XX, en particular, se reconocerá en esa amplia tradición a aquellos intelectuales vinculados a diferentes proyectos de modernidad y a diversos conceptos de modernización de la región, abordados desde las humanidades, la estética, las ciencias sociales, las ciencias naturales, entre otras aproximaciones.

En la historia de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y de sus Grupos de Trabajo, es posible identificar la presencia sostenida de este pensamiento

crítico en todo su espesor, diversidad y variedad. En la actualidad, ante la tendencia a caer en el determinismo tecnológico y frente al hecho de que diversos Estados han revivido el debate sobre las políticas nacionales de comunicación, cultura y medios, nos parece oportuno volver a examinar el pensamiento crítico latinoamericano en todas sus vertientes.

En este contexto, la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), por medio de su Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, en coordinación con la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y con el apoyo de la Asociación Peruana de Investigadores de la Comunicación (APEIC) fue sede y anfitriona del XII Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, el pasado 6, 7 y 8 de agosto del 2014 teniendo

como tema central: "Pensamiento Crítico Latinoamericano y los Desafíos de la Contemporaneidad".

Fruto de lo anterior son el conjunto de ensayos reunidos en este Dossier que responden a algunas de las siguientes interrogantes:

- ¿Qué identifica la herencia del pensamiento crítico latinoamericano referido a la comunicación social?
- ¿Cuáles son las agendas temáticas, campos de interés y abordajes que marcan hoy el trabajo de los investigadores latinoamericanos de la comunicación?
- ¿Qué realidades y transformaciones del mundo contemporáneo nos plantean nuevas interrogantes y reclaman enfoques que permitan comprender la relación entre comunicación, cultura y sociedad?
- ¿Qué rumbos toman hoy los estudios latinoamericanos de la comunicación?

Dr. Hugo Sánchez Gudiño
Profesor-Investigador de la FES
Aragón UNAM

Estrategias de comunicación digitales del gobierno brasileño con enfoque en eventos sociales

DIGITAL COMMUNICATION STRATEGIES OF BRAZILIAN GOVERNMENT TO FOCUS ON SOCIAL EVENTS

**Alessandra de Castilho*

**Roberto Gondo Macedo*

Resumen

El artículo aborda la Internet y las redes sociales como una esfera pública virtual y el espacio democrático de la manifestación. En el gobierno y la comunicación pública, este efecto debe ser estudiado, ya que puede interferir y cambiar el resultado de las acciones de comunicación, especialmente en los círculos gubernamentales. La propuesta es rescatar el concepto de esfera pública de comunicación y hacer un paralelo con la forma en que las redes sociales de Internet están siendo utilizadas por la sociedad.

Palabras clave: participación en la esfera virtual pública, democracia e Internet.

Abstract

The paper focuses on the Internet and social networks as a virtual public sphere and democratic space demonstration. In government and public communication, this effect should be studied, because it can interfere and change the outcome of the actions of communication, especially in government circles. The proposal is to rescue the concept of public sphere of communication and draw a parallel with the way that social networking sites are being used by the company.

Keywords: Participatory virtual public sphere, democracy, Internet.

Introducción

Una encuesta realizada en 2011 por el Instituto Sensus, tratando de descubrir los hábitos de los brasileños en Internet mostró que esta red es una fuente de información para el 16% de los brasileños, lo que representa, según una investigación de 21 millones de votantes.

(*) Coordinadora de Comunicaciones de la Sociedad Brasileña de Investigadores.

(**) Profesor e Investigador en el Centro de Comunicación y Artes de la Universidad Presbiteriana Mackenzie.

Es por ello que este artículo se abordará un análisis cualitativo de la participación de los usuarios de Internet en uno de los temas de la mayor importancia que se discutieron en el ámbito nacional, los acontecimientos de 2013. La elección para la investigación cualitativa se justifica por el interés en tener una comprensión más profunda de fenómeno en estudio, contextualizando su carácter dinámico.

En este contexto, el número de componentes de la muestra es menos importante que la relevancia para el problema de investigación. Por lo que los elementos de la muestra se seleccionarán de forma deliberada, como una manera de proveer lo necesario para la observación, la percepción y el análisis de las motivaciones de los rasgos centrales investigación (Fragoso, Recuero E. Amaral, 2011). En este caso, más que la cantidad de “acciones”, evalúa a Internet como un espacio público para la discusión de problemas que enfrenta el bienestar social. Además, el análisis también aborda el contexto de la aparición de Internet y el advenimiento de la tecnología digital de medios sociales.

El surgimiento de Internet

A pesar de que la población mundial no ha alcanzado el nivel completo de acceso a Internet, no se

puede negar su función transformadora en la sociedad contemporánea. En una comparación sociohistórica, la capacidad de Internet para distribuir la información para todo el dominio de la actividad humana, es comparable a la electricidad y las redes eléctricas representadas en la Era Industrial (Castells, 2003).

Ante este fenómeno, es importante señalar brevemente los supuestos que subyacen en la aparición de la World Wide Web, así como los procesos de cambio que definen su papel en la realidad actual. Este punto de corte permite una comprensión más clara del nivel de significación alcanzado hoy por Internet.

En un contexto de post- Segunda Guerra Mundial y principios de la Guerra Fría, la Unión Soviética, con el lanzamiento del satélite Sputnik, los EEUU impugnaron y demostraron ser un país pionero en la lucha por la conquista del espacio. La nación se consolidó, además, como una gran potencia de las inversiones, así como en política, económica y tecnologías, encabezada principalmente por las tendencias en el flujo de información a través de redes.

En este contexto, “[...] con la misión de movilizar recursos de investigación [...]” y “[...] a fin de lograr la superioridad tecnológica mili-

tar [...]” (Castells, 2003). No es el prototipo de lo que hoy conocemos como Internet: la red Arpanet. Fue a través de esta red que se desarrolló la idea de la sociabilidad informático (Matterlat, 2002).

Al final del segundo milenio y el resultado de la Guerra Fría, las economías del mundo se enfrentan a una revolución tecnológica, cuyo enfoque es el desarrollo de la tecnología de la información. Durante este período Internet comenzó a hacerse popular como una herramienta importante de comunicación en medio de un escenario que se mostró más globalizado cada día, con influencias importantes en la vida social humana. El advenimiento de los medios sociales en Internet

Con la llegada de la red ocurrieron cambios significativos en medio de la interacción social, especialmente desde la década de los noventa, en el que este fenómeno ha trascendido sus objetivos militares y comenzó a ser incorporado por la sociedad en su conjunto (Lambert, 2012). A partir de entonces, la gente empezó a comunicarse, a buscar y producir información en el entorno en línea. Este momento representa un hito en los procesos de interacción de la humanidad, especialmente teniendo en cuenta el aumento de la tecnología digital de medios sociales.

Para Santos (2012), Internet ya no es una red de computadoras, sino que se convirtió en una red de personas. Mainieri y Ribeiro (en Oliveira y Marchiori, 2012) complementan este pensamiento: “[...] se observa que la aparición de las redes sociales hace que los cambios en las formas de pensar y hacer la comunicación y, en consecuencia, en formas de interacción social”.

Sin embargo, algunos autores proponen el contexto histórico de internet; definen su primera vez como un medio estático y, prácticamente, descartan procesos interactivos existentes durante este período. En contraste con estos pensamientos, Lemos y Santaella (2010) proponen una visión evolutiva de los niveles de relación existentes en Internet. El proceso descrito por los investigadores se refiere a la evolución de lo que denominan como monomodal, medios sociales para multimodal, medios de comunicación social.

Entre los diversos medios de comunicación social existentes en la actualidad, es posible destacar algunos más utilizados en los procesos de interacción entre los usuarios: *Facebook*, *Twitter* y *Youtube*. Para Lemos y Santaella (2010) el proceso de convergencia entre éstos, es el existente multimodal medios de comunicación social, es uno de los principales factores que difieren

de monomodal. Esto significa que, además de estar presente en cada uno, hay peculiaridades interactivas que todavía tienen la capacidad de interconectarse.

Otro aspecto enfatizado por los autores es la cuestión temporal de estos medios de comunicación social y su continua movilidad. Llame a la tendencia “always on”, lo que refuerza el concepto de Internet de colaboración y representa la participación activa de los usuarios en Internet, no solamente como observadores, sino también como coautores y críticos.

Con los aspectos que se presentaron antes, nos dimos cuenta de la fuerte tendencia de los usuarios a usar los medios sociales como una forma de expresar libremente sus ideas. Además de la aproximación activa a los problemas mundiales de las esferas políticas, económicas, culturales, sociales y ambientales. Aunado ello a las nuevas relaciones interpersonales y su influencia en la comunicación

En este trabajo, Internet es mucho más que la representación de un gran avance tecnológico. Se entiende como un fenómeno social, ya que ha sido el responsable de la formación de nuevas interacciones sociales, antes no por limitaciones geográficas. Internet es el único me-

dio que le permite combinar el poder de los medios de comunicación para transmitir un mensaje y llegar a un público más amplio, con las posibilidades de interacción y retroalimentación.

Esta red además proporciona un medio para la publicidad de productos, los vende, en respuesta a las peticiones de los consumidores y en última instancia, la lealtad de ellos. Los puntos fuertes de este nuevo medio son: interactividad, flexibilidad, supervisión y orientación. (Castro, 2000). Ésta es la principal diferencia de Internet con otros medios tradicionales, y qué es exactamente el lugar como un objeto de estudio para los investigadores que buscan más información acerca de las nuevas redes de relaciones que se generan en esta nueva plataforma de comunicación que abre un espacio para discusiones y debates.

Esta interacción puede ser interpretada como un ejemplo de la sociedad organizada, que cuenta con la tecnología para mediar la comunicación entre los seres humanos a través de la red. Para Nunes (2009) redes sociales significa que “la gente tenía más libertad de expresión. (...)”. La gente podría utilizar mayor información más interesante. Hay movimientos muy positivos en la red, por ejemplo, en apoyo de la salud de la mujer. Luego, utilizando

las redes sociales para descargar su ira puede ser malo, pero tiene aspectos positivos. Las redes sociales tienen esta dimensión que es muy buena. Es la posibilidad de expresión.

Dahlgren (2009) en su estudio también tiene en cuenta tanto los cambios que ofrece Internet en las prácticas sociales y los límites que restringen el uso de la plena democrática anclada en redes de tecnología. Este autor se refiere a la concreción del potencial cívico de Internet, dado el hecho de que el escenario de la política sigue siendo el mismo, basado en el sistema formal y tradicional. Adhesiones a las campañas políticas, las acciones de activismo comprometido, vestíbulo transparente y argumentativo, demostraron una participación activa en Internet, con probablemente las gamas más amplias.

Constantemente se realiza una investigación sobre las consecuencias de Internet a través de encuestas de las estructuras económicas, patrones de interacción social, las prácticas culturales y la generación de participación política. La perspectiva de que el espacio y el lugar se merece un trato especial. “Las humanidades y las ciencias sociales se han ocupado sustancialmente por los procesos sociales y espacios culturales”, dice Dahlgren (2009, p. 151).

Silveira (2009) señala que la idea de este nuevo espacio de comunicación (virtual y abstracto) es antagónico a la rigidez de la ubicación geográfica. Pero aclara que más importante que reconocer estas diferencias, es entender “cómo se manifiesta el poder en ellos mismos, en un espacio físico y un espacio lógico.

En este nuevo espacio, Bauman (2003, citado en la Costa, 2005) asocia la idea de las comunidades donde la seguridad de pertenecer a comunidades gobernadas por relaciones cara a cara, se habría perdido, sucumbieron a más extensas relaciones sin vínculos claros de solidaridad y confianza. El avance de las tecnologías de comunicación que caracterizan en forma errónea la relación, entonces, habría dado lugar a la pérdida de esos individuos en cuanto a lazos de pertenencia. Costa (2005) sostiene que hoy en día somos testigos de la complejidad de estas relaciones y la “transmutación del concepto de comunidad en la ‘red social’”.

En este nuevo concepto, las redes se crean y recrean todo el tiempo, ya que para que eso suceda, sólo es necesaria “la capacidad de interacción de los individuos, su potencial para interactuar con los que te rodean” o “la capacidad... de las personas a producir sus propias redes, sus comunidades personales (Costa,

2005). Dahlgren (2009) argumenta que podemos vivir más o menos la mayor parte del tiempo entre las redes sociales que se interconectan.

Esfera pública en el entorno en línea y participación cívica

Antes de abordar el tema de la participación civil en la esfera pública en línea, se debe aclarar que este trabajo refleja el concepto de la esfera pública. Para ello nos dirigimos a Gomes (2006) quien dice que se presenta como una propuesta de interpretación de su significado: “esfera pública como el ámbito de lo público, es decir, de aquello sobre lo que se puede hablar sin reservas y en circunstancias de visibilidad social” .

Por lo tanto tiene la esfera pública como un lugar de debate en el que todos los actores civiles pueden no sólo expresar la opinión pública sobre las cuestiones pertinentes, así como participar en forma deliberativa de tales cuestiones. Es el espacio donde se propone ejercer la plenitud de la democracia como un sistema que se encarga de lo que es común a lo colectivo. Gomes (2011) señala los aspectos esenciales de la democracia:

[...] El principio de la igualdad política, el corolario de la libertad, de los procedimientos de deliberación libre y la aplicación del principio de la mayoría en la toma de decisiones políti-

cas, el corolario es que la propiedad estatal de la ciudadanía y ningún otro soberano.

La cuestión que se discute es si esta esfera pública puede ser transferida al entorno en línea, ya que estamos viviendo en la era de la comunicación digital. Sería posible tener una democracia en línea con los mismos elementos que caracterizan el entorno fuera de línea. Entonces no habría una nueva democracia digital. Una vez más recurro a Gomes (2011) para entender este nuevo término:

Entender por qué la democracia digital de cualquier forma de empleo de dispositivos (ordenadores, teléfonos, teléfonos inteligentes, computadoras de bolsillo, ipads, ...) aplicaciones (programas) y herramientas (foros, sitios web, redes sociales, medios sociales ...) de las tecnologías digitales comunicación para complementar, mejorar o corregir los aspectos de las prácticas políticas y sociales del Estado y de los ciudadanos en favor del contenido democrático de la comunidad política.

Entender por qué la democracia digital de cualquier forma de empleo de dispositivos (ordenadores, teléfonos, teléfonos inteligentes, computadoras de bolsillo, ipads, ...) aplicaciones (programas) y herramientas (foros, sitios web, redes sociales, medios sociales ...) de las tecnologías digitales de comunicación para complementar, mejorar o corregir los aspectos de las prácticas políticas y sociales del Estado y de los ciudadanos en favor del contenido democrático de la comunidad política.

La acción que se analiza en este trabajo, resulta ser un intento por parte del Estado a este respecto, ya que promueve la participación popular en la toma de decisiones sobre las políticas públicas del gobierno. Recuerda que otras iniciativas públicas han llevado a cabo en hacer una realidad la democracia digital, entre ellas se encuentran: el diseño de la línea que solicita a la del Parlamento británico, la ciudad digital de Hoogeveen, el proyecto Youngscot, la e-democracia Minnesota, el proyecto e-democracia Cámara de Diputados, Brasil y las Cuentas Transparencia portal abierto.

Plataforma participativa

La red social se lanzó en Brasil en julio de 2013, en medio del más grande movimiento popular visto en el en la última década. Las manifestaciones en todo el país se produjeron en junio de 2013 y surgió para desafiar a los aumentos en las tarifas del transporte público. El movimiento ha cobrado tal fuerza que pronto ganó reconocimiento internacional con el apoyo a los movimientos realizados por los brasileños en otros países.

Los temas de protesta se multiplican en proporción de miembros de la sociedad. Éstos fueron motivados por el aumento de las tarifas de autobuses. También fue debido a las

protestas contra el gasto público en los principales eventos nacionales, la mala calidad de los servicios públicos, la corrupción política, la petición de mayores inversiones en salud y educación, entre otras demandas públicas.

Las manifestaciones de junio de 2013, fueron las movilizaciones más grandes en el país, desde la manifestación de destitución del presidente Fernando Collor de Melo en 1992, y se reunió con la aprobación del 82% de la población. Siguió el mismo proceso de “difusión viral” de otros grandes eventos celebrados en otros países, como la Primavera Árabe, el Wall St Occupy y el de Los Indignados.

En todas las áreas el esfuerzo participativo se desprende del discurso del gobierno en la transformación de la plataforma en una esfera pública de comunicación en línea. La red social está formada por un par de sesiones, que son:

- Las comunidades donde se crea un grupo de discusión de cierto tema y los miembros interesados en la discusión de este tema del grupo. Todos pueden acceder a la comunidad.
- Resaltar: Este espacio, que divide comunidades con el espacio más prominente y participativo. Está orientado a la divulgación de los vídeos de la campaña de la Secretaría

de la Juventud o los proyectos de la presidencia destinados a los jóvenes. En esta zona no hay interacción o participación activa de los miembros mediante el envío de material audiovisual.

- Blog: Es un espacio para la publicación exclusiva del personal participativo. La interacción es sólo en el espacio reservado para comentarios, que tienen poca participación de los miembros. Tomando la fecha de 26/01/2014 como ejemplo, los 10 últimos mensajes de este campo, a pesar de que han tratado temas muy controvertidos hoy en día el país (como rolezinhos, despensa, crisis del capitalismo y hackers) había sólo un miembro de revisión .

- Debates: Es un espacio para la discusión de temas específicos. ¿Puede alguien sugerir un debate, pero uno debe estar vinculado a uno ya existente o incluso crear en primer lugar una comunidad de la comunidad. Debido a este filtro, nos damos cuenta de una participación más tímida y menos frecuentes.

- Últimos vídeos: este espacio está montado un repositorio de vídeos destinados a las campañas gubernamentales de jóvenes. Los vídeos se publican exclusivamente por los administradores de la plataforma.

Como este artículo trata de investigar si la participación podría convertirse en una plataforma eficaz de las relaciones y la participación social, en las sesiones el esfuerzo de

análisis fue orientada sobre debates y comunidades, ya que son las áreas de mayor interacción.

En Debates, para el análisis de la obra, lo que se propone fue seleccionando la publicación “Vamos a discutir el Sistema Nacional de la Juventud”. La fecha límite para las contribuciones se prorrogó hasta el 31 de octubre”, por la participación. Esta nota se advirtió a los miembros hasta el 31 de octubre, la SNJ recibirían aportes en el Sistema Nacional de la Juventud, para apoyar el proceso de regulación de la Comisión Interministerial de Políticas de Juventud-Coijuv (establecido por el Decreto de 14 de agosto de 2013). El Coijuv celebró en noviembre de 2013, una Consulta Pública Nacional sobre el proyecto de reglamento.

A finales de la primera mitad de octubre del 2013, este tema había registrado un total de 30 manifestaciones o respuestas, lo que podría representar una cuota de mercado del 0,3% de los participantes de la plataforma, que en ese momento consistía en 8.960 miembros. Mediante el análisis de las respuestas de la autoría, que el número de 10 personas diferentes que realizaron 30 manifestaciones, que representa una participación de 0,1% de la comunidad. Es de resaltar que el equipo se encargó de poner a disposición de los miembros los do-

cumentos importantes de la plataforma para suscitar una discusión sobre el tema. Por ejemplo, se han puesto a disposición de la Ley y el Estatuto de la Juventud para la lectura de todo el mundo. Sin embargo, dos puntos contados negativamente a la acción que busca promover la discusión. En ningún momento fue claro como pueden ser la posesión y se remitirán al Comité Interministerial de Políticas de Juventud de las contribuciones. Además, algunas de las manifestaciones que llevaron pertinentes al documento en que se elaborará tales dudas y preguntas, no fueron contestadas por el administrador de la comunidad, por lo menos no en la respuesta del público a la comunidad.

En “Comunidades”, la plataforma registra en menos de un mes de su lanzamiento para crear más de 400 comunidades. El más grande, en el momento de este análisis, fue el “brasileños contra la corrupción”, con 795 miembros. Hoy (26/01/2014), ésta sigue siendo la misma comunidad con mayor número de adherentes, y cuenta con 946 miembros.

A pesar de la prohibición de la publicidad política, la plataforma no reprimió a muchos grupos partidistas de contenido que se crearon en Participativo como “Out Rousseff, PT Fuera, no !!! Lula”, “país rico es país sin PT,” o “Yo apoyo a Rousseff

“y” estoy con Lula y Dilma. “Esta área se destacan temas como la regulación de los medios, la reducción de los salarios y beneficios de los parlamentarios, la reforma política, la reforma fiscal, la reducción de la responsabilidad penal.

A pesar del gran número de comunidades creadas durante los primeros 28 días de la plataforma, algunos grupos tenían más de 500 integrantes. Al menos un centenar de comunidades todavía tenían un integrante, su creador. Estas cifras apuntan hacia una tendencia sobre este espacio podría haber sido utilizado más como manifestaciones individuales que como un espacio para la discusión de temas de interés común para el bienestar social.

Consideraciones finales

Siguiendo la reflexión de lo que se ha presentado hasta el momento, es necesario que los usuarios jueguen un papel deliberativo a través de medios de comunicación social. En lugar de participar activamente en el entorno en línea, deben estar buscando cambios para que las autoridades externen sus acciones, por medio de este puente del mundo virtual.

Por lo tanto, en el caso de la plataforma participativa, la propuesta de crear un espacio de discusión se ha

cumplido, pero no está claro cómo se va a volver en las deliberaciones concretas. Esta falta de información podría, en el mediano plazo, socavar el concepto del proyecto en su intención, crear una esfera pública en línea.

Otra conclusión clara es que hubo una mayor movilización en torno a la red social durante los eventos posteriores a la época, con las campañas de difusión de plataforma en Internet, la televisión y los periódicos, pero poco se ve en el estímulo a la participación. Esto puede sugerir que la creación de la red social fue una acción aislada diseñada para reducir al mínimo los actos públicos realizados por los jóvenes en el mes de junio de 2013, dándoles un espacio para estas manifestaciones, pero con un menor riesgo de destrucción de las instalaciones físicas y perjuicio a la imagen del gobierno.

Como defensores Silveira (2009), “las herramientas tecnológicas no crean la participación, pero se construyen exactamente porque un número creciente de ciudadanos están dispuestos a discutir y participar en el debate sobre muchos temas, incluyendo los políticos. Son construcciones sociotécnicas que se benefician tanto de la interacción y la diversidad. “Parece, por lo tanto, la comprensión de las posibilidades de esta tecnología innovadora que

transforma al ciudadano y el autor califica, técnicamente, al debate.

Sin embargo, mirando desde el punto de vista de Internet como un espacio de discusión. Una última consideración válida es que, a pesar de que carecen de la madurez en su uso, a pesar de la baja rentabilidad, la plataforma participativa, dio voz a los que hasta ahora no tenían un canal directo para la Secretaría Nacional de la Juventud.

Fuentes de consulta

Castells, Manuel (2003). La galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Río de Janeiro: Jorge Zahar.

Castro, Alvaro (2000). Publicidad y medios de comunicación digitales: web como la corriente principal de este. Río de Janeiro: Qualitymark.

Costa, Roger (2005). Un nuevo concepto de comunidad: redes sociales, comunidades personales, inteligencia colectiva. En: Interface - Comunicação, Saúde, Educ, v.9, n.17, p.235-48, mat / agosto

Dahlgren, Peter (2009). Internet y Potencial Cívico. En: Medios y compromiso político. Cambridge: Cambridge University Press.

Fragoso, Suely; RECUERO, Raquel; Amaral, Adriana (2011). Métodos de investigación para Internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.

Gomes, Wilson (2011). Participa-

ción Política Online: problemas y las hipótesis de trabajo. En: MAIA, Rousiley;. GOMES, Wilson; MARQUES, Francisco Paulo. Internet y participación en Brasil. Porto Alegre: Sulina.

Mattelart, Armand (2006). Historia de la Sociedad de la Información. 2ª ed. São Paulo: Loyola.

Santaella, Lucía; Lemos, Renata (2010). Las redes sociales digitales: Twitter cognición conectivo. São Paulo: Paulus.

Santos, Cristiano. Marketing de colaboración (2012). En BRAMBILLA, Ana. (Eds.). Para entender los medios sociales - Volumen 2: Aspectos Salvador NVI.

Silveira, Sergio Amadeu da (2009). Esfera pública en red, blogosfera y las redes sociales. En: esfera pública, las redes y el periodismo. Río de Janeiro: e-paper.

Referencias onlines

Lamblet, Livia. Día Mundial de Internet. Disponible en: <<http://livialamblet.com/dia-world-of-internet/>>. Consultado el 29 de septiembre 2012

Oliveira, Natanael. La historia de las redes sociales. Disponible en: <<http://www.natanaeloliveira.com.br/a-historia-de-redes-sociais/>>. Fecha de acceso: 30 de septiembre 2012

Venezuela: reflexiones sobre comunicación, medios y política

VENEZUELA: REFLECTIONS ON COMMUNICATION, MEDIA AND POLITICS

*Andrés Cañizález

Resumen

En este texto analizamos dos tendencias principales en relación con la comunicación política. En primer término y de cara a establecer algún basamento teórico, revisamos lo que puede denominarse como la centralidad mediática o comunicacional de la política, a partir de lo que han establecido autores, principalmente latinoamericanos, sobre la compleja trama que está presente en la relación entre medios y política, dando por sentado el rol predominante que tienen los medios de comunicación masiva en el contexto de América Latina y Venezuela. Una segunda línea de este trabajo, que tiene como foco de reflexión la producción del campo académico en Venezuela.

Palabras clave: Comunicación política; Venezuela; Revolución Bolivariana

Profesor-Investigador de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) en Venezuela

Abstract

In this paper we analyze two main trends regarding political communication. First, and in order to establish a theoretical basis, we review what can be termed as the media or communication centrality of politics, from what established authors, mainly Latin American, on complex network that is present in the relationship between media and politics, assuming the dominant role that the mass media in the context of Latin America and Venezuela. Una second line of this work, which focuses reflection of scholarly production in Venezuela.

Keywords: Political communication; Venezuela; Bolivarian Revolution

Introducción

En esta parte introductoria me parece oportuno traer a colación el libro que escribió Alejandro Botía, *Auge y crisis del cuarto poder. La prensa en democracia* (2007). Se trata de

una historia necesaria para poder tener el retrato de cómo los medios y el poder político se entretrejieron durante décadas en Venezuela. Esa historia necesaria que reconstruye Botía arranca en 1958 con el avènement democrático, tras la caída del dictador Marcos Pérez Jiménez, y culmina con el paroxismo mediático que vivimos durante el paro de diciembre 2002 y enero 2003. El texto entrecruza historia política con historia del periodismo, y así aparecen juntos, revueltos o por separado los nombres de las figuras que hicieron la vida pública nacional, a través de las páginas impresas

durante 45 años., se dice rápido, pero la propia reconstrucción que refleja el libro es un hito importante, puesto que parece existir una ruptura entre lo que fue el período 1958-1998, que ahora nos acostumbremos a llamar IV República (y ello evidencia el poder del discurso), y el que se inicia con Hugo Chávez. Un aporte del libro es tender puentes, construir un hilo conductor entre lo que se quiere presentar como antes y ahora, ya que a final de cuentas, se trata de una historia única, aunque se cuente algunas veces con diferentes protagonistas y disímiles discursos.

El texto de Botía si bien ayuda a entender el surgimiento y consolidación de los medios impresos en

Venezuela, no es en sentido estricto un libro sobre historia de la prensa en democracia, sino que traza, entrecruza y, especialmente reconstruye, lo que de político hay en el universo mediático venezolano y viceversa. Es, por ello, un libro clave para mirar las interrelaciones que se tejen en un sistema político, pero no una vista en abstracto, con el poder creciente que toman los medios para el propio desarrollo de la acción política. Así vemos, por ejemplo como 1968 deberá ser recordado pues marcó un hito: se tejió una alianza entre el abanderado presidencial Rafael Caldera y la Cadena Capriles, la cual arrojaría una de las distorsiones más agudas de aquellos años, pues se canjearon seis puestos de diputados y uno de senador, a cambio del apoyo editorial a la campaña (p.63).

Aquel matrimonio, por conveniencia, entre el editor Miguel Ángel Capriles y Caldera se disolverá antes de que termine el primer mandato de éste. Sin embargo, esa nociva práctica se repetirá a lo largo de los años stenta y al menos hasta mitad de los ochenta, e involucrará a casi todos los medios impresos de importancia del país. La trama entre medios de comunicación y poder político, entonces, tiene historia y referentes en Venezuela, aunque en la segunda parte de este capítulo nos concentremos en el siglo XXI.

1.- Sobre la nueva plaza pública

1.1. Agenda política, agenda mediática

Si bien no compartimos una suerte de visión apocalíptica sobre el rol político de los medios, empero no debe obviarse el papel central que juegan en las sociedades contemporáneas y especialmente latinoamericanas, tal como lo sostenía ya Ángel Álvarez a fines del siglo pasado:

Los medios no son el único agente de socialización política, pero son los medios quienes llevan más eficaz y más rápidamente la información política a los hogares. Lo que ellos difunden y el modo en el que lo hacen influye en las creencias del público acerca de lo que es y de lo que debería ser la política (Álvarez, 1995, p. 86).

El predominio de la «plata» sobre la «plaza» como lugar de construcción de lo político, constituye el modo inicial de dar cuenta acerca de la ‘mediación’ de la política, base que alude a la centralidad que han adquirido los medios de comunicación para legitimar temas y actores, esto lo apuntaba Agrivalca Canelón en 1996. Esta tendencia ha llevado a que muchas estrategias políticas contemporáneas se hagan desde lo comunicacional, pasando a ser ésta una dimensión central y no un aspecto complementario. Así, se observa cómo elementos que años atrás no tenían mayor relevancia

para las figuras públicas, hoy día forman parte integral de sus campañas políticas, como lo es la asesoría de imagen, que se ha convertido en práctica común para todos aquellos que aspiran ofrecer seguridad y credibilidad a través de los *mass media* a los posibles electores. Con esto, esta dimensión no sólo es un recurso, sino el propio espacio desde donde se efectúa la acción política, la intervención en la esfera pública. De modo que “el diálogo entre individuos y sociedad, sociedad y políticos, políticos y gobierno, se realiza, en buena medida, a través de los medios” (Osorio Meléndez, 2002, p. 23).

Autores con un marco de reflexión situado en América Latina, como Martín Barbero (2001) han apuntado que esta dinámica no resulta extraña a la experiencia social de nuestros países, dado que se está en sociedades en las que actores tradicionales como el Estado, Iglesia y partidos políticos ya no pueden vertebrarla, y hay una presencia masiva de la industria massmediática, con lo cual “lo público se halla cada día más identificado con lo escenificado en los medios” (p. 75). La proyección de lo que sucede, a través de los medios, hace pensar que en muchos casos todo termina donde acaban los límites de lo que presentan. Por tal razón, el resto de un mundo que sigue generando otro

tipo de construcciones comunicacionales queda excluido y ‘la comunicación’ parece ser sólo asunto de los medios.

Marcelino Bisbal (2005) apunta algunas características del nuevo proceso, en el cual no sólo hay una reproducción mediática del tradicional juego político, sino un replanteamiento. Los medios construyen/reconstruyen la “agenda política”; redefinen el quehacer político y, en definitiva, se convierten en la nueva “plaza pública”; así “nacen y se afirman fenómenos conocidos como la política del espectáculo, el *marketing* político, la personalización de los programas y los *performances* electorales” (p. 48), hay un nuevo simbolismo en marcha para consolidar la imagen política a través de los medios masivos.

En la democracia clásica, apunta Bisbal (2005), los partidos políticos eran los legítimos intermediarios entre el Estado y el pueblo; dicha intermediación es ejercida a la fecha desde la pantalla de televisión. Para este autor, no hay una disolución de la política, como muchos apocalípticos denuncian, sino que se está asitiendo a “una reconversión de la política y en suma de las esferas de lo público” (p. 50).

En la nueva escena de interacción, la política pasa a constituirse desde

lo mediático: “los medios aparecen como lugares privilegiados para el contacto y la construcción de adhesiones, suplantando las plazas públicas y los más pequeños pero propios espacios de debate y acción conjunta” (Bisbal, 2005, p. 52). Sin lugar a dudas, los medios son en este momento el instrumento para repolitizar la sociedad, ya que es a través de ellos que las personas se mantienen vinculadas a lo público, en una suerte de ciudadanía mediática, a pesar de las limitaciones, tergiversaciones o trivializaciones inherentes a la estructura y al funcionamiento de los medios de comunicación (Corredor, 2005, p. 59).

1.2. Medios como actores políticos

En este punto conviene revisar el concepto de comunicación política, cuyo papel luce crucial en la consolidación de un sistema de demandas sociales y respuestas institucionales. Canelón (1996) sostiene que la comunicación política “es un proceso multidireccional de intercambio de datos entre los distintos sectores y niveles de la estructura, actores políticos primarios, intermedios y de base” (p. 13). En el marco de una sociedad abierta, plural, “los medios masivos constituyen un canal formal e institucional de acceso al sistema” (Canelón, 1996, p. 14), permiten la transmisión de las demandas públicas, y simultáneamen-

te son canal para difundir la adopción de las decisiones políticas.

Actualmente se habla de los medios masivos como lugar del encuentro, del reconocimiento, de la construcción plural de la opinión:

Los medios son, para algunos, el lugar de la realización plena de esa comunidad inclusiva que nuestros países niegan, de esa ciudadanía meramente nominal o incompleta derivada de las profundas desigualdades económicas y sociales en que vivimos y que conculca no sólo los derechos ciudadanos sino que impide el cumplimiento de las obligaciones que esa condición conlleva y hasta la misma posibilidad de reconocer y reivindicar aquellos derechos (Mata, 2002: 67).

Otro aspecto que acrecienta el rol de los medios por los efectos que consiguen es que, debido a la fascinación y encanto que ellos producen, condicionan automáticamente las verdades sociales, jurídicas, éticas y morales que entregan, convirtiéndolas en verdades mediáticas autónomas.

Las verdades sociales, éticas y morales obedecen a un discernimiento racional o al menos constituyen el producto de un *ethos* inspirado en la verdad como tal. Las verdades mediáticas, en cambio, obedecen a criterios de emotividad en los que adquieren valor de por sí (Osorio Meléndez, 2002, p. 24).

De manera crítica se ha sostenido que desde los medios se construye una idea de opinión pública con encuestas y sondeos “que tienen cada vez menos de debate y crítica ciudadanos y más de simulacro” (Martín Barbero, 2002, p. 15). Se está frente a una dinámica en la que cotidianamente se presentan resultados de estas consultas, tales como la opinión pública legítima y válida, mientras que ante este incesante bombardeo de información y toma de posiciones “la sociedad civil pierde su heterogeneidad y su espesor conflictivo para reducirse a una existencia estadística” (Martín Barbero, 2002, p. 15).

Aún así, la dinámica social hace parecer ilógico concebir a los medios de comunicación como laboratorios maquiavélicos, al interior de los cuales se gestan planes y acciones dirigidos directa y expresamente a ejercer una influencia en las audiencias. Si los contenidos de la programación de los medios tienen peso en la forma como se percibe al mundo, es muy probablemente que ello no sea consecuencia de campañas orquestadas para que ocurra así. Razonablemente se plantea toda una dimensión en la cual las realidades políticas y sociales presentadas son ordenadas con una cierta estructura que permite, según parámetros lógicos, se obtenga identificación con el mensaje.

En un sentido general, sin embargo, la construcción mediática de la política no es asunto exclusivo de Venezuela. La tendencia apunta al conjunto de este quehacer en diferentes ámbitos y realidades nacionales: “ahora la política es cuestión de comunicaciones masivas” (Bisbal, 2003, p. 125). Pero ante el vacío de representación en la construcción de lo que se espera sea representativo, se facilita la adhesión del discurso de quienes intervienen o pretenden intervenir en lo público al modelo de comunicación hegemónico (Martín Barbero, 2002).

Rafael Roda (1993) sostiene que, tras una revisión de las tendencias en estudios de medios de comunicación en las últimas décadas, cobra vigencia el predominio de la función de «agenda setting» frente a otras funciones secundarias de los medios. Clásicamente se le ha entendido:

La capacidad para influir en el nivel de relevancia de los problemas en la conciencia pública, debido a la atención diferencial que los medios les conceden en el proceso de reflexión sobre la realidad. La función genérica de agenda setting se desgaja en varias operaciones, las más importantes de las cuales consisten en establecer lo que hay, lo que es importante, lo que es incorrecto (Roda, 1993: 36).

El papel comunicacional está estrechamente vinculado a la construc-

ción de las agendas, en particular destaca la referida agenda *setting* en que Herbert Koenke (1999) apunta como la negociación de lo noticioso: “las relaciones complementarias aunque ambivalentes entre gobernantes democráticos y medios de comunicación reflejan una dinámica que ha sido caracterizada en una investigación reciente como la negociación de lo noticioso” (p. 23).

En tal proceso confluyen al menos tres agendas, la pública –hecha a partir de demandas ciudadana–, la estrictamente mediática y una tercera de carácter gubernamental, con lo cual “se establece una tríada de influencias recíprocas entre medios, ciudadanos y gobernantes, que es la base de la democracia moderna” (Koenke, 1999, p. 24).

Se comparte el punto de vista de relativizar el rol de los medios en el contexto político. Nos son los medios de comunicación los todopoderosos ni infalibles, que según la teoría crítica de la comunicación, podían influir unilateralmente sobre la ciudadanía y el gobierno. “Ellos forman parte, más bien, de un tejido institucional que, en las democracias, contribuye a forjar la opinión pública, la cual, a su vez, tiene una clara incidencia sobre la gobernabilidad de un país” (Koenke, 1999, p. 24).

1.3. Centralidad comunicacional de la política

Para reconocidos autores contemporáneos como Norberto Bobbio (1994), la potenciación de nuevos actores en la escena política tiene una estrecha vinculación con los medios de comunicación y la formación de opinión pública. A juicio de Bobbio, “en la esfera de la sociedad civil también se ubica normalmente el fenómeno de la opinión pública, entendida como la expresión pública de consenso y disenso con respecto a las instituciones, transmitida mediante la prensa, la radio, la televisión, etcétera” (p.45). Por lo demás, opinión pública y acción política caminan de la mano y se condicionan mutuamente. Sin opinión pública, lo que más concretamente significa “sin canales de transmisión de la opinión pública, que se vuelve ‘pública’ precisamente porque es transmitida al público, la esfera de la sociedad civil está destinada a perder su función y finalmente a desaparecer” (Bobbio, 1994, p. 45).

Con todas estas reflexiones, se puede asegurar que se replantea la relación entre Comunicación y Política, no en términos accesorios o accidentales, en el contexto de las sociedades contemporáneas. Hay un cambio sustancial, no sólo en la relación con lo político, media-

do por la pantalla, sino en la propia manera de convivir socialmente. Se asiste a una “intromisión” de la cultura massmediática en la política y en las distintas esferas de la vida pública y privada, que en opinión de estudiosos:

No es la disolución de la política y la democracia, ni siquiera de la vida como se pudiera pensar entonces, sino más bien de una reconversión de la política y en definitiva de las esferas de lo público. En estos tiempos los medios se convierten en el espacio público privilegiado por la gente; los medios están alterando la vida y hasta las propias formas que hoy día adquiere la socialidad (Bisbal, 2005, p. 50).

Esta relación entre agenda mediática y agenda política es de larga data, sin embargo en las últimas dos décadas es que se ha vivido un cambio sustantivo, al menos como se constata en América Latina. De acuerdo con algunos autores, “el paradigma político latinoamericano era tan poderoso que condicionaba a los medios de comunicación imponiéndole sus ritmos y muchas de sus reglas de juego, en una centralidad política de la comunicación” (Corredor, 2005, p. 59). Sin embargo, a finales de los años ochenta y durante los noventa, se observa que la relación se ha invertido y son los medios de comunicación quienes imponen sus ritmos y sus reglas de juego a la actividad política, dicha tendencia se consolidó en la etapa

inicial del siglo XXI. “El exponencial crecimiento del poder de los medios en nuestros países ha convertido al paradigma mediático en el paradigma dominante. La actual, es la América Latina de la centralidad comunicacional de la política” (Corredor, 2005, p. 59).

1.4. El papel del análisis crítico del discurso

Un aspecto que ha cobrado importancia, en el campo de la comunicación política, es el análisis crítico del discurso. En este campo de los estudios contemporáneos del discurso, “convergen los aportes de diferentes disciplinas tales como la lingüística, la antropología, la psicología, la sociología, la filosofía, las ciencias de la comunicación” (Iñiguez, 2003; Van Dijk, 2003 cp. Stecher, 2010, p. 97).

Tal como ha sido señalado por diversos autores, la complejidad de las relaciones entre poder, comunicación y sociedad reafirma la necesidad de diversidad y multidisciplinariedad en los métodos de investigación, y por esa razón existe una tendencia a vincular el análisis crítico con otros enfoques; desde esta perspectiva, el discurso se entiende como el proceso total de interacción social, del cual el texto es una parte (Fairclough, 1989 cp. Pini 2005).

Dos textos producidos en Venezuela, desde una perspectiva político-mediática, bordean la frontera entre lo que sería análisis de contenidos y análisis del discurso, y finalmente cruzan dicha línea divisoria de forma indistinta; se trata de los artículos de Maritza Montero “Análisis del discurso de Irene Sáez: El discurso soy yo”, y de Iria Puyosa “Análisis del discurso político de Hugo Chávez. Gesta de un mesías”, ambos publicados por la revista *Comunicación*, en 1998. Ha resultado importante en este aspecto, la revisión de los textos de Friedrich Welsch (y otros) *El mensaje oculto del debate*, publicado en 1983, y la tesis doctoral de Alfredo Ascanio, “Análisis de contenido del discurso político”, editada por la Universidad Simón Bolívar (2001).

2. Inacabada descripción de un proceso

La llegada de Hugo Chávez al poder, que como veremos tuvo un marcado acento en lo comunicacional, como parte de su estrategia política, estuvo precedida por análisis de lo que era su discurso, como es el caso del ya citado texto de Iria Puyosa (1998), en el contexto de lo que fue su primera campaña electoral. En ese año, asimismo, un número monográfico de la revista *Comunicación* (Centro Gumilla) llevaba por título “La trama política”. El

filósofo David de los Reyes en su ensayo “Comunicación y política” (1998) cuestionaba agriamente la presencia de la massmediatización en el ejercicio de la política y abogaba por una reconfiguración del espacio de la comunicación pública. Citando a Agapito Maestre, De los Reyes planteaba como un enorme desafío para la democracia, en la cual debían involucrarse los medios masivos, la posibilidad de construir acuerdos entre aquellos que tuviesen posiciones radicalmente distintas (p. 60). Si este texto apuntaba a algunos de los desafíos que debía afrontar el modelo político de Venezuela, desde lo comunicativo, el estudio “Las identidades políticas” de Emilia Bermúdez (1998) daba algunas explicaciones sobre el proceso de erosión de las identidades políticas del venezolano, que se habían instaurado con el proyecto democrático modernizador a partir de 1958.

Iván Abreu Sojo, por su parte, estaba trazando ya en 1998, con sus investigaciones sobre la percepción ciudadana del liderazgo político, algunos de los elementos que finalmente se expresarían en las urnas con la llegada de Chávez al poder. En aquel momento, cuando aún no se había producido el primer resultado electoral que luego desencadenaría el proceso de transformaciones, Abreu Sojo recogía expresiones

como éstas: el liderazgo necesario para el país debía trabajar por el bien común, caracterizarse por el sentimiento de compromiso con la sociedad, ser valiente, democrático y afectivo, un liderazgo que debía tomar lo mejor de las concepciones capitalista y socialista.

2.1. *El país fracturado*

Un punto de inflexión para el país y obviamente para las reflexiones sobre la comunicación política estuvo en los sucesos de abril de 2002. De lo vivido en aquel período retomo unas reflexiones de Tulio Hernández que me parecen esclarecedoras de la doble dimensión de los medios en nuestro tiempo. Le cito:

Los medios, hay que decirlo, son un actor político en la medida en que intervienen de manera decisiva y abierta en la toma de decisiones políticas de la sociedad. Pero los medios tienen una condición muy peculiar; pues además de ser un actor político, por demás legítimamente, son los narradores de lo que los demás actores políticos hacen, realizan o confrontan entre sí (2002, p. 56).

Para cumplir a cabalidad con tal misión, en la que se juegan su credibilidad, y ésta –según nos recuerda el autor– no es solamente un factor de mercado sino una función fundamental de soporte de la democracia; es necesario que el ejercicio de esa función –ser narrador de las con-

tradiciones entre el resto de actores— se cumpla con un mínimo de calidad, transparencia y respeto a los derechos de las audiencias. Para lograrlo, y para preservar su naturaleza independiente, los medios en su agenda política deben marcar distancia tanto de los intereses de los grupos políticos como los del gobierno. Dicha agenda debe tener como prioridad la defensa de los principios de la democracia y de los derechos ciudadanos.

Aquel año 2002 dejó en evidencia la existencia de un país fracturado. Partiendo de informes y recomendaciones internacionales, que otrora por cierto no ubicaban a Venezuela como una zona de conflicto, Jesús María Aguirre en su texto “Comunicaciones sin tregua” (2002) revisa el papel mediático en el contexto de polarización y enfrentamiento, que pasa a ser un asunto relevante en la lectura de la comunicación política venezolana a partir de entonces. Iván Abreu Sojo (2002) es el autor de un análisis de un fenómeno comunicativo popular, se trata de la proliferación de graffitis con mensajes políticos en un período de franca turbulencia 2001-2002. Los resultados de ese documentado-texto dejan en evidencia una reinterpretación de este mecanismo, que en el contexto venezolano no sólo se expresan contra el sistema establecido, sino que también son he-

rramienta de quienes defienden las posturas oficiales, lo cual pasa a ser una novedad reflejada por el autor de forma significativa.

Las agendas informativas son analizadas profusamente, entre las cuales rescato el análisis de Carla Villamediana “La prensa y el golpe: ¿conspiración militar o mediática?” (2002) y el estudio de Caroline de Oteyza y Leopoldo Tablante “La línea editorial de los periódicos *El Universal* y *El Nacional* entre el 7 y 15 de abril” (2002). Constituyen una suerte de taxonomía para determinar el posicionamiento político-editorial de los medios impresos, en un contexto en el cual como señalara Pablo Antillano (2002) el periodismo venezolano, al sucumbir a la política, salió damnificado. Desde la perspectiva de la comunicación política estas aproximaciones son importantes en tanto ayudan en la construcción analítica de los medios de comunicación como actores políticos, un asunto que conviene recordar antecede y trasciende al proceso de la “Revolución Bolivariana”. Hace dos décadas en el completo trabajo que recoge la historia contemporánea de nuestros medios impresos, Eleazar Díaz Rangel (1994, reedición 2005) constató que la prensa había sido colocada en el centro de la arena pública. Los dueños que entrevistó Díaz Rangel, hace 20 años, eran ya conscientes

de que estaban siendo empujados a otras dimensiones, esencialmente políticas, en su quehacer. Esto se veía alimentado con el debilitamiento institucional y la desazón de los ciudadanos con los partidos tradicionales, que ya se habían hecho palpable con el Caracazo de 1989 y los dos golpes de Estado frustrados de 1992.

En tanto, un trabajo crítico sobre el papel jugado por los medios de comunicación privados durante el golpe de Estado de abril de 2002, junto a una mirada poco complaciente con el papel político que jugaron medios y periodistas en aquel contexto, está en el libro del escritor Luis Britto García titulado *Venezuela: investigación de unos medios por encima de toda sospecha* (2003).

Uno de los ensayos que intentan revisar de forma integral el papel de los medios de comunicación en la vida política nacional se titula “La raya en la retina” (2004). Su autor, Nelson Rivera, tuvo la capacidad de diseccionar las metáforas reflejadas en las primeras planas de la prensa de Venezuela desde 1958 hasta 2003. Unidad y optimismo prevalecieron en las primeras dos décadas, para pasar a reflejar desencanto, violencia y muerte a partir del quiebre económico de 1984. Para Rivera, los medios no son sólo

narradores del país, sino también constructores de cohesión social en tanto actores políticos, y en ese rol —a su juicio— debían revisarse críticamente. Otro texto que igualmente tiene intenciones comprehensivas es el ensayo de Héctor Bujanda: “El papel del experto. Conflictividad y liderazgo entre 1989 y 2004”, publicado en 2005. El propio Bujanda aborda el tema de las transformaciones político-comunicacionales en Venezuela, bajo el signo de la polarización, con en otro artículo suyo publicado en 2006.

Ysabel Briceño publicó en 2005 un trabajo con una mirada retrospectiva sobre las primeras páginas del diario *El Nacional* entre los años 1958 y 2000, en la cobertura periodística de la política venezolana y la visión de democracia que emanaba de dichas páginas. El desafío de pensar la democracia desde la comunicación fue un aspecto desarrollado críticamente por las académicas Elda Morales y Ana Irene Méndez en su revisión teórica “Política, poder y comunicación. Una visión desde América Latina” (2005), en el que apuntaban que en Venezuela se estaban sentando las bases para nuevas formas de relación entre poder, comunicación y política, con nuevos modelos de participación ciudadana y de democratización del poder.

Eleazar Díaz Rangel, en tanto, publicó en 2004 su ensayo “El poder de los medios. Un recorrido a saltos por sus relaciones con el poder político” en el que reconstruyó un siglo de historia periodística y política, para reflejar cómo influyeron o no los medios de comunicación, en distintos momentos de la historia venezolana, en la toma de decisiones por parte del político. En ese período de revisión sobre el papel político de los medios de comunicación en Venezuela, se publicó un trabajo de análisis crítico del discurso hecho desde la Universidad del Zulia sobre las estrategias presentes en el estilo periodístico para alcanzar fines ideológicos en la prensa de Venezuela. Este trabajo lo realizaron Sylvia Fernández y Lourdes Molero de Cabeza (2006). Dos textos finalmente ayudan a comprender, desde la cultura política, la fisura social que atraviesa a Venezuela, aún hoy, pero que se impuso a partir de 2002 como tema ineludible en el abordaje de los trabajos relacionados con los estudios de comunicación, medios y política. Por un lado está el documentado texto “La cultura política del venezolano” (2005) de Carlos Guzmán, junto a la reconstrucción analítica “Venezuela 1989-2005: la polarización política como conflicto cultural” (2005) de Tulio Hernández. La lectura de ambos textos ayuda a entender las claves de cultura polí-

tica que favorecieron un cambio político distinguido por el autoritarismo, junto a una suerte de inercia del mundo político tradicional ante una ola de cambios que desembocaron en la propia aniquilación política y simbólica de la élite que se había instaurado con el modelo de 1958.

2.2 Inacabada descripción de un modelo

El contexto político institucional vivido en Venezuela a partir del referéndum revocatorio de 2004, junto a la proyección del modelo de la “Revolución Bolivariana” como un proyecto político-cultural de largo plazo, con directrices muy claras de establecer una hegemonía en el campo comunicacional, tuvo un correlato importante en la producción académica, especialmente a partir de 2006 cuando de forma notable comienzan a describirse y sistematizarse los elementos de dicho modelo comunicacional. La edición 134 de la revista Comunicación, editada por el Centro Gumilla y con el título “Hegemonía y control” reunió un conjunto de trabajos que vistos en perspectiva delineaban con bastante exactitud lo que serían las tendencias de los años venideros en el campo de la comunicación política.

Marcelino Bisbal con su estudio “El Estado-Comunicador y su especificidad” (2006) presenta por primera

vez en el país un mapa con las tendencias, decisiones y acciones que se habían implementado por parte del gobierno de Hugo Chávez, en una lógica de imposición por la vía legislativa, económica y administrativa, junto al fortalecimiento en aquel momento de las redes de medios comunitarios. Carlos Delgado-Flores con “La gestión comunicacional de la administración Chávez. De la dominación mediática al control estatal” (2006) perfilaba como una clara tendencia oficial la alta rotación de funcionarios en la dirección de la política comunicacional, con una duración promedio de ocho meses en el cargo de lo que aún en ese momento era un incipiente Ministerio de Comunicación e Información (MINCI).

Otro síntoma de un modelo caracterizado por el control de la información está, sin duda alguna, en las cadenas nacionales de radio y televisión, un asunto abordado por Carlos Correa (2006), quien ya señalaba no sólo el abuso que implicaba la interrupción sin aviso ni planificación de la programación habitual de la radio y televisión en Venezuela, sino que apuntaba a lo que sería un elevado costo en materia de la publicidad contratada para espacios que finalmente no se emitían debido al capricho gubernamental. Antonio Pasquali (2007), por su parte, desmenuzaba las implicaciones para

la emisión de mensajes críticos que comenzaba a tener en Venezuela la consolidación de un nuevo marco jurídico.

Ubicar al modelo comunicacional de la Venezuela gobernada por Hugo Chávez en el contexto regional, contrastando con las experiencias y políticas que –por aquel momento– se desarrollaban en otras naciones latinoamericanas, fue el objetivo del libro *Tiempos de cambio. Política y comunicación en América Latina*, de Andrés Cañizález (2009).

Junto al control de la emisión de mensajes en el sector privado, en el período 2004-2007 se consolidó un aparato televisivo estatal sin precedentes en Venezuela. Este tema fue objeto de varios análisis e investigaciones por parte de Bernardino Herrera (2004), Gustavo Hernández Díaz (2007) y Marcelino Bisbal y Rafael Quiñones (2007). Estos estudios evidenciaron cómo la programación de los medios de la televisión del Estado no sólo estaba lejos de cumplir una función pública, sino que en realidad eran formidables aparatos de propaganda a favor del gobierno y vehículos para el culto a la personalidad del presidente Chávez.

El libro *De lo Estatal a lo Público. La radio y televisión pública en la*

Venezuela de hoy (2010), coordinado por Andrés Cañizález y con ensayos de siete autores, trató de construir una mirada diversa sobre el manejo de los medios en manos del Estado venezolano, pero sin vocación de llevar adelante un servicio público en el campo de la televisión abierta. Tal como lo ha planteado Pasquali (2005, p. 245) la discusión venezolana y latinoamericana sobre los medios públicos persigue un fin que puede resumirse en cuatro palabras: “democratizar la televisión latinoamericana”. En esa reflexión suya “Redescubrir los servicios públicos”, que forma parte del libro *18 ensayos sobre comunicaciones*, se encuentra una síntesis del pensamiento de Pasquali en una materia sobre la cual ha escrito de forma extendida.

El nuevo modelo fue analizado ampliamente en el libro que coordinó Marcelino Bisbal, *Hegemonía y control comunicacional* (2009), en el que se reunieron textos de ocho autores repasando las principales tendencias que en materia comunicacional formaban parte del modelo gubernamental. Aspectos como la propaganda oficial, los medios comunitarios, las cadenas de radio y televisión y el propio modelo de comunicación gubernamental resultaron analizados en este libro. Por su parte, Andrés Cañizález (2012) con su libro *Hugo Chávez: La pre-*

sidencia mediática, también indaga sobre las características del modelo comunicacional durante la larga permanencia en el poder de Chávez, y en particular hace énfasis en la generación de políticas públicas desde el escenario mediático como uno de los sellos distintivos de esa gestión de gobierno.

La prolongación del gobierno de Chávez por mayor tiempo que el de los períodos quinquenales que caracterizaron el período 1958-1998, obligó desde el campo de la comunicación política a balances, por ejemplo de una década, para explicar o recapitular lo acontecido en ese lapso. En esa dirección se inscriben trabajos como los de Mariana Bacalao (2009) en torno al papel de los estudios de opinión pública en la primera década de Chávez en el poder; el de Boris Muñoz (2009) titulado “Cesarismo mediático” en el cual también se analiza el estilo comunicacional del fallecido jefe de Estado, en el cual “él mismo” es el medio y el mensaje, según la lectura de este autor. Humberto Valdivieso (2009) igualmente apunta un balance de los primeros 10 años del chavismo, con un análisis de su producción iconográfica, y Andrés Cañizález (2011) compendia de ese mismo período una serie de retrocesos en materia de gobernabilidad democrática y libertad de prensa.

2.3 La comunicación electoral

Sosteníamos al inicio de este capítulo que en buena medida la “Revolución Bolivariana” o el proceso, como se le llamó originalmente, terminó copando el espacio reflexivo nacional en materia de comunicación política, dejando poco espacio para temas tradicionales de este campo como lo es la comunicación electoral o el propio *marketing* electoral. En este período analizado, obviamente hubo expresiones y prácticas de esta dimensión, pero en general se registraron pocos aportes académicos recogidos en libros o publicaciones académicas.

Un artículo de Ángel Álvarez (2000) recoge un análisis del uso de los medios y de las estrategias de comunicación política durante la campaña de 1998, la cual catapultó a Hugo Chávez a la presidencia por primera vez. El autor sostenía en ese momento la importancia de la televisión en el marco de unas elecciones en Venezuela, ya que las noticias televisadas eran, a fin de cuentas, el principal medio de información política de los venezolanos. Lo expresado por Álvarez se conecta con las reflexiones que una década y media antes una docena de autores hicieron y que en formato de libro editó Alfredo Keller (1985). En aquel momento se enfatizó precisamente el uso de la televisión

como mecanismo privilegiado para conducir campañas con fines políticos. Otro hecho llamativo del texto de Keller está en su propio título, “Comunicación política”, ya que no ha sido usual por los estudiosos de la temática en Venezuela usar el término de forma explícita en los títulos de sus obras o reflexiones.

Andrés Cañizález (2004) coordinó un volumen con artículos de periodistas y expertos de seis países bajo el título de “Prensa y elecciones. Experiencias de América Latina”, en el cual se revisó en profundidad el papel de los medios de comunicación en el contexto de los procesos electorales. Finalmente en este campo particular de la comunicación electoral, la consultora Carmen Beatriz Fernández publicó su libro *Ciberpolítica: ¿Cómo usamos las tecnologías digitales en la política latinoamericana?* (2008), que aterriza en el uso de las nuevas tecnologías con fines políticos.

Dentro de las temáticas poco abordadas por la producción académica del campo de la comunicación política figuran, entre otras, la generación de un espacio público desde los medios, el papel comunicador político y la relación entre comunicación y ciudadanía. Autores como Miguel Ángel Latouche (2008) con sus reflexiones sobre el papel de los medios en la constitución de una de-

mocracia de iguales, Orlando Villalobos (2008) con sus indagaciones sobre los cambios en el escenario comunicacional y la irrupción ciudadana, y Luis Alejandro Ordoñez (2008) con su análisis de las implicaciones del rol del comunicador o asesor político, arrojan luces sobre estas temáticas y evidencian la riqueza de aproximaciones que tiene este campo de estudio.

Anotaciones finales

La reflexión académica en el campo de la comunicación política en Venezuela, desde nuestra perspectiva, ha desarrollado un inacabado análisis del proceso político que encabezara el presidente Chávez (fallecido en marzo de 2013) y su política comunicacional. Pese a que este tema resultó ser un asunto central en estos años, en los cuales se soslayaron otras temáticas, todavía hay mucho campo que podría ser objeto de análisis, investigaciones y reflexiones rigurosas. Así lo demostró el libro *Saldo en rojo. Comunicaciones y cultura en la era bolivariana* (2013), que coordinado por Marcelino Bisbal reúne aportes de 20 autores y que en algunos ámbitos de la comunicación política se tendrá como referencia, por su carácter de balance del período.

Además de un análisis pormenorizado de un gobierno que se exten-

dió en el tiempo y que tuvo un rasgo comunicacional notable, el campo académico de la comunicación política en Venezuela también tiene deudas con la producción teórica, que ayude a sistematizar teorías, corrientes, modelos y autores. Hubo algunos aportes, pero resultaron excepciones en el marco de una producción intelectual volcada a dar lectura y respuestas a la dinámica política del país.

Entre las excepciones que deben mencionarse el libro digital de Reinaldo Cortés, editado por la Universidad de los Andes, y que lleva por título *La comunicación política como forma moderna de dominación* (2009), así como el libro compendio de Adriana Bolívar sobre análisis del discurso (2007), con aportes de 16 autores, con una clara función didáctica. Como expresamos en la parte inicial de este capítulo, el campo del análisis del discurso ha pasado a tener una estrecha interrelación con la comunicación política y por esa razón lo mencionamos aquí.

Podría pensarse, al concluir la lectura de estas páginas, que poco se ha investigado en Venezuela en los últimos años sobre la compleja relación entre comunicación y política. Conviene hacer una precisión final. En realidad se ha producido, se ha investigado, pero se ha publicado

muy poco. La profesora Mariela Torrealba (2008) realizó un arqueo en las bibliotecas y centros de documentación de tres universidades de Caracas para determinar cuántos trabajos de grado para alcanzar la licenciatura y tesis de postgrado habían tenido como temática central la comunicación política.

Según este valioso texto de documentación, entre 1998 y 2007 se presentaron poco más de 200 trabajos de investigación de largo aliento en estas tres casas de estudio: Universidad Central de Venezuela, Universidad Católica Andrés Bello y Universidad Simón Bolívar. Los resultados de este gran esfuerzo investigativo, sin embargo, quedaron ocultos en su gran mayoría ya que sus resultados no se publicaron. Otro aporte documental que conviene no pasar por alto fue el arqueo de artículos publicados en la revista *Comunicación* (Centro Gumilla), relacionados con el proceso político bolivariano. Se trata de un texto de Jesús María Aguirre y Andrea Quiroz (2009).

Finalmente, un hecho que resulta sintomático del campo académico venezolano en comunicación política es su participación activa en la propia vida política. Muchos de los autores reseñados en estas páginas además de reflexionar y describir el proceso político, pasaron a la otra

acera para ser consultores, funcionarios o asesores en tareas relacionadas con la generación de políticas sectoriales o la propia gestión gubernamental.

Un caso emblemático, y que recogemos aquí ya que tuvo forma de libro, es el volumen “Coordenadas para un país. Política en comunicación, cultura, telecomunicaciones y ciencia, tecnología e innovación”, que coordinaron Marcelino Bisbal y Marino González (2012).

Se trata de una recopilación de los diferentes aportes programáticos sectoriales presentados, como una oferta concreta de cambio político —en octubre de 2012—, por los sectores que se oponían a la reelección del presidente Hugo Chávez.

Tras la derrota electoral, el documento adquirió la forma de libro y evidencia lo que tal vez sea el mayor valor de quienes escriben en este tiempo sobre comunicación política en Venezuela —con muy disímiles posiciones ideológicas— y es que lo hacen desde posturas políticas definidas y públicas.

Fuentes de consulta

Abreu Sojo, I. (1998). “Líderes, imagen pública y medios”: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. 101. (70-78). Caracas: Fundación Centro Gumilla.

- Abreu Sojo, I. (2002) "El graffiti en la V República". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 119. (pp. 96-107). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Antillano, P. (2002) "El periodismo venezolano sucumbe a la política". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 119. (pp. 22-25). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Aguirre, J.M. (2002) "Comunicaciones sin tregua: cinco reflexiones". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 119. (pp. 52-57). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Aguirre, J. M. y Quiroz, A. (2009) "El proceso político bolivariano en la revista Comunicación (1998-2008)". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 147. (pp. 58-65). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Álvarez, A. (1995). "Crisis de los partidos y auge de los medios como agentes de legitimación y de socialización política". En: Medios de comunicación y responsabilidad ciudadana. (pp. 85-108). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Álvarez, A. (2000) "Buenas noticias y mala propaganda: El uso de los medios en la campaña política de 1998". En: Anuario ININCO. Nro. 12. (pp. 33-56). Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Ascanio, A. (2001). Análisis de contenido del discurso político. Caracas: Universidad Simón Bolívar.
- Bacalao, M. (2009) "Opinión pública en Venezuela. ¿Hay razones para la esperanza?". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 147. (pp. 12-17). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Benedicto, J. (2002). "La construcción comunicativa del espacio público". En: Revista Foro, Nro. 45. (pp. 27-37). Bogotá: Fundación Foro Nacional por Colombia.
- Bermúdez, E. (1998). "Las identidades políticas". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 101. (pp. 61-69). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Bisbal, M. (2003). "Cuando la política es asunto de medios". En: María Ramírez Ribes (compiladora): Venezuela repeticiones y rupturas: la reconquista de la convivencia democrática. (pp. 125-138). Caracas: Club de Roma.
- Bisbal, M. (2005). "Otros lugares para pensar la política". En: Metapolítica. Nro. 40. (pp. 43-53). México: Centro de Estudios de Política Comparada.
- Bisbal, M. (2006). "El Estado-Comunicador y su especificidad". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 134. (pp. 60-73). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Bisbal, M. (2009). Hegemonía y control comunicacional. Caracas:

- Editorial Alfa y Universidad Católica Andrés Bello.
- Bisbal, M. (2013). Saldo en rojo. Comunicaciones y cultura en la era bolivariana. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello y Fundación Konrad Adenauer.
- Bisbal, M. y González, M. (2012). Coordinadas para un país. Política en comunicación, cultura, telecomunicaciones y ciencia, tecnología e innovación. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Bisbal, M. y Quiñones, R. (2007). “La televisión de propiedad pública en Venezuela y su programación: ¿Instrumento de gobierno o institución estatal?”. En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 139. (pp. 60-73). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Bobbio, N. (1994). Estado, gobierno y sociedad. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bolívar, A. (2007). Análisis del discurso ¿Por qué y para qué?. Caracas: Los Libros de El Nacional y Universidad Central de Venezuela.
- Botía, A. (2007) Auge y crisis del cuarto poder. La prensa en democracia. Caracas: Debate.
- Briceño, Y. (2005). “La democracia venezolana en primera página”. En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 130. (pp. 76-87). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Britto García, L. (2003). Venezuela: investigación de unos medios por encima de toda sospecha. Caracas: Fondo Editorial Question.
- Bujanda, H. (2005). “El papel del experto. Conflictividad y liderazgo entre 1989 y 2004”. En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 129. (pp. 44-51). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Bujanda, H. (2006). “Politización y espacios de poder: la transfiguración del Estado y la comunicación”. En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 134. (pp. 4-9). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Canelón, A. (1996). “Los medios de comunicación social en Venezuela, actores sociopolíticos”. En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 96. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Cañizález, A. (2004). Prensa y elecciones. Experiencias de América Latina. Caracas: Instituto Prensa y Sociedad.
- Cañizález, A. (2009). Tiempos de cambio. Política y comunicación en América Latina. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello y Fundación Konrad Adenauer.
- Cañizález, A. (2010). De lo Estatal a lo Público. La radio y televisión pública en Venezuela hoy. Caracas:

- Universidad Católica Andrés Bello y Fundación Konrad Adenauer.
- Cañizález, A. (2011). "Venezuela 1999-2009. Retrocesos para la gobernabilidad democrática y la libertad de prensa". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 127. (pp. 14-18). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Cañizález, A. (2012). Hugo Chávez: La presidencia mediática. Caracas: Editorial Alfa.
- Correa, C. (2006). "Las cadenas oficiales 1999-2005: ¿Censura o información?". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 134. (pp. 16-21). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Corredor, M. (2005). "De la retórica a la ciberpolítica". En: Metapolítica. Nro. 40. (pp. 56-61). México: Centro de Estudios de Política Comparada.
- Cortés, R. (2009) La comunicación política como forma moderna de dominación. San Cristóbal: Universidad de los Andes.
- Delgado-Flores, C. (2006). "La gestión comunicacional de la administración Chávez. De la dominación mediática al control estatal". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 134. (pp. 10-15). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- De los Reyes, D. (1998). "Comunicación y política". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 101. (pp. 54-60). Caracas: Fundación C. Gumilla.
- Díaz Rangel, E. (1994). La prensa venezolana en el siglo XX. Caracas: Fundación Neumann.
- Díaz Rangel, E. (2004). "El poder de los medios. Un recorrido a saltos por sus relaciones con el poder político". En: Quórum Académico. Vol. 1. Nro. 1. (pp. 99-110). Maracaibo: Universidad del Zulia.
- Fernández, C. B. (2008) Ciberpolítica: ¿Cómo usamos las tecnologías digitales en la política latinoamericana?. Buenos Aires: Fundación Konrad Adenauer.
- Fernández, S. y Molero de Cabeza, L. (2006). "Estilo periodístico vs estrategias ideológicas en las noticias políticas". En: Quórum Académico. Vol. 3. Nro. 1. (pp. 53-76). Maracaibo: Universidad del Zulia.
- Guzmán, C. (2005). "La cultura política del venezolano. Un acercamiento diacrónico a los estudios de cultura e identidades políticas en Venezuela". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 130. (pp. 60-75). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Hernández, G. (2007). "Análisis de la televisora social venezolana (TVES)". En: Anuario ININCO. Nro. 19. (pp. 65-86). Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Hernández, T. (2002). "¿Quién garantiza el derecho a la información de los ciudadanos?". En: Crisis Política y Medios de Comunicación (pp. 43-122). Caracas: Fondo Edi-

- torial de Humanidades y Educación, Universidad Central de Venezuela.
- Hernández, T. (2005). "Venezuela 1989-2005: La polarización política como conflicto cultural. ¿De la partidocracia al neautoritarismo popular?. En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 132. (pp. 88-101). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Herrera, B. (2004). "VTV: nueva dinámica de la TV del Estado, según un análisis morfológico de su programación". En: Anuario ININCO. Nro. 16. (pp. 17-48). Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Keller, A. (1985). Comunicación política. Caracas: Conciencia 21.
- Koeneke, H. (1999). "Gobernabilidad democrática y medios de comunicación social en la Venezuela de los últimos años". En: Ciencias de Gobierno. N° 6. (pp.21-29). Maracaibo: Instituto Zuliano de Estudios Políticos, Económicos y Sociales.
- Koeneke, H. (2002). "Personalidad presidencial y medios de comunicación social: el caso de Hugo Chávez". En: Nuevo Mundo. Nro 91. (pp. 64-80). Caracas: Universidad Simón Bolívar.
- Koeneke, H. (2005). "Personalidad presidencial, cultura política y gobernabilidad: algunas consideraciones sobre el caso venezolano". En: Memoria Política. N° 9. (pp. 227-252). Valencia: Centro de Estudios Políticos y Administrativos. Universidad de Carabobo.
- Latouche, M. A. (2008) "Democracia, discusión pública y medios de comunicación". En: Temas de Comunicación. Nro. 16. (pp. 57-70). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Martín Barbero, J. (2001). "De las políticas de comunicación a la reimaginación de las políticas". En: Nueva Sociedad. Nro. 175. (pp. 70-84). Caracas: Nueva Sociedad.
- Martín Barbero, J. (2002). "Desfiguraciones de la política y nuevas figuras de lo público". En: Revista Foro. Nro. 45. (pp. 13-26). Bogotá: Fundación Foro Nacional.
- Mata, M. (2002). "Comunicación, ciudadanía y poder". En: Diálogos de la Comunicación. Nro. 64. (pp. 66-76). Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
- Montero, M. (1998). "Análisis del discurso político de Irene Sáez: El discurso soy yo". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 102. (pp. 81-86). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Morales, E. y Méndez, A. I. (2005). "Política, poder y comunicación: una visión desde América Latina". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 129. (pp. 64-71). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Muñoz, B. (2009) "Cesarismo democrático". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunica-

- ción. Nro. 147. (pp. 4-11). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Ordoñez, L. A. (2008) "El comunicador político: retos y responsabilidades en una era de transición". En: Temas de Comunicación. Nro. 16. (pp. 37-56). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Pasquali, A. (2005) 18 ensayos sobre comunicaciones. Caracas: Debate.
- Pasquali, A. (2007). "La libertad de recibir y emitir mensajes en el nuevo marco jurídico y político nacional". En: Anuario ININCO. Nro. 19. (pp. 47-64). Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Pini, M (2005). Análisis crítico del discurso como perspectiva de investigación comparada de políticas educativas. Buenos Aires: Sociedad Argentina de Estudios Comparados en Educación y Universidad Nacional de General San Martín.
- Puyosa, I. (1998). "Análisis del discurso político de Hugo Chávez Frías. Gesta de un mesías". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 104. (pp. 73-77). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Rivera, N. (2004). "La raya en la retina: medios y vida pública venezolana". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 125. (pp. 36-41). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Roda, R. (1993). "Televisión y cultura política". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 83. (pp. 36-39). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Sartori, G. (1998). Homo Videns. La sociedad teledirigida. Madrid: Taurus
- Stecher, A (2010). El análisis crítico del discurso como herramienta de investigación psicosocial del mundo del trabajo. Discusiones desde América Latina. En: Universitas Psychologica, Vol. 9, N° 1. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Tablante, L. y Oteyza de, C. (2002) "La línea editorial de los periódicos El Universal y El Nacional entre el 7 y 15 de abril". En: Anuario ININCO. Nro. 14. (pp. 61-108). Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Torrealba, M. (2008) "La investigación oculta. Arqueo de tesis de pregrado y postgrado en la UCV, UCAB y USB entre 1998 y 2007 sobre la relación entre comunicación y política". En: Temas de Comunicación. Nro. 16. (pp. 153-204). Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Valdivieso, H. (2009) "10 años de imagen en la Venezuela revolucionaria". En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 147. (pp. 24-31). Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- Villalobos, O. (2008) "Aproximación a los cambios que demanda el escenario comunicacional". En: Temas de Comunicación. Nro. 16. (pp. 71-88). Caracas: Universidad

Católica Andrés Bello.

Villamediana, C. (2002) “La prensa y el golpe: ¿conspiración militar o mediática?”. En: Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación. Nro. 119. (pp. 58-63). Caracas: Fundación Centro Gumilla.

Welsch, F. (2007). “Populismo y cultura política en perspectiva comparada”. En: El Dorado, sueños y realidades. Nro. (pp. 98-103). Caracas: Instituto Alemán de Cultura.

Welsch, F. et al (1983). *El mensaje oculto del debate*, Cumaná: Editorial La Región.

Retos del proceso de paz de La Habana a la comunicación y las culturas políticas

CHALLENGES OF THE PEACE PROCESS OF HAVANA A COMMUNICATION AND POLITICAL CULTURE

* Fabio López de la Roche

Resumen

El artículo aborda, en una primera parte, dos problemas estructurales del régimen comunicativo en Colombia, propiciados por la permanencia del conflicto armado: el de la fuerte presencia de la propaganda como género y modalidad de comunicación; y el de la tendencia a la estigmatización de los movimientos sociales, con el argumento de estar siempre infiltrados por la guerrilla.

Palabras clave: propaganda, guerrilla, comunicación alternativa.

Abstract

The paper focuses on the first part, two structural problems of the communication system in Colombia, encouraged by the continuation of armed conflict: the strong presence of propaganda as gender and communication mode; and the tendency

*Profesor Asociado del Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales, Bogotá, Colombia.

to stigmatize social movements, arguing always infiltrated by the guerrillas.

Keywords: Advertising, Guerrilla, alternative Communication.

I. Problemas estructurales de comunicación pública en Colombia que deberían resolverse con un proceso de paz exitoso

Pese a las positivas transformaciones que han ocurrido en la transición de Uribe Vélez a Santos, a favor de un régimen comunicativo menos tradicionalista, menos ideológico, menos hacendario, menos monológico, menos propagandístico, y obsesivo con la negación del conflicto armado y con la idea de que la guerrilla estaría en “el fin del fin”. No obstante la indudable restitución de un clima liberal-democrático y de menor pugnacidad y polarización en la comunicación con respecto al clima impuesto por el anterior gobierno (López de la Roche, 2013), hay algunos problemas estructurales en el régimen co-

municativo colombiano que no se asocian solamente a los dos últimos gobiernos y que tienen que ver con la permanencia del conflicto y la manera como éste afecta la comunicación pública.

1.Conflicto armado y fortaleza de la propaganda en la comunicación pública y gubernamental

Uno de los efectos del dilatado conflicto armado que ha vivido Colombia durante más de medio siglo, es la tendencia al manejo propagandístico de la información no sólo sobre el propio conflicto armado (en la atribución de la autoría de ataques o actos terroristas, número de afectados o de bajas al enemigo, etc.), sino también sobre actividades conexas como la política militar o el impacto de ésta sobre la población civil.

No sobra recordar que la primera víctima en medio de un conflicto armado termina siendo la verdad informativa, frente a la cual los actores armados, incluidos los gubernamentales, van a querer torcerle el cuello, para favorecer de manera instrumental versiones favorables a sus respectivos intereses. Hay que precisar también en este punto que la propaganda como modalidad de comunicación no se corresponde con un orden político democrático, y que históricamente se asocia más

a regímenes de tipo soviético y a sistemas políticos fascistas. Por lo tanto, la propaganda constituye una forma de comunicación autoritaria y abusiva para las audiencias y su derecho a tener versiones contrastadas y confiables de la realidad informativa.

Una de las expresiones de ese carácter instrumental que adquiere la comunicación pública y la comunicación gubernamental en Colombia, es la permanencia a través de distintos períodos de gobierno de los discursos acerca de los militares como héroes. Éstos han estado presentes en las propagandas de la Comisión Nacional de Televisión sobre los militares que pasaron por las pantallas de televisión durante muchos años; en la reiterada publicidad oficial en diferentes medios en torno a que “los héroes en Colombia sí existen”; en las piezas publicitarias institucionales presentadas durante los dos últimos años del gobierno Uribe con motivo del Bicentenario de la Independencia, sugiriendo una clara línea de continuidad entre la gesta emancipatoria de 1810-1819 y la lucha contemporánea contra las FARC (un uso abusivo y claramente instrumental de la historia), y en los comportamientos muchas veces rituales de los colombianos frente a los puestos militares en las carreteras, levantando sus dedos pulgares como signo de agradecimiento y so-

lidaridad con ellos. Si bien en este último caso, en tal comportamiento de conductores y viajeros se expresa una indudable solidaridad de los colombianos frente al soldado raso que en lugares como La Línea, el puente de Cajamarca y otros, protegen la infraestructura de eventuales ataques guerrilleros. Hay que tener en cuenta que en ese gesto de los colombianos en las vías se expresa muchas veces también una solidaridad mecánica y acrítica con los militares, alimentada por las modalidades de propaganda oficial que aquí analizamos.

La permanencia del conflicto armado interno coloca entonces al periodismo y a los medios de comunicación en una condición de instrumentos para las políticas oficiales de persuasión y de manipulación de masas ligadas a las necesidades de la guerra: crear sensaciones de que la confrontación militar se está definiendo a favor del Estado (el famoso “fin del fin” de la guerrilla o la negación de la existencia del conflicto armado a través de un recurrente dispositivo retórico durante los gobiernos de Uribe Vélez), o generar climas psicológicos y de opinión que favorezcan la adopción de un fuero militar permisivo con las violaciones a los derechos humanos por parte de miembros de la Fuerza Pública o de la Policía.

La paradoja y el problema de todos estos dispositivos de producción y representación mediática de los militares como héroes, consiste en que esa misma institución es la responsable de casi tres mil desapariciones forzadas en el caso de los “falsos positivos”, y de alianzas expresas o tácitas y de omisiones y complicidades con decenas de masacres cometidas por los paramilitares (El Salado, Mapiripán, etcétera).

Comentando el reciente informe del Centro de Memoria Histórica sobre el conflicto armado colombiano en los últimos 50 años, una reseña crítica del mismo por la revista *Semana* destaca:

“Particularmente inquietante”, dice el informe, es la responsabilidad de la fuerza pública. La institución encargada de proteger a los civiles, figura con presunta responsabilidad por 158 masacres con 870 víctimas, 2.340 asesinatos selectivos, 57 actos de sevicia y 182 ataques a bienes privados, sin contar la lista colosal de detenciones arbitrarias y torturas en tiempos del Estatuto de Seguridad o la desaparición forzada, que está por investigarse.

El informe increpa al Estado, que volvió la espalda a los dilemas y la violencia del campo, cerró los ojos al paramilitarismo; mientras los militares lo promovían y tomó decisiones, o las omitió, que contribuyeron a la confrontación (Semana, “Para poner a pensar a Colombia”, 2013, pp. 36-37).

Esa comunicación propagandística no sólo crea ambientes favorables a la militarización de la sociedad, sino que impide una deliberación crítica y una rendición de cuentas claras a la sociedad por parte del estamento militar. Esto sobre las políticas institucionales para garantizar una real seguridad de la población campesina, de los líderes de restitución de tierras, de los miembros de la Marcha Patriótica y de otras organizaciones políticas y sociales alternativas, y de los guerrilleros que se reincorporen a la vida civil y a la participación política legal a través del proceso de paz.

2. Conflicto armado, medios de comunicación y estigmatización de los movimientos sociales

Una de las formas en que la permanencia del conflicto armado afecta la imagen de los movimientos sociales, tiene que ver con la tendencia a la estigmatización o señalamiento de los movimientos sociales sobre la base del argumento que cualquier movilización de protesta, huelga o paro de relevancia nacional o regional, está supuestamente infiltrado por la guerrilla de las FARC.

Las FARC terminan convirtiéndose en algo similar al Espíritu Santo que está en todas partes pero que nadie ve, en una información sin datos ni evidencias comprobables, muy

definida por acentos y discursos marcadamente ideológicos.

Este argumento se volvió parte de la estrategia de los Ministros del Interior desde hace muchos años y a veces de los Ministros de Defensa, para descalificar a los movimientos sociales, muchas veces sin ninguna evidencia de la existencia real de ese tipo de relación (López de la Roche, 2002).

En el caso del movimiento indígena del Cauca, que ha dado sobradas pruebas históricas de su actitud pacifista y crítica frente a los actores armados, incluidas las FARC (frente a las cuales han establecido claras distancias políticas y simbólicas, tanto los gobiernos de Uribe Vélez como el de Santos), han recurrido a la descalificación de sus movilizaciones con el argumento de estar infiltrados por las FARC.

No estamos sugiriendo que el periodismo y los medios oculten las relaciones entre los movimientos sociales y las guerrillas en aquellos casos en que ellas existen. Lo que demandamos es información factual seria y comprobable, pero también responsabilidad social e interpretación compleja desde la titulación y los géneros editoriales y de opinión, de las distintas situaciones regionales de conflicto. Éstas tienen que ver con exclusiones his-

tóricas de regiones y poblaciones, responsabilidades estatales y gubernamentales por esas exclusiones, pero también con poblaciones que pueden ser base social de los grupos guerrilleros como también simples aliados coyunturales o forzados de la insurgencia.

La tácita prohibición del cubrimiento periodístico del conflicto armado en el campo colombiano fomentada entre el 2002 y el 2010 por el uribismo y acatada por los grandes medios de comunicación, (desafiada solamente por el periodista Hollman Morris y por algunos reporteros de medios internacionales que continuaron realizando la reportería del conflicto armado en zonas campesinas), facilitó y sigue facilitando la manipulación oficial de la información y su cómoda descalificación ideológica de los movimientos sociales que tienen lugar en las zonas rurales del país.

En la coyuntura del paro campesino de mediados de 2013 en la región del Catatumbo, antes que estigmatizar al movimiento campesino por la presencia de la guerrilla en la movilización, y en una coyuntura histórica de negociación gubernamental de paz con las FARC, en donde debieran estimularse actitudes de confianza entre las partes, el Estado y el gobierno Santos pudieron haber hecho un mayor esfuerzo para

recomponer su legitimidad perdida a través de una vigorosa política de inversión social en esa región históricamente abandonada por las instituciones, e incluso dar paso a una especie de ensayo de una zona de reserva campesina (Ospina, 2013).

Ceder a la presión del ministro de Defensa y a las voces de aquellos sectores que preferían una solución del paro a través de la represión (aun reconociendo en este caso específico del Catatumbo la presencia de la guerrilla en medio de la movilización campesina), evidenció también las ambivalencias del gobierno Santos frente al proceso de paz, presionado por los militares, el uribismo y seguramente por intereses mineros y agroindustriales que ven como inconvenientes las zonas de reserva campesina (Bonilla, 2013).

La descalificación del presidente por el movimiento de estar infiltrado por la guerrilla, no sólo lo inscribe en la vieja política de los grupos dirigentes colombianos de estigmatización de los movimientos campesinos, que en este artículo cuestionamos, sino que además, no se corresponde con los propósitos de la negociación de paz de La Habana (De la Torre, 2013), que se adelanta justamente para poder superar definitivamente este tipo de coexistencias ambiguas entre guerrillas y movimientos sociales.

La descalificación del senador Jorge Robledo, acusándolo de ser el promotor de los paros y protestas de mineros y campesinos durante julio de 2013 (“Gobierno señala a instigadores de la violencia en paro”, 2013; “La ‘denuncia’ del presidente Santos”, 2013; Orozco, 2013), no sólo muestra la poca tolerancia del presidente con la única voz opositora de relevancia en el congreso, sino que deja una duda preocupante acerca de cómo se comportaría a futuro con una oposición mucho más amplia y sólida, con perspectivas de poder.

El manejo represivo inicial del paro por el gobierno, produciendo cuatro muertos de parte de los campesinos, nos parece indebido y cuestionable, y paradójicamente, le da argumentos a las FARC para insistir en la vigencia de las armas como instrumento legítimo de lucha social¹. La policía y la fuerza pública en este tipo de protestas deben tener un especial cuidado con la vida de las personas.

En esos escenarios se juegan también su propia legitimidad como institución policial y militar frente a poblaciones históricamente excluidas y abandonadas por el Estado.

1 Véase la argumentación de Jorge Torres Victoria, “Pablo Catatumbo”, en “‘Esos temas no están aún sobre la mesa’: FARC”, *El Espectador*, domingo 14 de julio de 2013, p.10

Hay que anotar, adicionalmente, que esos cuatro campesinos muertos, le importaron casi nada a los medios de comunicación y al periodismo “nacionales” que no exploraron acerca de sus vidas, sus trabajos y sus familias.

La guerrilla de las FARC, de su lado, como si no estuviera haciendo parte de una mesa de conversaciones y negociaciones de paz, saca un comunicado políticamente torpe, si su interés es ganarse la opinión pública colombiana, donde expresa que los campesinos del Catatumbo “pueden contar con nuestras filas, con nuestras armas, con nuestros combatientes.

Dispuestos a recibirlos, a apoyarlos, a conducirlos a la victoria final (“Impactos del Catatumbo”). ¿Siguen con el sueño de “la victoria final” o es sólo la inercia discursiva del maximalismo revolucionario? Cualquiera que sea la respuesta a esta pregunta, esas palabras constituyen signos equivocados si se quiere de verdad tener una opinión pública que respalde con fuerza y convicción el proceso de paz.

Como conclusión, mal manejo de la situación del paro campesino en el Catatumbo por parte del gobierno y de la guerrilla, lo que anticipa las tensiones y problemas que pueden venir a futuro con la puesta en mar-

cha de las políticas de desarrollo rural durante el posconflicto.

II. La comunicación para la paz y las transformaciones en la subjetividad y las culturas políticas de los colombianos

1. Superar el esquema minimalista de los negociadores gubernamentales de que el modelo económico, el social, el minero o el militar no son negociables

Los negociadores gubernamentales, debido en parte a su comprensible afán de respetar la agenda acordada con las FARC e impedir que ella se cargue de todo lo divino y lo humano, pero también por la ausencia de una apuesta generosa de democratización política y social por parte del gobierno que representan, aparecen en su puesta en escena en la mesa de La Habana con un discurso defensivo, minimalista y a menudo poco generoso. Frente a una guerrilla locuaz que apartada durante más de una década de los micrófonos y las cámaras, estaría tratando de recuperar el tiempo perdido en su comunicación con la sociedad.

La insistencia repetitiva y defensiva de Humberto de la Calle en que el modelo económico, el modelo social, el modelo político y el modelo militar no se negocian, si bien puede enviar signos de tranquilidad

a la derecha conservadora y al uribismo, a los militares más oficialistas, a los latifundistas y sectores empresariales partidarios del mantenimiento del actual *status quo*, produce frente a sectores democráticos y progresistas de la opinión pública y del periodismo y frente a sectores críticos y bien informados acerca de los problemas nacionales, la sensación de que de acuerdo con las posiciones de los voceros gubernamentales, en el país no habría que cambiar nada, que esos supuestos modelos estarían funcionando óptimamente. Que Colombia sería hoy casi que un paraíso o “el mejor vivero del mundo”. Pero tal actitud puede dejar también la sensación en la opinión de que los negociadores gubernamentales “quieren sacarla barata”.

En un país que vive una crisis social gravísima de su sistema de salud, que sufre una iniquidad social de las más altas del mundo, donde está ausente una política pública y una legislación que consulte ante todo los intereses nacionales frente a un sector minero-energético rapaz, porque la legislación y los grupos políticos dirigentes se lo permiten. Donde las elites políticas han demostrado su incapacidad para construir un proyecto de país (luego de rogar durante años por un TLC con EEUU descubren que no han construido las vías necesarias para sacar los

productos a los puertos de salida), donde la corrupción campea y los grupos dominantes utilizan a menudo sus recursos económicos y sus redes de relaciones políticas y sociales para perpetuarse en el poder y enriquecerse, resulta mezquina la constante reiteración por Humberto de la Calle de la idea de que “el modelo no se negocia”. Tal afirmación manda unos signos muy confusos para aquellos otros sectores sociales distintos de los privilegiados y le resta vuelo y trascendencia histórica y social a la negociación con las FARC, cuyos resultados antes que concebirse como concesiones indebidas a la guerrilla, podrían proyectarse y promoverse desde el discurso de los negociadores y desde el discurso presidencial como una oportunidad para la ampliación de relaciones de justicia y democratización con un impacto real sobre el conjunto de las relaciones sociales.

La crítica que aquí hacemos a la falta de una mayor proyección política y social de la negociación de paz con las FARC, a través de una política social gubernamental que favorezca a amplios grupos sociales más allá de los tradicionalmente favorecidos por el poder, se corresponde con lo que han expresado y demandado muchos líderes populares, campesinos, indígenas y afrocolombianos que han participado en los cuatro foros por la paz organiza-

dos por Naciones Unidas y la Universidad Nacional de Colombia, por mandato de la mesa de La Habana. Y es que el proceso de paz no puede circunscribirse a un pacto de cúpulas gubernamentales y guerrilleras.

Contrariamente al minimalismo de Humberto de la Calle, creo que la negociación de paz con las FARC tendría que abrirse paralelamente a un mayor diálogo con las demandas provenientes de amplios grupos de la sociedad, lo cual le daría una mayor legitimidad y respaldo ciudadanos. Tal proyección supondría desde el punto de vista comunicativo y de la mediación periodística, darle la voz a los distintos grupos que han estado excluidos de la posibilidad de ser escuchados en sus opiniones y demandas sociales, políticas y culturales, ampliar decididamente el espacio de lo decible alrededor del país que queremos.

Sin embargo, tenemos serias dudas sobre la posibilidad del gobierno de Juan Manuel Santos de trascender estrechos intereses de grupo o de clase social y fuertes afinidades personales con los privilegiados y con el estamento militar, para promover un nuevo orden social y político más justo y más pluralista, comprometido con el respeto a la vida y los derechos humanos de todos los colombianos.

Algunos analistas hemos reconocido los importantes cambios ocurridos en la cultura política bajo Santos frente al modelo hacendario y monolítico del anterior gobierno (López de la Roche, 2013); le valoramos además, el reconocimiento franco de la existencia del conflicto armado en el país y los esfuerzos para reconocer los derechos de las víctimas a través de la aprobación de la Ley de Víctimas y de la Ley de Tierras.

Pero de otro lado, nos preocupan sus incongruencias y bandazos cuando termina haciéndole concesiones a los militares a través de un fuero militar extendido que ya empieza a tratar con indulgencia las desapariciones forzadas o “falsos positivos” (Uprimny, 2013).

También cuando plantea torpemente y en contravía de los intereses nacionales y de todas las evidencias sobre la permanencia de graves situaciones humanitarias en el país (70 asesinatos sistemáticos contra líderes de restitución de tierras, control de territorios por bandas criminales o neoparamilitares en Urabá, la Costa Pacífica y en ciudades como Medellín), la salida de la Oficina de la Alta Comisionada para los Derechos Humanos de la ONU (Rodríguez Garavito, 2013; Uprimny, 2013; “No hay por qué temerle a la ONU”, 2013).

En esa línea de análisis, una reconocida columnista ha planteado que “el mando civil sobre las fuerzas militares es débil y por eso cuando la Oficina de la ONU pidió investigar si a cuatro campesinos en el Catatumbo los mataron balas de la Fuerza Pública, el Gobierno salió a recortarle su estadía en el país (Ronderos, 2013)”. En cuanto a la política económica y a la política rural aparece también la esquizofrenia gubernamental, pues Juan Manuel Santos, el promotor de la Ley de Restitución de Tierras y cuyos voceros gubernamentales en la Mesa de La Habana pactan con los voceros de las FARC unas Zonas de Reserva Campesina y formas de tenencia de la tierra que protejan al pequeño propietario y a las economías campesinas de la voracidad latifundista y de la de la agroindustria de los combustibles o de la palma aceitera.

Del otro lado aparece también con la otra faceta de cercano amigo del embajador ante los EEUU Carlos Urrutia, quien con su oficina de recursivos y sofisticados abogados Brigard Urrutia, le hace astutos esguinces a la ley para favorecer la apropiación de 40.000 hectáreas de baldíos en el Vichada por parte de la empresa azucarera Riopaila. Que el hoy ex embajador Urrutia sea su amigo no es el problema, sino que el presidente esté dispuesto a ha-

cer pasar un proyecto de ley que haga que ese tipo de apropiaciones de baldíos por parte de los poderosos, en perjuicio de los campesinos a quienes colocarían en calidad de peones o de desterrados, se puedan ahora hacer legalmente.

A la luz de estos argumentos y evidencias, nos sentimos en el derecho y la obligación de preguntarnos hasta qué punto difiere la concepción del desarrollo del agro de Juan Manuel Santos, de la que inspiró los proyectos de Carimagua y los subsidios millonarios de Agro Ingreso Seguro (AIS) otorgados por el ex ministro Andrés Felipe Arias bajo el gobierno de Uribe a familias pudientes de la Costa Atlántica y de otras regiones del país. ¿Se trata del mismo modelo de gobierno “pro-rico” (Iturralde, 2009), el uno en una variante más hacendaria, familista y proparamilitar, y el otro en una modalidad más moderna, cosmopolita y sofisticada jurídicamente? Y en el fondo, ¿de dos modelos que solo ven la generación de riqueza económica y social del lado del capital y que invisibilizan los aportes provenientes del mundo del trabajo?

2. La comunicación y la “puesta en escena” de las FARC en la mesa de negociación

De un artículo de Henry Robinson (2013), ex militante del Ejército

Revolucionario Irlandés (IRA), sobre la posición y la manera como aparecen los líderes de las FARC en la mesa de negociación, del cual no comparto algunas tesis, rescato sin embargo su crítica a la “puesta en escena” de las FARC en la mesa de La Habana. El irlandés les dice a “Iván Márquez” y a sus compañeros de la guerrilla que aparecer públicamente con las camisetas con las fotos de sus compañeros muertos como expresión de luto y de recordación pero también de beligerancia revolucionaria (con las imágenes de “Raúl Reyes” y de Jacobo Arango, un ex combatiente amigo de Iván Márquez, muerto a comienzos de 2013), si bien es respetable desde el punto de vista de sus sentimientos, envía un mensaje problemático con esos “mensajes en código, no muy ingeniosos, al otro bando de colombianos en las conversaciones de paz”.

El ex combatiente del IRA cuestiona ante todo, como inconveniente para el avance del proceso de paz, el mensaje presente en esas actitudes y esas imágenes, de vigencia de la revolución armada. Si bien Robinson no dice nada sobre el asunto de los retos comunicativos que estarían teniendo que afrontar las FARC, por la necesidad de comunicarse en dos canales, con dos destinatarios, de un lado, por la necesidad de mandar unos mensajes

de dignidad y resistencia en la negociación a sus propias tropas guerrilleras, y de otro, por la exigencia de enviar unos signos claros a la amplia opinión pública colombiana, desarrollando el argumento del irlandés, creo que los voceros de las FARC no han reflexionado sobre lo problemáticas, y seguramente dolorosas y agresivas, que resultan esas imágenes para la inmensa mayoría de los televidentes, por lo que ellas significan y por los actos a los cuales se asocian en la memoria de los colombianos (tomas y destrucciones violentas de pueblos, declaraciones agresivas defendiendo el secuestro como instrumento legítimo de financiación y de lucha política, reclutamiento forzado de niños y adolescentes, etcétera).

En este punto tendríamos que subrayar el lentísimo y difícil descubrimiento de la comunicación y de la opinión pública por parte de la insurgencia de las FARC. No les ha ayudado a lograrlo pensar, como lo expresaban durante el Caguán, que la comunicación era la única guerra que no habían podido ganar.

Con un pensamiento tan instrumental y tan funcionalista sobre la comunicación, difícilmente van a poder manejar la comunicación y los medios con inteligencia, asertividad y retroalimentación.

Sobre este punto y volviendo a la “puesta en escena” criticada por Robinson, sería importante que los voceros de las FARC tuvieran en cuenta que la comunicación tiene que ver no sólo con los mensajes que queremos transmitir a otros grupos sociales de manera instrumental y persuasiva, sino también con el desarrollo de una capacidad de indagar y darnos cuenta cómo somos percibidos por los otros.

Si bien es respetable y comprensible una comunicación orientada a su militancia, las FARC tendrían que empezar a hablarle al grueso de la sociedad colombiana, a las inquietudes, cuestionamientos, desconfianzas, rabias y dolores que numerosos sectores de colombianos tienen frente a esta organización (algunos tienen también odios irracionales y actitudes viscerales de descalificación, inculcadas por los odiadores profesionales que ha producido el conflicto, a los cuales también tendrían que saber responder con inteligencia, argumentos e ideas y no sólo con fáciles y rígidas respuestas ideológicas).

Estoy de acuerdo también con quienes piensan que los dirigentes de las FARC tienen que pedir perdón a sus víctimas, pero que una expresión de ese tipo no puede provenir de presiones de los negociadores gubernamentales o del presidente

Santos, sino de una propia reflexión y de una propia convicción sobre la necesidad de reparar, al menos simbólicamente², a sus víctimas. Sin esa convicción sincera y auténtica de parte suya, y simultáneamente, de parte de los otros perpetradores en el conflicto colombiano, que tiene que ver con profundas reflexiones humanas y existenciales de tipo personal, pero también colectivo, no va a haber paz ni una auténtica reconciliación nacional.

La sociedad colombiana, en la que muchas víctimas de la violencia de muy distintas clases y estratos sociales han dado muestras fehacientes de su generosidad y su capacidad de perdón, apreciaría todos los gestos de autocrítica, de reparación simbólica y discursiva a sus víctimas y de solicitud de perdón, provenientes de los dirigentes de las FARC.

Pero esto tiene que ser el resultado de un proceso propio, sentido y auténtico, y no de un ultimátum a

dicha organización. El logro de esa convicción y su expresión seguramente tienen sus ritmos propios de maduración.

El otro elemento importante de la crítica de Robinson a la puesta en escena de las FARC en la mesa de La Habana, y que personalmente comparto, es que deben dejar de mirar al pasado y construir un discurso que mire hacia el futuro.

Por más cruda que sea esta crítica, el irlandés tiene toda la razón. Hace unos meses tuvimos oportunidad de ver una película que estaba en la cartelera cinematográfica, nominada como mejor película extranjera en los Óscars, la cinta “No”, del director chileno Pablo Larraín, dedicada a recrear la coyuntura histórica de las campañas por el “sí” o el “no” en el referéndum que tuvo que hacer el dictador Augusto Pinochet en 1988, presionado por la comunidad internacional, para decidir su permanencia en el poder.

La historia gira alrededor de las conversaciones, contradicciones y tensiones entre la visión conceptual del publicista René Saavedra, el cual es contratado por la campaña del “No” para orientar el desarrollo de la misma, y la concepción de los intelectuales, dirigentes políticos y militantes de los partidos de izquierda, participantes en la organización

2 Uso la expresión “simbólicamente” no en el sentido de algo opuesto a lo real y a lo material, como a veces se usa la expresión en el lenguaje cotidiano, incluso en un sentido peyorativo (“eso es meramente simbólico”), sino en la acepción totalmente contraria: dándole una altísima significación a “lo simbólico”, como capacidad de destacar el sentido y la significación que adquiere una actitud, un hecho, un pronunciamiento, en la vida social y cultural de una comunidad.

de la campaña por el “No”. Básicamente, la contradicción se desarrolla entre el concepto de Saavedra, el que después de muchas discusiones y tensiones finalmente se impondrá, de una campaña orientada a mostrar con fe, alegría y optimismo un horizonte de futuro posible en democracia para todos los chilenos, en diálogo con jingles y estéticas comerciales y contemporáneas sintetizadas con la cultura juvenil y la vida urbana, y la visión marcadamente racionalista de los militantes y dirigentes de la izquierda política, partidarios de una campaña denunciadora de la violencia y la represión de la dictadura, orientada hacia el pasado conceptualmente triste.

Cuando vi la película, salí de la sala de cine pensando que deberían verlo los voceros de las FARC en la mesa de negociación, pero también muchos de los militantes de nuestros grupos y partidos de izquierda, que siguen anclados aún en nuestros días a visiones instrumentales, tristes y denunciadoras³ de la comunicación⁴.

3 Con esta afirmación no pretendo decir que la denuncia no sea necesaria cuando el momento y las circunstancias así lo exigen. El problema de la comunicación denunciadora es que a menudo en ella la denuncia se vuelve un desiderátum, una pauta programática, un deber ser. Y se descuida todo el horizonte de construcción a futuro, de desarrollo de un proyecto social, político y cultural.

4 A dos días de haber visto la película, un amigo me comentó que

Las FARC, como ha sucedido con todas las otras organizaciones que han vivido procesos de reincorporación a la vida civil, y ellas no serían la excepción en caso de darse ese proceso, van a tener que revisar muchas de sus concepciones políticas, de sus interpretaciones del país y de la sociedad colombiana y sus instituciones. Los viejos esquemas ideológicos del marxismo soviético o de otros marxismos ortodoxos y anquilosados no sirven hoy para pensar la sociedad. Lo cual no significa que el marxismo como una entre varias interpretaciones de lo social (más no como la única, y mucho menos como verdad) no pueda contribuir a comprenderla.

Conclusiones

La sociedad colombiana tiene una oportunidad única y tal vez la última, de lograr la reconciliación a través de una negociación de paz con las FARC y con el ELN. El avance de las conversaciones requiere de una apertura política y mental de los distintos actores políticos y sociales, civiles y militares, que participen en la vida pública colombiana.

En ese sentido es deber de todos los

León Valencia había sugerido en un reciente artículo en su columna de la revista “Semana”, a los líderes de las FARC, ver la película de Larraín. Leí el artículo de Valencia (2013) y compartimos la misma visión y sugerencia a las FARC y a las izquierdas.

que aspiramos a un país en paz y sin guerra trabajar por que se produzcan las necesarias transformaciones comunicativas, de actitudes y de la cultura política de los distintos grupos y sectores involucrados en la confrontación armada.

Los colombianos necesitamos trabajar en la superación de nuestras arraigadas actitudes, prácticas y tradiciones de intolerancia política y cultural. Ellas se alimentan de modelos simplistas y sectarios de pensamiento y conocimiento, de moral y conducta, que por períodos y al calor de las polarizaciones políticas y de intereses económicos de la coyuntura histórica, adquieren connotaciones de cruzada religiosa contra quienes piensan y viven distinto o proponen otros modelos de Estado o de sociedad.

El sistema educativo, el periodismo y los medios públicos y privados, los académicos y los medios universitarios tendrían que desarrollar esfuerzos educativos y formativos para complejizar las visiones de los colombianos sobre su historia y los problemas y conflictos nacionales y regionales.

Un esfuerzo notable de equilibrio informativo, de dar acceso a diversas voces y de apertura al conocimiento de la verdad sobre el conflicto, por más dolorosa y reveladora

que resulte para las distintas partes, tendrán que hacer los medios públicos y privados, sus directores y redactores, en el caso en que se cree una Comisión de la Verdad.

Los negociadores del gobierno y la guerrilla, los medios de comunicación, los periodistas, los académicos y demás formadores de opinión podrían empezar a coordinar perspectivas en la imaginación del posconflicto, diseñando de manera propositiva y constructiva escenarios de futuro para el país y la sociedad, con desarrollo, equidad, justicia, libertad; con oportunidades para todos y no sólo para los más astutos o mejor conectados políticamente⁵; con pluralismo profundo, reconocimiento de la diversidad y respeto por la vida humana.

A la clase dirigente le corresponderá trabajar en el diseño y montaje de una institucionalidad nueva y eficiente para las zonas rurales, y a los militares y fuerzas policiales garantizar la seguridad, que hasta ahora no han brindado a los líderes de restitución, a éstos y a los liderazgos sociales que surjan de la aplicación de las nuevas leyes agrarias que se adopten.

5 Véase la crítica del profesor norteamericano James Robinson (Zuluaga, 2013), de la Universidad de Harvard, a cómo se hacen las fortunas de los ricos hoy en Colombia.

Sin un combate decidido a las bandas criminales y a los neoparamilitares en amplias regiones de la geografía colombiana y sin unos nuevos consensos del gobierno nacional con las élites locales y regionales, que respalden los procesos de paz y de restitución de tierras (James Robinson en entrevista de Zuluaga, 2013), y las Zonas de Reserva Campesina que se configuren, va a ser difícil la superación efectiva del conflicto, así se firme la paz.

Fuentes de consulta

Bonilla, María Elvira, “La prueba ácida”, *El Espectador*, 22 de julio de 2013, p.30

Carrizosa Umaña, Julio, “Verdades del Catatumbo”, *El Espectador*, martes 16 de julio de 2013, p. 3

“Cuando ser bueno era malo”, *Semana*, 8-15 de julio de 2013, pp.38-39

De la Torre, Cristina, “Catatumbo: la mesa auxiliar”, en *El Espectador*, 23 de julio de 2013, p. 28

“‘Esos temas no están aún sobre la mesa’: Farc”, en *El Espectador*, domingo 14 de julio de 2013, p.10

“Gobierno señala a instigadores de la violencia en paro”, *El Tiempo*, 20 de julio 2013, pp. 1-2

“Impactos del Catatumbo”, en *El Espectador*, martes 23 de julio de 2013, p. 2

Iturralde, Manuel, “Un gobierno pro ricos”, en *Semana.com*, 16 de

septiembre de 2009, bajado 23 de septiembre de 2009, 7:43 A.M.

“La ‘denuncia’ del presidente Santos”, *El Espectador*, 20 de julio de 2013, pp.6-7

“Las FARC, dispuestas a revisar ‘errores’ en aras de la reconciliación”, en *Periódico La Jornada*, con información de Reuters y AFP, Sábado 4 de mayo de 2013, p. 21, bajada 4 de agosto de 2013, 8:33 A.M. de <http://www.jornada.unam.mx/2013/05/04/mundo/021n2mun>

López de la Roche, Fabio, *Izquierdas y cultura política ¿Oposición alternativa?*, CINEP. Bogotá, 1994

López de la Roche, Fabio, *Periodismo y movimientos sociales: entre la estigmatización y el reconocimiento*, Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura – IECO – Politécnico Grancolombiano, Bogotá, 2002

López de la Roche, Fabio, “Discurso presidencial y noticieros de T.V. (2002-2010) La reorientación afectiva de la nación”, *Revista Javeriana*, Bogotá, marzo de 2010

López de la Roche, Fabio, “DEL Uribismo doctrinario a la recuperación santista del espíritu liberal en la comunicación. Concentración económica y alineamiento ideológico de los medios en Colombia, en contextos de hegemonía neoliberal, de polarización política derivada del conflicto armado y de ciudadanía comunicativa deficitaria”. En *Dantas, Marcos (editor), Avances en los*

procesos de democratización de la comunicación en América Latina, CLACSO, Buenos Aires, 2013.

“ ‘No hay porqué temerle a la ONU’. ONG rechazan decisión del presidente Santos de retirar la oficina de esa entidad en Colombia”, *El Espectador*, jueves 18 de julio de 2013, p.3

Orozco, Cecilia, “El presidente está nervioso”, *El Espectador*, 24 de julio de 2013, p.30

Ospina, William, “Antes de que el arco se rompa”, en *El Espectador*, domingo 21 de julio de 2013

Peña, Edulfo, “Paz no puede ser un papel con 10 firmas”. Entrevista a Fabrizio Hochschild, *El Tiempo*, domingo 5 de mayo de 2013, p.2

Robinson, Henry, “Iván Márquez visto desde Irlanda”, *El Espectador.com*, 24 marzo de 2013, bajado 12 de julio de 2013, 9:50 A.M.

Rodríguez Garavito, César, “Derechos humanos: un paso adelante, otro atrás”, en *El Espectador*, 23 de julio de 2013, p. 29

Ronderos, María Teresa, “Los pueblos Potemkin del gobierno Santos”, en *El Espectador*, viernes 19 de julio de 2013, p. 30

Samper, María Elvira, “Ciegas, sordas y cortas de seso”, en *El Espectador*, domingo 12 de mayo de 2013, p. 42

Samper Pizano, Daniel, “En Colombia llovizna y en Inglaterra diluvia”, *Eltiempo.com*, 18 de noviembre de 2012

Semana, “Para poner a pensar a Colombia”, en *Semana*, Edición No. 1630, 29 de julio al 5 de agosto de 2013, pp. 34-37

Uprimny, Rodrigo, “Una página de prensa es suficiente...”, en *El Espectador*, domingo 21 de julio de 2013, p.43

Valencia, León, “Recomendada para izquierdistas”, en *Semana.com*, 29 de marzo de 2013, bajada 5 de abril de 2013, 8:14 P.M.

Zuluaga, Camila, “Protestar es sano para una sociedad”. Entrevista al profesor James Robinson de la Universidad de Harvard, en *El Espectador*, martes 23 de julio de 2013

Comunicación política en México, un modelo para armar: el caso de un presidente

POLITICAL COMMUNICATION IN MEXICO, A MODEL KIT: THE CASE OF A PRESIDENT

**Hugo Sánchez Gudiño*

Resumen

Después de 71 años de ejercicio hegemónico del poder, el tradicional aparato de comunicación social (corrupto y autoritario) llegó a su fin. Pero a un régimen neoliberal priísta lo sustituye otro, un régimen neoliberal panista: se trata de una derecha renovada, con expertos en el manejo de imagen y con la mercadotecnia política a su servicio. Con esta visión, durante sus dos primeros años y medio de gobierno, Vicente Fox Quezada fue a contracorriente de las tesis de Drucker y Huntington, saturando el cuadrante mediático con su imagen y discurso político. Pese a esta innovadora estrategia de comunicación política del Ejecutivo, marcó tendencias: el *marketing* transformó a la política en espectáculo y con ello todos los políticos se han subordinado a los dictados de los medios, formando la nueva República de la mediocracia.

Palabras clave: videocracia, círculo rojo, democracia, publicidad, propaganda política.

Abstract

After 71 years of hegemonic exercise of power, the traditional social communication apparatus (corrupt and authoritarian) he came to an end. But a neoliberal PRI regime replaces another, a PAN neoliberal regime: it is a renewed right, with experts in image management and political marketing your service. With this vision, during its first two and a half years of government, Vicente Fox Quezada was counter to the Huntington thesis Drucker and saturating the media quadrant with his image and political discourse. Despite this innovative strategy of political communication executive, he marked trends: marketing transformed politics into a spectacle and thus all politicians have subordinated to the dictates of the media, forming the new Republic of mediocracy.

* Profesor-Investigador de la FES Aragón y de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Keywords: video-crazy, circle red, democracy, advertising, propaganda polític.

Introducció

“El *marketing* puede llevar más gente hacia una oferta..., pero también puede banalizar dramáticamente los procesos de confrontación política y dar la impresión de que lo único que puede optar un ciudadano es entre una marca de lavaplatos a otra” (Felipe González, ex jefe de gobierno de España en visita a México. 1-X-99) .

Candidatos presidenciales, medios de difusión colectiva, sondeos y encuestas, opinión pública, publicidad y propaganda política, forman parte de la tabla de actores identificables del nuevo espacio público moderno de las democracias. El surgimiento y articulación de al menos tres de ellos (medios, sondeos y publicidad) como interlocutores e intermediarios del diálogo entre gobernantes y gobernados se sitúan en la mira de las reflexiones y el debate actual sobre el *marketing* político.

La mercadotecnia política, como también es conocida, no se contenta con formar y cristalizar las imágenes de los actores políticos. Transmite conocimientos acerca de las tesis en discusión durante las campañas electorales y contribuye a la

reconstrucción de las identidades políticas, recurriendo a los mitos simbólicos de la comunidad nacional. Los sujetos políticos igualmente se valen de ella para reducir el rol de la prensa, que en cierta medida pierde el control de la agenda y se entrega a las delicias “del chisme” sobre el duelo publicitario entre candidatos (Gimate-Welsh, 2002, pp. 10-15)

En este sentido, Remy Rieffel sostiene que después de las estrellas de cine que habían abierto el camino, los ídolos de la canción y el mundo del espectáculo, asistimos ahora a la eclosión de una nueva generación de astros, de una especie de mitología de segundo orden a través de algunos periodistas, intelectuales y estrellas que la pantalla chica llevó al pináculo. Lo que se podría condensar con el término de *vedetismo* se presenta, en efecto, en forma de celebración incesante de la imagen de una autorrepresentación siempre renovada que dedica la mayor parte al culto de la notoriedad a través de ciertos medios.

El surgimiento bastante reciente de esos nuevos héroes de los tiempos modernos favorece, de modo inverosímil, el establecimiento de una especie de comunidad de intereses entre los sectores sociales, antes alejados en virtud de su jerarquía y función. El hecho de que ciertos

presentadores de televisión, o ciertos intelectuales de moda, o algunas estrellas de cine y de la canción hoy se hagan ver juntos, tiene su significado: los límites de la comunicación política misma se encuentran nuevamente conformados, puesto que la mediatización sin tregua de los políticos se ha convertido, a su vez, en un imperativo apremiante¹.

Marketing frente a nuevos espacios públicos

En un principio, la comunicación política designó al estudio de la comunicación del gobierno para con el electorado (lo que hoy se llama “comunicación gubernamental”); más tarde, al intercambio de discursos entre políticos en el poder y los de la oposición, en especial durante las campañas electorales. Después el campus se extendió al papel de los medios de difusión masiva en la formación de la opinión pública, y a la influencia de los sondeos y encuestas en la vida política, mayoritariamente para estudiar las diferencias entre las preocupaciones de la opinión pública y la conducta de los políticos. (Manhanelly, 1988, p. 65)

Hoy la comunicación política abarca el estudio del impacto de la comunicación en la vida política, así

1 Rieffel, Remy., El Vedettismo de los Medios, PUF-Lielite Los Journalistes, París, 1990”.

como las estrategias propagandísticas (*marketing*) necesarias para modificar, alterar o dirigir las tendencias de los ciudadanos en el mercado electoral. Desde 1952 con la campaña de Eisenhower, el primero en recurrir a Agencias de Publicidad, la investigación política de mercados ha ido desempeñando un papel creciente en las campañas electorales. (Durandin, 1980, p. 59)

En 1956 se sigue el modelo del presidente saliente, que había producido un espacio titulado “The from Aibileve”. Cuatro años después le responde con “The Man From Lier-tyville”. La segunda generación de espacios publicitarios electorales surge en 1960, cuando Kennedy y Nixon aparecen en primer plano para evocar la protección social a los derechos cívicos (Ferry, 1992, pp. 75-100)

1964 es testigo del advenimiento de la publicidad negativa con el célebre “Daisy girl spot” de Jhonson, dirigido contra la amenaza nuclear².

2 *Spot* que forma parte de la tercera generación de espacios publicitarios electorales norteamericanos, difundido en la tv evocando la protección social y los derechos cívicos frente a la amenaza nuclear. Este mensaje forma parte de la galería más relevante de la contrapropaganda política norteamericana, consagrada como una de las armas más empleadas del combate electoral. Vid. Gerstlé, Jacques, ”La

En 1968 aparece el color y extiende las posibilidades de expresión visual: 1972 está marcado por el recurso a formatos más largos, hasta cinco minutos, en que las ideas resultan mejor manifiestas al emplear la técnica del llamado “cine verdad”. La publicidad electoral se diversifica de manera considerable en 1976 mediante la mezcla de formatos, técnicas y contenidos. En especial la aparición de los “fel good spots”, el testimonio del hombre de la calle y el episodio de la vida real.

La campaña de 1980 se distingue por la exhibición de las personalidades que apoyan a Reagan y por la producción de documentos sobre sus obras, en calidad de gobernador de California. Asimismo, se asiste al desarrollo de los mensajes publicitarios pensados por organizaciones dependientes del equipo del candidato. El medio minuto se convirtió en el formato dominante de los espacios publicitarios en 1980-1984. (Valdez Zepeda, 2000, pp. 7-8).

Durante este último periodo hacen su aparición los *media managers* y las Agencias de Cabildeo: en el primer caso asesoran a los candidatos sobre la camisa que hay que usar, la corbata, el atuendo informal, las

frases y los lemas, la sonrisa, la pose, etc., en tanto que las segundas “negociarán bajo bajo el agua” para sembrar la imagen del candidato. (Bisbal, 1995, p. 60).

En México, el fenómeno de la mercadotecnia política es relativamente nuevo: a partir de 1994 con el debate Fernández de Cevallos, Cárdenas y Zedillo para la contienda presidencial, se ensayaron algunas técnicas bastantes precarias sobre el tema. Sin embargo, la segunda mitad de los noventa es el escenario propicio para que despegue el “boom” del *marketing* político en México, fundado en cuatro principios: 1) identificación del candidato, 2) posicionamiento del mensaje; 3) crítica al oponente, 4) vuelta a la calma mediante *slogans* de confianza y euforia.

El teórico italiano Giorgio Grossi ha desarrollado los conceptos anteriores, señalando que los medios ya no sólo se limitan a la reproducción de la política y a sus políticos en forma de espectáculo, sino que ahora los mismos medios construyen/reconstruyen la agenda de la política; definen el quehacer político y, en definitiva, se convierten en la plaza pública de la acción política. Es así que nacen y se afirman fenómenos conocidos como la política como espectáculo, el *marketing* político, la personalización de los

propaganda política/algunas enseñanzas de la experiencia norteamericana” en Jean-Marc Ferry, *El Nuevo Espacio Público*, Gedisa, Barcelona, 1992.

programas y de las opciones de partido, los performances electorales, etc. (1985, p. 30)

Videopolítica: fantasías y mitos

Para Giovanni Sartori, el término videopolítica hace referencia sólo a uno de los múltiples aspectos del poder del *marketing* y del vídeo: su incidencia en los procesos políticos, y en ello una radical transformación de cómo ser políticos y de cómo gestionar la política. (2000, pp. 100-110). Para el politólogo italiano, el poder de la imagen se coloca en el centro de todos los procesos de la política contemporánea. “El *homo sapiens* se convierte en *homo videns*. La Cultura de la imagen rompe el equilibrio entre la pasión y la racionalidad... La ignorancia se ha convertido casi en virtud”³.

El rito mercadológico hace su aparición. Los candidatos contratan al publicista. Éstos articulan campañas que rayan en lo trivial; crean una imagen artificial y retórica. Como cualquier producto, el candidato cambia su envoltura; el perfil Cosmético toma forma: la persona (maquillaje, peinado, etc); el vestuario (gafas, traje, etc); actuación (fotogenia, dicción, movimientos, etc); el entorno (cómo dónde y con

quién vive el candidato, y cómo se comporta en su supuesta vida privada, Sánchez Gudiño (2000, pp. I-IV).

Asalto de Fox a Palacio Nacional

Necesaria para atraer a las masas de votantes, fundamental para definir la imagen del hombre político, la consolidación del *marketing* como pieza bisagra de una estrategia ritualizada de seducción, conlleva a un vocabulario específico que al foxismo correspondió poner de moda: posicionamiento, imagen pública, identidad (Debray, 1993, p. 178).

Con esta perspectiva, parafraseando a Wolton, se puede afirmar que no hay democracia de masas sin comunicación de masas, mostrando cómo la comunicación política está estrechamente ligada a la modernización del espacio público; de qué manera la televisión se vuelve el símbolo de la construcción de una nueva arena social donde lo político se vuelve espectáculo y el género “debate” adquiere una resonancia central: la abolición de un sistema argumentativo para confinarse a la causalidad mediática.

Uno de los mitos más exaltados por el “*marketing* propagandístico” del foxismo fue el mito del desarrollo y el cambio. Estuvo presente en todas

3 Sartori, Giovanni, *homo videns*/La Sociedad Teledirigida, Taurus, España, pp.100-110.

sus promesas proselitistas; en los compromisos de toma de posesión. Atravesó todas sus representaciones públicas durante sus tres primeros años de gobierno. Sumidos en esta ficción del nuevo presidencialismo mexicano, articulada y operada por los publicistas del Hombre Marlboro se repetía el slogan de que el “gabinetazo” con el apoyo de los “amigochos” y “amigochas” que sumaban 118 millones de mexicanos comandados por Vicente Fox, llevarían a México por la ruta del éxito y la excelencia. Responsables directos de esta óptica del “México, S.A.” fueron el “ejército foxiano” de publicistas y comunicólogos que con sus aportaciones hicieron posible la “toma del Palacio Nacional” (Cantú, 2001, p. 368).

Publicistas políticos se expresan

Carlos Carrera, Marthita Sahagún, J. Luis González, J. Antonio Sosa Plata, Santiago Pando, Fco. Ortiz Pinchetti y Franciso Ortiz Pardo, fueron los pilares estratégicos de del proyecto Millenium para que Fox fuera presidente que se materializará fundado en las 5 V: Día V; V de la Victoria; V de Vicente; V de Vamos, y V de Venceremos.

Enfundados en los principios y planteamientos de Peter Druker y Samuel P. Huntington, se encaminaron hacia el diseño de la excelencia

y la calidad total, cuya tesis puntual es la transformación de hombres rutinarios en hombres innovadores. Porque el “ser innovador, no es un rasgo de la personalidad, sino un proyecto de vida” (Druker, 1996, pp. 305-316/Gross, 1997, pp. 199-207/McFarland, 1996, pp. 265-261/Huntington, 1997, pp. 147-159).

Así, desde el 2000, la mercadotecnia política y electoral se convierte en la piedra angular del ejercicio político, por lo menos en tiempo de elecciones

En la revista *Creativa* de septiembre de 2000, Santiago Pando explica su estrategia triunfadora: “Entonces el llegar al Ya, es como decir ya estoy harto del sistema... La idea es que la gente repitiera y que todo mundo se encargara en el Ya, Ya y el Ya; es como decir que tú ya estás hasta la madre, pero que sí quieres que cambie el sistema... El Ya es una palabra mágica”. Fox como el Moisés que extrae a su pueblo del Egipto priísta. De ahí el apotegma de Pando: “El Ya de Fox, es un mantra que mató al karma⁴”.

4 “Entrevista con Santiago Pando” en *Creativa* S. N. México. D. F. septiembre-2000.páginas centrales/ Para el desarrollo de la estrategia creativa de la campaña de Vicente Fox a la Presidencia se contrató a Santiago Pando, un destacado publicista, que al inicio de la actividad electoral de Fox, era el Presidente de Lowe Partners en

Francisco Ortiz, publicista destacado dice que los mercadólogos al servicio de Fox: “No somos espiritistas manipuladores de masas, sino parte de la masa manipulada por nuestro espíritu” (2002, p. 50). En el libro: *Comprender a la gente*, Ortiz uno de los arquitectos del fenómeno Fox (de su autoría son los *slogans* “el cambio que a ti te conviene” y el “hoy”) destaca algunos de sus ases bajo la manga que hicieron posible el éxito de la Alianza por el Cambio. Entre sus planteamientos encontramos:

**Para la campaña política de Fox, realizamos cerca de 65 comerciales de televisión diferentes, muchos de ellos diseñados para pasar durante las telenovelas y en los programas cómicos; otros se diseñaron para transmitirse en los espacios de los noticieros. Había uno que llamábamos Barney, que sólo acomodamos en un noticiero durante una semana y en el que los principales dirigentes aparecían vestidos de dinosaurios. En el comercial Chimalhuacán*

México.”Un poeta con alma de guerrillero”, así es como se define Pando, cuya aportación a la campaña de Fox fue fundamental, ya que definió un estilo y una imagen que resultaron ser no solamente novedosos, sino también certeros, logrando colocar al candidato a la cabeza de las preferencias de esa contienda electoral histórica e influyeron decisivamente para que alcanzara el triunfo.

captamos un festejo por el Día de las Madres, organizado por el PRI, donde el show eran los strippers del Chippendale. Y estas imágenes las ligamos con otras en un mitín en el Estado de México donde Labastida cargaba incómodamente al gobernador Montiel; Fueron mensajes dirigidos especialmente a las audiencias que queríamos impactar; audiencias que se identificaban con los mensajes seleccionados: fue importante captar a toda esa gente y nos costó mucho trabajo, pero lo logramos hacerlo con éxito;

En este concepto basamos la campaña del candidato de la Alianza por el Cambio; no se inventaron, sólo se potenciaron las virtudes que proyectaba Fox;

Difundir a toda la población las actividades realizadas por el gobierno, dar a conocer a la gente las acciones del cambio a que se comprometió Fox como candidato se ha vuelto una tarea mucho más complicada. La expectativa que generó la campaña, fue tan grande que todos hubiéramos querido ver los cambios más rápidamente quizá se esperaban acciones de mayor trascendencia o que resolviera los problemas de un solo golpe⁵.

5 Ortiz, Francisco. *Comprender a la gente. Por qué ganó Fox*. México, Aguilar, 2002, p. 160.

Por su parte, Carlos Carrera (destacando cineastas, popularmente conocido por el *Crimen del padre Amaro*, colaboró como productor principal de los comerciales de televisión de la campaña foxista: Lo elegí a él porque lo que yo buscaba en los comerciales era absolutamente lo contrario a lo que generalmente se encuentra en ellos: una imagen publicitaria, explica Pando⁶.

El trabajo de Consultoría Política de J. Antonio Sosa Plata, de Publicrelacionista de Martha Sahagún y de cabildeo de Francisco Ortiz Pinchetti y Francisco Ortiz Pardo como exreporteros destacados de la revista *Proceso* fueron determinantes en el ascenso publicitario y propagandístico de la “Generación Cornejo” al poder. Señalamiento especial merecen los autodenominados “tres Alegres coca-coleros”: Lino Korrodi, José Luis González y el mismo Vicente Fox. Que con la Asesoría Extranjera de Dick Morris (consultor de Clintón); Rob Allyn (consultor de Dallas, Texas) y Alan Stoga (zemi communications) articularon el círculo creativo del *marketing* político del cambio, que en palabras de una de estas últimas firmas: “sirve para obtener para un candidato la mayor participación

del mercado de los electores”. En otras palabras, promover un candidato equivalía a vender papas fritas. Lo que se vende en las papas es el sabor, la facilidad de comprarlas y el precio. Un candidato lo que vende son ideas, una visión de la sociedad⁷.

Consideraciones finales

De la plaza pública a las pantallas

La crisis de la comunicación social del gobierno viene de muchos años atrás, cuando los gobiernos priístas se acostumbraron a la manipulación de la información a través del control. El mismo error cometía la administración foxista cuando quería que los medios fueran un fiel espejo sólo de su actuación y se omitiera al resto de los actores políticos, o a la cada vez más grave realidad económica, política y social que vivía el país. Insistir, una y otra vez, que la libertad era absoluta, de la cual nadie o muy pocos dudaban a esas alturas, resultaba ocioso.

Al gobierno gobierno del cambio, le faltó humildad para reconocer, a casi dos años y medio de haber asumido el poder, que su mode-

7 Cit. Pud. Loarca Pereira, Ana y Márquez Lemus, Nancy, *Marketing Político: clave del Éxito en el trabajo del Equipo Foxista*. (Tesis Profesional de Licenciatura, México, FES-UNAM-Aragón, 2002.

6 Reforma/Redacción. Filma Carrera los Éxitos de Fox y al Padre Amaro en Reforma, No.3171, México, 20-Agosto-2002.

lo comunicacional, idéntico al del pasado, no funcionó porque estaba agotado, porque se creó de acuerdo con otras necesidades y, sobre todo, otros propósitos.

La comunicación social requiere de apertura total no de palabra; de hechos, de sistemas, de mecanismos de información, para los que ninguna dependencia del gobierno esta preparada y ni siquiera está dispuesta a aceptar esta realidad. Se mantienen los mismos controles de información, pero hacia dentro, del gobierno, que se implementaron durante el régimen de Luis Echeverría, que posteriormente se perfeccionaron en el de López Portillo; se sofisticaron en el de Carlos Salinas y así prevalecieron hasta ahora.

Ahí está el verdadero problema, en que la información no la pública, sino la que posee cada oficina gubernamental sea capaz de llegar a aquellos que la necesitan para hacer confianza en sus autoridades; no es solamente la que emiten las oficinas de comunicación social, sino la que debieran proporcionarse con los productos o servicios que el gobierno entrega a la sociedad.

La comunicación social no es un balance de resultados que la comunidad deba tragarse completo, mal presentado, incompleto y tendencioso. Ese método, precisamente,

fue el que llevó al prisma a su debacle, de la que tendrá mucho tiempo en recuperarse por más que obtenga pequeñas victorias pírricas que más bien alimentan su autoengaño.

En este contexto, la actividad política tiende a reposar hoy en dos pilares: los partidos políticos y los medios de difusión masiva, particularmente la televisión, que no sólo vehiculizan la información sino que se constituyen en una arena donde ésta se elabora, se conforman liderazgos y se producen acontecimientos. El foxismo y su arribo al poder mostraron que los partidos han dejado de cumplir una función de reproducción de una pertenencia identitaria para transformarse en maquinarias al servicio de liderazgos cuya obsesión es aparecer todos los días en la tv. La arena política mediática presenta una red de inserción pasiva para los individuos, parcialmente sustitutiva de la anterior pertenencia corporativa o vida asociativa. (Cheresky, 2002, p. 225). A medida en que los partidos políticos son menos centrales en la constitución de las identidades y los medios de difusión, constituyen la escena deliberativa en la que abrevan los ciudadanos, el rol de las personalidades políticas se incrementa. (Grande, 2002, p. 85).

Asimismo, la incorporación de la mercadotecnia a la lucha electoral

debido a que su epicentro se encuentra en Estados Unidos algunos estudiosos de los medios la etiquetan peyorativamente como americanización transformó al dirigente en una verdadera marca política. De aquí que una eficiente estrategia de construcción de imagen permite a éste corporizar en su persona el núcleo del sello partidario, ideológico o programático al que pertenece. Para apoyarlo en dichas tareas, aparecen los denominados sin doctores. Se trata de consultores de imagen que, actuando detrás de bambalinas y merced a sus excelentes dotes de relacionistas públicos y buenos contactos, organizan eventos mediáticos que le dan el “giro correcto” (spin) a la información que la prensa proyecta de su cliente. (Borrini, 2004, p. 60).

En la democracia clásica los partidos políticos eran los legítimos intermediarios entre el Estado y el pueblo. Actualmente esa intermediación está siendo ejercida por los medios de difusión masiva, fenómeno que algunos expertos denominan mediocracia. La conversión de la política en espectáculo no sería entonces únicamente el efecto del medio sobre el mensaje, sino la forma misma del discurso de la política en un tiempo en el que, ausentes como están los partidos de los grandes problemas sociales, dichas organizaciones políticas se reducen

a formar parte del espectáculo (Colomina, 1997, p. 15).

Fuentes de consulta

- Bourdieu, Pierre. Sobre la T.V.. Barcelona, Anagrama, 1997.
- Cantú, Guillermo. *Asalto a Palacio/ Las Entrañas de una Guerra*. México, Grijalbo, 2001.
- Debray, Regis. *El Estado Seductor: Las Revoluciones Mediológicas del Poder*. Argentina, Ediciones Gallimard, 1993.
- Drucker, Peter. *Su visión sobre: la administración; la organización basada en la información; la economía y la sociedad*. Colombia, Norma, 1996.
- Durandin, Guy. *La Mentira en la Propaganda Política y en la Publicidad*. Barcelona, Edit. Paidós, 1980.
- Ferry, Jean-Marc, et. Al. *El Nuevo Espacio Público*. Barcelona, Gedisa, 1992..
- Gerstlé, Jacques. “La propaganda política/Algunas enseñanzas de la experiencia norteamericana”, en *El Nuevo Espacio Público*. Barcelona. Gedisa, 1992.
- Gimate-Welsh, Adrián, et. al. *La Comunicación Política, Transformación del Espacio Público*. Barcelona, Gedisa, 2002.
- Gross, Daniel y Editores de la Revista Forbes. *Historias de Forbes*. Barcelona, Norma, 1997.
- Huntington, Samuel. *El choque de*

- civilizaciones y la reconfiguración del orden mundial.* Barcelona, Paidós, 1997.
- Huntington, Samuel. “El Occidente: único, no universal”, en *Metapolítica* núm. 3. México. D.F., julio-septiembre 1997.
- Loarca Pereira, Ana y Márquez Lemús Nancy. “Marketing Político: Clave del Éxito en el Trabajo del Equipo Foxista” (Tesis Profesional de Licenciatura), Méx. ENEP-UNAM-Aragón, 2002.
- Manhanelly, Carlos A. *Estrategias electrónicas: Marketing Político.* Edit. Brasil, Samus, 1988.
- McFarland, Lynne Joy, et. al. *Liderazgo para el siglo XXI: Diálogos con 100 líderes destacados.* Bogotá, McGraw Hill, 1996.
- Ortiz, Francisco. *Comprender a la Gente. Por qué Ganó Fox*, México, Aguilar, 2002.
- Ortiz Pinchetti, Francisco, et. al. *El Fenómeno Fox.* Méx., Edit. Planeta, 2002.
- Reforma/Redacción. “Filma Carrera los Éxitos de Fox y al Padre Amaro” en *Reforma*, No. 3171, Méx., 20 –Agosto-2002.
- Rieffel, Remy. *El Vedettismo de los Medios.* París, PUF-Lielite Los Jornalistas, 1990.
- Ries, Al y Trout, Jack. *Posicionamiento: El Concepto que ha Revolucionado la Comunicación Publicitaria y la Mercadotecnia*, Méx. Mc Graw Hill, 2003 .
- Sartori, Giovanni. *Homo Videns/ La Sociedad Teledirigida*, España, Taurus, 2000.
- Sánchez Gudiño, Hugo. “El Poder de la Imagen o la Imagen del Poder” en *El Gallo Ilustrado*-Día. Méx., junio-2000.
- Valdez Zepeda, Andrés y González Ramírez, Ernesto. “La Norteamericanización de las Campañas Electorales en México “en *Rev. Méx. de Com.* No. 63, México, mayo-junio-2000.

El fallo de La Haya en las primeras planas de tres tabloides peruanos

THE RULING OF THE HAGUE ON THE FRONT PAGES OF THREE PERUVIAN
TABLOID

* James A. Dettleff

Resumen

En este trabajo se ha analizado el comportamiento de tres diarios tabloides limeños en relación con el proceso llevado entre Perú y Chile ante la Corte Internacional de Justicia de La Haya, con respecto a sus límites marítimos. El análisis se ha enfocado en las carátulas de dichos diarios en un período de treinta días, observando cómo se comportan, con relación a sus titulares referidos, cada uno de los países y la dirigencia de éstos. El enfoque es tanto a lo que los titulares dicen, como a las imágenes que los acompañan.

Palabras clave: La Haya, Perú, Chile, prensa, carátulas.

Abstract

In this study we have analyzed the behavior of three daily tabloids Lima regarding the process carried

* Profesor-Investigador de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)/

between Peru and Chile to the International Court of Justice in The Hague, regarding their maritime boundaries. The analysis has focused on the covers of these journals over a period of thirty days, observing how they behave in relation to their holders relating to each of the countries, and the leadership of these. The approach is both what the headlines say, and the images that accompany them.

Keywords: The Hague, Peru, Chile, Newspapers, Cover

Introducció

Hemos observado el comportamiento de tres diarios y sus titulares en carátula (primera plana) durante las semanas previas al fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya. Estos diarios son *La Primera*, *La Razón* y *Diario 16*. En el espectro peruano, existen algunos conglomerados de medios que en 2013 se reconfiguraron. El Grupo El Comercio (GEC) compró EPENSA, lo que le otorgó el 78% de par-

tipificación de la lectoría en el país. El resto de participación está principalmente en manos del Grupo La República. Sin embargo existe una serie de diarios menores (como los tres elegidos para este trabajo) que no pertenecen formalmente a ninguno de estos grupos editoriales.

El no ser parte de los grupos editoriales principales, los coloca en una mayor necesidad de lograr lectores de manera agresiva, con titulares llamativos y en muchos casos provocadores. Siendo parte de la prensa tabloide, se diferencian temáticamente de los diarios populares dedicados a la farándula o a los deportes, y son los tabloides más visibles que tocan temas de política nacional peruana.

Según Eduardo Alejos de la empresa de auditoría KPMG, la circulación de la llamada prensa popular en el Perú alcanza el 62%¹. Perteneciente a este tipo de prensa es el diario *El Trome* (propiedad del GEC) que es el de mayor lectoría, y se afirma que su lectoría llega a 2 millones 215 mil lectores diarios solamente en Lima².

1 Diario Gestión, 12 de setiembre del 2012

2 Esta cifra fue publicada por el propio diario en su edición del 27 de mayo del 2013. Hay que destacar que el diario *El Comercio* (cabeza visible de El Grupo que lleva su nombre) tiene un tiraje diario aproximado de 100

La lectoría de los diarios elegidos aquí es bastante menor, y en el 2012 se calculaba entre 43 mil y 54 mil lectores promedio por día³. Sin embargo su *display* en los kioscos de venta está por lo general en una posición en que resultan bastante visibles. Esto es importante porque mucha gente lee los diarios (especialmente las carátulas) mientras espera el transporte público⁴. Ya en un trabajo previo indicamos que las carátulas “cumplen así un doble papel: por un lado son el medio de atracción para que la gente compre esa publicación; y por otro, si la venta fracasa, logran al menos que el público retenga la noticia que el diario quiere resaltar o el giro que quiere darle a esa noticia” (Dettleff y Olivera, 2011, p. 102).

Por ello resulta importante tener una carátula llamativa y con información que el diario desea relevar frente a otras noticias. Los tres diarios aquí elegidos tienen características similares en su carátula: una noticia principal que ocupa gran parte de la página, acompañada por una fotografía o gráfico, y dos o tres

mil ejemplares, y su lectoría diaria en Lima se calcula en medio millón.

3 Estudio de lectoría de diarios en Lima Metropolitana realizada por CPI en Julio de 2012

4 En la misma entrevista a Alejos previamente citada, se indica que de cada cuatro peruanos que lee un diario, solamente uno lo compra.

pequeños recuadros que resaltan otras noticias. De esta manera, intentan llamar la atención de sus potenciales lectores, y fijar en ellos una posición o idea ante un hecho determinado, más aún en una realidad en que la lectoría de los diarios va en disminución, y donde los lectores buscan otros medios y noticias más cercanas, como señala Weldon: “A research by Ruth Clark for ASNE in 1979 showed that baby boomers were drifting away from hard news and that they wanted more local news and tips they could use. More than thirty years later, that study is still being quoted” (Weldon, 2008, p. 47). Es decir, en Estados Unidos a fines de la década de los setenta temas centrales (como el proceso de La Haya ahora para el Perú) alejaban a los lectores. Veremos más adelante cuánto interés generó en la población este tema.

El caso a estudiar

Perú y Chile han sostenido un desacuerdo con respecto a la frontera marítima de ambos países. Por el lado Chileno, se afirmaba que existía una frontera marítima fijada por documentos que ambos países firmaron —conjuntamente con Ecuador— en la década del cincuenta. Por el lado peruano, se afirmaba que entre ambos países no existía una frontera, y que dichos documentos eran acuerdos pesqueros, pero que

no delimitaban la frontera marítima. Tras varios intercambios diplomáticos, Perú realizó una demanda ante la Corte Internacional de Justicia de La Haya⁵, proceso que se llevó a cabo entre el 2008 y el 2013.

En diciembre de 2012 se realizaron los alegatos orales, que fueron transmitidos en directo por las televisoras peruanas, y comentados diariamente por algunos medios impresos y electrónicos del país. El 27 de enero de 2014 la Corte dio su fallo, determinando la frontera marítima de manera paralela al hito 1 (posición chilena) hasta las 80 millas marítimas, y a partir de ese punto de manera equidistante (posición peruana) hasta las 200 millas marítimas.

El proceso llevado a cabo en La Haya fue seguido en Perú por los medios en diferente medida, principalmente en los momentos más visibles del proceso (presentación de memoria, alegatos orales, lectura de la resolución final). A pesar de ello, la población no necesariamente estaba completamente informada acerca de lo que sucedía en la Corte, ni el significado o implicancias del proceso⁶.

5 A partir de este momento, nos referiremos a la “Corte Internacional de Justicia de La Haya” simplemente como “La Haya”.

6 En enero de 2014 varias empresas mostraban que un 35% de

En enero, y a medida que se acercaba la fecha de la lectura del fallo, algunos medios impresos tomaron especial interés por el resultado, dedicando sus titulares a las noticias que podían generarse a partir de éste.

Los diarios

La Razón fue fundada por los hermanos Wolfenson en 2001. Luego que Moisés Wolfenson tuviera que ir a prisión por sus vínculos con Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos, el diario fue dirigido por Uri Ben Schmucl, con una línea anti chilena bastante marcada. Ben Schmucl declaró que en el Perú “ser antichileno vende”⁷. En el 2013 se retiró de la dirección de *La Razón* indicando: “Bajo nuestra dirección, procuramos que *La Razón* no fuera como esos periódicos estadounidenses (sosos, a nuestro juicio) donde la opinión y la noticia están separadas. (...) La función actual de un diario es (debería ser) empaquetar los hechos con opiniones”⁸. El actual director de *La Razón* es Italo Oberto-Besso.

los encuestados urbanos confesaba no conocer o saber nada de la demanda que se llevaba a cabo en La Haya

7 El Mercurio, 17 de setiembre de 2007

8 “Adiós, queridos lectores”. Carta pública de Uri Ben Schmucl publicada en *La Razón*, 28 de febrero del 2013

Por su parte, el diario *La Primera* surgió en 2005, en la época de la campaña electoral presidencial. Muchos de los diarios que surgen en época de campañas desaparecen posteriormente, aunque algunos subsisten, como es el caso de *La Primera*. Sus fundadores dejaron el diario a fines del 2006, y en la actualidad es dirigido por César Lévano, un renombrado periodista peruano.

En tanto *Diario 16* salió a circulación con la dirección del periodista Juan Carlos Tafur. Su fundación coincide con la campaña electoral del 2011, y algunos sectores vincularon el diario al ex presidente Toledo (ATM), que postuló nuevamente en ese proceso. En un artículo publicado en el 2011, el periodista Fernando Valencia (actual director, luego de la salida de Tafur) indica que el diario debió aparecer en el 2008, pero que por maniobras y presiones del entonces presidente Alan García (AGP), no pudieron hacerlo hasta el 2010. Las disputas públicas entre el diario y el ex presidente AGP han sido frecuentes.

El corpus

Para realizar esta investigación hemos considerado las carátulas publicadas por cada uno de los tres diarios en sus ediciones regulares, durante 30 días: del 5 de enero al 3

de febrero del 2014. El corpus a ser estudiado constituye las publicaciones durante las tres semanas previas a la fecha en que se hizo público el fallo de La Haya (27 de enero), y a la semana posterior a ella. Observaremos cuántas de esas carátulas tuvieron en consideración el proceso de La Haya, si eso significó un cambio con respecto a los temas que tratan en otros días, y de qué manera fue tratado el tema de La Haya. Para este último aspecto se observará tanto los titulares, como las imágenes que los acompañan.

De las 90 carátulas que se publicaron durante el periodo observado, 56 de ellas estuvieron dedicadas al tema de La Haya, lo cual significa el 62.2%. Sin embargo debemos indicar que más de la mitad (29) fueron publicadas por el diario *La Razón*, que sólo tuvo un día una carátula que no se refirió directamente al tema de La Haya. Por el contrario *Diario 16*, contó con 9 carátulas de-

dicadas al tema de La Haya (30%) mientras 21 carátulas estuvieron dedicadas a temas de política.

Por su parte, en *La Primera* el 60% de sus carátulas (18) del periodo de observación se refirieron al tema de La Haya, mientras que las 12 restantes fueron sobre temas políticos. A estas carátulas de gran tamaño debemos adicionar los recuadros secundarios que también se publican en la carátula de los diarios, y que tuvieron como tema el proceso de La Haya.

En el caso de *Diario 16* fueron 7 (casi el mismo número que las carátulas de gran tamaño) mientras que en *La Primera* fueron 10 (poco más de la mitad que las carátulas de gran tamaño). En el caso de *La Razón* al haber sido sus carátulas casi por completo dedicadas a este tema, no se han contabilizado sus recuadros secundarios (ver cuadro 3). Esto significa que en las carátulas de los

Cuadro 1: Temas de las carátulas por diarios

	La Haya		Política		Otros	
La razón	29	97%	0	0%	1	3%
La primera	18	60%	12	40%	0	0%
Diario 16	9	30%	21	70%	0	0%
Total	56	62%	33	37%	1	1%

tres diarios, durante el periodo de observación se publicaron 73 titulares referidos al proceso de La Haya.

En los casos en que los diarios publicaron titulares que se referían al proceso llevado a cabo en La Haya, podemos identificar que estos saludían a tres elementos que tenían que ver con el proceso: referencia al proceso mismo o a referencias que el gobierno peruano hacía de él (versión oficial); referencia a la participación/opinión de otros líderes políticos peruanos; referencia a acciones o información proveniente de Chile, o que se dirigían (por parte del diario) hacia Chile.

Como se puede observar del cuadro 2, la mitad de los titulares se relacionaron con noticias referidas a Chile. Nuevamente debemos considerar que este alto porcentaje responde al alto número de titulares que *La Razón* dedicó a este tema. Si dejá-

ramos fuera de la ecuación a este diario, apenas tendríamos cuatro titulares publicados por *La Primera* referidos a Chile. *La Primera* fue la que más se refirió a la posición oficial, o a noticias que informaban sobre los sucesos en la propia corte (11 de sus 18 carátulas dedicadas a La Haya, lo que significa un 61% de sus publicaciones), mientras que *Diario 16* se enfocó más a la relación de los otros líderes políticos con relación al tema de La Haya.

Sin embargo, hay que anotar que de las seis carátulas en que *Diario 16* se refiere a La Haya, cuatro mencionaron declaraciones que tuvieron como personaje central al ex presidente AGP⁹.

⁹ Hemos visto que este diario publicó 21 carátulas de temas políticos. 9 de esas carátulas tenían como personaje central a Alan García. Si sumamos las 6 donde la carátula se refiere a Alan García y La Haya, vere-

Cuadro 2: Titulares según quién lo genera

	Posición oficial		Otros líderes		Chile	
La razón	4	14%	1	3%	24	83%
La primera	11	61%	3	17%	4	22%
Diario 16	3	33%	6	67%	0	0%
Total	18	32%	10	18%	28	50%

Además del gran titular que ocupa casi toda la carátula, los diarios publican recuadros más pequeños en que también se refirieron al tema de La Haya. Si revisamos nuevamente el cuadro 3 veremos que en el caso de *La Primera* sus carátulas tuvieron una cantidad de información casi constante con respecto al tema de nuestro estudio, comparándose con lo publicado por *La Razón*. La diferencia, claro está, es en el énfasis que cada diario puso en este tema.

Cuadro 3: Tema de La Haya como noticia principal o noticia secundaria en la carátula

	Gran titular	Recuadro secundario	Total
La razón	29	0	29
La primera	18	10	28
Diario 16	9	7	16
Total	56	17	73

Estos recuadros menores también hacían mención del tema, enfocándose más en alguna de las tres categorías que ya determinamos previamente. Estos estuvieron divididos de la siguiente manera¹⁰ :

Cuadro 4: Titulares según quién lo genera, en recuadros secundarios

	Posición Oficial	Otro lideres	Chile	Total
La primera	4	1	5	10
Diario 16	0	6	1	7
Total	4	7	6	17

En el caso de La Primera podemos observar que la mayoría de los recuadros utilizados tuvieron como referencia algún tema dedicado a Chile, seguido

mos que la mitad de las carátulas de este diario durante el período observado lo tenían como personaje central.

10 No se incluye en este cuadro a *La Razón*, pues no se contabilizó ningún cuadro secundario durante los días en que no tuvo la carátula referida al tema de La Haya.

por recuadros que informaban sobre la posición oficial. Esto es inverso a lo que ocurrió con sus titulares centrales, donde la posición oficial tuvo amplia cobertura, frente a las noticias que citaban a Chile directamente. Por su parte, vemos nuevamente que *Diario 16* dedicó casi la totalidad de estos recuadros a lo que sucedía con el tema de La Haya y otros actores políticos peruanos, lo cual guarda consonancia con respecto a sus carátulas.

Los diarios y sus carátulas

La Razón tuvo al proceso de La Haya como tema principal en sus carátulas en todo el periodo observado. Solamente una vez su carátula no mostró referencia alguna al proceso de La Haya (12 de enero), ni en su gran titular ni en sus recuadros menores. Sin embargo es llamativo que el gran titular de ese día haya sido “¡Guerras amenazan al mundo!”, ya que varios de los titulares de *La Razón* sugerían una confrontación entre las dos naciones.

Durante el periodo observado, *La Primera* publicó durante los primeros 10 días 5 recuadros sobre el tema de La Haya, manteniéndolo en agenda, con pequeñas llamadas en su carátula. Pero desde el 17 de enero hasta el final del periodo de observación, casi todas sus carátulas de gran tamaño aludieron al tema

de La Haya. Desde el 17 solamente en tres oportunidades su titular principal no fue sobre el tema de La Haya, pero en esos días se publicó un recuadro que contenía alguna información sobre el asunto, siempre con respecto a una posición oficial, sea del gobierno peruano o chileno. *Diario 16* empezó a publicar noticias sobre el tema de La Haya a partir del 16 de enero, es decir, 11 días antes que el tribunal hiciera público su fallo. Pero entre el 20 y el 23 de enero publica en carátula casi una noticia por día sobre La Haya, y los tres días alrededor del fallo (27, 28 y 29) son las carátulas más directas sobre el tema. Luego de esos días, apenas si publica en carátula dos pequeñas notas sobre el tópico.

Más allá de los datos estadísticos es importante apuntar al contenido de esos titulares, y a la manera en que expresaban la posición de los diarios con respecto a lo que estaba aconteciendo en La Haya. En muchos casos estos titulares producen un proceso de enmarcamiento, generando una carga subjetiva hacia acontecimientos o personajes que son parte de los sucesos. Manejamos aquí la idea de enmarcamiento de la misma forma que lo hemos hecho en trabajos anteriores, entendiéndola como “seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más resaltantes en un texto comunicativo de una manera que

promueva una particular definición del problema, una interpretación causal, una evaluación moral o la recomendación de un tratamiento para el asunto descrito” (Carragee y Roefs, 2004, p. 216).

Muchos de los titulares de *La Razón* tuvieron un corte que podríamos calificar de confrontacional. En algunos mostraban la noticia poniendo a un país o actor político contra otro. Entre los más destacados tenemos “Humala cuadra a Bachelet” (8/01), “Perú bloquea trampa chilena” (23/01), “Perú hizo pedazos a Chile” (25/01), “Alan pone en su sitio a Piñera” (31/01).

Vemos en todos ellos una posición triunfalista para el lado peruano, mientras que los titulares enmarcaban la idea de un Chile perdedor, con poco apego a las reglas, y en algunos casos hasta pudiendo ser una amenaza para la paz, como se observa con mayor claridad en otros titulares: “Piñera se saca la careta” (9/01), “FFAA de Chile pisotean unidad” (16/01), “FFAA se imponen en Chile” (18/01), “Bachelet amenaza” (20/01), “Provocación chilena” (24/01), o “Esto nos quieren robar” (30/01).

Al leer el desarrollo de las noticias se pudo comprobar que la información que éstas traen no necesariamente reflejan lo que el titular ha re-

levado, pues por lo general éste ha subrayado una parte de una declaración, o una interpretación de la misma. Por ejemplo, el que un político peruano “cuadre” o “ponga en su sitio” a otro chileno, tiene más que ver con declaraciones que muestran posiciones diferentes con respecto a un tema común. Por otro lado, una “amenaza” o una “provocación” responden más bien a una declaración enfática sobre una situación hipotética de lo que podría suceder. En el caso de La Primera encontramos también algunos casos en que se enmarca una actitud poco positiva por parte de Chile: “Maniobra dilatoria de Chile” (18/01), “Piñera pretende negociar” (21/01) o “Chile se resiste a cumplir” (25/01).

Sin embargo vemos que la mayoría de titulares por el contrario enmarcan una posición firme por parte del Perú y sus líderes políticos, sobre todo afirmando la necesidad de acatar el fallo que La Haya emitiera. Entre algunos de estos titulares encontramos: “El fallo se ejecuta de inmediato” (13/01), “Unidad ante el fallo final” (14/01), “Calma, el fallo se cumple” (22/01), “Nada que negociar” (29/01) o “Firmeza y decisión” (1/02). Varios de los titulares que hemos resaltado aquí son parte de alguna declaración hecha por el Presidente Humala (OHT) el día anterior, reforzando su figura ante el proceso de La Haya.

Hemos indicado que en *Diario 16* el tema de La Haya no tuvo en sus carátulas tanta presencia como los otros diarios observados. No obstante es notorio cómo resalta la presencia de AGP, y siempre con enmarcamiento negativo. De las seis carátulas que abordan el tema de La Haya antes del día de la lectura del fallo, cuatro de ellas tienen a AGP como sujeto principal. De esta forma los titulares editorializan sobre las propuestas hechas por AGP durante esos días, calificándolas (y calificándolo) de manera negativa, enmarcando al ex presidente como un sujeto ávido de atención¹¹.

Estos titulares fueron: “Por figuretti rompe armonía” (13/01), “Alan se hunde en su ego colosal” (14/01), “Mete más leña al fuego” (20/01) y “Su ego no tiene límites” (23/01). La presencia del Presidente OHT u otros políticos peruanos o chilenos es prácticamente inexistente en los titulares observados.

Nos parece interesante hacer una revisión de los titulares de los diarios los días 27 (día en que se leería el fallo) y 28 de enero (día posterior al fallo).

11 El tema de la necesidad de García de figurar contantemente en el espectro político peruano fue abordado en nuestro trabajo “Del balconazo a la televisión: la telepolítica de Alan García”, en coautoría con Giuliana Cassano.

El 27, tanto *Diario 16* como *La Razón* publicaron un titular que anticipaba el triunfo de la posición peruana (“Hoy recuperamos el mar de Grau”, “Hoy triunfa el Perú”), mientras *La Primera* subrayaba la importancia del fallo (“Veredicto histórico”). En todos los casos, hay una confrontación, que si bien era legal, se resaltaba como una pelea entre Perú y Chile. Vemos incluso que la posición de *Diario 16* supone que el mar había sido arrebatado por Chile, y que éste era un proceso de recuperación de algo que se había perdido.

Para el día siguiente, los titulares de victoria fueron explícitos, llegando a ser muy similares las carátulas de *La Primera* (“Ganamos 50 mil km²”) y *La Razón* (“Ganamos 50 mil km² de mar de Grau”). *Diario 16* por su parte tituló “Victoria de todos”¹². La llamada del titular indicaba “Recuperamos 50 mil km² de mar soberano”, lo cual lo colocó en sintonía con los otros titulares, pero también con su titular del día previo.

Es interesante notar que el día 28 los tres diarios diagramaron su carátula a doble página, e incluyeron el mapa con la delimitación marí-

12 Una de las notas menores de la página hace referencia a Alan García, quien declaró antes que el Presidente Humala, rompiendo el pacto político acordado días antes.

tima determinada por La Haya. La importancia del fallo se magnifica de esta manera, cuando el tamaño de su formato no es suficiente para incluir toda la información textual y gráfica.

Las imágenes de las carátulas

Como hemos indicado previamente, una característica de estos diarios es que sus carátulas comúnmente tienen un gran titular, acompañado de una imagen, lo que ocupa cerca del 80% de la página. Resulta importante observar las imágenes que acompañan a esos titulares, pues no son gratuitas, y por lo general generan sentido o subrayan lo expresado textualmente.

Si observamos la cantidad de carátulas que poseen imágenes que tienen alguna relación al proceso de La Haya, veremos que los números son idénticos a la de los titulares, lo cual es lógico pues las imágenes tienen directa relación con ellos. Sin embargo si observamos qué imágenes han acompañado a los titulares, notamos la diferencia de posiciones e intereses de cada uno de los diarios ¹³.

13 Los números parciales que indicaremos a continuación suman más que el total, pero esto se debe que en varios casos las imágenes de los personajes aquí resaltados iban acompañados de otros de los personajes resaltados—ya sea porque fueron

En el caso de *La Primera*, el presidente OHT es quien más veces (7) aparece en las fotografías, ya sea solo, con otros políticos, o en una fotocomposición con el Presidente Piñera (SPE) o la ex Presidenta Bachelet (MBJ). Por su parte, el presidente chileno SPE aparece 4 veces, mientras que en la última parte del periodo observado aparecen mapas explicando el resultado del fallo.

En *La Razón* la imagen más recurrente es la del presidente SPE, quien ocupó la carátula durante el periodo observado en 20 oportunidades. Las imágenes referidas a las fuerzas armadas (principalmente refiriéndose a la marina o al ejército chileno) ocuparon su carátula en 9 oportunidades, mientras que la ex presidenta MBJ lo hizo en 5. El presidente peruano OHT apareció apenas 3 veces durante el periodo observado, y en ningún la imagen lo mostraba solo.

Como hemos indicado anteriormente, *Diario 16* sólo tuvo 9 imágenes en la carátula. Sin embargo se diferencia de los otros dos diarios al tener AGP mayor presencia que cualquier otro personaje (6 veces). El Presidente OHT aparece en 4 oportunidades (siempre acompañado de otras personas), mientras que el Presidente chileno SPE apenas

retratados juntos, o por una composición fotográfica de la diagramación

aparece una vez, en una imagen junto a su gabinete, y en una carátula compartida con el presidente OHT y los ex presidentes AGP y ATM¹⁴.

Cuadro 5: Imágenes utilizadas como acompañamiento del titular de carátula¹⁵

	Ollanta Humala	Sebastián Piñera	Alan García	Michelle Bachelet	Fuerzas armadas	*Otros
<i>La Primera</i>	7	4	2	2	0	9
<i>La Razón</i>	3	20	2	5	9	6
<i>Diario 16</i>	4	1	6	0	0	3

*otros

Pero además de las imágenes resulta importante observar qué tipo de imagen se ha colocado de cada uno de los líderes políticos señalados, pues como indicamos en nuestro estudio sobre carátulas en coautoría con Luis Olivera, el tipo de imagen también constituye una herramienta de enmarcamiento, y genera significado para el lector.

En el caso de *La Primera*, las imágenes donde se muestra al presidente OHT lo presentan en general en una instantánea de estar hablando¹⁶, ya sea con un micrófono en la mano, frente a un podio, o con la boca entreabierta que se reconoce como esta acción. Esto se relaciona con los titulares que en la mayoría de casos refieren a una declaración del presidente: “El fallo no se negocia” (17/01) “Calma, el fallo se cumple” (22/01) “Nada que negociar” (29/01), etc., mostrando además al Presidente OHT en una actitud calmada, casi cotidiana.

Esto ayuda a enmarcarlo con una imagen de estadista, de presidente firme ante la situación, lo que era considerado necesario en el diferendo que se tenía con Chile ante La Haya. El titular y la imagen del 1 de febrero (“Firmeza y decisión” con imagen Thompson ha indicado que en la cons-

14 Existe otra imagen del Presidente Piñera junto con el Presidente Humala en un recuadro secundario.

15 Solamente contabilizamos aquí las imágenes aparecidas en el titular principal, cuando este se refería al proceso de La Haya

16 Solamente una de las 7 imágenes lo muestra en una foto de grupo, junto con directivos de diferentes medios, donde posa para la foto y no se encuentra hablando.

trucción de la imagen de los gobernantes “la conducta del gobierno requiere de un continuo proceso de toma de decisiones con relación a lo que es necesario hacer público, a quién y cómo.” (Thompson, 1998, p. 185). Lo interesante aquí es que esta construcción de presidente estadista viene del medio, y no del gobierno en esta oportunidad.

En el caso del presidente SPE, en la mitad de las veces en que este apareció en la primera página, se eligió una fotografía que tuviera algún gesto particular, con un enmarcamiento poco positivo. En las carátulas del 21 y 31 de enero se utilizó la misma fotografía del presidente SPE, en un gesto que podría interpretarse como de disgusto, ante situaciones que —de la manera en que el titular era expresado— eran poco favorables a Chile: (A pocos días del fallo) “Piñera pretende negociar” y “Triángulo terrestre es peruano”.

El caso del 29 de enero muestra al presidente SPE (en un fotomontaje con los presidentes OHT y MBJ)¹⁷ con una expresión de sorpresa, que llama más aún la atención frente a las imágenes de los otros dos, que se muestran en actitud de hablar. El

17 Este titular y la imagen hacen referencia a una “reunión cumbre” en La Habana, entre los tres Presidentes, que asistieron a la II Reunión de la CELAC en esa ciudad.

presidente SPE aparece aquí descolocado, como un sujeto que no tiene mucho que decir sobre lo que se estaba discutiendo.

Para el caso de *La Razón* el 63% de las veces las fotografías elegidas del presidente SPE lo muestran con algún gesto llamativo, que en general construye una imagen poco positiva para él. Se advierte que se le enmarca con la idea de estar disminuido, derrotado o temeroso. Por ejemplo, se publican fotografías del presidente SPE donde aparece comiéndose las uñas (“No tenemos miedo a Chile”, 17 enero; “Pudo ser peor para Chile”, 3/02), tomándose la cabeza como si estuviera apesadumbrado (“Chile llora”, 21/01; “Humala rechaza chantaje chileno”, 1/02)¹⁸, con la cabeza gacha o como si estuviera rezando (“Pataleta y llanto en Chile”, 10/01; “Ganamos 50 mil Km del mar de Grau”, 28/01).

En otras fotocomposiciones se le “enfrenta” al ex presidente AGP y al presidente OHT (“El fallo se acata sí o sí”, 22/01; “Alan pone en su sitio a Piñera”, 31/01) donde el presidente chileno pareciera “mirar” con cierto temor o recelo a los presidentes peruanos.

18 Debemos indicar que las imágenes del 17 de enero y del 3 de febrero son la misma, al igual que las del 21 de enero y 1 de febrero.

Por el contrario, las fotografías del 9 y 14 de enero muestran al presidente SPE como si estuviera gritando o hablando enérgicamente (“Piñera se saca la careta”; “Chile: tenemos que acatar el fallo”), de manera que se genera una sensación de cierta agresividad de su parte. Finalmente, la imagen del 23 de enero lo presenta con una expresión de disgusto¹⁹, junto con el titular “Perú bloquea trampa chilena”. Por lo que vemos, las grandes opciones de *La Razón* era enmarcar al presidente SPE como un personaje agresivo, pero temeroso o abatido cuando era confrontado por Perú.

Las pocas apariciones de OHT en carátula, lo exhiben siempre en contraposición a SPE o a MBJ, y ha sido fotografiado mientras hablaba, y acompaña titulares que describen una acción (“Humala cuadra a Bachelet”, 8/01; “El fallo se acata sí o sí”, 22/01; “Humala rechaza chantaje chileno”, 1/02), o un hecho (“Ganamos 50 mil Km del mar de Grau”, 28/01). En todos los casos la imagen tiene una composición en que el presidente OHT está acompañado por otra persona (el presidente SPE en tres oportunidades, la Presidenta MBJ y el presidente AGP en otras), pero siempre es el

¹⁹ *La Razón* utiliza aquí exactamente la misma imagen utilizada por La Primera el 21 y 31 de enero, y que hemos descrito como una expresión de disgusto

presidente OHT quien tiene el mayor tamaño o está por encima de los otros en la diagramación, lo que le da una predominancia y posición positiva o vencedora en la composición. Además, en todas estas primeras páginas los otros presidentes chilenos parecieran reaccionar ante la “intervención” de OHT: agachan la cabeza, observan con temor, quieren decir algo pero no pueden.

Para *Diario 16* las imágenes que muestran al Presidente OHT lo hacen siempre en grupo, sea con los ex Presidentes AGP y ATM (como muestra de unidad ante el fallo) de manera victoriosa frente a funcionarios del gobierno (“Victoria de todos”, 28/01) o en lo que pareciera una coordinación con el Ministro de Defensa y el comandante general de la marina (“Ya estamos en el mar recuperado”, 29/01). Estas imágenes lo muestran con un semblante tranquilo, y en algunos casos casi sonriente, que construye la imagen de un presidente ecuaníme ante el proceso de La Haya.

El caso de AGP en *Diario 16* podría equipararse al de *La Razón* con respecto al presidente SPE, pues son imágenes que han buscado un gesto que reafirme el titular de la primera página, enmarcándolo de manera poco positiva. No puede dejar de notarse que de las 6 imágenes que se eligieron para su carátula cua-

tro de ellas²⁰ muestran a AGP con gestos que genera significación negativa. Tres lo presentan con gesto adusto, casi irritado, acompañando a titulares que adjetivan sus acciones: “Alan se hunde en su ego colosal” (14/01) “Mete más leña al fuego” (20/01) y “Su ego no tiene límites” (23/01). La otra carátula (“Por figuretti rompe armonía antes de fallo de La Haya”, 13/01) lo expone sonriente y soberbio mientras camina. De esta manera *Diario 16* apunta hacia la imagen de un ex presidente que desea figurar constantemente como el líder del país, considerándose el abanderado nato del Perú.

Reflexiones finales

Desde el sector político y de algunos líderes de opinión se dio mucha importancia al proceso llevado a cabo en La Haya. La televisión, algunas emisoras de radio y los grandes diarios dedicaron horas de su programación y páginas al tema. Sin embargo, otros diarios no consideraron el tema de La Haya como un elemento significativo, hasta que estuvo cerca la publicación del fallo. En el caso de los tres diarios revisados, dos de ellos empezaron a tener el titular central de su carátula 20 Nos referimos aquí solo a las imágenes de García que están referidas al tema de La Haya. En el periodo de observación, este diario tuvo a Alan García 15 veces en su carátula

apenas una semana o 10 días antes del fallo, y luego de esa fecha *Diario 16* sólo continuó con el tema dos días; mientras que *La Primera* lo hizo cuatro días más. El único diario que tuvo constantemente el tema en su carátula fue *La Razón*.

Gracias al análisis que hemos realizado, podemos inferir que para los diarios sus agendas particulares marcan la pauta de sus titulares y carátulas, antes que el propio valor de la noticia. En el caso de *La Razón* su interés por el proceso de La Haya tiene que ver con su mira constante a Chile²¹; en tanto que en el caso de *Diario 16* su enfrentamiento con AGP fue principal sustento para sus carátulas con respecto al proceso en La Haya.

Lo que ha sido común en los tres diarios observados, es la posición favorable a la posición peruana, llegando a límites con el triunfalismo. Esta previsible situación favorable se destaca también con respecto al presidente OHT, quien no necesariamente es apoyado en otros temas. Los titulares e imágenes de los diferentes diarios intentan construir la imagen de un líder que dirige adecuadamente y con tranquilidad el proceso.

21 Sale del tema central de este trabajo, pero si uno observa carátulas de este diario en otras épocas, es frecuente encontrar titulares con referencia a Chile o a su dirigencia política.

Igualmente, los tres diarios –aunque en diferente medida– construyen una imagen no positiva de Chile y sus dirigentes. Hay una sensación de necesidad de estar vigilantes ante lo que sucede en el vecino país, creando la idea de que podrían no acatar un fallo que no les sea favorable. El fallo de La Haya fue propuesto como una victoria sin atenuantes, y las voces discordantes no aparecieron en estos diarios en los días siguientes al fallo.

Fuentes de consulta

Carragee, Kevin y Wim Roefs. “The neglect of power in recent framing research”. En: *Journal of Communication*. 2004, N° 54 (2)

CPI (Compañía Peruana de Estudios de Mercado) Lectoría de diarios en Lima Metropolitana.

<http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/>

Dettleff, James y Giuliana Cassano. “Del balconazo a la televisión. La telepolítica de Alan García” en Ponce Matías y Omar Rincón, *Caudillismo, e-política y teledemocracia*. (pp 187-208) Montevideo. Fin de siglo, 2013

Dettleff, James y Luis Olivera. “Primeras planas de diarios enmarcan candidatos: deseos y no realidad” en *Política y comunicación: democracia y elecciones en América Latina* (pp 101-124). Lima. Pontificia Universidad Católica del Perú, 2011

Dor, Daniel. “Intifada hits the headlines” Bloomington, Indiana University Press. 2004

Fontanille, Jacques. “Tensión y significación”. Lima, Univ. de Lima, 2004.

Journalism.Org. “Framing the news: the triggers, frames and messages in newspaper coverage” <http://journalism.org/node/445>, publicado el 13 de julio de 1998. Revisado el 15 de enero de 2014.

KPGM. Estudio de circulación de diarios Perú. <http://www.slideshare.net/proyectogirasol2012/estudio-circulacin-diarios-persepp-y-kpmg> Revisado el 4 de febrero de 2014.

LondonN, Scott. “How the media frames political issues”. <http://www.scottlondon.com/reports/frames.html>, publicado en enero de 1993. Revisado el 18 de enero de 2014.

McNair, Brian. “Cultural chaos. Journalism and power in a globalised world”. New York, Routledge. 2006

Thomsom, J.B. “Los media y la modernidad”. Barcelona. Paidós. 1998.

Thorsen, Einar, Chindu Sreedharan y Stuart Allan “WikiLeaks and Whistle-blowing: The Framing of Bradley Manning” EN: *Beyond Wikileaks* (pp 101-122). Houndmills, Palgrave MacMillan. 2013.

Weldon, M. “Everyman news. The changing American front page”. Columbia, University of Missouri Press. 2008.

Escándalos mediáticos y accountability: la crisis de legitimidad política en el Perú

MEDIA SCANDALS AND ACCOUNTABILITY: THE CRISIS OF POLITICAL LEGITIMACY IN PERU

* Javier Protzel

Resumen

El desfallecimiento de los partidos políticos en el Perú y el crecimiento de la exposición a los medios masivos, han modificado los mecanismos de intermediación política, a lo que se agrega el nuevo espacio de las redes sociales. El periodismo de investigación descubre y denuncia transgresiones que el Estado ignora, lo cual sirve para ejercer una *accountability* vertical. Pero al mismo tiempo, algunos medios masivos elaboran noticias para usarlas a su favor en la lucha política. Por ello, junto a un periodismo ético, existe un periodismo orientado por intereses ocultos, separados uno del otro por una gama de grises. La esfera pública peruana está deviniendo en una sucesión de escándalos y acusaciones que acentúa la pérdida de legitimidad de las instituciones y la fragmentación de la política.

* Profesor-Investigador de la Facultad de Comunicación de la Universidad del Pacífico. Perú.

Palabras clave: medios masivos, accountability, política, escándalos, legitimidad.

Abstract

The weakness of political parties in Peru and growing exposure to the mass media have changed the mechanisms of political mediation, to which the new social networking space is added. Investigative journalism and reporting transgressions discovers that the State ignored, which serves to exert a vertical accountability. But at the same time, some news media developed for use in their favor in the political struggle. Therefore in addition to ethical journalism, there is a hidden agenda driven, separated from each other by a range of grays journalism. Peruvian public sphere is evolving into a succession of scandals and charges that accentuates the loss of legitimacy of institutions and political fragmentation.

Keywords: Media, accountability, politics, scandals, legitimacy.

Introducción

La desconfianza de los peruanos hacia sus instituciones políticas a lo largo de lo transcurrido de este siglo está llegando a extremos insólitos. Un estudio de opinión (Ipsos 2013) atribuye a los partidos políticos y al Congreso de la República una confianza de apenas un cinco y un ocho por ciento respectivamente, mientras la Iglesia Católica y la radio están libres de sospecha para dos tercios de la muestra. La causa inmediata de este recelo frente al Estado se origina en las innumerables denuncias por una variopinta gama de ilícitos e inmoralidades, obra de las autoridades y en general de la clase política, divulgadas desde el periodismo.

Si ponemos estos hechos en una perspectiva más amplia, constatamos que el acceso masivo a la información periodística es un suceso reciente en la historia política. Aumentó de manera notable durante el último cuarto de siglo, tanto en lo que se refiere a medios impresos como en lo que toca a los audiovisuales. Sin tratarse de un incremento lineal, pues el paso que se dio a las imágenes en movimiento y posteriormente al consumo en línea e interactivo, marcaron como vemos saltos cualitativos tanto en la lectura como en la construcción social de la realidad.

Como prácticamente en todo el planeta, esta rápida popularización modifica sustancialmente la acción política y la anuda a las formas de representarla desde patrones y géneros relativamente comunes a escala de cada Estado-nación y a la intensificación del régimen emocional del *infotainment*. Este malestar social frente a los poderes públicos es también indicador de la disonancia entre los recursos de legitimación y vigilancia que el Estado mismo provee para sí y aquéllos que dimanan de la opinión pública.

Los contrapesos para controlar la propia gestión del gobierno del Perú ocupan menos la atención ciudadana (la Contraloría General de la República, el Poder Judicial y el Tribunal Constitucional son también objeto de suma desconfianza en esa encuesta) que el espectáculo mediático de los ‘destapes’ políticos. Me referiré aquí a la instauración de una ‘política del escándalo’ en los medios masivos que repercute en las redes sociales y desarrolla la desconfianza ciudadana en el Perú.

Una poliarquía frágil

Hace unos años el politólogo argentino Guillermo O’Donnell (2001) señalaba que en los Estados democráticos contemporáneos había una ‘institucionalización legal de la desconfianza política’ plasmada

en mecanismos de *accountability* horizontal (o rendición de cuentas entre distintos órganos o agencias estatales) que ha permitido ya no la simple división de poderes, pensada en la Ilustración por Montesquieu, sino una ‘interpenetración parcial de poderes relativamente autónomos y equilibrados’ en sus propias palabras (2001, p. 16). Reparemos en que este control estatal interno contra excesos, intrusiones o corrupción se originó más bien en países (o constituciones) con tradiciones de toma de decisiones consensuadas o, diciéndolo con Lijphart (2000, pp. 227-229), ‘consociativas’, como en los Estados Unidos, contrapuestas a las de gobierno mayoritario, tendientes, como en los presidencialismos latinoamericanos y francés, al predominio del ejecutivo.

Ese desarrollo temprano de la *accountability* horizontal ha reposado sobre periodos largos de estabilidad constitucional y culturas políticas acostumbradas a negociar y respetuosas de los procedimientos. Independientemente de proteger el ordenamiento jurídico, la rendición de cuentas es sobre todo un reclamo social al gobernante emanado de un clima de opinión que estabiliza y orienta los discursos políticos circulantes (Noëlle-Neumann, 2010). Desde el punto de vista legal, la *accountability* vertical, ejercida ‘des-

de abajo’ por la ciudadanía, se realiza primordialmente mediante las elecciones o comicios equivalentes, o también por medio de instituciones públicas (contralorías, poder legislativo, etc.).

Pero la óptica sociológica nos dirá que, sin ser vinculantes, las exigencias de rendición de cuentas consisten en una variedad de sentidos socialmente construidos a los cuales corresponden comportamientos y discursos. Más allá de las transgresiones gubernativas y de las contiendas electorales, estas demandas son un capítulo importante de la política al responder a la multiplicación actual de los asuntos hechos de dominio público, ensanchado además gracias al ejercicio intenso de la comunicación masiva e interactiva. Al respecto hay una distinción útil (Stapenhurst 2000, pp. 2-10) entre la influencia tangible y la intangible de los medios de comunicación.

La primera se refiere a acontecimientos puntuales e infrecuentes que el periodismo detecta, reseña y propala, o bien originados en instituciones oficiales. La influencia intangible es en cambio difusa y acumulativa, formada por una sucesión de acontecimientos de corrupción u otros delitos cometidos dentro de la administración pública, o de aquellos conocidos sin llegar a ser

objeto de acusación. Su sistemática sucesión gana notoriedad, hasta integrarse al clima de opinión con un efecto de bola de nieve.

Sin embargo la observación comparativa de la influencia intangible lleva a constatar que se trata generalmente de escenarios complejos, pues gobiernos, partidos y personas cuentan con asesores expertos en manipular argumentos, dinero y medios de comunicación amigos u obsecuentes, capaces de poner algunas voces en sordina, o bien de desatar verdaderas guerras mediáticas, de cuyo fuego cruzado debe resaltarse dos características. Por un lado, la *accountability* vertical periodística induce una horizontal, pues se involucra a varias agencias públicas de *accountability*, ocasionándose procesos jurídico-políticos en cadena (intervenciones del poder legislativo, procuradurías, contralorías y otras agencias).

Y por otro lado, la aplicación de las normas puede ser arbitraria o perversa según el uso que se haga del derecho procesal y administrativo; de modo que las partes comprometidas, acusados y acusadores terminen permutando roles. En otras palabras, la toma de partido por las mismas agencias de *accountability*, que ofrecen un lamentable espectáculo público. Por supuesto, el aire de familia de lo descrito con la rea-

lidad peruana desde inicios de este siglo es obvio, aunque no falten semejanzas con muchos otros países.

Al respecto resulta práctico emplear también el término poliarquía para denominar al régimen peruano. Este término lo acuñó Robert Dahl (1971) para usarlo alternativamente al de democracia y evitar la multiplicidad de significados atribuidos a esta última, que sería, stricto sensu, un ideal por alcanzar¹. Poliarquía se opone conceptualmente a hegemonía, para definir regímenes en los cuales -más allá de la retórica- el poder está repartido entre una pluralidad de agentes relativamente ajenos entre sí.

Son aquellos Estados-nación que cumplen con ciertos requisitos mínimos de lo convencionalmente llamado democrático, sobre todo elecciones libres con sufragio universal, alternancia en el poder, libertades de información, opinión y asociación, inexistencia de vetos o destitucio-

1 Señala el autor que “el problema de terminología es formidable, pues parece imposible encontrar términos ya en uso que no traigan consigo un gran peso de ambigüedad y un exceso de significado [...] es importante mantener la distinción entre democracia como sistema ideal y los arreglos institucionales que vienen a ser considerados como una aproximación imperfecta a un ideal [...]” (Dahl 1971: 9, traducción nuestra).

nes arbitrarias de autoridades elegidas (Dahl 1971, p. 203). La mayor parte de los países latinoamericanos son poliarquías “pero que exhiben una *accountability* horizontal débil o intermitente” (O’Donnell 1998, p. 9), pues muchos han salido en tiempos recientes de gobiernos autoritarios o en ellos aún gravitan poderes fácticos.

En el Perú esta fragilidad es puesta en evidencia por el casi continuo cuestionamiento a instituciones precisamente encargadas de resguardar la legalidad, y ante sinnúmero de protestas públicas que no logran tener curso de lo cual resulta una ostensible sensación de falta de participación política. Por cierto, no ha dejado de haber elecciones desde 1978 en el Perú, pero de ese procedimiento de *accountability* vertical no necesariamente se colige que haya una democracia, como lo demostró el régimen de Alberto Fujimori entre 1992 y 2000, sino más bien uno de autoritarismo competitivo (Levitsky y Way 2004, p. 161), diferenciado de la democracia como del autoritarismo absoluto.

Los actores y el sistema político fragmentado

Salvo el reconocimiento público positivo a la Defensoría del Pueblo (2013), los organismos estatales que cumplen tareas de fiscalización

son poco conocidos del gran público o bien están desacreditados. Esto viene acompañado de una *accountability* vertical electoral a la vez fragmentada y dispersa, de lo cual resulta una amplia variedad de escenas políticas tanto en lo referido a los asuntos puestos en juego y al tipo de actores, como a la escala territorial de la acción y a los dispositivos de comunicación empleados.

El desbalance entre el aumento de las demandas regionales y locales inducida por el crecimiento de la inversión, y la escasa presencia territorial del Estado ahondó la crisis de los mecanismos partidarios de intermediación, según el análisis de Carlos Meléndez (2012, pp. 27-47) Las agendas políticas nacionales se configuran de manera distinta a las regionales y locales; se orientan por preocupaciones e intereses no menos heterogéneos y poco articulados con respecto a aquéllas, poniendo en evidencia el franco retroceso electoral de los partidos nacionales frente a los movimientos regionales, pues tras varios años éstos se han abierto nuevos espacios con sus propios actores². Los partidos con sede en Lima “[...] no elaboran la experiencia de los gobiernos des-

² Las votaciones de los partidos nacionales en las elecciones regionales disminuyeron de 24% a 10% entre 2002 y 2010, en especial la aprista que cayó de 75% al 34% en ese periodo (Remy 2010).

centralizados, y éstos tienen muy poca incidencia en el Congreso”, según señala María Isabel Remy (Remy 2010)³.

De esta pulverización de las votaciones regionales, que alcanza también a las municipales en muchas provincias, ha brotado sinnúmero de consultas de revocatoria al amparo de la Ley 26300. Hasta 2012 se había vendido la friolera de 12.678 kits electorales, remitiéndose al Jurado Nacional de Elecciones el 9% de éstas, que cuestionaban a 112 organizaciones políticas, de las cuales más de la mitad eran movimientos regionales (JNE 2012). Y el total de consultas de 1997 a fines del 2013 es de 1.161, de las que resultan 1.552 autoridades revocadas (Transparencia 2013, p. 5), cifra que ubica al Perú en los primeros lugares del mundo en la materia. De ello se puede desprender dos hechos. Por un lado, una escisión

3 Este creciente relieve de los movimientos regionales no significa que realicen mejores gestiones gubernativas o que expresen orientaciones mayoritarias. Las elecciones de 2002, 2006 y 2010 se caracterizaron por la alta dispersión del voto y la multiplicación de agrupaciones, que pasó de 8,9 organizaciones participantes en cada región a 11,2 entre 2002 y 2010, y las candidaturas vencedoras se impusieron con porcentajes bajos, en promedio de 28,1% a 31,8% en el mismo periodo (Castro y Torres 2012: 25).

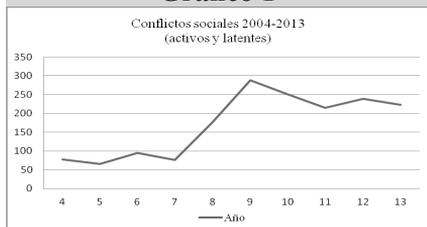
clara entre el ejercicio mediático de la política en y desde Lima, y una variedad de escenarios regionales y locales relativamente aislados entre sí y tendencialmente más autónomos con respecto al centralismo limeño.

Y por otro, la preponderancia de exigencias de rendición de cuentas vertical a escala nacional, con la poca consciencia pública de los mecanismos horizontales. Acotemos que el periodismo de investigación y de opinión asume en ciertos casos una suerte de representación simbólica de aquellos ciudadanos con los cuales sintoniza o al revés provoca rechazos. No obstante, esta escisión entre una capital fuerte y regiones diseminadas encuentra un denominador común en el declive de la legitimidad de los gobiernos, a escala nacional, regional y local.

Indicador elocuente en el regional es el aumento de los conflictos sociales, que según la Defensoría del Pueblo pasaron la barrera de los 200 a escala nacional a partir de 2008, tras haberse mantenido debajo de los 70 hasta 2004 (ver Gráfico 1), mientras en Lima la cantidad de conflictos activos es menor al medírsele respecto al clima de opinión y a la beligerancia en los medios masivos y redes sociales. Según un estudio del Instituto de Opinión Pública de la PUCP (IOP 2013) los

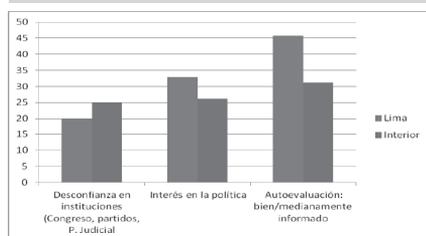
contrastes entre la capital, las ciudades del interior y los ámbitos rurales son claros en materia de desconfianza hacia las instituciones: en la capital duplica a la atribuida en el interior del país. Hay una disociación entre una desconfianza (la limeña) basada más en los atributos percibidos en los actores (cinismo, provecho personal, falsas promesas) y una aceptación tibia en el interior. A su vez estas actitudes corresponden estadísticamente en dicho estudio con la autoevaluación del nivel de información sobre asuntos políticos: más del 45% de los limeños se considera bien o medianamente informado contra apenas 31% del interior, incluyendo las ciudades.

Gráfico 1



Fuente: Defensoría del Pueblo. Reporte mensual de conflictos sociales. Sólo meses de Septiembre. (Elaboración propia)

Gráfico 2



Fuente: IOP-Data, PUCP. (Elaboración propia)

La construcción del sistema de medios peruano

Conviene entonces no ver en los medios masivos, en particular la televisión abierta, un simple vehículo de transmisión de información sino un poderoso constructor social de la realidad en los ámbitos urbanos más poblados del Perú. Quizá no seamos lo suficientemente conscientes de que se trata de una transformación doble. Instrumental, por su funcionalidad, al distribuir información en serie a grandes audiencias, y sobre todo simbólica.

Al modificar la lógica de la representación política sin alterarla en lo jurídico, instaura, gracias a lo audiovisual, otra relación entre el sujeto social y los poderes. Se desarrolla un nuevo modo de comprensión de la política cuando la razón argumentativa, pilar filosófico de la Ilustración plasmado en la escritura que sustenta el pensamiento político moderno, debe acompañar a la emotividad del *infotainment*, pues “[...] la pantalla chica deviene el lugar por excelencia de producción de acontecimientos que tocan al aparato del Estado, a su gestión, y más particularmente a uno de los mecanismos de base del funcionamiento de la democracia, los procesos electorales: ese lugar donde se construye el lazo entre el ciudadano y la ciudad” (Verón 2001, p.42).

Empero esta afirmación de Eliseo Verón se aplica con reservas en el Perú que, como otros Estados latinoamericanos, cuenta con una institucionalidad poliárquica frágil.

Por un lado, no existe una tradición significativa de prensa popular, dado el acceso comparativamente tardío y rápido de las mayorías a la televisión y a la lectura de diarios. Tratándose de Lima, el uso de estos medios es parte del proceso intercultural de apropiación de la modernidad urbana, junto con otros (voto, vestimenta, lengua) a lo largo de más de medio siglo de migraciones. El aumento veloz de la población urbana nacional ha sido paralelo a la expansión de la televisión abierta (ver tabla 1) y la del electorado, lo cual conllevó una transformación cualitativa de las culturas políticas de una parte creciente de la ciudadanía, la cual a su vez se ha casi tri-

2001	70.4%	14,906
2006	72.0%	17,020
2011		18,700
2012	81.5%	

Fuentes: INEI, CPI (Elaboración propia)

plicado en tres décadas. Más recientes son los cambios en la lectoría de diarios, sobrevenidos al voltearse el siglo, que conviene comentar brevemente. La circulación de diarios se redujo a unos 20 ejemplares por 1.000 habitantes a inicios de la década de 1990, a consecuencia de la baja del poder adquisitivo durante la primera presidencia de Alan García. En cambio, la audiencia televisiva se fue consolidando, engrosada por una población migrante que estaba ya en su segunda generación, acorde con su preferencia por el audiovisual y su menor acostumbramiento al texto escrito.

Por otro lado, el afianzamiento de la televisión sobre una población carente de una tradición extendida de lectura en esos años parece haber marcado el derrotero de la prensa escrita, cuyo consumo volvió a incrementarse sólo al voltear el siglo, junto con la mejora del ingreso real. Su manifestación fue el auge de la prensa sensacionalista. La llamada 'prensa chicha' se reforzó desde 1999 gracias al subsidio oculto del SIN para publicar sistemáticamente chismes calumniosos contra los

Tabla 1
Hogares con al menos un televisor (estimados nacionales) y población electoral

AÑO	Hogares con TV. (% nacional)	Electores inscritos (millones)
1980	45%	6,47
1990		10,012
1991	56.0%	

adversarios del régimen autoritario. Pero después de su caída esta prensa barata en calidad y precio resultó ser una fórmula comercialmente exitosa. La jerga ingeniosa, el humor, a veces sardónico, la diagra-mación estridente y coloreada con anuncios de hechos escandalosos expresan el sentir de un nuevo mercado, según Marcel Velásquez de “[...] una cultura plebeya donde lo oral y lo visual son más importantes que los razonamientos escritos, y donde abunda la parodia y la ridiculización de algunas figuras asociadas con el poder político” (Velásquez 2007, p. 187).

Después de la fuga de Fujimori la prensa chicha devino en el gran recurso del medio impreso peruano. Ha ido progresivamente transformándose, al adosársele una mayor cantidad de información u opinión política, o a la inversa, poniéndole estilo ‘chicha’ a más de una publicación de oposición. En 2001 El Comercio lanzó el tabloide achichado *Trome*, cuya lectoría abarca a más del 40% de los lectores de diarios, casi el doble que *El Comercio* mismo. No hay extremos antagónicos prensa seria/prensa sensacionalista, sino una variedad de híbridos con múltiples géneros (Velásquez 2007, p.184) ⁴.

4 De 2007 a 2011 la circulación de diarios a escala nacional se elevó de 1’199.278 ejemplares a 1’804.703.

Debo resaltar dos aspectos en estos cambios. Primero el declive de la militancia que caracterizó al Perú de las dos décadas anteriores seguido del repliegue popular hacia la esfera privada tras estabilizarse los precios mediante el ajuste estructural de inicios de los noventa. Para Martín Tanaka (1999, pp. 427-430), la disminución del activismo partidario no significó la desaparición de las inquietudes por el progreso; fue un reenfoque más pragmático y desideologizado, que fortalecía las orientaciones hacia el éxito personal o familiar, y a buscar otros tipos de identificación colectiva. Ese nuevo peldaño en la adquisición de la ciudadanía pasaba por la vitrina de los medios y una mirada popular de conjunto hacia el acontecer político.

Segundo, el sistema político también cambió gracias a una erosión de las agrupaciones políticas ‘tradicionales’ rayana en el colapso. Se ha tratado fundamentalmente del establecimiento casi a escala planetaria de un nuevo espacio público de los medios (Ferry 1992). Lo cual no es ajeno a la computarización de las técnicas de producción, edición y transmisión audiovisual durante

Y en 2012 *Trome* se ubicó entre los primeros de América del Sur al vender más de medio millón de ejemplares sólo en Lima, y contar con más de dos millones de lectores. Esta última cifra equivale a unos 60 ejemplares por mil habitantes.

la década de los ochenta, que funcionalizó mundialmente los géneros periodísticos televisivos a las exigencias de la democracia masiva (Verón 2001).

Los fracasos gubernativos peruanos de esa misma década y su descrédito fueron un añadido local a las dificultades enfrentadas ya por los partidos políticos en otros horizontes para poder funcionar con eficacia, entrampados a menudo en lastres burocráticos y clientelismos, ante electorados devenidos en oceánicos e inalcanzables. La televisión abrió a los conductores políticos una excelente ventana para dirigirse al país a mucho menor costo, y mayor rapidez.

La política en la televisión significa dirigirse a un público amplio y no militante ciñéndose a exigencias dramáticas que soslayan el carácter colectivo de un partido y la densidad de ideas que lo caracterizan. Hay por tanto bastante más que un deslizamiento semántico en la noción de ‘representación’ en el paso de la política partidaria a la televisiva, cuando las decisiones de voto se toman sobre simpatías personales suscitadas por un candidato que trabaja con las técnicas prefabricadas del *marketing* político.

Antes las condiciones de la crisis peruana, la televisión reestructuró

los patrones de intermediación entre sociedad política y sociedad civil con más intensidad que en otros países —Chile, Bolivia o Argentina— quitándoles a los partidos el protagonismo que tuvieron precisamente hasta la penúltima década del siglo pasado⁵. Sin profundizar en este fenómeno, ya ampliamente discutido en el Perú (Grompone 2005, pp. 117-175; Tanaka 2005, 1998, p. 235; Tuesta Soldevilla 1994, pp. 39-40), subrayemos que la construcción del espacio público de los medios se hizo más compleja dada la importancia de los poderes fácticos que respaldaron al autoritarismo fujimorista.

A diferencia de Chile, donde después del referéndum de 1989 la Concertación por la Democracia consolidó su condición de coalición de partidos después de la salida del gobierno de Pinochet manteniéndola de ahí en adelante, el Perú post-Fujimori no ha conocido un verdadero reflorecimiento de los partidos. Se ha mantenido en cambio la influencia de los medios masivos, libres ya de la captura montesinista,

5 La caída del voto por los partidos político ‘tradicionales’ se consumó en las elecciones del año 2000, cuando la suma de todos éstos quedó en cero, después de haber llegado a su cénit en las de 1985. Al elegirse a Fujimori en 1990 habían bajado a 69% y en 1995 eran de apenas 5% (Tanaka 2001: 66).

como si el déficit de legitimidad gubernamental lo supliesen los medios, que a la inversa, resultan empoderados.

Pese al retorno al Estado de derecho, algunos aspectos del patrón de funcionamiento de la comunicación política de la década de 1990 se ha mantenido con una modalidad más benigna. La lógica de producción de acontecimientos propia de la neotelevisión, mediante cadenas de operadores que incluyen políticos, asesores, periodistas, publicistas, editores y gerentes de medios, subsiste. Aunque el ordenamiento jurídico no lo diga, la lógica de la comunicación política ha convertido a los grandes medios en poderes fácticos, puesto que la producción de la noticia también requiere de un sistema social interno en el cual hay costumbres e intereses que convergen o chocan.

La asimilación de los dispositivos contemporáneos de comunicación se inserta necesariamente en las culturas políticas existentes transformándolas, pero sin buscar hacerlas desaparecer. Se asumen transversales y afectan a todos los actores participantes en la diversidad de sus discursos y miradas, constituyendo estilos singulares de relación medios-política mostrados en los diversos estudios comparados.

Emoción y comunicación: política del escándalo

Quiero referirme aquí a cómo los medios masivos y en línea le construyen al ciudadano un sentido común de la esfera pública, un fenómeno mundial que adquiere rasgos particulares en el Perú. El auge del audiovisual, al que se añaden la prensa chicha y los mensajes instantáneos y breves en las redes, están reforzando una transformación de las representaciones sociales de los actores políticos que en cierto modo funciona como una profecía autocumplida, pues los estereotipos imaginados y enunciados resultan tener un efecto político real.

La oralidad secundaria (Simone 2001; Ong, 1993), vale decir el uso y transcripción al texto escrito del habla cotidiana se hace tanto más frecuente en cuanto la comunicación (correo electrónico, mensajes SMS, *Facebook*, *Twitter*) simplifica y acelera la producción de sentido haciéndola elíptica, metonímica y fácil. Por baja lectoría entendemos también una alta oralidad, pues no se lee una columna de opinión como se escucha el flujo verbal del noticiero televisivo, ni las opiniones del público en la radio o los tuits sarcásticos en el celular.

Existen por lo tanto desbalances a escala del conjunto de la sociedad

entre los distintos parámetros conceptuales –de relación entre lo concreto y lo abstracto- establecidos según esta variabilidad de exposiciones a los lenguajes de los medios. Esta reflexión no busca equiparar una ‘buena’ cognición con la racionalidad pero sí vincular el ámbito de la cognición política con el de las emociones, de las que está cargada buena parte de los contenidos mediáticos. Hay entonces una política simbólica sostenida ampliamente por el acceso a las tecnologías de la información y a los mecanismos de intermediación desarrollados merced al declive de los partidos.

Manuel Castells ha incursionado en los hallazgos de las neurociencias para argumentar que cognición y emoción conviven en la formación de las actitudes políticas, y aun cuando hay una contradicción entre éstas, las emociones no son descartadas; al contrario “[...] un mayor grado de conocimiento proporciona a la gente más recursos intelectuales para una autorracionalización que apoye sus interpretaciones erróneas inducidas por las emociones” (Castells 2009, p. 212). Igualmente, ha constatado que las imágenes televisivas son “[...] un estímulo equivalente a las experiencias vividas” (Castells 2009: 215).

Los estudios de Graber por su lado revelan que las ‘rutas’ recorridas

por los mensajes en el cerebro, y por ende su eficacia, varían según el tipo de estímulo provocado de acuerdo con los significantes empleados (Graber 2012, pp. 9-11). Afirmemos por ende que la comunicación oral y la imagen visual remiten a la corporeidad y se enlazan rápidamente con las emociones.

Este marco permite entender cómo la personalización de los liderazgos por encima de sus organizaciones y sus doctrinas se ha asentado casi en proporción inversa a la crisis del sistema de partidos, haciendo del *marketing* un arma de lucha. El destino de los independientes y los *outsiders* providenciales se juega crecientemente en la apelación a las emociones. Así las identificaciones y animadversiones venidas con esta personalización de la política, degradan la representación política a favor de la simple representación-espejo, a preferencias o simpatías en función de apariencias y a rechazos por estereotipos mediáticos.

Esta situación debe entenderse como un fenómeno de visibilización de la acción política, pero también de una narrativización que retoma la longeva tradición caudillesca peruana en versión nueva. Subrayemos con Castells que al prestársele más atención a la información que provoca ira (2009, p. 204), la propaganda negativa tiende

a ser más influyente que la positiva, por lo cual “[...] existe una tendencia generalizada en el mundo a utilizar información destructiva como táctica predominante en las campañas políticas [...]” (Castells 2009, p. 319), como lo comprueba una investigadora estadounidense (Arsenault 2008) que documenta este incremento del número de ‘destapes’ mediáticos acerca de la corrupción y otras transgresiones en el desempeño público y en la vida personal en muchos países.

Como sabemos, la expresión peruana más elocuente, y en cierto modo inaugural, fue la prensa chicha y audiovisual teleguiada desde los servicios de inteligencia al terminar el siglo pasado. Después, el uso de dispositivos digitales de comunicación confluyó con la fragilidad institucional y el descontento hacia los gobiernos posteriores al fujimorato, lo cual mantuvo veladamente la condición de poder fáctico de los medios más poderosos. Se tipificó la variedad nacional de lo que Castells llama ‘la política del escándalo’, consistente en sucesivos relatos destinados a provocar la repulsa pública en torno a una revelación inicial acerca de hechos ilícitos o sospechosos cometidos por personajes notables de la esfera pública.

Éstos son seguidos de una larga cadena intertextual de hallazgos, de

opiniones y debates entre analistas influyentes en el clima de opinión, propiciando numerosos comentarios ‘de rebote’ en las redes sociales que expresan in vivo la indignación suscitada por la noticia o su procaz aprobación. Esta forma de *infotainment* viene captando un interés creciente del público, a juzgar por los sondeos, al mismo tiempo que pretende tocar las fibras morales de la ciudadanía para dañar a algún personaje o causa política. Una mayoría internacional de estudiosos percibe que el uso mediático del escándalo va en aumento debido a la especificidad alcanzada por esta política mediática (Castells 2009: 328).

Sin haber contabilizado los escándalos mediáticos, la hipótesis forzosa es que el Perú no se queda atrás. Un cuadro comparativo (Latinobarómetro 2011, p. 14) muestra que la satisfacción con la democracia peruana (entre quienes declararon apoyarla) había sido muy baja durante la primera década del siglo (31%), lo cual además se condice con el índice (el más bajo del continente salvo el dominicano) de distancia entre gobernantes y pueblo (Latinobarómetro 2011: 23) ⁶. Por otro lado, la percepción

⁶ Apenas el 15% declaró que el país está gobernado para beneficio de todo el pueblo, en contraste con el 54% de la muestra uruguaya, el 30% de la boliviana, y el 25% de la colom-

de corrupción en el Estado ha llegado a sus niveles más elevados en 2013 (58%), junto con la tolerancia (media y alta) hacia la corrupción (83%), devenida por ello en un mal social (Proética 2013).

Admitiendo que esta menguada legitimidad de las instituciones se relaciona con la visibilización, me pregunto en cuánto contribuye esto a la *accountability* peruana. A juzgar por los numerosos casos de corrupción detectados por el periodismo y hechos de dominio público para luego ser trasladados a las autoridades, el saldo sería ampliamente positivo, comenzando con la revelación de los ‘vladivideos’. El desarrollo del periodismo de investigación después de este acontecimiento ha sido notable, pues independientemente de entidades especializadas, en algunos medios se instalaron ‘unidades de investigación’.

Silvio Waisbord realizó una evaluación favorable del periodismo investigativo sudamericano de la década de 1990 (2000, pp. 243-250) distinguiendo entre *investigative reporting* y *muckracking* (prensa chismosa y sensacionalista). En mi opinión, la claridad de esa diferencia se ha atenuado en el Perú después de la aparición de su libro, pues la sofisticación del periodismo que

biana.

denuncia la corrupción en la clase política en resguardo de la ética gubernativa y la vigilancia democrática puede ser técnicamente emulada mediante investigaciones que van en el sentido opuesto, con el fin de ser utilizadas en la lucha política.

La abundancia de intermediarios espurios en la arena política es un subproducto de la descomposición partidaria y de las redes de corrupción que sobrevivieron al fujimorato. Hay militares y policías retirados con capacidad de vender o elaborar información obtenida mediante interceptaciones telefónicas, de correo electrónico, e incluso de videos subrepticios, cuyo perfeccionamiento técnico propicia esos ‘chuponeos’. Como señala Gustavo Gorriti “[...] los mejores interceptadores quedaron en libertad, la mayoría de la Marina, perdieron el SIN [Servicio de Inteligencia Nacional, J.P.] pero ya estaban en el mercado, en las corporaciones y sus gremios” (Gorriti 2009, p. 118).

Waisbord (2000, pp. 93-117) ya mencionaba que las fugas de datos espinosos confidenciales por informantes de los servicios de inteligencia, a veces vengándose de sus superiores, fueron una fuente útil para la investigación periodística latinoamericana en los noventa. En 2013 constatamos que casi la totalidad de los casos de corrupción u

otros delitos que comprometen el prestigio o la estabilidad de las instituciones políticas se originaron en los medios masivos de comunicación. Pero las diferencias perceptibles con el pasado reciente radican en que algunas revelaciones parecen responder al interés de algún grupo por descalificar a un eventual adversario, o bien se adivina tramas complejas de poder que comprometen a varios actores, mientras el beneficiario permanece en la sombra.

Lo que sí observamos es que la instrumentación política de los medios se desplazó de un dispositivo de poder centralizado, estatal y ejercido en la sombra, a uno disperso y privatizado, en cuya multiplicidad los operadores atraviesan fronteras permutando roles: espías interceptados y periodistas interceptadores. En suma, la sucesión de casos de este tipo da cuenta de la precariedad de la democracia (o poliarquía) peruana, en coincidencia con el diagnóstico de Eduardo Dargent (2011) sobre las frágiles convicciones de las élites y de algunos grandes medios (2011, pp. 41-42).

Conclusión

La línea de demarcación entre investigación periodística y política del escándalo la establecen la ética, la seriedad intelectual en el trabajo periodístico y una dosis de valen-

tía. El panorama actual no favorece mucho la difusión a gran escala de este periodismo. Sus análisis son densos como un guión laberíntico, costosos, e incómodos para los propietarios de los medios. No obstante es gracias a éstos que podría fortalecerse una *accountability* vertical, capaz de reflejar el ideal republicano de transparencia de los gobernantes hacia los ciudadanos Empero, el uso de las redes sociales inducido por las tecnologías de comunicación interactiva puede ser una herramienta de expresión libre, denuncia y convocatoria. Aunque su desarrollo político es todavía incipiente en el Perú, el rol que desempeña en otros países (Castells 2012) permite augurarle un futuro prometedor.

Fuentes de consulta

Arsenault, Amelia (2008). "Scandal Politics in the New Media Environment". Analytical Note Spring 2008. En Scandal Politics Review. https://www.academia.edu/444255/scandal_politics_in_the_new_media_environment._Analytical_Note_Spring_2008 <Consulta: 12 de noviembre de 2013>.

Asociación Civil Transparencia (2013). Revocatoria, Control y Gobernabilidad Democrática. *Cuadernos para el Diálogo Político I*. Lima, Perú: Asociación Civil Transparencia

- Castells, Manuel (2012). *Networks of Outrage and Hope. Social Movements in the Internet Age*. Londres: Polity Press. 2009. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Castro, Juan F. y Torres, Javier (2012). *Cambios en las reglas electorales, número de partidos y dispersión del voto: una primera aproximación*. Lima: CIUP/CIES.
- Corporación Latinobarómetro (2011). “Informe de Prensa Latinobarómetro 1995-2011 Perú” <http://www.latinobarometro.org/latContents.jsp> <Consulta: 29 de octubre de 2013>.
- Dargent Bocanegra, Eduardo (2011). *Demócratas precarios. Élités y debilidad democrática en el Perú y América Latina*. Lima: IEP.
- Defensoría del Pueblo (2013). “Reporte mensual de conflictos sociales n. 116, octubre 2013”. Lima: Defensoría del Pueblo.
- Ferry, Jean-Marc (1992). “Las transformaciones de la publicidad política” En Ferry, J-M. et al (eds). *El Nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.
- Grompone, Romeo (2005). *La escisión inevitable. Partidos y movimientos en el Perú actual*. Lima: IEP.
- Gorriti, Gustavo (2009). *Petroaudios. Políticos, espías y periodistas detrás del escándalo*. Lima, ed. Planeta.
- Graber, Doris (2012). *On Media. Making Sense of Politics*. Boulder y Londres: Paradigm Publishers.
- Instituto de Opinión Pública PUCP (2013). “Conflictos sociales y representación política” Serie Informes de Estudio n. 1. Lima: PUCP.
- Ipsos Perú (2013). “Opinión Data. Resumen de encuestas de opinion pública”. Año 13, n.171. Lima, septiembre. En http://www.ipsos-apoyo.com.pe/opinion_publica <Consulta: 18 de octubre de 2013>.
- Jurado Nacional de Elecciones. Dirección de Registros, Estadística y Desarrollo Tecnológico (2012). *Consulta popular de revocatoria de autoridades regionales y municipales 2012. Estadística*. Lima: Jurado Nacional de Elecciones.
- Levitsky, Steven y Way, Lucan A. (2004). “Elecciones sin democracia. El surgimiento del autoritarismo competitivo”. En *Estudios Políticos No. 24. Medellín, enero-junio 2004* Estudios Políticos No. 24. Medellín, enero-junio.
- Lijphart, Arend (2000). *Modelos de democracia*. Barcelona: Ariel.
- Meléndez, Carlos (2012). *La soledad de la política. Transformaciones estructurales, intermediación política y conflictos sociales en el Perú (2000-2012)* Lima: Mitin.
- Noëlle-Neumann, Elisabeth (2010). *La espiral del silencio. Opinión pública, nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- O'Donnell, Guillermo (2001). “Accountability horizontal. La institucionalización legal de la desconfian-

- za política”. En POSTData, *Revista de reflexión y análisis político*, n. 7. Buenos Aires, mayo.
- O’Donnell (1998). “Accountability horizontal”. En *Estudios políticos*, n. 19, cuarta época, septiembre-diciembre. México DF.
- Ong, Walter (1993). *Oralidad y escritura. Tecnologías de la palabra*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Proética (2013). VIII Encuesta Nacional sobre percepciones de la corrupción en el Perú.
<http://www.proetica.org.pe/biblioteca-digital/> <Consulta: 4 de noviembre de 2013>.
- Remy, María Isabel (2010). “Un balance final de las elecciones municipales y regionales: ¿en qué punto quedaron los partidos políticos?” En *Argumentos. Revista de análisis y crítica*. Edición 5. Lima: IEP. En http://www.revistargumentos.org.pe/un_balance_final_de_las_elecciones_municipales_y_regionales_.html <Consulta: 25 de octubre de 2013>.
- Simone, Raffaele (2000). *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*. Madrid: Taurus.
- Stapenhurst, Rick (2000). “The Media’s Role in Curbing Corruption”, WBI working papers. World Bank Institute, 2000.
- Tanaka, Martín (2005). *Democracia sin partidos, Perú 2000-2005. Los problemas de representación y las propuestas de reforma política*. Lima: IEP. 2001. “¿Crónica de una muerte anunciada? Voluntarismo, determinismo, actores y poderes estructurales en el Perú 1980-2000”. En Marcus-Delgado, J. y Tanaka, M. *Lecciones del final del Fujimorismo*. Lima: IEP. 1999. “Del movimientismo a la media-política. Cambios en las relaciones entre sociedad y política en el Perú de Fujimori”. En Crabtree, John (ed.) *El Perú de Fujimori*. Lima: CIUP/IEP. 1998. *Los espejismos de la democracia. El colapso del sistema de partidos en el Perú*. Lima: IEP.
- Tuesta Soldevilla, Fernando (2013). “Cuandovotar es una molestia”. Artículo en *La República*, 7 de noviembre. 1994. *Perú político en cifras. Élite política y elecciones*. Lima: Fundación Friedrich Ebert.
- Velásquez, Marcel (2007). “El mal/estar en la cultura chicha: la prensa sensacionalista”, en López Maguiña, Santiago et al. *Industrias culturales. Máquina de deseos en el mundo contemporáneo*. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.
- Verón, Eliseo (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.
- Waisbord, Silvio (2000). *Watchdog Journalism in South America. News, Accountability and Democracy*. Nueva York: Columbia University Press.

Spots electorales de las Presidentas en Latinoamérica

ELECTORAL SPOTS OF THE PRESIDENTS IN AMERICA LATIN

* *Luciana Panke*

Resumen

El texto presenta el análisis de *spots* de candidaturas femeninas de las cuatro mujeres electas para gobernar sus países en Latinoamérica, entre 2010 y 2013. Fueron analizados: 62 *spots* de Dilma Rousseff, Brasil -2010 (1° e 2° vueltas), 15 de Laura Chinchilla, Costa Rica-010, 32 de Cristina Kirchner, Argentina-2011 y 68 de Michelle Bachelet, Chile - 2013 (1° e 2° vueltas), totalizando 177 vídeos. Observamos que tanto las mujeres candidatas se presentan dentro de padrones preestablecidos, cuanto que el universo femenino presente en los videos reflejan estereotipos semejantes en los países analizados.

Palabras clave: comunicación política, comunicación electoral, política latinoamericana, género femenino.

* Postdoctora en el cuerpo académico Comunicación Política de la UAM

Abstract

The text presents the analysis spots of the four women candidates women elected to govern their countries in Latin America between 2010 and 2013 were analyzed: 62 spots Dilma Rousseff, Brazil - 2010 (1st and 2nd rounds) 15 Laura Chinchilla , Costa Rica - 2010, 32 of Cristina Kirchner, Argentina - 2011 and 68 of Michelle Bachelet, Chile - 2013 (1st and 2nd rounds), totaling 177 videos. We observed that women candidates are presented within the established standards, as present in the videos female universe reflect similar stereotypes in the countries analyzed.

Keywords: Political communication, electioneering communication, Latin American politics, female.

Introducción

En 2014, América Latina presentó un hecho inédito en su historia. En el momento había simultáneamente

cuatro presidentas: Dilma Rousseff (Partido de los Trabajadores, Brasil), Cristina Kirchner (Frente para la Victoria, Argentina), Michelle Bachelet (Partido Socialista-Chile) y Laura Chinchila (Partido Liberación Nacional-Costa Rica). De acuerdo con reporte publicado por ONU Mujeres, en junio de 2013, ocho eran Jefas de Estado y había 14 Jefas de Gobierno. Ruanda es el país del mundo con mayor número de parlamentarias (un 56,3 % de los escaños de la cámara baja).

Por otro lado, el documento enseña que hay 37 Estados donde las mujeres representaban menos de 10% del total de las y los parlamentarios. En las Américas, 22,8 % y en Europa 21,1% de los parlamentos (asambleas y senados) están conformados por mujeres, un número poco arriba de la media mundial que suma 20,9% mujeres en esa posición. “En el mundo progresista, las sociedades prefieren cada vez más a las mujeres en el poder porque encuentran una manera de gobernar más eficiente, transparente e inteligente” (Cepeda, 2013, p.45)

Nicaragua es el país latinoamericano con más participación femenina, y está en noveno lugar mundial, con 40,2%. Varios factores influyen en la poca participación de las mujeres en la política, entre los cuales, están los sociales como la cultura

patriarcal, los sistemas políticos, el machismo y la misoginia.

Aquí vamos a presentar una tipología de mujeres encontrada en los *spots* en campañas electorales femeninas en Latinoamérica. Nuestro objetivo es verificar si los estereotipos son parecidos en la región y proponer conceptos, basados en la investigación empírica que se describe en seguida.

***Spots* electorales en campañas de mujeres candidatas**

Cada campaña es única y, exactamente de la misma manera, cada candidatura también lo es. Hay que definirse el concepto rector para plantear todas las acciones. “El concepto rector debe ser, entonces, el filtro que se utilice para evaluar cualquier acción o plan, las tácticas y las herramientas que se usarán durante toda la contienda”. (Ibinarriga, Hasbun, 2012, p. 39).

Iten y Kobayashi (2002) señalan que una candidatura femenina, por si misma — una “(casi) novedad”— es un instrumento de diferenciación debido al escaso número de mujeres que ingresan en la carrera política. “La agregada representatividad de una candidatura femenina puede simbolizar para las propias mujeres, el espíritu de iniciativa, independencia, defensa de minorías o de las

causas humanitarias”. (Iten y Kobayashi , 2002. p.126). Los consultores presentan las mujeres asociadas con los factores que se relacionan con la sensibilidad, “defensa de las minorías o de las causas humanitarias”, sin considerar en ese comentario que una mujer puede obtener destaque en áreas como economía, infraestructura y obras en general.

No solamente el contenido del discurso nos indica la manera con que las mujeres son representadas en las campañas electorales de otras mujeres, sino que las imágenes, sonidos y aspectos corporales nos regalan informaciones fundamentales para entender cómo eso funciona. Con ese entendimiento es posible apuntar hipótesis si las propias mujeres refuerzan estereotipos de género, si apoyan la liberación de la mujer o si no insertan el género en su agenda temática, tampoco enseñan mujeres en papeles tradicionales en la sociedad, exponiendo equidad en su campaña.

Empezamos, de ese modo, a exponer sobre la teoría de los *spots* con el objetivo de aclarar lo que se entiende por esa herramienta de comunicación electoral. Un *spot* es un medio que puede ser solamente de audio o también audiovisual, cuyo reto es presentar los mejores aspectos de una candidatura. De acuerdo con las leyes de cada país,

esos elementos de comunicación son adoptados o no en una contienda. Además, son conocidos como estrategias de aire, o sea, una comunicación unilateral y transmitida masivamente al elector. Los *spots* forman parte de un conjunto de acciones en una campaña electoral, en general, para sintetizar el posicionamiento y reforzar el principal mensaje de la candidatura. Proponemos el siguiente concepto para los *spots* electorales, con énfasis al objeto de nuestro estudio que son los *spots* transmitidos por televisión:

El *spot* electoral es un medio audiovisual de poca duración temporal, transmitido por televisión o Internet, que resume el posicionamiento del candidato(a) y debe presentar, obligatoriamente, nombre, número, partido de la candidatura, a través de una combinación de múltiples leguajes: visual (imágenes, colores, escenario, edición, participantes, entrevistados, personajes, postura corporal del candidato(a); sonora (tono del discurso, tono de la voz, banda sonora, jingle, ruidos ambientales); lingüístico (contenido del discurso codificado por el idioma en sí). (Panke, 2014).

Sabiendo que lo que se va a destacar en los *spots* son las características personales, hay que considerar lo que Merlinsky (2001) apunta como imágenes de género. “El concepto

de imágenes de género se refiere a un conjunto de representaciones que tanto hombres o mujeres tienen: a) sus propias posiciones relativas y roles en cuanto varones y mujeres; b) las posiciones y roles del sexo opuesto, y c) el valor social relativo de ser varón o mujer” (Merlinsky, 2001, p. 108). Esas asociaciones son todavía más importantes en candidaturas de mujeres, una vez que a los hombres no les pide que refuerzan sus capacidades en función de su género. Para las mujeres, sí es solicitado, implícita o explícitamente.

Metodología de análisis

La tipología que proponemos está fundamentada en el estudio que realizamos actualmente respecto de las campañas electorales a Presidencia de la República de candidatas latinoamericanas. Aunque el corpus original de la investigación esté conformado por 25 campañas, aquí presentamos los resultados del análisis de 177 *spots* de las cuatro campañas electorales femeninas victoriosas en Latinoamérica en los últimos años. Buscamos países donde las candidatas lograron vencer, No obstante, también verificamos otras candidaturas menores. Lo que nos importa no son los resultados en las urnas, sino cómo ocurrieron las representaciones del universo femenino en esos *spots*.

Por lo tanto percibimos la existencia de estereotipos en las candidaturas y en las mujeres que aparecen en los videos. Los estereotipos son imágenes mentales de acuerdo con determinados aspectos o estructuras cognitivas que contienen expectativas sobre lo que se espera de un grupo o categoría.

El corpus empírico que presentamos aquí, corresponde a: 62 *spots* de Dilma Rousseff, Brasil-2010 (1° e 2° vueltas), 15 *spots* de Laura Chinchilla, Costa Rica-2010, 32 *spots* de Cristina Kirchner, Argentina-2011 y 68 *spots* de Michelle Bachelet, Chile-2013 (1° e 2° vueltas), totalizando 177 videos¹.

Con el estudio es posible advertir que esos estereotipos relacionados con los roles de las mujeres en la sociedad, son muy semejantes en los países analizados. Aunque, como enseñaremos en los ejemplos, las candidatas se presenten como trabajadoras y guerreras, todavía hay opciones estratégicas donde los consultores sitúan a la candidata en otros roles. Aquí debemos observar dos aspectos:

- 1) La candidata en los *spots* (su imagen, su discurso y todos los aspectos de lenguaje antes citados);
- 2) La presencia del universo

¹ Disponíveis em www.youtube.com/ocanalpanke

femenino y otras mujeres en sus *spots* (discurso sobre agenda de género u otros temas relacionados a las mujeres, mujeres que componen los *spots*).

Una vez que las candidatas no están presentes en todos los *spots* transmitidos, elegimos presentar los datos sumando: la imagen de la candidata y las imágenes de las mujeres en los vídeos. Con eso, nuestra propuesta apunta las siguientes tipologías:

Ama de casa. Es necesario subrayar que la diferenciación del espacio público y privado para resaltar ese rol. Mientras el hombre parece destacarse en el espacio público, la mujer tiene el hogar como el espacio privado como suyo. En general, es donde la mujer ejerce dominio y en la falta de tener otro espacio para sobresalirse, muchas veces lo asume como su lugar de voz y vez. Rol femenino que apunta que las mujeres son las responsables por la organización del hogar.

Es uno de los aspectos que agregan a las mujeres dobles, triples, múltiples responsabilidades por si acaso trabajen afuera de la casa o tengan hijos y pareja. Importante destacar que los discursos sociales se muestran los hombres como auxiliares para la mujer en las tareas domésticas y no como los responsable total/compartida. En esa atribución, los

hombres aparecen como secundarios y las mujeres como centrales.

Guerrera. Aquí están las mujeres líderes, las que luchan y, muchas veces, son las que rompen las reglas sociales. Podemos observar dos aspectos en esa tipología. Por un lado, está el liderazgo femenino: mujeres líderes, que hablan por sus grupos sociales, dicen lo que otros no pueden/quieren decir. Son como voceras de determinados grupos e ideas. De otro lado, también pueden encontrar otras manifestaciones de ese liderazgo como la agresividad, asociada con el universo masculino. En esa otra manera de ser guerrera, están los discursos duros, las críticas y la masculinización. Son mujeres que se exponen en la política aproximándose demasiado de roles masculinos desde sus ropas, forma de peinarse, tono de voz, contenido de los discursos. Por lo tanto, en esa categoría podemos ver dos subcategorías: la mujer guerrera líder y la guerrera masculinizada.

Madre. Papel central de la mujer en la sociedad latinoamericana. La maternidad es rol principal de las mujeres latinas, esa función está cerca del papel sagrado de generación de una nueva vida y también de la cuidadora de los demás. Mujeres que optan por no ser madres sufren, en buena parte de los casos, prejuicios y, a veces, también necesitan justifi-

car su decisión. De acuerdo con Zaremberg (1989, p. 69), “en América Latina, este papel de ‘supermadres’ se ve alimentado por un sustrato cultural asentado en ‘la reaccionaria cristiandad católica romana que existe en los países latinoamericanos’”. Las súpermadres son las súperprotectoras, las que tienen la última palabra dentro de la casa y la gran consejera de la familia. Es la dominante en el espacio privado de la sociedad.

Pendiente. Es la cuidadora: una tendencia del universo femenino estar pendiente de los otros, independiente de pertenecer a su familia. Maestras, médicas, policías y todas las ocupaciones que representan cuidar del bienestar de los otros están asociadas con esa característica. “Los trabajos que realizan estas madres públicas son considerados femeninos, por ser reproductivos y, aun, cuando ocurren en espacios públicos, son concebidos culturalmente como extensiones de la maternidad” (Lagarde, 2006. p. 397).

En la política es la candidata que se posiciona como la que va a cuidar de su gente y es un discurso muy repetido en las candidaturas, aunque no sea algo exclusivo de los discursos de mujeres. “Los estudios de género han demostrado que la tendencia ‘exagerada’ de las mujeres a cuidar de los otros se puede

interpretar como un comportamiento de sumisión”. (Llombart, 2007, p.38) Inicialmente proponíamos la categoría “sumisa o subordinada” considerando los casos de los *spots* donde las candidatas se anclaban en varones. En campañas electorales son las candidatas que están fuertemente relacionadas con alguna figura masculina prominente.

Además ser un apoyador conocido por la comunidad, la candidata refuerza ese vínculo. En sociedades donde la equidad de género no es real y sigue en discusión, es común encontrar mujeres que simulan sumisión o de hecho enseñan estar de acuerdo con la dominación masculina. Entretanto, decidimos retirar esa clasificación entendiendo que la presencia de figuras destacadas masculinas en los *spots* analizados, corresponde a estrategia de transferencia de prestigio.

Trabajadora. Posicionamiento de la mujer en el ámbito laboral. El desarrollo económico o la falta de él, hacen que las mujeres busquen empleos y carreras consolidadas. La situación económica en los países latinoamericanos ofrece a las mujeres una contradicción. Si en las sociedades urbanas, es común la búsqueda por una carrera, todavía en lugares más pequeños eso sigue como un tabú. Por otro lado, las mujeres que entran en el merca-

do de trabajo, muchas veces reciben ingresos menores que los hombres. Una investigación divulgada recientemente apunta que hasta en Alemania, país considerado desarrollado, las mujeres reciben mitad de los ingresos de los hombres ². Los investigadores apuntan, también, que para las mujeres es más difícil llegar a la dirección de empresas. “La aparición de mujeres en posiciones de liderazgo representa una clara amenaza a los modelos masculinos imperantes en la mayoría de las instituciones” (Heller, 2002, p. 47) En esa tipología, se destacan la capacidad técnica de las candidatas y sus hechos adentro de sus campos profesionales. También

entran los programas de equidad de género y el incremento de la mujer en el mercado de trabajo.

Sensible. Característica asociada directamente al universo femenino. La sensibilidad puede ser entendida como una manera de percibir el mundo y reaccionar delante de las situaciones. El cuidado con los otros, saber escuchar, usar las emociones para manejar situaciones, ser empático son algunas de las maneras de manifestación de la sensibilidad. En una campaña electoral, parecer sensible puede ser usada como calidad o defecto. Hay que relacionar esa situación directamente con los roles de lo que significa ser hombre y ser mujer en la comunidad latina. El hecho de “ser hombre” se comprende con la acción,

² <http://exame.abril.com.br/carreira/noticias/mulheres-ganham-metade-do-que-os-homens-na-alemanha>

Tipología	Cristina Kirchner - Argentina - 2011 - corpus 32 - spots	Dilma Rousseff - Brasil - 2010 -corpus 60 spots	Laura Chinchilla - Costa Rica - 2010 -corpus 15 spots	Michelle Bachelet - Chile - 2013- corpus 58 spots y videos
Ama de casa	15%	25%	0%	6%
Guerrera	33%	12%	25%	23%
Madre	17%	18%	5%	15%
Pendiente	8%	5%	30%	21%
Sensible	6%	5%	5%	12%
Trabajadora	20%	45%	35%	23%

Elaboración la autora-Panke, 2014.

la objetividad y la agresividad, asociada con el universo masculino. En esa otra manera de ser guerrera, están los discursos duros, las críticas y la masculinización. Son mujeres que se exponen en la política aproximándose demasiado de roles masculinos desde sus ropas, forma de peinarse, tono de voz, contenido de los discursos. Por lo tanto, en esa categoría podemos ver dos sub-categorías: la mujer guerrera líder y la guerrera masculinizada.

Madre - Papel central de la mujer en la sociedad latinoamericana. La maternidad es rol principal de las mujeres latinas, esa función está cerca del papel sagrado de generación de una nueva vida y también de la cuidadora de los demás. Mujeres que optan por no ser madres sufren, en buena parte de los casos, prejuicios y, a veces, también necesitan justificar su decisión. De acuerdo con Zaremberg (1989, p. 69), “en América Latina, este papel de ‘supermadres’ se ve alimentado por un sustrato cultural asentado en ‘la reaccionaria cristiandad católica romana que existe en los países latinoamericanos’”.

Las súper-madres son las súper-protectoras, las que tienen la última palabra dentro de la casa y la gran consejera de la familia. Es la dominante en el espacio privado de la sociedad.

Pendiente – Es la cuidadora: una tendencia del universo femenino estar pendiente de los otros, independiente de pertenecer a su familia. Maestras, médicas, policías y todas las ocupaciones que representan cuidar del bienestar de los otros están asociadas con esa característica. “Los trabajos que realizan estas madres públicas son considerados femeninos, por ser reproductivos y, aun, cuando ocurren en espacios públicos, son concebidos culturalmente como extensiones de la maternidad” (Lagarde, 2006. p. 397). En la política es la candidata que se posiciona como la que va a cuidar de su gente y es un discurso muy repetido en las candidaturas, aunque no sea algo exclusivo de los discursos de mujeres. “Los estudios de género han demostrado que la tendencia ‘exagerada’ de las mujeres a cuidar de los otros se puede interpretar como un comportamiento de sumisión”. (Llombart, 2007, p.38) Inicialmente proponíamos la categoría “sumisa o subordinada” considerando los casos de los spots donde las candidatas se anclaban en varones. En campañas electorales son las candidatas que están fuertemente relacionadas con alguna figura masculina prominente. Además ser un apoyador conocido por la comunidad, la candidata refuerza ese vínculo. En sociedades donde la equidad de género no es real y sigue en discusión, es común encontrar

mujeres que simulan sumisión o de hecho enseñan estar de acuerdo con la dominación masculina. Entretanto, decidimos retirar esa clasificación entendiendo que la presencia de figuras destacadas masculinas en los spots analizados corresponde a estrategia de transferencia de prestigio.

Trabajadora – Posicionamiento de la mujer en el ámbito laboral. El desarrollo económico o la falta de él, hacen con que las mujeres busquen empleos y carreras consolidadas. La situación económica en los países latinoamericanos ofrece a las mujeres una contradicción. Si en las sociedades urbanas, es común la búsqueda por una carrera, todavía en lugares más pequeños eso sigue como un tabú. Por otro lado, las mujeres que entran en el mercado de trabajo, muchas veces reciben ingresos menores que los hombres. Una investigación divulgada recientemente apunta que hasta en Alemania, país considerado desarrollado, las mujeres reciben mitad de los ingresos de los hombres. Los investigadores apuntan, también, que para las mujeres es más difícil llegar a la dirección de empresas. “La aparición de mujeres en posiciones de liderazgo representa una clara amenaza a los modelos masculinos imperantes en la mayoría de las instituciones” (HELLER, 2002, p. 47) En esa tipología, se

destacan la capacidad técnica de las candidatas y sus hechos adentro de sus campos profesionales. También entran los programas de equidad de género y el incremento de la mujer en el mercado de trabajo.

Sensible – Característica asociada directamente al universo femenino. La sensibilidad puede ser entendida como una manera de percibir el mundo y reaccionar delante de las situaciones. El cuidado con los otros, saber escuchar, usar las emociones para manejar situaciones, ser empático son algunas de las maneras de manifestación de la sensibilidad. En una campaña electoral, parecer sensible puede ser usada como calidad o defecto. Hay que relacionar esa situación directamente con los roles de lo que significa ser hombre y ser mujer en la comunidad latina. El hecho de “ser hombre” se comprende con la acción, la objetividad y la agresividad. Y lo de “ser mujer” implica en ser sensible, subjetiva y pendiente. Esos roles sociales, aunque cuestionables, son los divulgados como “normales”. No obstante, entendemos que todos los seres humanos poseen rasgos del universo masculino y del universo femenino, independiente de las cuestiones biológicas.

A partir de la exposición de los conceptos de las categorías de análisis, continuamos ahora con los resul-

tados de la investigación empírica. Con los números abajo, es posible percibir que hay una predominancia en determinados aspectos de las mujeres, en detrimento de otros.

De acuerdo con lo que fue explicado en la metodología, en esa investigación enseñamos cuáles los estereotipos en los *spots* de las presidentas, sumando sus perfiles a las mujeres que aparecen en los vídeos. De ese modo, lo que encontramos, en su mayoría, fueron *spots* que valoran las mujeres guerreras. Solamente en la campaña de Dilma Rousseff esa categoría no estuvo en primera colocación. Eso tal vez se explique por el hecho de que la candidata brasileña ya era muy conocida por ser una mujer dura, así que su propaganda electoral tuvo el reto de suavizar su imagen.

En la frontera entre la tipología de la guerrera y de la maternal, está el vídeo³ que ilustra las acciones de Madres de la Plaza de Mayo, Argentina. En ese *spot*, la candidata Cristina Kirchner narra con tono de mitin su esperanza por la justicia. Los valores no verbales en la voz denotan fuerza y solidaridad, aunque el discurso no mencione directamente el ocurrido. Lo que informa

3 Vídeo disponible en https://www.youtube.com/watch?v=GUYv0z0_26w&list=PLTFICznn6CeHRUsNzBfiHEfeHJe54oqp9&index=25

sobre lo que se refiere el *spot* son las imágenes de las marchas de las madres en nombre de la memoria de sus hijos. La fuerza del amor de la madre, por lo tanto, las vuelven guerreras.

En esa campaña de Kirchner, se destaca la estrategia adoptada en todos los *spots* que estaban nominados como “la fuerza de”. La candidata exhibía historias de superación de argentinos para ilustrar las conquistas del gobierno o presentar sus propuestas. Importante enfatizar que fue próximo de esa campaña que la candidata se volvió viuda del expresidente Nestor Kirchner y dos de sus *spots* eran homenaje a él. “La fuerza de él”⁴ y “la fuerza de él II”⁵ acuerdan la personalidad y los hechos del gobierno, transfiriendo su fuerza a ella. De cierta manera, la candidata se fortalece como la viuda guerrera y de cierta manera se mantiene subordinada a figura del ex presidente.

La segunda categoría más presente es de la mujer profesional. Tanto eran destacados los perfiles de las candidatas cuanto en las imágenes

4 <https://www.youtube.com/watch?v=HD-Dsj6Rr2g&list=PLTFICznn6CeHRUsNzBfiHEfeHJe54oqp9&index=14>

5 <https://www.youtube.com/watch?v=XSYOXr02IT4&list=PLTFICznn6CeHRUsNzBfiHEfeHJe54oqp9&index=30>

las otras mujeres aparecen trabajando o reciben propuestas de más justicia de género en el mercado laboral. Los *spots* de las biografías de las candidatas es el momento de posicionar sus conocimientos técnicos, por lo tanto uno de los que más enseña el perfil de la candidata y sus logros profesionales. En lo de Dilma⁶, por ejemplo, se relata la historia de su carrera con el apoyo de fotos en negro y blanco. La imagen se queda colorida cuando se llega al presente y a la presentación de la candidata de Lula da Silva. El lenguaje musical parece proponer sensibilización mientras se habla de la capacidad técnica de Dilma. En ese vídeo es importante resaltar que la candidata aparece como innovadora en varios espacios de decisión del país, como haber sido la primera mujer ministra de Energía y del Ministerio de la Casa Civil (el puesto más alto en Brasil después del Presidente). Con ese argumento, el discurso habla: “quien tiene una biografía así, tiene todo para ser la primera presidenta de Brasil”.

En los vídeos de Costa Rica no hay propuestas concretas para generar trabajos o igualdad en los puestos para mujeres, entretanto, en los vídeos se muestran a las mujeres en

actividades profesionales. Aunque sea la tercera que más se posicionó la mujer como trabajadora, en términos de enseñar las mujeres en un cotidiano urbanizado, Bachelet fue la más igualitaria y las mujeres aparecen trabajando en la mayoría de los videos. Por lo tanto, en esa categoría podemos encontrar el posicionamiento de las candidatas profesionales exitosas, imágenes de mujeres en actividades laborales y, por fin, en menos cantidad, propuestas de ampliación de oportunidades de trabajo para mujeres.

El rol de la madre estuvo en todas las campañas, destacándose la candidata Chinchilla que casi no lo presentó. La madre tradicional, que vive para su familia e hijos puede ser vista en el siguiente *spot*⁷ de la campaña argentina. Es un típico *storytelling* que narra la historia de una señora, madre de 13 hijos, que recibió televisión digital pública en su casa en el campo. La candidata Cristina Kirchner no aparece en el vídeo, apenas la señora, personaje de la historia, es quien protagoniza “Más adelante”, el otro fragmento refuerza la versión femenina del paternalismo, lo que proponemos llamar de “maternalismo”:

6 Video disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=tbv447H60SQ&index=6&list=PLTFICznn6CeGRLWsMZgXa9Zn6wV3K4ayR>

7 Video disponible en https://www.youtube.com/watch?v=5JEZF29_HP4&index=12&list=PLTFICznn6CeHRUsNzBfHEfeHJe54oqp9

*Ahora las manos de una mujer nos van a conducir. Sigo echando todo de menos, pero feliz a sonreír, pues sé, mi pueblo ganó una madre que tiene un corazón que va desde el Oiapoque hasta el Chui. Te dejo en las manos mi pueblo.*⁸

Por lo tanto, vemos que Dilma Rousseff fue considerada, en ese momento, como la madre de la nación. Si su vida personal casi no estuvo en evidencia, el rol de la maternidad fue transferido para todos los brasileños. Se pasa en varios momentos de la campaña de Dilma, algo muy parecido que la campaña de Cristina. En las dos, la presencia de un varón, líder político más importante del país, les regaló prestigio en las contiendas.

Por su turno, el rol de ama de casa aparece en los *spots* en las imágenes y no en los discursos lingüísticos. Es donde se enseña mujeres con carrito de compras del supermercado, mujeres abriendo el refrigerador, mujeres sirviendo la comida a la mesa para la familia. Se observa que en ese caso, se busca una identificación entre la candidata y las mujeres del país, como si fuera un retrato de la realidad. Interesante observar que en la campaña brasileña, al mismo tiempo que la mujer profesional estuvo más presente, el ama de casa también lo fue. Es la campaña donde más se asocian las mujeres con esa responsabilidad

8 Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=k-hFhednAR0>

por la casa, tan valorada en una sociedad conservadora.

La sensibilidad es asociada directamente al universo femenino y puede aparecer de manera sutil. Donde más se enfatizó ese aspecto, fue en la campaña chilena. Por ejemplo Bachelet, demuestra su sensibilidad explícitamente cuando se despide de sus compañeras en ONU Mujeres, local donde fue la primera presidenta. En el *spot* vemos un tono testimonial de la candidata cuando narra la opción de regresar a Chile. La complicidad que se observa con las otras mujeres también es señal de sensibilidad, en especial cuando algunas lágrimas se perciben en sus ojos y después cuando todas aplauden el trabajo de Michelle en la organización.

Por ejemplo, la participación en eventos populares y los testimonios de líderes ayudaron a mostrar a Dilma Rousseff de una manera más sensible. Sin embargo, el perfil de la mujer candidata hubo que ser desarrollado, pues la competencia técnica de Dilma Rousseff no lograba los mismos efectos en relación con su empatía y capacidad de comunicación. Claramente, las estrategias varias en los vídeos, caminaban en el sentido de enseñársela más femenina y accesible. Si en elecciones anteriores, Lula fue cuestionado por su supuesta falta de capacidad téc-

nica, ahora, Dilma recibió críticas por el exceso de tecnicismo en sus declaraciones públicas.

En el primer programa transmitido en la televisión, por ejemplo, ella aparece en un parque paseando a su perro y, al contar su biografía, relata situaciones de infancia relacionadas con los valores enseñados por sus padres (Amado, Panke, 2012). Las estrategias argumentativas que tenían por objetivo la aproximación con el público, mediante la identificación (madre, abuela, mujer o creencias en causas semejantes) y por el énfasis en la continuidad del actual gobierno fueron decisivas.

Por su parte, la mujer pendiente está en todas las campañas, especialmente las de Chile y de Costa Rica. Por ejemplo, en el *spot*⁹ donde se enseña el supuesto regreso de Michelle Bachelet al gobierno chileno, el narrador comenta:

Dejarás de dormir para que sean otros los puedan soñar. Y los problemas de todos ahora serán tuyos. Ese desafío es más grande de los que ha superado antes. Me puedes explicar, Michelle: ¿Que te mueves hacer eso?

Mientras transcurre el texto, las imágenes exhiben Bachelet en una

oficina e caminando en dirección de una ventana abierta, con luz, simbolizando el encuentro con el pueblo. El lenguaje de moda ostenta una mujer elegante, que inspira cordialidad. Cuando el narrador habla: “los problemas de todos ahora serán tuyos”, explicita la función del cuidado con los otros delante del cuidado propio, algo típicamente del universo femenino.

La candidata de Costa Rica, Laura Chinchilla, habla de una propuesta genérica de gobierno, donde está, en primer lugar el rol de la mujer pendiente:

Mi propuesta de gobierno de resume así: para la niñez, cuidado. Para la juventud, educación. Para las personas adultas, trabajo y bien remunerado. Para los adultos mayores, una vida digna¹⁰.

Se percibe que el discurso lingüístico no presenta ninguna propuesta concreta, sino promesas abstractas, pero también ahí está la preocupación con todos los ciclos de una persona, desde la niñez hasta los adultos mayores. Aunque el texto narre algo totalmente abstracto, es interesante observar que la imagen transmitida es justamente de una persona pendiente con todos y que no se olvidaría de nadie.

9 Video disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=zAvozCBUN4c&list=PLTFICznn6CeE5mFfCcQh1UASOL4V0Y0aL>

10 Video disponible en https://www.youtube.com/watch?v=J7TY2dFOYII&index=9&list=PLTFICznn6CeHIIrn3D_BQGZaAztbw-Cb1

Ser pendiente también está relacionado con el acto de escuchar, lo que teóricamente compone una de las calidades del universo femenino. La candidata de Costa Rica se presentó en sus *spots* cercana de la gente, escuchando y hablando con personas de varias edades, poniéndoles atención. El narrador acompaña esas imágenes con el siguiente texto: “Laura Chinchilla ha estado escuchando las esperanzas y los deseos de nuestra gente. Para Costa Rica el camino es uno y es hacia adelante”¹¹.

A título de conclusión

Con el análisis, fue posible determinar seis estereotipos femeninos predominantes en los *spots*: el ama de casa, la guerrera, la madre, la pendiente, la sensible y la trabajadora. Algunos de esos roles fueron usados como estrategias de discurso y otros, aparentemente, como ilustración de una realidad.

Vimos que los estereotipos predominantes en las campañas victoriosas analizadas fueron de la mujer guerrera y de la mujer trabajadora. La guerrera indica la propia lucha de las mujeres que se lanzan a candidaturas a nivel nacional en

sus países. Además de todas poseyeren el valor de exponerse en sus partidos y después en procesos electorales, vemos que estimularon la independencia de otras mujeres. Importante resaltar que creemos que ser candidato(a) es algo que exige competencia y coraje independiente del género.

Ahora, el énfasis de la trabajadora nos lleva a dos puntos. El primero son los destaques para los logros profesionales de las postulantes. Por lo visto, todas manejaron bien la presentación de su capacidad de gestión. Por otro lado, enseñaron la participación de las mujeres en el mercado laboral y en algunos de los *spots* hubo presentación de propuestas de equidad de género en ese ámbito.

En tercero más citado está el papel de la madre. La sociedad valora el rol de la maternidad, de la mujer cuidadora y pendiente de la familia y de los hijos. Todavía se ve en pueblos el perjuicio con mujeres que eligen no ser madres o postergar la maternidad para un momento más adelante en sus vidas. El rol de la maternidad es tan fuerte en los países latinos que existen las “supermadres” y “las madres públicas”. Las primeras, son las dominadoras del espacio privado y, que cierta manera, colaboran para perpetuar la centralización de las tareas domés-

11 Video disponible en https://www.youtube.com/watch?v=THmArlxH0zk&list=PLTFICznn6CeHIIrn3D_BQGZaAztbw-Cb1&index=4

ticas en sus manos como una forma de poder. Las segundas, son las actividades profesionales relacionadas con el cuidar del otro como profesoras, médicas, enfermeras y policías. Las mujeres, por así decir, están adaptadas al servir al otro, sean sus hijos o no.

Las otras tres tipologías: sensible, pendiente y ama de casa, vale destacar que la sensibilidad como rasgo femenino estuvo en evidencia en la campaña chilena. En esa misma contienda, se destacó la característica “cuidadora”, estando muy cerca de los 30% encontrados en Costa Rica en esa categoría.

Laura Chinchilla destacaba, en ese aspecto, el hecho de escuchar a la gente. Por último, la campaña brasileña fue la que más enseñó amas de casa, mientras Argentina solamente la citó, y Costa Rica y Chile tampoco la presentaron. Eso puede indicar que la sociedad brasileña es descrita como tradicional por su entonces candidata.

Aquí presentamos parte de la investigación que está en desarrollo. En las siguientes etapas, el objetivo es mostrar los resultados específicamente de los perfiles de las candidatas y ostentar el análisis con el corpus más amplio con más países de América Latina. Lo que se puede decir es que las categorías son fre-

cuentes y las campañas femeninas van repitiendo imágenes.

Fuentes de consulta

Amado, A; Panke, L. (2012) Las imágenes de las mujeres políticas en la era del “Politeinment” y la postelevisión. (León, España: Cuestiones de género: de la igualdad y la diferencia., v. 07, p. 63-77).

Cepeda, O. (2013) Entre mujeres. In *Voz y Voto – Revista Mensual Política y Elecciones*, diciembre, 2013, p. 44-45.

Heller, L. (2002) Nuevos estilos de liderazgo femenino en organizaciones. In ZABLUDOVSKY, Gina (Coordinadora) *Mujeres en cargos de dirección en América Latina. Estudios sobre Argentina, Chile, México y Venezuela*. México: UNAM, Miguel Ángel Porrúa Editor. (p. 45-91)

Ibinarriaga, JA; Hasbun, RT. (2012) *El arte de la guerra electoral. Guía esencial para entender cómo funciona una campaña política*. México: Grijalbo.

Iten, M; Kobassky, S. (2002) *Eleição: vença a sua! As boas técnicas de marketing político*. São Paulo: ITEN, Marco; Kobassky, Sergio.

Lagarde y De Ríos, M. (2006) *Los*

cautiverios de las mujeres: madres-posas, monjas, putas, presas y locas. 4a. ed. México: UNAM.

Llombart, MPi. (2007) El feminismo. Barcelona: Editorial UOC.

Merlinsky, MG. Desocupación y crisis en las imágenes de género. In Poggio, S; Sagot, M; Schmukler, B. (2001) Mujeres em América Latina – transformando la vida. San José: Maestría Regional en Estudios de la Mujer, Universidad de Costa Rica, Universidad Nacional. (p. 101-131)

Zaremberg, G. (2008) Políticas sociales y género. (Coordinadora) México: Flacso.

Uruguay: estrategias de comunicación desde el marco institucional

URUGUAY: COMMUNICATION STRATEGIES FROM THE INSTITUTIONAL FRAMEWORK

* *Matías Ponce*

Resumen

El presente artículo busca repasar el marco institucional uruguayo, analizando la incidencia que éste tiene sobre los estilos de comunicación de gobierno. Se toma como referencia la comunicación de gobierno del presidente José Mujica en el período marzo 2010-diciembre 2013. La tesis que sostiene el artículo argumenta que existen determinadas instituciones que inciden sobre los estilos de comunicación de gobierno y el caso uruguayo no escapa a ello. El peculiar estilo de comunicación de gobierno del presidente Mujica es posible a medida que responde de manera funcional a un marco institucional que le ha permitido desplegar su repertorio comunicativo.

Palabras clave: comunicación política, gobierno, marco institucional.

Abstract

This article seeks to review the Uruguayan institutional framework analyzing the impact that this has on the communication styles of government. The reference is the communication of President Jose Mujica in the period March 2010 - December 2013. The thesis argues that there are certain institutions that affect communication styles of government and the Uruguayan case is no exception to this. The unique communication style of President Mujica is possible as functionally responsive to an institutional framework that allowed you to display their communicative repertoire.

Keywords: Political Communication, Government and Institutional Framework.

Introducción

El presente artículo busca repasar el marco institucional uruguayo analizando la incidencia que éste tiene

* Profesor-Investigador del Departamento de Comunicación/Universidad Católica del Uruguay-UCU.

sobre los estilos de comunicación de gobierno. Se toma como referencia la comunicación de gobierno del presidente José Mujica en el período marzo 2010-diciembre 2013.

Las instituciones deben ser tomadas en cuenta cuando se plantea el análisis del marco escogido por un gobierno para comunicarse, y el caso uruguayo no es la excepción. El análisis de la comunicación de un gobierno, en tanta organización delimitada por determinadas restricciones de carácter institucional, requiere visualizar la incidencia que determinadas instituciones tienen sobre el valor de la comunicación de ese gobierno.

Los estudios de la comunicación política y de gobierno han reclamado una profundización de los estudios respecto a los determinantes institucionales que erigen los comportamientos de los gobiernos en esta materia: “Es materia pendiente avanzar en torno a la construcción de marcos analíticos operativos que enumeren a detalle cuáles son los indicadores que inciden sobre las estrategias de comunicación de gobierno” (Ponce, 2013).

Para ello es necesario desarrollar un modelo que siga los planteos realizados por Williamson (1989) a la hora de proponer análisis neoinstitucionalista sobre la realidad social.

El autor refiere que existe un marco institucional, que incide sobre las formas y prácticas que pueden asumir las organizaciones o las características de las políticas públicas. Estos marcos institucionales hacen que los individuos realicen un análisis del costo-oportunidad de tomar determinadas acciones o posturas.

El presente artículo busca realizar un análisis aplicado respecto a la incidencia de las instituciones en la definición de una estrategia de comunicación de gobierno. Con esto se busca dar respuesta a la necesidad de entablar explicaciones de carácter más integral y comprehensiva para los estudios comparados de comunicación política, tanto a nivel regional, como mundial. En el caso del gobierno de Pepe Mujica, mucho se ha escrito respecto a la excepcionalidad de su carácter y la impronta que le ha dado su gobierno. Sin embargo es necesario contextualizar el contexto institucional en que el fenómeno “Pepe” se dio lugar.

En el primer apartado se presenta el marco teórico que da respaldo al análisis respecto a la incidencia del marco institucional sobre las estrategias de comunicación de gobierno. En función de las restricciones institucionales que se sugieren; en el segundo apartado se presenta una breve introducción respecto a la

estrategia de comunicación que caracterizó en el período 2010-2013 al gobierno de Pepe Mujica. Con dicha información se da paso al análisis integrado en relación con la comunicación de gobierno de Mujica, en función del marco institucional imperante en Uruguay.

Al finalizar se arriban a conclusiones que permiten poner a prueba los alcances del marco teórico utilizado sobre instituciones y comunicación de gobierno.

1. Análisis institucional en comunicación de gobierno

Para avanzar en el análisis de las restricciones institucionales de la comunicación de gobierno, se debe comprender que, tal como las define North, las mismas son “imposiciones creadas por los humanos [que] estructuran y limitan sus interacciones”¹ y que además definen la estructura de incentivos de una comunidad. La comunicación de gobierno ha sido mirada desde el prisma del análisis de las instituciones sólo desde el último par de décadas del siglo XX.

Según Canel, “el concepto de estrategia de comunicación de una insti-

1 North, D.C. Instituciones, Cambio Institucional y Desempeño Económico. México. FCE, 1993: página 2.

tución política es algo complejo. Su práctica también lo es, pues incluye muchos y muy diversos elementos: el estilo del líder, la retórica, la redacción de discursos, las actividades públicas, la agenda política, las relaciones con la prensa [...]. Cada momento, cada situación que se presenta, es singular: la mejor manera de resolver un problema de comunicación es única”².

Donald Swanson sugiere que la Tercera Ola de Democratización (sin llamarla así) había aumentado la necesidad de entender la relación entre contenidos de mensajes políticos y las “circunstancias de las instituciones generativas”³, tanto mediáticas como políticas. La densidad de producción teórica no sería sólo explicable por interés científico. Swanson sugiere la existencia de un imperativo ético de asistir a la democracia, además de la emergencia de actores institucionales conscientes de que la buena comunicación es importante para la consecución de sus objetivos⁴.

2 Canel, María José. “Para Estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión” en Comunicación y Sociedad. No. 1. 2010, pág 162.

3 Swanson, D. “Political communication Research and the Mutations of Democracy” en Communication Yearbook. 2000. p.p. 189-200.

4 Ibidemp. p. 189-200.

Swanson, con conceptos de Blumler y Kavanagh, establece que estaría trascendida una “primera edad” de la comunicación política (caracterizada por partidos con pronto acceso a los medios de comunicación, pero voto explicable a través de lealtades, más que sustantividad de los mensajes). Y ocurría un tránsito entre la “segunda edad”, caracterizada por votantes más críticos, pero partidos más preocupados por cuestiones de imagen que sustantividad de los mensajes en el uso de nuevas herramientas; y la tercera edad, caracterizada por la “proliferación de medios de comunicación tradicionales y nuevos, una abundancia de *outlets* y formas de noticias, servicios de noticias y ciclos de noticias de 24 horas, profesionalización intensificada de la comunicación política, aumentadas presiones competitivas sobre los medios; popularización de periodismo y discurso político; diversificación y fragmentación de los medios, y mejorada habilidad de los ciudadanos de incluir mensajes sobre política en su ‘dieta de medios’ en las formas, tiempos y extensiones que prefieren”⁵.

Swanson concluye que “reconocer como las elecciones de comunicadores políticos son formadas por las instituciones en que actúan, y los contextos que habitan nos ayudan a apreciar porque los mensajes

5 Ibidem,p.p. 189-200.

políticos tienen los atributos que notamos”⁶. Por ejemplo, el autor atribuye mayor negatividad de la comunicación política estadounidense al sistema electoral y la debilidad de las instituciones partidarias. Al respecto sugiere que estructuras menos individuo-céntricas (que las que existen con un presidente y distritos uninominales) desincentivarían tales mensajes⁷. Aunque se desprende de esto que la estructura de incentivos estadounidenses no puede servir como herramienta para comprender toda la relación entre instituciones y comunicación gubernamental; la densidad de estudios en Estados Unidos genera una situación (no necesariamente problemática) en que otros sistemas son caracterizados por la academia por semejanzas y diferencias con ese sistema.

Jacobs y Burns opinan que la presidencia estadounidense es una presidencia “pública” en el sentido que realiza un “monitoreo sistemático de las actitudes del público masivo”⁸; esto es, un monitoreo más vinculado con la imagen del gobierno que con preferencias res-

6 Ibidem,p.p. 189-200.

7 Ibidem,p.p. 189-200.

8 Jacobs y Burns,M.”The

second face of the public

Presidency:presidential polling and the shift from policy to personality polling” en *Presidential Studies Quarterly*. 2004.

pecto a *policy*. Explican esto a través de cambios en las herramientas de investigación y en la estructura de incentivos del sistema político, y concluyen los cambios en el monitoreo suponen un amenaza para la democracia⁹.

Para Canel, en el presidencialismo estadounidense “la gestión de la comunicación del poder ejecutivo implica no sólo la emisión de un mensaje informativo [...], sino, además, un mensaje persuasivo, un mensaje de Relaciones Públicas”¹⁰. Esta gestión comunicacional “no es una tarea más de las muchas que puede tener un presidente. En esta institución, el puesto de dirección de comunicación ha sido ascendido a los rangos preferentes de jerarquía de personal”¹¹.

Canel considera factores institucionales ajenos al régimen de gobierno con influencia en las capacidades comunicacionales de los poderes gubernativos, al notar que “la confianza en las distintas instituciones depende también del contexto político. Por ejemplo, en los países en transición a la democracia, el parlamento puede jugar un papel importante; y en los países inmersos

en los escándalos de corrupción política, la justicia puede convertirse en la institución más relevante en términos de confianza pública”¹².

Ahora, existen análisis institucionales de comunicación de gobierno con niveles de abstracción mucho mayores al contraste entre presidencialismos y parlamentarismos con la vista en los dos casos tipo. Hallin y Mancini popularizaron en la primera década del siglo XXI lo que llamaban sus tres modelos de medios y política¹³. Éstos son: 1) el modelo mediterráneo o pluralista polarizado, 2) el modelo noreuropeo y centro europeo, o democrático-corporativista, y 3) el modelo noratlántico norte o liberal, caracterizado por representación altamente individualizada y el estado de bienestar más débil.

Estas realidades institucionales coexisten con distintas interacciones entre el sistema de medios y gobierno de cada país, según las siguientes variables¹⁴: La circulación de periódicos y el paralelismo político en la prensa presentan valores respectivamente bajos, altos e intermedios en el modelo mediterráneo, democrático-corporativista y norát-

9 Ibidem.

10 Canel, María José. “Para Estudiar la Comunicación de los gobiernos. un análisis del estado de la cuestión” Op. Cit., p. 164.

11 Ibidem., p. 164.

12 Ibidem., p. 164.

13 Hallin y Mancini. Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics. Cambridge University Press, Cambridge (2004).

14 Ibidem., pág. 67.

lantico. La menor profesionalización de la gestión comunicacional política existe en el modelo mediterráneo. Sin embargo, incluso con la profesionalización extrema que se presenta en el modelo noratlántico, los países caracterizados como pertenecientes a éste suelen ser en los que hay menor intervención estatal en el sistema de medios, que es altísima en el resto.

Lo que queda en ausencia dentro de la trayectoria teórica en materia de análisis institucional de la comunicación de gobierno, son planteos de carácter operativo para comprender la incidencia que determinadas instituciones tienen efectivamente sobre la realidad imperante.

2I.- ¿Qué instituciones y para qué estrategias de comunicación de gobierno?

El análisis de la comunicación de gobierno requiere comprender la incidencia de determinadas instituciones, para ello se toma el modelo analítico planteado por Ponce (2014) con la finalidad estudiar este fenómeno. Ponce plantea que existen dos tipos de incidencia institucional en el análisis de la comunicación de gobierno. Por un lado, las variables propias del sistema político-electoral que inciden sobre los procesos de cualquier gobierno, pero particularmente sobre los pro-

cesos de comunicación. Por otro lado, encontramos una serie de variables que no se desprenden del ciclo político-electoral, pero inciden sobre los procesos de comunicación política del gobierno.

Para facilitar la presentación de la variables propuestas se presenta en los siguientes cuadros que integran, además de la variable, las dimensiones de la misma, los eventuales indicadores y la pregunta directa para interpelar al sistema político-electoral.

El cuadro 1 muestra el diseño institucional del sistema político-electoral y, posteriormente, se realiza una breve revisión respecto al planteo que realizan los autores para cada uno de los ítems.

Cuadro 1: Instituciones del sistema político-electoral que inciden directamente sobre los procesos de comunicación de gobierno

Variable	Diseños	Indicadores	Pregunta
Poder de agenda del Poder Ejecutivo	Poderes Legislativos de Acción	- Facultad constitucional de emitir Decretos	¿Establece la Constitución la facultad al PE de emitir decretos para gobernar?
		-Facultad Constitucional de definir el Presupuesto	¿Le compete al PE definir el Presupuesto? ¿El PL tiene la facultad de hacer modificaciones?
	Poderes Legislativos de Reacción	-Poder de Veto	¿Puede el PE vetar leyes aprobadas por el PL? ¿Puede el PL anular el veto?
		-Iniciativa exclusiva	¿Tiene el PE iniciativa exclusiva en algunas materias?
	Poderes No legislativos	-Disolver legislación	¿Tiene el PE la facultad de disolver el Parlamento?

Poder de agenda del Poder Legislativo	Control	-Venias para constituir el gabinete ministerial	-¿Necesita el PE venias del PL para formar el gabinete ministerial?
		-Mecanismos de control	¿Existen mecanismos de control (llamados a sala, pedido de informes, etc) establecidos por la Constitución?
	Jurisdiccional	-Juicio Político	¿Puede el PL destituir ministros? ¿Necesita mayorías especiales?

Necesidad de realizar Coaliciones de gobierno	Mayoría Parlamentaria del partido del Presidente	Porcentaje de legisladores que pertenecen al partido del Presidente
Sistema electoral	Elección presidencial	¿Cómo es el sistema para la elección del presidente? (mayoría simple a 1 vuelta, dos vueltas con umbral reducido, dos vueltas con Mayoría absoluta)
	Método para adjudicación de bancas del Parlamento	¿Es mayoritario o proporcional?

	Volatilidad	Índice Pedersen	
	Institucionalización del sistema de partidos	Arraigo de los partidos en la sociedad	Evolución del caudal electoral
Variación en la afinidad con los partidos políticos			Variación del Porcentaje de personas que se sienten “afines” o “muy afines” a un partido político entre elección t-1 y última elección (Latinobarómetro)
	Legitimidad de los partidos políticos	Confianza en los partidos	<p>Porcentaje de personas que manifiestan tener “Mucha confianza” o “algo de confianza” (Latinobarómetro)</p> <p>Porcentaje de personas que manifiestan estar “muy en desacuerdo” o “desacuerdo” con la frase “La democracia puede existir sin partidos políticos”</p>

Partidos independientes de sus líderes	Organización partidaria	Edad del partido	Años de vida del partido
		Continuidad	Porcentaje de legisladores que consideran que la estructura del partido es continua.

Mecanismos de democracia directa	Iniciativa popular legislativa	¿Está el mecanismo contemplado en la Constitución?
	Plebiscito	¿Está el mecanismo contemplado en la Constitución?
	Referéndum	¿Está el mecanismo contemplado en la Constitución?
	Revocatoria de mandato	¿Está el mecanismo contemplado en la Constitución?

Poder de Agenda del Poder Ejecutivo

Existen distintas herramientas en las que el Poder Ejecutivo tiene la capacidad de fijar agenda pública, pero institucionalmente el gobierno central tiene la capacidad de poder gobernar por decreto. El gobierno por decreto tiene la facultad de instalar temas en la agenda directamente, sin necesidad de consulta

previa o intervención de otros actores públicos como el Parlamento o la oposición política.

La capacidad de gobernar por decreto resguarda al Poder Ejecutivo en la escena pública, a medida que el resto de los actores del sistema opinan respecto a lo ya ejecutado por el gobierno.

Otro de los mecanismos, además de gobernar por decreto, que puede te-

ner el Poder Ejecutivo para incidir en la agenda pública, es la constitución de poderes para fijarle la agenda al Poder Legislativo. En este sentido, el gobierno no puede decidir directamente qué va a resolver el parlamento, pero sí podría fijarle prioridad a los temas por discutir. Existen diversos instrumentos en los que se puede avanzar al respecto, tales como la rotulación de “urgencias” a determinados proyectos de ley, etcétera.

Poder de agenda del poder legislativo

El Parlamento tiene la posibilidad de construir y fijar la agenda del parlamento, entablando nuevos temas que constriñan el posicionamiento público y la comunicación política del gobierno. En este sentido, actúa como un *enforcement* al gobierno. Claramente la incidencia del parlamento no es igual si existen determinadas reglas del sistema electoral que aseguren la mayoría parlamentaria al gobierno, o por el contrario, la oposición esté sobre-representada en el congreso.

Tampoco el parlamento tiene la misma incidencia si está compuesto sólo por una cámara o por dos, ya que muchas veces cada uno de los cuerpos puede darle un tratamiento distinto a las prioridades de proyectos de ley.

En otro plano, el poder legislativo cuenta con la capacidad de fijar temas de agenda si tiene la potestad de otorgar venias políticas para determinados cargos del gobierno, como ministros o directores de empresas públicas. En este caso la atención se traslada hacia el parlamento y a las decisiones que se tomen al respecto en esta órbita. Por último, el parlamento tiene muchas veces la potestad de trabar algunas iniciativas del gobierno, ya sea actuando como veto placer o levantando algunos vetos impuestos por el Poder Ejecutivo.

Necesidad de realizar coaliciones de gobierno

Muchas veces el sistema electoral incide directamente en la construcción de determinadas mayorías para constituir el gobierno nacional. Si el partido del presidente no logra constituir las mayorías necesarias para hacer pasar las leyes en el parlamento, para lograrlo necesariamente requerirá constituir las alianzas. Ello actúa sobre los temas que entran y salen de agenda, pues necesariamente el gobierno debe negociar sus propuestas políticas con el resto de los integrantes del parlamento para sacarlas adelante.

La necesidad de realizar coaliciones de gobierno incidirá sobre las distintas estrategias de comunicación

de gobierno que se puedan llevar adelante.

Sistema electoral

El diseño del sistema electoral tiene la capacidad de fijar determinadas reglas sobre la conformación de las mayorías necesarias, tanto para conformar gobierno, como reunir votos necesarios para estar representado en el parlamento. Dichas reglas hacen que entren y salgan temas de la agenda del gobierno o del parlamento, en relación con quienes hayan accedido a esos espacios de poder. De igual forma, el sistema electoral cuenta además con la postestad de privilegiar determinados intereses por sobre otros en materia de la producción legislativa.

Lo anterior a razón de que puede, por ejemplo, entablar cuotas de género para asegurar la representación femenina, o tal vez la representación en los espacios de poder de minorías étnicas o lógicas de territorio. En este sentido, gracias al sistema electoral pueden entrar determinados temas en la agenda de poder y por consecuencia en la estrategia de comunicación del gobierno.

Institucionalización del Sistema de Partidos

El nivel de institucionalización del sistema de partidos, entendido

como la capacidad de enraizamiento que tienen los partidos políticos en la sociedad, así como la baja volatilidad electoral, la fortaleza institucional de los partidos políticos y el nivel de protagonismo que tienen para tomar decisiones del mundo político.

Las condiciones que propician la inestabilidad de las preferencias ciudadanas dependen del grado en que prácticas o patrones están bien establecidos y sean conocidos; es decir, de su institucionalización (Maldonado, 2013).

Se ha demostrado que altos niveles de institucionalización del sistema de partidos favorecen una mejor estructuración de la oferta política, así como una canalización más sencilla de la representación programática (Mainwaring y Montero, 2005).

En este sentido, mientras más institucionalizado sea un sistema de partidos, los partidos políticos van a tener mayor protagonismo en el intercambio en la agenda pública, ya sea tanto en el gobierno como en la oposición. No se dará el mismo tipo de comunicación de gobierno si el mismo está integrado por partidos políticos que por actores *outsiders* del sistema de partidos. Lo mismo acontece con el desarrollo de partidos políticos que sean independientes de sus líderes en el sentido de que sobrevivan más allá de la existencia de un candidato o caudillo.

Los esquemas de identidad corporativa o etiquetas que sean la insignia de una estrategia de comunicación de gobierno, son distintas si se asocian a una matriz política-ideológica de un partido político, que si están asociadas estrictamente a la figura de una sola persona.

Los mecanismos de democracia directa

La existencia o no existencia de mecanismos de democracia directa pueden colocar o sacar temas de la agenda pública del gobierno impulsados por la ciudadanía, independientemente de los partidos políticos. En este sentido, la existencia de eventuales plebiscitos o referendums que se lleven adelante inciden

sobre la estrategia de comunicación del gobierno o del parlamento.

Luego del análisis de las instituciones de carácter electoral, en el cuadro 2 se presenta una serie de condicionantes de las estrategias de comunicación de gobierno que escapan a la esfera político-electoral directamente, pero que inciden sobre nuestro objeto de estudio.

Cuadro 2: Instituciones que inciden sobre los procesos de comunicación de gobierno más allá del ciclo político-electoral

VARIABLE	INDICADORES	DIMENSIONES PREGUNTA
PATH DEPENDENCE	Estilos de comunicación de gobiernos anteriores	¿Cómo era el estilo de comunicación de los anteriores presidentes?
CLIVAJES Y POLARIZACIÓN	Clivajes políticos	LAPOP
	Polarización ideológica del electorado	Índice de Polarización (Sartori y Sani)

FRAGMENTACIÓN Y FRACCIONALIZACIÓN	Fragmentación del sistema de partidos	NEP electoral (Laakso y Taagepera)
	Fraccionalización de los partidos políticos	Promedio NEF electoral de los partidos políticos con representación parlamentaria
	Índice libertad de prensa (Freedom House)	NEF del partido del presidente
		Marco institucional que garantice libertad de prensa
LIBERTAD DE PRENSA	Path dependence sobre libertad de prensa	Presiones políticas y control de los medios de comunicación
		Influencia económica sobre los medios de comunicación
		Evolución del Índice de Libertad de prensa (Freedom House)

Estilos de comunicación de gobiernos anteriores

Los estilos de comunicación de gobierno anteriores constituyen un antecedente directo para la estrategia de comunicación de cualquier gobierno. Ya sea por diferenciación o por asimilación, es necesario considerar el análisis de las experiencias precedentes al gobierno actual en

materia de comunicación. Incluso desde una perspectiva más amplia los sistemas políticos pueden tener culturas o trayectorias de estilos de comunicación, que superan ampliamente a un solo período y que se han convertido en tendencias permanentes.

Clivajes y polarización

El hecho de que la competencia política sea de carácter centrípeto o centrífugo, incide directamente sobre las estrategias de comunicación que cada uno de los actores políticos desee desplegar. Si la competencia es de carácter centrípeto entonces los distintos actores dialogarán sobre temas en común que nucleen el interés de la ciudadanía. Si por el contrario la competencia es de carácter centrífugo los temas se dispersan en la agenda pública y los diálogos entre los actores políticos transitan hacia dos alternativas: 1) el enfrentamiento político, y 2) la ausencia de diálogo e intercambio entre actores políticos por la falta de correspondencia en los focos de atención de cada uno.

Fragmentación y fraccionalización del sistema de partidos

El nivel de fraccionalización del sistema de partidos, entendido como la cantidad de fracciones que tiene cada partido político, incide sobre la estrategia de comunicación de gobierno a medida que las escalas de negociación, respecto a un anuncio o medida, aumentan y modifican los tiempos y contenidos de los mensajes a brindar.

En algunos sistemas de partidos, los actores deben dialogar entre distin-

tos estamentos antes de enviar un mensaje de trascendencia a la opinión pública: fracciones, partidos, socios de coalición, oficialismo y oposición. Mientras mayor sea la cantidad de fracciones que se consideren relevantes en la agenda pública, mayor será la cantidad de escalones de negociación.

Respecto a la fragmentación del sistema de partidos, mientras exista un sistema de partidos más fragmentado, tanto las actividades de cooperación como de conflicto variarán en cantidad e intensidad del relacionamiento, produciendo cambios directos en la estrategia de comunicación de gobierno.

Libertad de prensa

El relacionamiento con la prensa, así como el respeto al libre ejercicio de la profesión periodística actúan como una variable de carácter contextual para el diseño de estrategias de comunicación de gobierno. El pasado y la tradición respecto a la libertad de expresión y prensa inciden directamente sobre el relacionamiento que un gobierno puede tener con los periodistas.

En este sentido, un gobierno puede ser más abierto o cerrado al relacionamiento con la prensa, ya sea porque esa actitud forma parte de la cultura política o porque la prensa

es escogida como un interlocutor político, ya sea como parte del “nosotros” o de la “oposición”.

3.- La particularidad de la estrategia de comunicación de gobierno del presidente

Ponce (2013) describe la estrategia de comunicación de gobierno de Mujica, analizando características propias de su personalidad y estilo de relacionamiento con los medios y la ciudadanía. “Alpargatas (ojotas), pantalón de trabajo, camisa de un trabajador del pueblo; zapatos negros y bien lustrados; camisa de vestir, traje de dos piezas. Dos vestimentas que no son solamente distintas, sino que representan la metamorfosis necesaria que vivió José Mujica para convertirse en el XL presidente uruguayo. Para entender la presencia de Pepe Mujica en el gobierno, es necesario trasladarse a la génesis de su candidatura y, especialmente, a la metamorfosis que vivió desde el ministro “floricultor” hasta el jefe de Estado” (Ponce, 2013).

Claramente se puede establecer que no existe un único Pepe Mujica. A través del desarrollo de sus atributos de “honestidad” y “cercanía con la gente”, Pepe Mujica se convirtió en un personaje cada vez más querido dentro del gabinete de ministros. Algunas medidas como “el

asado del Pepe”, que era un corte de carne a precio rebajado para sectores populares, lo hicieron aún más conocido.

El “Pepe” era un personaje querendón, un hombre que no presentaba el clásico perfil del político uruguayo y que se distanciaba radicalmente de la impronta de su antecesor: Tabaré Vázquez. A diferencia de su contrincante en la interna del Frente Amplio en 2009, Mujica tuvo la habilidad de “hablar en sencillo”. No se dirigía a los técnicos, se dirigía a la construcción de la noticia, a los periodistas directamente para llegar hasta allí a los televidentes.

Luego de haber ganado la candidatura a la presidencia, los esfuerzos en términos comunicacionales estaban dirigidos a mesurar los atributos débiles en la imagen pública, primero del otro conglomerado del Frente Amplio que no lo apoyaba; y segundo, del electorado de centro volátil que había conquistado Tabaré Vázquez. El flanco débil era su capacidad de liderazgo de la fuerza política, la capacidad de gobierno y su imagen alejada del típico jefe de Estado.

En el corto camino hacia la torre ejecutiva, Mujica trazó una alianza con el otro líder del Frente Amplio, Danilo Astori, cuyos principales atributos era su reconocida gestión al frente del Ministerio de Economía y

su indiscutible pasado frente a Ampilista como compañero de fórmula del fundador Líber Seregni. La integración de Astori en la fórmula presidencial, y la reconfiguración del rol de vicepresidente en una especie de “primer ministro”, posibilitaron posicionar a Mujica como un “jefe de Estado”. Este proceso fue acompañado por un candidato que dejaba la bicicleta como principal acto de campaña, para ponerse “el traje presidencial”, adoptando un *look* más ejecutivo.

El desafío pasaba por mantener esa imagen de “líder articulador” desde la campaña electoral hacia el plano de gobierno. Mujica es uno de los actores políticos del sistema uruguayo que más ha comprendido la relación entre comunicación y política. Ese conocimiento debería servirle al gobierno para comunicar tantas buenas noticias que nos rodean: crecimiento económico, mejor redistribución de la riqueza, mayor y mejor acceso a la salud, entre otros.

Sin embargo, la agenda mediática del gobierno ha estado rodeada por otros temas, tales como: Ley interpretativa de la ley de caducidad, vídeo con amenazas de algunos militares, expropiación de terrenos en Cabo Polonio, impuesto al agro, etcétera. El presidente comenzó a edificar una agenda en los medios

de comunicación tocando temas sensibles para la opinión pública, sensibles con la identidad política de su partido y de alta cobertura mediática.

3.1 Mujica y el relacionamiento con la identidad del partido

A diferencia de los partidos tradicionales, el FA tiene un número de fraccionalización interna mucho más alto que el resto. Por su naturaleza de agregación de fuerzas dispersas de izquierda y refugio de sectores progresistas de los partidos tradicionales, el FA es desde su origen un “Partido de Coalición”.

Para mantener esa aglutinación de sectores, juega un rol fundamental la estructura de diálogos internos, fijado a través de un rígido organigrama que incluye desde el Comité de Base hasta la Presidencia del FA. Ello ha obligado que determinados “*issues*” de los cuales el partido se ha adueñado (efecto *issue ownership*), deban ser digeridos y acordado primero por los distintos sectores para luego ser planteados como proyecto de ley o decreto. Esa estructura de “governabilidad interna” que era el principal atributo con que se caracterizaba a Tabaré Vázquez.

Mujica habla todas las semanas. De una u otra manera, ya sea por

su programa de radio, o por las declaraciones que brinda a la prensa, él está en forma permanente debatiendo en el llano de la política. No habla desde un plano superior como las declaraciones de Tabaré Vázquez, sino desde el llano en el que puede interactuar con los otros integrantes de su fuerza política y de la oposición.

3.2 Equilibrio entre Pepe el cercano, Mujica el presidente

Los atributos de cercanía de Mujica no se han perdido durante su paso por la presidencia de la república. El jefe de gobierno se ha mostrado como un personaje sensato, honrado y que no ha dejado su sencillo estilo de vida. A diferencia del Presidente Vázquez, Mujica ha mantenido una relación fluida con los profesionales de los medios de comunicación. Conversa con periodistas, ha brindado entrevistas ya sea general o exclusiva. Los ministros han perdido ese rol de vocería que tenían en el gobierno de Vázquez, pues el presidente interviene insertando temas de forma directa en la agenda de gobierno. El problema es que esa cercanía y espontaneidad van en directa oposición a los procesos de comunicación y diálogo interno a los que estaban acostumbrados los sectores del Frente Amplio, algo que es propio de su identidad como partido.

Muchas veces se han insertado temas en la agenda que no son consultados con los Ministros ni con la bancada legislativa del gobierno. Ello profundiza en reiteradas ocasiones las diferencias que existen dentro del Frente Amplio. A diferencia de Vázquez, Mujica no tiene a los líderes de los sectores dentro del gabinete, ni el mismo es un líder transversal a todos los sectores políticos, como sí lo es Tabaré.

Es así que Mujica se ha convertido en un referente para la prensa internacional, a través de su estilo cercano, pero además mediante la agenda de derechos que ha ido posicionando a Uruguay en un sitial especial dentro del escenario mundial. La legalización del matrimonio igualitario, la aprobación del aborto y la legalización de la marihuana han sido banderas que, sin estar directamente involucradas a Mujica, han posicionado su discurso a nivel mundial. La pregunta es, ¿cómo pudo Mujica sortear el escenario institucional de uno de los sistemas políticos más estables del mundo (como el uruguayo) para implantar esta estrategia de comunicación de gobierno?

4. La comunicación de gobierno del Pepe y el esquema institucional uruguayo

Del conjunto de factores explicativos planteados en el marco teórico

se proponen cuatro variables para el análisis de la estrategia de comunicación de gobierno de Mujica. En primer lugar se proyecta el sistema electoral como variable explicativa; en segundo lugar, se diseñan esquemas de cultura política con respecto al tipo de relación entre partidos y el presidente; en tercer lugar se expone la historia del partido político que da origen al Frente Amplio como partido y, finalmente, en cuarto lugar, el *path depende* directo, en relación con la estrategia de comunicación, seguida por el gobierno anterior.

4.1 Indicadores del Sistema Electoral y la comunicación de Pepe

Autores como Caetano, Rilla y Pérez (1987), caracterizan la partidocracia uruguaya como un “bipartidismo electoral y multipartidismo cotidiano”¹⁵. El doble voto simultáneo establece que bajo un lema partidario, uno puede escoger dentro de diversas candidaturas a la presidencia, junto a una de las distintas combinaciones de candidatos al senado. La combinación de candidatos al

15 En la trama política del Uruguay Contemporáneo, debido a que: “El bipartidismo tradicional funcionaba como tal sobre todo en las instancias electorales, encubriendo luego la plena vigencia –en la dinámica política más corriente– de un sistema de partidos múltiples” (Caetano, Rilla, Pérez, 1987:51).

senado y diputados en Uruguay es de lista cerrada, no teniendo el elector la posibilidad de combinar listas de senadores de un partido con una fórmula presidencial de otro lema¹⁶. Buquet, Chasquetti y Moraes (2004), plantean que existen estímulos para generar un bifraccionalismo a nivel parlamentario en el senado, pues tendencialmente los partidos presentan un número efectivo de fracciones cercano a dos.

El nivel de proporcionalidad que registra el sistema electoral uruguayo, no sólo depende de su adjudicación proporcional sino además de la magnitud de su parlamento con 99 bancas en representantes y 30 en senadores. El estímulo para la proliferación de actores es alto ya que el umbral mínimo para lograr un 16 “The electoral systems with closed and blocked lists stimulate the existence of strong and institutionalised parties” (Altman y Chasquetti, 2003). Usualmente la confección de listas cerradas se relaciona con la estructura vertical de los partidos, lo que pone al elector como ajeno a la conformación de los candidatos, ya que el elector solo elige al partido, pues éste se encargará de elegir a los candidatos. En cambio, en el sistema electoral Uruguayo, el DVS implica que el elector puede escoger entre los distintos candidatos del partido, ya que se vota por el Partido, y a su vez dentro de éste, por una de las distintas candidaturas presidenciales, o bien por cada una de las listas al senado.

cociente nacional en la cámara de diputados es de apenas 1%.

Sin embargo, la proliferación de partidos está limitada por la simultaneidad de las presidenciales y las legislativas y el voto conjunto para ambos organismos en una única hoja de votación. La concentración del voto en unos pocos partidos conlleva a que las consecuencias de la representación proporcional sea limitada.

Luego de la reforma de 1996, la capacidad del ejecutivo para desplegar iniciativas tiende a ser mayor, pues el presidente para ser electo debe obtener el respaldo de más del 50% del electorado. No obstante el nuevo peligro radica en que un presidente acceda a esa mayoría en segunda vuelta sin coaligarse con otro partido y habiendo captado sólo una mayoría relativa en las cámaras en la primera vuelta. Todo esto si obligaría a negociaciones y acuerdos interpartidarios entre oposición y oficialismo.

De esa manera, el Sistema Electoral Uruguayo entrega incentivos a la mayoría de las fracciones de un partido político tras una candidatura luego de la primera vuelta electoral. Pero además el aseguramiento de un respaldo de más de 50% de los escaños del parlamento invita a que la fórmula presidencial represente a

la mayor cantidad de representaciones posibles dentro del partido.

Si las fracciones que apoyaban a Mujica hubiesen obtenido una victoria aplastante sobre las fracciones del Frente Amplio que apoyaron a Astori, la negociación, incluso de la candidatura a la vicepresidencia, se hubiera dado de otra manera¹⁷. José Mujica obtuvo el 52.09%, mientras que Danilo Astori, el 39.65% y Marcos Carámbula, 8.27% de los votos. Las características del sistema electoral uruguayo prácticamente obligan a la anexión de fuerzas internas tras la candidatura ganadora, más allá de la integración de la fórmula presidencial.

La estrategia de comunicación de gobierno de Mujica requería posicionarse dentro de la coalición histórica del Frente Amplio, y por ello, siempre tuvo como estímulo la realización de alianzas, como la que tejió con el vicepresidente, para demostrar que “no estaba solo en el poder”:

El presidente puede utilizar diver-

17 En la elección de 2009 hubo tres grandes subtemas en el Frente Amplio «El presidente para todos» que apoyaba la candidatura de Mujica, Subtema «Unidad y Pluralismo Frenteamplista» que apoyaba la candidatura de Danilo Astori y el Subtema “Más Unidad, Más compañeros” que apoyaba la candidatura de Marcos Carámbula.

sas estrategias para asegurar la mayoría parlamentaria en el período de gobierno. Es decir, no necesariamente requiere del acuerdo con un vicepresidente que represente a las fuerzas que no le acompañaron en la interna. Los partidos tienen bajos incentivos para no apoyarlo durante la primera vuelta electoral.

Durante el período de gobierno los actores políticos que no apoyaron en la interna electoral del partido, al ahora presidente, no tienen estímulos que lo obliguen a apoyar su agenda. Es decir, cualquiera de los grupos que quiera desmarcarse de la agenda del presidente, puede no votar su proyecto en el hemiciclo parlamentario.

Institucionalmente el vicepresidente de la república en Uruguay no tiene un peso real sobre la agenda de la presidencia (en un sistema fuertemente presidencialista). Por lo que es solamente en bloque cuando los sectores de legisladores disconformes pueden hacer llegar su parecer a la fracción mayoritaria de gobierno.

El legislador como tal responde a la disciplina del sector al que pertenece, ya que es éste quien le determinará su lugar en la lista para la próxima elección (no el partido como tal).

4.2 Indicadores de la reacción entre el presidente y los partidos

La construcción y el mantenimiento de una coalición de partidos o un partido de coalición de sectores, es una variable de larga data en el sistema de partidos uruguayo y el Frente Amplio no escapa a ello. En el largo plazo, la mediana de los número efectivos de fracciones parlamentarias promedio, es casi igual para los dos partidos tradicionales.

El Partido Colorado tiene una mediana de 2.22 y el Partido Nacional de 2.23, valores que representan apropiadamente un esquema bifraccionalista plus. Buquet et.al. confrontan con González al sostener que lo que no se puede plantear es que el esquema electoral antes de 1996 era el responsable de la fragmentación de los partidos. A lo sumo puede decirse que la tolera, pero presionando en la dirección de mantenerla en niveles limitados.

Según estos autores, “Si las fracciones internas del Sistema de Partidos se han mantenido estables, lo que ha crecido es la fragmentación parlamentaria total, que de pasar de un sistema de cuatro a cinco fracciones queda con el doble desde los sesenta. El valor de la mediana del NEFp (número efectivo de fracciones) para el tramo 1942-1962 es de 4.65 mientras que para 1966-1994 alcan-

za la cifra de 8.33”. Pero aclaran que este salto no se debe concretamente a un aumento de la fraccionalización total, sino a una característica estructural del sistema, los partidos tienden a tener un número estable de fracciones, pero si crece el número de partidos crecerá también el número total de fracciones en el Sistema.

El sistema político posicionaba por un lado a Blancos y Colorados, frente al crecimiento del tercer actor en disputa: Frente Amplio. En medio de esto se ha producido en el período una relación particular entre el Ejecutivo y Legislativo, donde los presidentes sistemáticamente comienza a perder poder de agenda en los últimos años de su gobierno. Al no existir el mecanismo de reelección, no es en el presidente donde se encontrarán las recompensas para cargos en la próxima elección¹⁸.

Como podemos concluir, el aumento en el NEFp llega hasta un 8.33 lo que se debe esencialmente a la irrupción del Frente Amplio como un partido de coalición, que estructuralmente está conformado por

18 “During the second part of the cycle, the policy agenda follows a more particularistic pattern, given the electoral proximity and the fact that during the first part of the cycle legislators were working with the policy preferences of the executive” (Bergara, et al).

fracciones. Incluso en el 2004 queda un poco más fragmentado por la anexión de fuerzas como el Nuevo Espacio, para reducirse nuevamente en 2009 (NEF de 2009).

El hecho de que Mujica se presentase en la campaña electoral y en el gobierno, con un fuerte respaldo de otros integrantes de la fuerza política, como Astori o nuevas generaciones, indica que: los actores clave para la negociación en Uruguay son las fracciones. Por ende la clara división existente en la interna de 2009 se trasladó a la agenda pública de gobierno y legislativa, con dos bandos claramente identificados y una tercera fuerza independiente disseminada.

La consolidación del “Frente Liber Seregni” en 2010 como fuerza que centra todo el apoyo de Danilo Astori, fijó las relaciones en el esquema de gobierno del partido con dos referentes de la fuerza política y ocupando protagonismo de la agenda pública: el presidente y el vicepresidente.

Más allá de su rol de vicepresidente, Astori fue posicionado como el líder interno del otro bloque que le apoyó directamente en las internas y que se posicionó más allá de su candidatura.

4.3 El Pepe y la génesis del Frente Amplio como actor político

Desde su origen el Frente Amplio fue un partido coalición de diversos sectores que no perdieron su funcionamiento partidario independiente (con estatutos y autoridades propias). La propuesta de un programa común desde 1971 hizo conciliar los diversos intereses y visiones filosóficas que integran el Partido. Siempre existieron diversas corrientes en las más de cuatro décadas que lleva de funcionamiento el Frente Amplio. En ese sentido, la trayectoria histórica del Frente Amplio operó en particular sobre la relación Mujica-Astori de la siguiente manera:

1.- El contexto histórico del Frente Amplio como un partido de coalición de sectores, refuerza el liderazgo del cabeza de sector en el esquema de *governance* del oficialismo y posicionamiento en la agenda pública. Por ende, es válido que tanto Astori como Mujica aparezcan en la escena pública como los representantes de las posiciones mayoritarias dentro del partido.

4.4 *Path dependence*: estrategia de comunicación de Tabaré Vázquez

Necesariamente, la estrategia de comunicación de gobierno plantea-

da por Mujica estaba determinada por la herencia que recibió desde el gobierno de Tabaré Vázquez. Desde la llegada del Frente Amplio al gobierno en 2005 se estableció un desafío para la fuerza política: cuidar su estructura de acuerdos que le permitiese gobernar fluidamente. Mantenerse unidos, pero sobre todo “parecer” unidos.

Tabaré debía trasladar a la presidencia su esquema de gobernabilidad interno. Uno de los principales argumentos utilizados por los partidos tradicionales para atacar al Frente Amplio durante los noventa, es precisamente su escasa experiencia para el manejo de la administración pública a nivel nacional¹⁹. De ese modo, Vázquez buscó trasladar la lógica de consensos del Partido al seno del gobierno; para ello nombró a todos los cabezas de lista²⁰ dentro del gabinete ministerial.

Así, Vázquez se aseguró que el accionar de todas las fracciones del partido siga siendo administrado desde su liderazgo. Esto facilitó la composición de un discurso integrador, coordinado y que sea funcional a los objetivos del gobierno. El es-

19 Pese a que estaba en el gobierno municipal más grande del país, Montevideo, desde 1990.

20 A excepción de Rafael Michellini, líder del Nuevo Espacio que aún no se integraba formalmente al Frente Amplio.

fuerzo por mantener este esquema de gobierno tiñó toda la estrategia de comunicación.

Como parte de su táctica política para garantizar la gobernabilidad interna del Frente Amplio, el presidente Tabaré Vázquez revitalizó el funcionamiento del Consejo de Ministros. En el gobierno de Vázquez el Consejo de Ministros sesionó durante prácticamente todos los lunes del período.

En el comienzo de esa semana, la reunión de Vázquez con el consejo tuvo como finalidad mostrar al gobierno en su conjunto sesionando sobre diversos temas, y en especial, centró la generación de información y de anuncios del gobierno.

En consecuencia, el gobierno se aseguró la atención de la prensa en el inicio de todas las semanas noticiosas y por ende acaparó el origen de noticias, fijando los temas de su interés en la agenda mediática.

Sin embargo, lo fundamental es que Tabaré Vázquez no aparecía solo, aparecía con su equipo. Se trataba de ministros que hablaban por el gobierno y que transmitían la opinión del presidente. Ello permitió poner a otros agentes en primera escena, preservando la imagen de Tabaré para momentos muy particulares. La búsqueda permanente de canali-

zar el diálogo y las diferencias en la interna del gobierno fue una lógica que pesó en el esquema trazado por Mujica que, a pesar de las diferencias manifiestas, logró promover el diálogo en este sentido:

1.- Si bien Mujica no colocó a los cabezas de lista como ministros, sí respetó los equilibrios internos en la designación de los cargos de gobierno.

2.- Conceptualmente se presentó el diálogo Astori-Mujica como el fiel de la balanza entre los dos grandes sectores que integraban al Frente Amplio, con lo que se buscaba cuidar los equilibrios internos en la toma de decisiones.

3.- Uno de los principales puntos de equilibrio fue la designación de cercanos a Astori en el equipo económico de gobierno, ya sea en el Ministerio de Economía y Finanzas, como en el Banco Central. Mientras que cercanos a Mujica fueron designados en la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y en la SubSecretaría del Ministerio de Economía y Finanzas. Fue en este asunto en que las relaciones entre ambos líderes se vieron tensadas en su máximo punto.

Conclusiones

La estrategia de comunicación de gobierno de Mujica se vio influenciada por algunas pautas del marco

institucional uruguayo. La espontaneidad y cercanía de uno de los presidentes más populares del mundo, nació en un contexto institucional específico, que incidió en el origen del personaje y en su desempeño en el gobierno. La excepcionalidad de Mujica puede ser entendida dado que se dio dentro de un sostén institucional:

- 1.- Lo constriñó a la negociación permanente con los sectores internos de su fuerza política, para asegurar la gobernabilidad interna.
- 2.- Matizó muchas veces su espontaneidad en el relato político, con otros actores del gobierno que imprimieron un carácter tradicional al discurso político, ya sea en el rol ejercido por Astori como vicepresidente o algunos nuevos referentes de la fuerza política (Lorenzo, Canepa, Sendic, etcétera.).
- 3.- La importancia del partido político y la centralidad de los mismos en Uruguay, posibilita la existencia de un líder con el carisma de Mujica, pero dentro de una estructura de continuación y diálogo con el partido. Claramente la diferenciación con el estilo de Vázquez se dio en algunos puntos, pero sin crear una contraposición que no facilitase el diálogo entre los líderes internos del partido.

El personaje fue posible dentro de un marco institucional específico.

Contestando al marco teórico que guió el análisis. Cabe cuestionarse si sería posible la construcción de un personaje similar a Mujica en otros contextos políticos e institucionales. ¿Qué pasaría con un Pepe Mujica en Venezuela? ¿Podría existir una versión de Mujica en el peronismo argentino?

El análisis precedente marca la importancia de que los estudios de comunicación de gobierno no se queden solamente con la descripción anecdótica sobre la que muchas veces cae el análisis de los casos específicos. Sin duda que el personaje Mujica es de interés en materia de construcción de liderazgos, contenidos en sus mensajes y canales de comunicación utilizados. Sin embargo, cuando uno ve en perspectiva institucional las estrategias de comunicación de gobierno puede comprender el alcance que la misma tiene, e incluso el impacto que puede llegar a tener sobre variables como la gobernabilidad o la representatividad.

Siguiendo lo planteado por el marco teórico de referencia y en sentido con el análisis que se plantea en este artículo, se propone el desafío de construir miradas comparadas en el concierto latinoamericano respecto a variables de carácter institucional y estrategias de comunicación de gobierno. ¿Qué características ins-

titucionales posibilitan la estrategia de comunicación de gobierno en los Kirchner de Argentina, de Dilma en Brasil, de Bachelet en Chile? Son preguntas pendientes que pueden orientarnos en el conocimiento en profundidad de las estrategias de comunicación de gobierno y su relacionamiento con otras variables.

Fuentes de consulta

- Aboal, Lorenzo, Moraes y Oddone, (2003) “La economía política de los déficit fiscales en Uruguay”, Ed. Trilce.
- Aguilar Villanueva, (1993) “Problemas Públicos y Agenda de Gobierno”, M.A.P. Grupo Editorial, México.
- Alcántara Sáez, Luna (2005) “Ideología y Competencia Partidaria en dos post-transiciones: Chile y Uruguay en Perspectiva Comparada”, Revista de Ciencia Política de la Pontificia Universidad Católica de Chile N° 26, Santiago.
- Alcántara Sáez, Manuel (2003), “La ideología de los partidos políticos chilenos, 1994-2002: Rasgos constantes y peculiaridades”, en Revista de Ciencia Política de la Pontificia Universidad Católica de Chile N° 23, Santiago.
- Altman, David (2001) “Democracia política y desarrollo económico”, en Desarrollo Humano e Institucional en América Latina 18.
- Altman, Chasquetti (2005), “Re-election and political career paths in the Uruguayan Congreso 1985-1999” en Journal of Legislative Studies N° 2, Summer 2005
- Altman, David (2003), “Political Recruitment and Candidate Selection in Chile (1990-2003): The Executive Branch”, Dirección General de Postgrado, Investigación, Centros y Programas, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago.
- Aninat, Cristóbal; Landregan, John; Navia, Patricio; Vial, Joaquín (2006), “Political Institutions, Policymaking process and Policy Outcomes in Chile”, Red de Centros del Banco Interamericano de Desarrollo.
- Baker, Andy, Barry Ames y Lucio Rennó, (2006), “Social Context and Campaign Volatility in New Democracies: Networks and Neighborhoods in Brazil’s 2002 Election”, American Journal of Political Science, Vol. 50: pp. 382-399.
- Berelson, Bernard, Paul F. Lazarsfeld y William N McPhee (1954), Voting: A Study in Opinion Formation in a Presidential Campaign, Chicago: The University of Chicago Press.
- Bergara, Mario, Chasquetti Daniel, Garcé Adolfo, Moraes Juan, Pereyra Andrés, Tansini Rubem, (2005) “Instituciones políticas, proceso de elaboración de políticas y resultados de políticas: El caso de Uruguay”, en Political Institutions, Policymaking Processes and Policy

- Outcomes, Red de Centros del Banco Interamericano de Desarrollo.
- Berger, P. L. (1991). T.(1968): La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Canel, María José (2010). "Para estudiar la comunicación de los gobiernos. Un análisis del estado de la cuestión". Comunicación y sociedad. Vol. XXIII, Núm. 1.
- BID, (2006) "La política de las políticas públicas, Progreso Social y Económico en América Latina", Departamento de Investigación, Banco Interamericano de Desarrollo.
- Botero Montolla, L. A. 2006. Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos. Palabra Clave Vol. 9 No. 2.
- Brown, C. (2007), "Gobernar es comunicar" [en línea], disponible en: http://www.fundacionpreciado.org.mx/biencomun/bc_153.html, recuperado 16 de mayo de 2011.
- Capriotti, P. (2004), "Planificación estratégica de la imagen corporativa", en J. C. Losada, (ed.), Gestión de la comunicación en las organizaciones, Barcloena, Ariel.
- Costa, Joan, "Imagen corporativa sg XXI", Ed. Buenos Aires: La Crujía ediciones, 2003
- Costa, Joan, "La comunicación en acción", Paidós, Barcelona, 1999.
- Colunga, D. Z. (2012). Perspectivas desde el Barómetro de las Américas: 2012. Disponible en www.vanderbilt.edu/lapop
- Cotta, M. (1988). Parlamentos y representación. Manual deficiencia política, 289-305.
- Durán, J. (2001), "Estrategias de comunicación política para los gobiernos", en Estrategias de comunicación para gobiernos, Washington, OEA.
- Easton, D. (2006). Esquema para el análisis político. Amorrortu Editores España.
- Gliem, David E. & Janack, James A. (2008) "A Portrait of a Transformational Leader: An Analysis of Text and Image on BarackObama.com" en American Communication Journal.
- Gunther, Richard y José Ramón Montero (2001), "The Anchors of Partisanship: A Comparative Analysis of Voting Behavior in Four Southern European Democracies", en P. Nikiforos Diamandouros y Richard Gunther, eds., Parties, Politics, and Democracy in the New Southern Europe, Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Gunther, Richard, José Ramón Montero y Joan Botella (2004), Democracy in Modern Spain, New Haven: Yale University Press.
- Gunther, Richard, José Ramón Montero y Hans Jürgen Puhle (2007), "Intermediation, Information, and Electoral Politics", en Richard Gunther, José Ramón Montero y Hans-Jürgen Puhle, eds., Democracy, Intermediation and

- Voting on Four Continents, Nueva York: Oxford University Press.
- Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros, *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa, 998.
- Jones, Mark (2005) "The role of parties and party systems in the policy making process". Department of Political Science Rice University Houston, Texas.
- Kreps, Gary, "La comunicación en las Organizaciones", Addison – Wesley Iberoamericana, USA, 1995
- Mascaray, y José y Elías, Joan 1988 *Más allá de la comunicación interna: la intracomunicación* Gestión 2000 Barcelona
- Miralles, A. 2002. *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Editorial Norma.
- Molina, R. (2002), "Gobierno y comunicación social", México, IPN de México.
- Noguera, F. (2001), "Campaña de comunicación permanente", en *Estrategias de comunicación para gobiernos*, Washington, OEA.
- Rincón, O. (2004), "Comunicación política en América Latina", Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, FESUR.
- Karen, Johnson & Copeland, Gary (2004). "Persuasion and Propaganda". *Strategic Political Communication: Rethinking Social Influence*. Rowman & Littlefield Publishers, Oxford.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson y Hazel Gauder (1948), *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, New York: Columbia University Press.
- Lupia, A. (1994). Shortcuts versus encyclopedias: Information and voting behavior in California insurance reform elections. *American Political Science Review*, 63-76.
- Mainwaring, Scott y Timothy R. Scully. 1995. "La institucionalización de los Sistemas de Partidos en América Latina." *Revista de Ciencia Política XVII* (1-2): 63-102.
- Mainwaring, S., & Torcal Oriente, M. (2009). *La institucionalización de los sistemas de partidos y la teoría del sistema partidista después de la tercera ola democratizadora*.
- Maldonado, 2013 "Institucionalización de Sistema de Partidos, anclaje del voto e intermediación política: España, México y Uruguay en perspectiva comparada", presentado en II Congreso de ALICE, Toluca, México.
- Mcnair, Brian (2012). *An Introduction to Political Communication*. Fifth Edition. Routledge, Londres.
- Mutz, Diana C. (2002), "Cross-cutting Social Networks: Testing Democratic Theory in Practice", *American Political Science Review*, Vol. 96, pp. 111-126.
- Pattie, Charles P y Ron J. Johnston (2003), "Talk as a Political Context: Conversation and Electoral Change in British Elections, 1992-1997",

Electoral Studies, Vol. 20: 17-40.

Pitkin, H. F. (1967). The concept of representation. Univ of California Press.

Ponce, Matías (2013). "Uruguay, desde el olimpo y desde el llano: las comunicaciones de los gobiernos de Vázquez y Mujica en Uruguay 2005-2011" en Matías Ponce, y Omar Rincón (coord.) Caudillismo, e-política y teledemocracia. Comunicación de gobierno en América Latina. Fin de siglo, Montevideo.

Pzeworski, Adam. 1995 "Las restricciones económicas en las transiciones políticas". Revista Internacional de Filosofía número seis.

Semetko, Holi & Scammell, Margaret (2012). The Sage Handbook of Political Communication. Sage Publications, London.

Sen, A. (1999). Development as freedom. Oxford University Press.

Wolton, D. (1998). Las contradicciones de la comunicación política. In Comunicación y política (pp. 110-130). Gedisa.

Zuckermann, Alan, Lawrence A. Kotler-Berkowitz y Lucas Swaine (1998), "Anchoring Political Preferences: The Structural Bases of Stable Electoral Decisions and Political Attitudes in Britain", European Journal of Political Research, Vol. 33: 285-321.

Zurieta, R. (2001), "Comunicación del gobierno en la era del entretenimiento", en Estrategias de comunicación para gobiernos, Wash, OEA.

Rincón, O. (2004), "Comunicación política en América Latina", Bogotá, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, FESUR.

A decorative graphic consisting of several overlapping, wavy lines made of small dots, creating a sense of motion or a signal. The lines are light gray and extend horizontally across the middle of the page.

DEBATE

Cultura escrita: una mirada parcializada en la práctica universitaria

WRITTEN CULTURE: A BIASED LOOK AT THE UNIVERSITY PRACTICE

*Miguel Martínez Curiel

Resumen

El presente escrito se centra en los factores lingüísticos y socioculturales que intervienen en la concepción de cultura escrita de los estudiantes universitarios en México, durante los procesos de construcción de sus textos académicos. Busca indagar cómo los universitarios perciben la cultura escrita que la reflejan al momento de elaborar sus discursos textuales, para lo cual es importante definir el significado y objetivos de la escritura en función de su perspectiva sociocultural, y comportamiento lingüístico. Se asienta que a pesar de que el concepto de cultura escrita ha sufrido variaciones en los propósitos y en cómo lograrlos, esta nueva percepción no ha impactado en las instituciones formadoras de estudiantes, ni se ha llevado por completo a la práctica en las aulas.

En virtud de la fragmentaria aplicación, es imperativo reconceptua

lizar el concepto de cultura escrita, que genere una propuesta alfabetizadora más pertinente con los espacios sociales donde se desenvuelven cotidianamente los estudiantes.

Palabras clave cultura escrita, análisis lingüístico, enfoque sociocultural, escritura académica y alfabetización.

Abstract

The present paper focuses on the linguistic and sociocultural factors involved in the conception of culture written by university students in Mexico, during the process of building their academic texts. Seeks to investigate how university perceive the written culture that reflect when developing their textual discourse, which is important to define the meaning and objectives of writing based on their sociocultural perspective and linguistic behavior. Settles that although the concept of written culture has varied in purpose and how to achieve this new perception has not impacted on students

* Profesor de posgrado y licenciatura. de la FES Argón, UNAM

training institutions, nor has been fully implemented in the classroom. Under the piecemeal application, it is imperative to reconceptualize the concept of written culture, which generates more relevant literacy projects with social spaces where students operate daily.

Keywords Academic writing, written culture, linguistic analysis, and sociocultural literacy approach.

Introducción

En este ensayo se argumenta la necesidad de resignificar el concepto de la cultura escrita de los universitarios en México, dado que la actual interpretación de la misma ha limitado el desarrollo de las habilidades escritas. Por tanto, el trabajo de investigación se realiza a partir de identificar de qué manera incurren los factores lingüísticos y el enfoque sociocultural en los usos y concepciones que los estudiantes dan a la CE. Es así que los textos no resultan sólo ser utensilios gramaticales independientes, distanciados de los entornos de interacción, sino fragmentos de expresión escrita situados contextualmente. Esta apreciación ha sido analizada por los estudios socioculturales de la alfabetización, que han caracterizado la escritura como una práctica social (Hernández, 2009).

El objetivo de este estudio es analizar que su concepción sobre cultura escrita de los estudiantes ha dejado de valorar aspectos esenciales en los textos, tales como la aportación, innovación, creatividad y transformación de la realidad. Asimismo, esta investigación se da luego de considerar de manera integral la necesidad de reorientar la visión formalista de escritura de los estudiantes, con lo que se les obligaría a buscar mejores estrategias lingüísticas y socioculturales a efecto de que ingresen de mejor modo a la nueva concepción escrita que se gesta ya en otros países.

Por ende, el estudio consistió en reconceptualizar la concepción de cultura escrita utilizando como punta de partida la mediación sociocultural que incide en el manejo lingüístico. Un camino que busca alentar el desarrollo de las habilidades de los estudiantes en la redacción y comprensión de escritos que vayan, inclusive, más allá del ámbito académico.

Esta inquietud de transformación surge debido a que muchos de los estudiantes ingresan a las universidades con dificultades para comenzar a elaborar los textos académicos, los cuales deben presentar a lo largo de su carrera universitaria. Por lo mismo se debe descifrar dicha problemática en virtud de que

se ha mirado a la alfabetización simplemente como el desarrollo de habilidades y capacidades lingüísticas que, a pesar de ello, tampoco los universitarios desarrollan con suficiencia, dejando además de lado la capacidad para comprender, aprender y analizar los textos que les demanda el entorno académico en que se desenvuelven. Es decir, “se suele privilegiar lo formal sobre el rigor, la originalidad y la flexibilidad” (Díaz-Barriga, 2000).

El acercamiento a esta problemática se realiza desde los Nuevos Estudios de Literacidad (Street, 1984, Street, 2005; Kalman, 2003, 2004; Gee, 1996; Zavala, 2002), que considera a la cultura escrita como práctica social, en la que cobra importancia el contexto del uso de la lengua escrita y las relaciones sociales que se gestan en función de ella. También se reconocen las ideas que tienen los estudiantes acerca de la producción escrita, así como sus usos sociales y consecuencias al momento de elaborarlas.

Por tanto, la cultura escrita (conocida indistintamente como literacy [Street, 1993, 2003], literacidad [Zavala, 2002], letramento [Masa-gao, 2003]), no puede preconcebirse por fuera de lo que los estudiantes piensan de ella, dado que se trata de usos con el lenguaje o prácticas discursivas particulares. Es así que

sus consecuencias serán múltiples y favorables de acuerdo con las formas en que ésta es usada por los diversos actores (Zavala, 2005; Kalman, 2003, 2004; Barton D. y Hamilton, 1998).

Con esta nueva mirada, surge la pregunta: ¿cómo conceptualizan a la cultura escrita los estudiantes en México? Esta interrogante se constituye en la categoría articuladora de este análisis. Dicha pregunta se desagrega en otras más específicas referidas a los distintos factores: ¿cuáles son los procesos lingüísticos de los estudiantes y cómo los expresan en sus escritos?, así como ¿qué elementos socioculturales intervienen en su producción escrita? En definitiva es importante conocer la relación que se gesta entre los conocimientos del mundo social que circulan en el aula y la percepción de la escritura que ronda día a día en el espacio social de las aulas.

De esa manera se considera que la importancia de estudiar la concepción de cultura escrita de los estudiantes, tiene que ver con entender cómo ésta propicia el interés de escribir. Tal proceso fomenta en el universitario aprovechar mejor la posibilidad de resolver problemas relacionados con el uso del discurso escrito, como por ejemplo: la producción de diversos textos académicos que están obligados a pre-

sentar durante los semestres de las licenciaturas.

Es así que el incentivo principal del ensayo radica en que a través de un enfoque no fragmentado de cultura escrita dará pie a una mayor posibilidad de alfabetismo en los estudiantes, debido a que favorece que éstos se interesen en la escritura al encontrarle alguna utilidad social. Sin embargo, las posibilidades de acercamiento, con la escritura no son iguales en todos los contextos, dado que existen comunidades académicas como en nuestro país donde se le ha dado preferencia a la transmisión puramente oral, mientras que el acceso a la escritura de manera integral se encuentra más restringida y penosamente poco practicada.

En consecuencia se ha tratado de conocer cuáles son los conceptos de cultura escrita presentes en los estudiantes. A partir de ello se desprenden las implicaciones académicas que los discentes han tenido al no poder hacer uso adecuado del discurso escrito. De acuerdo con estudios sobre la alfabetización, se considera a la cultura escrita como el conjunto de todos los elementos escritos que existen en la sociedad. Resulta entonces fundamental identificar cómo estos elementos influyen en el proceso de alfabetización de los estudiantes; tal como

lo plantean, Street (1993) y Kalman (2004), siendo la alfabetización una práctica cultural, donde los elementos escritos presentes en el contexto le permiten al individuo la posibilidad de crearse una idea de la escritura.

Perspectiva sociocultural y alfabetización

Uno de los dos ejes articuladores indispensables para soportar el estudio en torno a reconceptualizar la cultura escrita de los estudiantes universitarios, fue la perspectiva sociocultural, debido a que la escritura es parte de una praxis social y cultural; de modo que ésta puede describirse como construcciones sociales fruto de las circunstancias y entornos sociales y culturales de cada época. Desde esta línea de investigación, la perspectiva sociocultural mira a la comunidad y a las situaciones colectivas, con la idea de entender las oportunidades y los contextos para el aprendizaje de la escritura dentro de los contextos sociales como la universidad. Esta postura conceptual busca el aprendizaje al exterior del individuo y lo ubica en espacios sociales en donde los participantes comparten de modo abierto su conocimiento y pensamiento por medio de la interacción (John-Steiner y Meehan, 2000).

Sobre el tema, Gumperz (1984, 1986) señala enfáticamente que los eventos comunicativos no tienen lugar en espacios vacíos de significados culturales y sociales: cada hablante, escritor/lector, aporta su propia visión del mundo, prácticas de lenguaje, historia y experiencia con los otros participantes a un evento comunicativo determinado. Lave y Wenger (1991), McDermott y Tybor (1995), Dyson, 1997, Brice Heath (1983) y Street (1993) han contribuido a la noción de contexto al asociarla con el concepto de participación y las distintas formas de intervención en una circunstancia determinada, incluyendo situaciones en las que se lleva a cabo el aprendizaje.

Desde esta posición, aprender a escribir para los estudiantes, va más allá de la adquisición mecánica del código escrito; es decir requiere de la oportunidad de interactuar con otros estudiantes-escritores, de platicar sobre textos escritos, de insertar su uso en situaciones y contextos múltiples, y de usar el lenguaje con fines propios para entender su relación con procesos y configuraciones históricas y políticas. Sobre todo, exige el acceso a discursos sociales, representaciones de significado y formas de significar, y diseñar respuestas apropiadas (Gee, 1996; Kress, 2003; Brice Heath y Street, 2008).

Las investigaciones sobre escritura basadas en los trabajos de la corriente de literacidad (Street, 1984, 1995; Heath, 1983; Gee, 1992, 1996; Barton, 1994, Barton y Hamilton, 2000; Hamilton, 2000) han subrayado que ésta no es sólo una competencia individual ni centrada exclusivamente en la escuela, sino más bien una práctica social que cobra sentido en una comunidad dada; es decir, que se sitúa en un contexto que la conforma.

La orientación que adoptan hoy buena parte de las investigaciones sobre literacidad es sociocultural, por oposición a otros enfoques que ponen el acento en los aspectos lingüísticos (enfoque lingüístico) o psicológicos (enfoque psicolingüístico).

Desarrollo

Cultura escrita y el entorno sociocultural

Dentro de esta corriente sociocultural, podemos situar líneas de investigación más específicas que a continuación se exponen (Aitana Martos, Agustín Vivas, en Álabe, 2010):

1. Cualquier escrito está “situado” en un contexto concreto.
2. El lector no está solo. Vivimos en comunidad: interpretación plural.
3. Cada comunidad tiene sus formas

particulares de escribir. El uso del lenguaje varía con el espacio y el tiempo.

4. El significado se origina en la comunidad. Las palabras sólo transmiten rasgos muy esquemáticos, que deben completarse en cada comunidad.

5. La literacidad tiene, en sí misma, un origen social.

6. La literacidad es un fenómeno cultural e históricamente situado.

De esa manera, para dar cuenta de las nuevas prácticas de escritura que surgen en la sociedad contemporánea, en especial en los universitarios, aparecieron una serie de estudios que observan a la escritura como una práctica social contextualizada (para usarla en todos los ámbitos, con miras a conseguir objetivos personales y extender los conocimientos y capacidades).

Se diferencia bastante, por tanto, de la visión considerada tradicional, que no destaca más la percepción de los hechos y prácticas “letradas” dentro de ciertos contextos y pautas sociales. De modo que sería el uso y el contexto social el que articularía de forma plena el sentido, valores o finalidad de la comunicación en cuestión.

Así pues, la alfabetización es ante todo un conjunto de prácticas socio-culturales. Los especialistas de esta

corriente (Brian Street, James Paul Gee, Allan Luke, Colin Lankshear, Michele Knobel...) defienden que la cultura escrita no es una competencia autónoma sino herramientas indisociables de la comunidad y el contexto cultural en el que se aplican. Aprendemos a usar un discurso escrito participando en los contextos en que se emplea (Cassany, 2006). De forma que la adquisición de la literacidad no es una simple tarea académica que pueda desligarse del entorno cultural y social.

Aquí también cito al sociólogo francés P. Bourdieu (1992), quien estableció como concepto central de su teoría el “campo”, partiendo de la analogía de este concepto en física. Así, sostuvo que los campos sociales son espacios de juego históricamente constituidos con sus instituciones específicas y sus leyes de funcionamiento propias. Lo importante es que, como en el juego, subyacen una serie de reglas y que el sistema tiende al dinamismo, a actualizar distintas potencialidades, y que, dentro de este “juego”, se confrontan poderes, capitales, etcétera.

En ese sentido, las prácticas sociales implican acciones con la cultura escrita. En investigaciones se encuentra una relación conceptual entre literacidad y los planteamientos de Vygotsky que fueron profundi-

zados posteriormente por Leontiev. Se alude, de manera particular, al concepto actividad porque, según Leontiev, permite desagregar y deshacer el concepto de práctica social y, a su vez, rehacerlo para comprender cómo en los usos situados forma parte de otras prácticas globales.

Según Leontiev, son los procesos de la actividad del sujeto que intervienen en sus relaciones con el mundo real; es la actividad la que media en la comunicación con las personas y que produce procesos de apropiación de los conocimientos acumulados en el género humano. Leontiev (1981) es meticuloso al señalar que se refiere a la actividad con objetos y no a la conducta ni tampoco a los procesos nerviosos fisiológicos que se realizan en la actividad. Cuando este autor habla de actividad, toma en cuenta al medio institucional social y cultural donde ocurren los procesos psicológicos.

Street (2005), en relación con el tópico, considera que las prácticas de escritura varían de un contexto a otro; se trata de una práctica cultural, con principios epistemológicos que son socialmente construidos. Es decir, las actividades y las acciones escritas se diferencian según las condiciones operativas de los contextos singulares donde se desarrollan y, a su vez, están vinculadas con otros contextos que ofrecen,

por su parte, otros escenarios que propician diversas acciones, tales como la universidad.

De la misma forma, dentro de este enfoque sociocultural es conveniente establecer que las funciones psicológicas superiores se desarrollan en dos planos interdependientes. Primero en lo social, donde se adquieren los saberes culturales y se fomentan modos de comprensión, a través de la interacción. Segundo, sólo después se internalizan estos conceptos y habilidades en el plano personal, reconstruyendo de forma original las situaciones sociales.

Así, la apropiación de individuo implica una modificación: lo social e individual atraviesa por un proceso de transformación dialéctica hasta llegar a convertirse en algo cualitativamente nuevo (Fernández & Melero, 1995).

Hasta el momento todos los aportes teóricos sobre sociocultura señalan que el conocimiento acerca del lenguaje se construye mediante la participación activa de la persona en el contexto cultural y cotidiano al utilizarlo de una manera funcional con sentido y significado reales. Dentro de la perspectiva sociocultural, se brindan procesos de apropiación de las prácticas sociales y culturales. Este enfoque aporta elementos con la finalidad de comprender la rela-

ción entre la actividad humana en el mundo social y los procesos de apropiación de las prácticas culturales.

De acuerdo con lo que plantea Wertsch (1991), “[...] su meta principal consiste en construir una versión de los procesos mentales humanos que dan cuenta de estos procesos, y su relación con los contextos culturales, históricos e institucionales”.

En tanto las teorías clásicas refieren que es la mente individual la que logra dominar los procesos de razonamiento, a través de la internalización y la manipulación de las estructuras, la perspectiva sociocultural ubica a los procesos de aprendizaje en el desarrollo de la participación de las actividades sociales. Pone especial atención en la construcción del conocimiento mediado por diferentes perspectivas, saberes culturales y habilidades sociales aportadas por los participantes en los eventos de interacción.

La alfabetización es un excelente ejemplo de los distintos niveles entre los procesos cognitivos del individuo, los saberes culturales y las instituciones sociales en las que se desarrollan y emplean las diferentes formas de escribir” (Rogoff, 1990, y Lave y Wenger, 1991).

La lingüística y su incidencia escrita

El lenguaje resulta tan esencial para el desarrollo del conocimiento, como lo es para las relaciones sociales dentro de un ambiente cultural. La incidencia sociocultural y el comportamiento lingüístico son importantes para el desarrollo de la cultura escrita. La habilidad lingüística hace posible el crecimiento personal y su intervención en el ámbito social y cultural. Gracias a que surgió el lenguaje y todos sus conceptos es como se logró el entramado social. La actividad lingüística dentro de un marco pragmático que provee el enfoque sociocultural, influye, a su vez, en la cultura escrita.

La capacidad de escribir es un aspecto sociocultural en el que incide la familia, los amigos, compañeros, docentes... y sus concepciones culturales. El enfoque sociocultural resulta ser, ante todo, un instrumento determinante para el desarrollo de la escritura. De ahí que la lingüística ha variado considerablemente durante las últimas dos décadas, siendo la segunda categoría articuladora de este análisis.

Se entiende a la lingüística como toda reflexión objetiva y fundada en el lenguaje. Dentro de su contexto histórico, se señala que durante el siglo XIX fue básicamente com-

paratista e historicista, no obstante ahora su visión radica en la posición teórica y epistemológica existente frente al lenguaje y las lenguas.

La lingüística puede ser definida como el estudio científico del lenguaje (...). Por estudio científico del lenguaje se entiende su investigación a través de observaciones controladas, empíricamente verificables y con referencia a alguna teoría general sobre la estructura del lenguaje (John Lyons, 1993).

El propósito de los aprendizajes lingüísticos es el mejoramiento de las habilidades escritas y los desempeños de los usuarios; es decir, que el objetivo de esos aprendizajes son siempre parte del desarrollo socio-cultural que repercute en la cultura escrita. Ésta no sólo es la eficacia de un sujeto para comunicar su pensamiento, sino asimismo la posibilidad que tiene de “inscribirse” en su lengua; de hacerse responsable de sus enunciados; la posibilidad, no de la distancia del estructuralismo, más bien de la identificación de una lengua como constituyente del propio sujeto.

Con las investigaciones lingüísticas, posteriores a la década de los sesenta, que se centraron ya no en la oración sino en el texto como unidad de pensamiento, produjeron estudios acerca del aprendizaje y con

ello una verdadera revolución en relación con la enseñanza de la lengua y del tipo de aprendizajes que deberían promoverse en la cultura escrita. Es así que la enseñanza de la lingüística siempre se ha caracterizado por ser un trabajo de alfabetización permanente que no se aprende sólo en los primeros años, sino durante toda su vida.

La actividad lingüística es el hecho de dos protagonistas: el sujeto comunicante que posee un concepto de alfabetización y cierto estatus psicosocial por cuanto escribir implica comprometerse en una relación de intercambio (contrato) con respecto al sujeto interpretante. Un primer protagonista en la actividad de producción, llamado enunciador, que es sujeto del decir, enunciador del acto de lenguaje y que se halla afectado por cierto estatus lingüístico. El segundo protagonista en los actos de lenguaje es el sujeto destinatario, que tiene cierto estatus lingüístico y que está contenido en la enunciación del enunciador.

Justificación

Durante las últimas tres décadas la educación en México “ha dejado de ser”, al menos en la teoría, el espacio donde el principal objetivo ha sido la alfabetización en un sentido limitado; es decir, una persona alfabetizada equivalía simplemente

a saber leer y escribir. Incluso en tiempos más recientes la alfabetización sólo estaba referida, como se expuso, a la posibilidad de firmar un documento, a los logros educativos de los soldados y a responder «Sí, puedo leer» a los censores nacionales (Vincent, 2000). En cambio ahora se ha buscado que la enseñanza de la escritura no sólo se vea nada más como una habilidad mecánica, sino como una práctica social, que promueva la reflexión-acción para transformar su realidad, “donde leer, escribir, hablar y pensar sean inseparables” (Freire, 2003).

No obstante, los estudiantes universitarios muestran una concepción parcializada de cultura escrita y tratan de desarrollarla de manera utilitaria. Sin embargo, escribir un texto exige conocimiento cultural y social presentado por medio de lo lingüístico, que es relevante para cada caso particular, dado que la cognición humana es mediada por herramientas culturales, entre las cuales la lengua y escritura son aspectos centrales.

Su adquisición depende de la participación en actividades socialmente organizadas y culturalmente aceptadas, donde practicantes experimentados (escritores experimentados) y principiantes entran en contacto y se involucran en tareas conjuntas (Vygotsky, 1993).

Desde esta óptica, Freire (*Pedagogía del oprimido*, Revista *Historia de la Educación Latinoamericana*, núm. 10, 2008) señala que el tipo de criaturas que son los seres humanos depende del tipo de trabajo que hacen, del control que tiene sobre éste, y de su habilidad para actuar creativamente de acuerdo con sus propias elecciones y decisiones...”.

En ese tenor, la alfabetización ha implicado aprender a hablar, leer y escribir de manera competente. Empero, la cultura escrita es un medio que busca que los estudiantes y la sociedad en su conjunto tengan voz (expresión propia, auténtica), para hablar en contra de (resistir la opresión), y para hablar con (dialogar con otros). Es el medio para dejar de depender de otros para hablar y ser oídos, vistos respetados como ciudadanos y seres humanos.

La evolución de la escritura entre los universitarios ha sido fragmentada, dado que “la escuela como eje principal de desarrollo de esta cultura ha generado prácticas sociales que parten los procesos del discurso escrito perdiendo sentido en contextos cotidianos y desarrollando de forma deficiente mecanismos constructivos y de apropiación por parte de los alumnos” (PISA, 2003). En general la educación en México antepone los elementos automáticos de la escritura, es decir, la réplica de

símbolos gráficos donde se enfatiza la evaluación de producto, sin describir el proceso que lo subyace; de esta forma, de acuerdo con investigaciones, se fortalece la creencia de la linealidad de la lengua escrita, mientras que los elementos de creatividad y el despertar la curiosidad investigativa, están insuficientemente desarrollados.

Vemos que poco o nada se instruye sobre cómo desarrollar los textos desde una perspectiva cognitiva, discursiva, retórica y funcional (Lerner, 2001). En las aulas casi nunca se enseña que los textos tienen una textura y contextura social y cultural, que es en la práctica comunitaria que debe ser bien orientada a fin de atribuir el sentido a lo que se dice y escribe de manera apropiada. La consecuencia de este tipo de prácticas en un país carente de escritores es la casi nula.

Por ende, debido la concepción lineal de cultura escrita (una educación impuesta que no sale de lo formal), un alto porcentaje de estudiantes no desarrolla las habilidades de la escritura que les permita utilizarlas como procesos transformadores, cognitivos que se plasmen por escrito en sus investigaciones. Se mantiene la creencia de que “todo se escribe igual”. La carencia de significado en las experiencias de la escritura brindan procedimientos

al estilo de “recetas” de cómo abordar la lengua escrita; dicha visión provoca la pérdida integrada de la escritura como práctica social de aprendizaje y recreación (Ferreiro, 2000).

En ese mismo plano, se reconoce que la cultura escrita repercute en un mismo sistema lingüístico y además está sometida a condiciones que se derivan del contexto social y cultural. Ambos entornos exponen una configuración dialógica; tienen una finalidad comunicativa en que la interacción entre entidades emisoras y receptoras constituyen una unidad básica (Lomas, 1999). En tal caso, analizar el discurso escrito mediante el enfoque sociocultural, así como las características lingüísticas, contribuye a explicar la trascendencia de redimensionar la concepción de cultura escrita que guardan los universitarios.

Partiendo de este análisis, en el que se unen la percepción formal de cultura escrita en la educación con el contexto social y cultural, específicamente con la comunicación no verbal, se puede asegurar que una herramienta invaluable que todo estudiante debe dominar, como parte de su formación profesional, es la escritura, puesto que desempeña una función primordial como instrumento de transformación de la realidad. No obstante, los universi-

tarios llegan a este nivel educativo con percepciones tradicionales de darle importancia a las cuestiones formales de la escritura, y que sin embargo muestran dificultades en cuanto a conocimientos lingüísticos. Por tal motivo, esta problemática afecta negativamente su vida académica que incide en el proceso de construcción de su concepción sobre escritura, es decir en la producción de textos que se exigen en la universidad.

Del mismo modo valdría la pena recordar que la comunidad académica universitaria no sólo se le considera como una comunidad de práctica, sino también como una comunidad discursiva, dado que crea sus propias formas de interacción y cumplimiento de los objetivos sociales que, en los estudios del discurso con una mirada semiótica externalista, se han denominado género (Swales, 1990; Halliday, 1978; Martín, 1992).

Aunque también reconocemos que el discurso posee una dimensión cognitiva que nos permite ver los géneros como constructos cognitivos (Van Dijk, 2008, Parodi, 2008). Esto es, asumimos que el entorno académico no sólo privilegia prácticas sociales que las definen en el contexto cultural, sino que además éstas se hallan asociadas a usos particulares y restringidos del lengua-

je, como la escritura; se trata, pues, de prácticas sociorretóricas bien definidas, o sea, actividades que se realizan en y por medio del discurso académico.

Tales prácticas revelan la función social específica, asociada por lo general con la construcción y difusión de conocimientos. Lo importante es que no sólo se trata de una serie de mecanismos de interacción social que permiten construir acciones discursivas, sino también tiene que ver con prácticas culturales por los miembros de la comunidad; esto es, dichos mecanismos de interacción que descansan y se configuran y reconfiguran por medio de constructos cognitivos y lingüísticos. Por lo mismo, la interacción discursiva en el medio académico evoluciona y va dando paso a nuevas y distintas demandas de comunicación, donde lo social, lo cultural, lo cognitivo y lo lingüístico interactúan de modo complejo, dando paso a lo que llamamos discurso académico.

Dicho discurso son los textos académicos, que al ser producidos por un grupo particular (estudiantes) con objetivos también particulares, requieren del acatamiento de convenciones establecidas por la misma comunidad académica que las genera y utiliza. Así son géneros académicos, por ejemplo, un artículo de una revista especializada, una

clase magistral de apertura, un trabajo de grado, una investigación, un registro documental de vídeo acerca de un hecho en estudio.

Identidad, factor cultural de estudiante

También al hablar de formación profesional, es hacerlo de la construcción de identidades. El ingreso a la universidad es, en esencia, la incorporación a una o varias comunidades disciplinares y discursivas que exigirán a los nuevos miembros una adhesión a sus prácticas, ritos y costumbres. Por lo tanto, las disciplinas que convergen en la escuela, como espacio social, están constituidas por un conjunto de individuos (estudiantes y docentes) que han sido formados desde la lógica propia, derivada de un proceso de acumulación de conocimiento y desarrollo de estrategias teóricas y metodológicas comunes. Estos grupos —identificados como comunidades disciplinares— desarrollan rasgos que le permiten establecer límites frente a otros grupos.

Para ilustrar lo anterior, tales grupos cuentan con la delimitación de un campo problemático; desarrollan estrategias teóricas para abordar sus problemas, esto es, han acumulado un cuerpo de conceptos y evidencias empíricas sobre los problemas de su campo. Disponen también de

un acervo metodológico-técnico que provee a sus miembros de instrumentos para producir, evaluar y validar el conocimiento producido; dominar el conocimiento y las herramientas acumuladas en cada campo se convierte en un requisito para incorporarse con plenos derechos y formar parte de la comunidad que desarrolla.

El dominio del conocimiento y de las herramientas para producir un género escrito y difundirlo, se adquiere en las sociedades contemporáneas, en esencia a través del proceso de escolarización, que implica un proceso formal de enseñanza-aprendizaje y, paralelamente, una socialización e intervención cultural. Los miembros de las comunidades disciplinares sancionan la incorporación de nuevos miembros y distribuyen las posiciones de estatus dentro de la misma, y a través de estos mecanismos se complementa informalmente la socialización de sus miembros. El sector académico de estas comunidades —profesores e investigadores— define el currículo y determina los rasgos que deben cumplir los nuevos miembros; regula la incorporación de la forma de desarrollo de las actividades y sanciona la pertinencia de sus resultados.

Es así que la idea de comunidad disciplinar, como fenómeno social,

contempla un conjunto de dimensiones que se deben considerar al hablar de formación de cuadros o incorporación de miembros:

- 1) Cuentan con una identidad propia que se construye mediante procesos de socialización, que conduce a que sus miembros compartan normas, procedimientos, valores, discursos; sus miembros no sólo se sienten parte de la misma, sin que son reconocidos por otros como miembros.
- 2) La conformación de comunidades y los procesos de socialización se dan a través de formas de interacción directas (*vis a vis*) o mediadas por organizaciones formales (instituciones en la que estudia) y de los medios impresos electrónicos en los que se difunde, evalúa y critica el conocimiento logrado por sus miembros.
- 3) Poseen mecanismos explícitos de admisión, evaluación, sanción y exclusión de sus miembros.
- 4) Presentan un alto grado de cohesión, sustentada en el acuerdo o consenso sobre su identidad.

De esa manera, cuando hablamos de identidad nos referimos a “un proceso de construcción en el que los individuos se van definiendo a sí mismos en estrecha interacción simbólica con otras personas” (Larrain, 2003). La identidad es la capacidad de considerarse a uno mismo como objeto y en proceso de ir

construyendo una narrativa sobre sí mismo. Esta capacidad sólo se adquiere en un proceso de socialización mediada por símbolos. Es por tanto un sistema de símbolos y valores que permite afrontar diversas situaciones cotidianas. Consiste en una construcción edificada por medio de diversos materiales adquiridos en la interacción con otros. En consecuencia, la relación entre cultura e identidad es muy estrecha en cuanto que ambas son construcciones simbólicas, pero no son el mismo asunto. Mientras que la cultura es una estructura de significados incorporados en formas simbólicas por medio de los cuales los individuos se comunican, la identidad es un discurso construido sobre sí mismo, mediante la interacción con otros a través de ese patrón de significados culturales.

Así pues, la construcción de identidad es un proceso al mismo tiempo cultural y social. El primero porque los individuos se definen a sí mismos en términos de ciertas categorías compartidas, cuyo significado está definido, tales como la religión, género, clase social, profesión, etc.; estas identidades son llamadas por algunos autores identidades colectivas (Anderson, 1983). Es también un proceso social, porque la identidad implica una referencia a los “otros” en cuanto a sus expectativas con respecto a nosotros (adhesión),

y en cuanto a nuestra necesidad de diferenciarnos (separación). Decir quiénes somos implica utilizar categorías compartidas con otros; pero la identidad no sólo se construye a través de la mirada de otros, es un proceso de interacción por medio del cual un sujeto manifiesta su necesidad de ser reconocido por esos otros. Por lo tanto, la identidad no responde a la pregunta: ¿quién soy? sino a la pregunta: ¿quién soy ante los ojos de los demás?

Así en términos generales la identidad académica está constituida por el conjunto de representaciones comunes a partir de las cuales los sujetos, de un determinado campo disciplinar, se reconocen como pertenecientes al mismo y, a su vez, diferentes a otros. Como cualquier identidad, ésta es aprehendida mediante el proceso de socialización a través del cual se transmiten los códigos y criterios que regulan cada campo disciplinar.

Conclusiones

Los datos presentados en los escritos de los estudiantes reafirman la concepción de cultura escrita parcializada sin reconocer la importancia de la interacción en la construcción de sus textos académicos. Si consideramos a la escritura no sólo como herramientas sino como “prácticas sociales y culturales”, la

enseñanza y el aprendizaje de la escritura es una cuestión fundamental en la formación de los estudiantes, ya que las formas que norman las situaciones y la interacción influyen en su concepción del significado de las prácticas de escritura.

Esto es, a quienes van a enseñar (docentes) hay que enseñarles la manera de escribir en su campo de especialización porque la escritura es uno de los principales instrumentos de aprendizaje que tienen sus especificidades en cada rama del conocimiento (Cfr. Carlino, 2006). De ahí que la comprensión de las prácticas de escritura no es sólo responsabilidad de los alumnos como se supondría sino de la comunidad universitaria en su conjunto, ya que en el entorno académico estas tendencias son inherentes a una cultura escrita que poco se ha ocupado de promover la escritura y de crear las condiciones para pensar en la escritura como pautas de interacción social y no como un proceso individual y lineal.

Escribir en la universidad debe ser visto como un proceso de participación en las prácticas letradas que definen a la comunidad, y para esto es necesario no sólo instruir a los estudiantes en las convenciones sino que además permitirles ser participantes periféricos en las actividades y avanzar en la legitimización

dentro de su comunidad escolar. Se observa en México que “prevalecen visiones y prácticas institucionales rígidas y prescriptivas, que intentan normar un ser (identidad) y un deber ser de quienes escriben en el contexto” (Hernández, 2009).

Por tal motivo resulta necesario reflexionar para abrir futuras líneas de intervención e investigación en la lingüística con la finalidad de generar cambios en la educación superior para hacerse cargo de la cultura escrita, intrínseca en la universidad sino y en todos los niveles educativos. Ya no hablamos de enfocarnos en la mente del individuo o la sociedad en términos macro, sino en la práctica social (o la actividad) en la que el individuo y la sociedad se conectan y dan como resultado la perspectiva cultural de estudiante en la escritura (Wertsch, 1998).

Se presenta el desafío de darle sentido a la escritura como constituyente de las prácticas de estudio y de las estrategias de aprendizaje, vistas desde una dimensión social. De tal manera que si sus integrantes en conjunto elaboran y llevan a la práctica proyectos dirigidos a enfrentarlos, comienza a hacerse posible acortar la distancia entre los propósitos y la realidad. Sobre este punto, Paula Carlino expresa que “...hacerse cargo de enseñar a escribir en la universidad es ayudar

a los alumnos a aprender...” (Carlino 2005).

Con esa visión de ayuda, se debe tener una representación social y cultural dinámica respecto a lo que atañe a la producción de sus escritos. Es decir, el estudiante podría visualizar su escrito constituido de textos y no de frases que luego habría que colocar unas junto a otras. Por lo tanto, los textos son escritos elaborados (y no preexistentes en términos absolutos) e incluso en elaboración (una producción); un proceso, un material que se trabaja y reconstruye tantas veces como el tema de investigación lo requiera. El ver este discurso escrito en continua transformación, ayudaría al estudiante a concluir un trabajo de calidad en tiempo y forma.

Por todo podemos mencionar que un texto es cualquier fragmento de lengua hablada o escrita de cualquier longitud que forme un todo unificado; es una unidad de lenguaje en uso, o sea, es definida como una unidad semántica y no de forma (Halliday y Hassan, 1976). Sin embargo, no se puede dominar la lingüística si no se tiene acceso a los espacios sociales y, sobre todo, culturales donde se produce y reproduce el conocimiento sobre el mundo. Donde las personas se forman y transforman no sólo como escritores, sino como individuos

con mayor libertad y capacidad para reflexionar y actuar en el mundo, algo que al parecer se ha carecido en las aulas y en los propósitos de la educación en México.

Pero por qué hablamos de la importancia del dominio lingüístico por parte de los estudiantes. La razón es que su desarrollo implica y le exige no sólo una habilidad mecánica, sino un pensamiento crítico e independencia intelectual; escribir, a diferencia de leer, convierte a la persona en autor, es decir, en persona autorizada para hablar o para hacer pública su verdad. Freire (1993) refiere una vez que vio con claridad que si los oprimidos (los estudiantes) escriben su propia historia sabrán quiénes son y quiénes pueden llegar a ser. Desde un punto de vista escolar, cualquiera sabe que el efecto de leer sin escribir (es decir sin cuestionar, comparar versiones, elaborar explicaciones alternativas) es que los alumnos acaban entendiendo nada, incluso si leen “grandes libros” o “autores clásicos” (Hernández, 2006).

El proceso lingüístico debería significar entre los estudiantes, “la apropiación del lenguaje para dar explicaciones ordenadas, argumentos lógicos, interpretaciones fundamentadas y análisis abstractos” (Heath y Mangiola 1991), justamente lo opuesto a la interpretación ciega de

un texto. Reproducir gráficamente a los “grandes autores” —en el mejor de los casos— impide que los colonizados piensen por sí mismos, como lo ha señalado Noam Chomsky (lingüista e intelectual crítico norteamericano): “Es una forma completamente estúpida de educación, pero creo que esto es por lo que [los grupos conservadores] la apoyan” (2002).

De lo anterior surge una consecuencia crucial: si la cultura escrita de un pueblo o grupo social, como los estudiantes, es el fundamento de su identidad y, por tanto, de su proyecto de futuro, ésta no puede ser importada; necesita ser producida por él mismo. Imponer modelos de identidad (lo que las personas deben ser o no ser, saber e ignorar, desear u odiar) es la clave de la dominación política y cultural; y es una tarea que se facilita bastante cuando la identidad histórica de la persona o pueblo a dominar ha sido previamente borrada o aniquilada. “No enseñar a escribir sobre la base del conocimiento equivale a silenciar. Silenciar es renunciar a educar. Y renunciar a educar es renunciar a ser libres” (Hernández, 2006).

El desarrollo lingüístico argumenta que la habilidad de producir un discurso escrito resulta de enorme relevancia, pues ésta contiene repercusiones importantes en todos los

aspectos de la vida del individuo, incluyendo el aspecto social, académico y profesional, ya que pone de manifiesto la apropiación discursiva del sujeto al momento de producir y comprender los diferentes tipos de textos que se le presentan en la universidad.

En suma, revisar nuestras ideas sobre el escribir, advertir que la producción escrita es un instrumento clave para aprender, reconsiderar, desarrollar y reorganizar el conocimiento sobre una materia –y no sólo un medio de registro o transmisión del saber–, llevaría a plantearse qué lugar damos a estos procesos escritos en la universidad.

Admitir que una disciplina está conformada por ciertas prácticas discursivas características, y que no es solamente un agregado de conceptos y métodos, obliga a preguntarse si acaso la tarea del profesorado incluye, también, la de abrir a los alumnos la puerta a su cultura escrita.

Las dificultades escritas de los estudiantes seguirán persistiendo y de la misma manera continuará su enajenación del potencial epistémico que alberga la escritura, si las instituciones universitarias y educativas en general, no incluyen en su programa un replanteo acerca de una concepción de cultura escrita integral.

Fuentes de consulta

Anderson, J. R. (1996). ACT: A simple theory of complex cognition. *American Psychologist*, 51, 355-365.

Barton, David (1994): *Literacy: An Introduction to the Ecology of Written Language*. Oxford y Cambridge, ma: Blackwell.

Heath, S. B. (1982). What no bedtime story means: Narrative skills at home and school. *Language in Society*, 11, 49-76.

Carlino, P. (2005): *Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Carlino, P. (2005b): “Representaciones sobre la escritura y formas de enseñarla en universidades de América del Norte”. *Revista de Educación*, n.º 336, pp. 143-168. Madrid, enero-abril de 2005. Disponible también en Internet en: http://www.revistaeducacion.mec.es/re336/re336_09.pdf o, con resúmenes en español e inglés en: http://www.revistaeducacion.mec.es/re336_09.htm

Cassany (2006), *Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea*, Barcelona: Anagrama.

Cassany, D., Luna, M. y Sanz, G. (2003). *Enseñar lengua*. Madrid: Graó.

Díaz Barriga, A. (2000). *Flexibilización curricular y formación pro-*

- fesional, en conferencias magistrales del V Congreso Nacional de Investigación Educativa, México: COMIE, UAA, pp. 175-192.
- Dyson, Anne (1997): *Writing Superheroes: Contemporary Childhood, Popular Culture, and Classroom Literacy*. Language and Literacy Series, 2. Londres y Nueva York: Teachers College Press.
- Ferreiro, R. (2000). Tecnología o Educación, ¿Cuál es la cuestión? *Revista Explorador Visual*. México: Año 2 Num. 2. pp. 31-34
- Freire, P. (2003) *El grito Manso*. Buenos Aires: editores Argentinas S. A
- Gee, James Paul (1996): *Social Linguistics and Literacies: Ideology and Discourses*. Critical Perspectives on Literacy and Education. Bristol, pa: Falmer Press.
- Gumperz, John J., and Robert Wilson. 1971. *Convergence and creolization: A case from the Indo-Aryan/ Dravidian border in India*. In Dell Hymes, ed., *Pidginization and creolization of languages*. Cambridge: Cambridge University Press. 151-167.
- Hernández, Z., Gregorio (1997), *Concepciones y prácticas pedagógicas sobre lengua escrita en secundarias urbanas del Estado de México*, Secretaría de Educación Pública, CONACYT, México.
- Halliday, M. A. K., and Ruqaiya Hasan. 1976. *Cohesion in English*. London: Longman
- Hamilton, H. (1998). Reported speech and survivor identity in on-line bone marrow transplantation narratives, *Journal Sociolinguistics*.
- Heath, S. B., & Mangiola, L. (1991). *Children of promise: Literate activity in linguistically and culturally diverse classrooms*. West Haven, CT: National Education Association.
- John Lyons (1993), *Introducción al lenguaje y a la lingüística*, ed. Tede, España.
- John-Steiner, V. (2000). *Creative collaboration*. New York: Oxford University Press
- Kalman, J. (2003): «El acceso a la cultura escrita: la participación social y la apropiación de conocimientos en eventos cotidianos de lectura y escritura», en *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. 8, núm. 17, pp. 37-66.
- (2004): *Saber lo que es la letra: una experiencia de lectoescritura con mujeres de Mixquic*. México df: Secretaría de Educación Pública, unesco Institute for Education (uie), Siglo XXI.
- Kress, G. (2003). *Literacy in the media age*. London: Routledge
- Larraín, Jorge. 2000. "Identidad nacional", en *¿Hay patria que defender? La identidad nacional frente a la globalización*. Santiago de Chile: Centro de Estudios para el Desarrollo (CED).
- Lave, & Wenger, E. (1991). *Situated learning. Legitimate peripheral*

- participarion. Cambridge, England: Cambridge University Press
- Leontiev, A.N. (1984) *Actividad, Conciencia y Personalidad*; EEditorial Cártago, México, 1ª Edición
- Lomas, C. (1999): *Cómo enseñar a hacer cosas con las palabras. Teoría y práctica de la educación lingüística*, 2 volúmenes. Barcelona, Paidós.
- Lerner, D. (2008) *Leer y escribir en la escuela: lo real, lo posible y lo necesario*.
- McDermott, R., Tubor, H., (1995). *On the necessity of collusion in conversation. The dialogue emergence of culture*. D. T. a. B. Mannheim. Urbana: Ill., University of Chicago Press, p. 218-236.
- Melero, M.A.; Fernández, P. (1995): "El aprendizaje entre iguales: el estado de la cuestión en Estados Unidos". En Fernández, P., Melero, M.A. (comps.): *La interacción social en ontextos educativos*. Madrid: Ed. Siglo XXI.
- Masagão Ribeiro, Vera (ed.) (2003): *Letramento no Brasil. (Literacy in Brasil.)* São Paulo: Global.
- Meehan, T. M. (1999). *Prenatal substance use: Effects on dyadic communication*.
- Giovanni Parodi (Editor) (2010) *Alfabetización académica y profesional en el siglo XXI: leer y escribir desde las disciplinas* Santiago: Editorial Ariel.
- PISA (2003) *El Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos de la OCDE (PISA, por sus siglas en inglés)*.
- Shirley Brice Heath, *Ways with words: Language, life, and work in communities and classrooms*. Cambridge University Press, 1983. Pp. xiii + 421.
- Street, Brian (2008): «On Ethnography», en *Approaches to Language and Literacy Research*. National Conference on Research in Language and Literacy (ncrll), Teachers College Press, Columbia University.
- (ed.) (1993): *Cross-Cultural Approaches to Literacy*. Nueva York, ny: Cambridge University Press. (Cambridge Studies in Oral and Literate Culture, 23).
- (2003): «What's "New" in New Literacy Studies? Critical approaches to literacy in theory and practice», en *Current Issues in Comparative Education (cice)*, vol. 2, n.º 5, pp. 77-102.
- Swales, J.M. (1990). *Genre Analysis. English in academic and research settings*. Cambridge: C.U.P. Ransdell (Eds.), *The science of writing: Theories, methods, individual differences and applications*. (pp. 127-148). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rogoff, B. (1990). *Apprenticeship in thinking: Cognitive development in social context*. New York: Oxford University Press.
- Vargas, Gabriel y José Alfredo Torres (2010), *Educación basada en competencias. Un balance de la*

versión mexicana, México, Torres Asociados.

Vigotsky, L. S. (1998). El desarrollo de los procesos psicológicos superiores. México: Critica.

Vincent, David (2000): The Rise of Mass Literacy. Reading and Writing in Modern Europe. Malden, ma: Blackwell Publishers.

Wertsch, J. (1998). Mind and Action, Nueva York-Oxford: Oxford University Press.

Wertsch, J. (1991). Voices of the Mind. A Sociocultural Approach to Mediated Action, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Zavala, Virginia (2002): (Des)encuentros con la escritura. Escuela y comunidad en los Andes peruanos. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.



AUTORES

Semblanza de autores

SEMBLANCE OF AUTHORS

Núria Rosich

Profesora de Didáctica de la Matemática de la Universidad de Barcelona. Doctora en Didáctica de la Matemática. Profesora Titular de Didáctica de la Matemática por oposición de la Universidad de Barcelona. Desde hace años se ha especializado fundamentalmente en tres líneas de investigación: a) Formación del profesorado, b) el estudio de la influencia de las nuevas tecnologías (TIC) en el aprendizaje, c) en el conocimiento de alumnado con necesidades especiales educativas en el aprendizaje y la enseñanza de las matemáticas. Siguiendo estas líneas de investigación dirige el grupo DiversiMat de la misma universidad. nuriarosich@ub.edu.

Karina Trejo Sánchez

Posdoctorada por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Unidad Xochimilco (2008-2010); Doctora en Derecho, aprobada con mención honorífica por la División de Estudios de Posgrado de la Fa-

cultad de Derecho de la UNAM (2003-2005); Maestra en Derecho por la División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Derecho de la UNAM, (2000-2002); Licenciada en Derecho, por la Facultad de Derecho de la UNAM (1994-1998). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Actualmente, es Profesora Investigadora de tiempo completo, adscrita al Departamento de Estudios Institucionales de la UAM, Unidad Cuajimalpa (2009 a la fecha); Profesora del Posgrado en Educación de la Universidad La Salle y Profesora Invitada de la Licenciatura en Enfermería, UAM, Unidad Xochimilco, División de Ciencias Biológicas y la Salud (2008 a la fecha).

Salvador Rosas Barrera

Licenciado en economía, maestro en urbanismo por la UNAM y experto en mercados de suelo por el LILP. Diplomado en Gestión de Suelo para Desarrollos Urbanos Integrales Sustentables por la UNAM; Profesor en la Licenciatura en Eco-

nomía y Posgrado en Economía de la UNAM y Proyectos para el Desarrollo Urbano de la UIA. Consultor en evaluación de proyectos de inversión, urbanos, regionales y de la rama petrolera en México. Actualmente Responsable académico del Posgrado en Economía en la Facultad de Estudios Superiores Aragón, UNAM.

Alessandra de Castilho

Estudiante de doctorado en Humanidades y Ciencias Sociales por la Universidad Federal del ABC. Máster en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo, Brasil. Especialista en Comunicación Corporativa de la misma institución. Jefe de Comunicaciones y Consultoría de la Universidad Federal del ABC, en el estado de São Paulo. Coordinadora de Comunicaciones de la Sociedad Brasileña de Investigadores y Profesionales en Comunicación y Marketing Político - POLITICOM.

Roberto Gondo Macedo

Doctor en Comunicación Social, Post-doctorado en el desarrollo de la Universidad de São Paulo - USP, Brasil. Sillas de la Sociedad Brasileña de Investigadores y Profesionales en Comunicación y Marketing Político - POLITICOM. Profesor e

Investigador en el Centro de Comunicación y Artes de la Universidad Presbiteriana Mackenzie. Director de Estrategias de Marketing y el Instituto de Gestión del Conocimiento - PMI, Brasil.

Andrés Cañizales

Profesor-Investigador de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) en Venezuela, adscrito al Centro de Investigación de la Comunicación en donde coordina una línea de trabajo sobre Comunicación y Democracia en Venezuela. Presidente de la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (INVECOM) coordina además el Grupo de Trabajo en Comunicación Política de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Escribe regularmente en los diarios El Nacional y Tal Cual en torno a temas como Libertad de Expresión, Información y Democracia. Su último libro se titula: "Pluralismo Menguante. Elecciones y Libertad de Expresión en la Venezuela de Chávez (1999-2012)". Comunicación Social. 2014.

Fabio López de la Roche

Historiador. Ph.D. en Literatura Latinoamericana y Estudios Culturales de la Universidad de Pittsburgh, Pennsylvania. Profesor Asociado

del Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales –IEPRI, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. Miembro del Centro de Pensamiento y Seguimiento al Diálogo de Paz de la Universidad Nacional de Colombia.

Hugo Sánchez Gudiño

Profesor-Investigador de la FES-UNAM-Aragón y de la FCPyS de la misma Universidad Nacional. Lic. en Periodismo; Maestro en C. de la Información; y Dr. en Ciencia Política. Miembro del SNI. Profesor en la Licenciatura de C. de la Com.(FCPyS-UNAM) y Periodismo y Com.(FES-UNAM-Aragón); Profesor y Tutor en la MADEMS (FCPyS-UNAM), Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales(FCPyS-UNAM),y Posgrado en Pedagogía(FES-UNAM-Aragón).Autor de una veintena de libros entre los que destacan: Génesis,desarrollo y consolidación de los Grupos de Choque en la UNAM (2006); Entre Fox y Una Mujer Desnuda-Ascenso y Descenso de un Presidente Mediático (2008);Globalización y Cibersociedad(2009); Comunicación y Democracia-Reflexiones sobre el Nuevo Escenario Mediático y Legal de los Medios de Comunicación en México(2010);y Pasado,Presente y Futuro de los Partidos Políticos en México(2011). Ha ejercido el perio-

dismo desde hace 20 años en Excelsior, El Día y Quehacer Político entre otras publicaciones.Actualmente es Coordinador General de la Revista Matices de Posgrado(UNAM-FES-Aragón).

James A. Dettleff

Profesor-Investigador de la Pontificia Universidad Católica del Perú(PUCP)/ En su último libro participa con un nutrido grupo de Investigadores de la Comunicación de América Latina. Se titula: Caudillismo,e-política y teledemocracia: Comunicación de Gobierno en América Latina. Universidad Católica de Uruguay-Edit.Fin de Siglo.2013.

Javier Protzel

Profesor-Investigador de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, Perú. Ocupa alternativamente las cátedras de Procesos Interculturales, Comunicación Política y Comunicación Internacional. Es Profesor de la Maestría en Estudios Culturales de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Ha sido profesor visitante en Universidades de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Estados Unidos, México y Venezuela. Entre sus publicaciones recientes, destacan: Gobernabilidad, corrupción y tecnologías de la información en el Perú.2012;y Co-

municación, gobernabilidad y ciudadanía en las Américas.

Luciana Panke

Posdoctora en el cuerpo académico Comunicación Política de la UAM– Universidad Autónoma Metropolitana – México. Doctora en Ciencias de la Comunicación (USP-Brasil), profesora del Departamento de Comunicación Social de la ‘Universidad e Federal do Paraná’ (UFPR-Brasil) y de la maestría en Comunicación en la Institución. Líder del Grupo de Investigación “Comunicación Electoral”, es autora de libros y capítulos. Algunos están disponibles gratuitamente en www.issuu.com/lupanke Vice-Presidente de la Sociedad Brasileña de Profesionales e Investigadores del Marketing Político (Politicom). Organiza un canal en youtube con material de propaganda: youtube.com/ocanalpanke Twitter: @lupanke.

Matías Ponce

Profesor-Investigador del Departamento de Comunicación de la Universidad Católica del Uruguay. Profesor de la Maestría en Comunicación Política del Instituto Universitario Ortega y Gasset, profesor de la Universidad Especializada de las Américas, Panamá y de la Universidad Nacional Rafael Landívar, Guatemala. Máster en Gobernabili-

dad y Políticas Públicas por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Instituciones y Procesos Políticos por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Su último Libro coordinado con Omar Rincón se titula: “Caudillismo ,e-politica y Teledemocracia: Comunicación de Gobierno en América Latina”.2013. Universidad Católica de Uruguay-Edit. Fin de Siglo.

Miguel Martínez Curiel

Candidato a Doctor en Pedagogía por la División de Estudios de Posgrado e Investigación de la FES Aragón, UNAM. Profesor de posgrado y licenciatura. Líneas de investigación: enseñanza-aprendizaje del desarrollo de habilidades escritas y contextos de diversidad cultural. Publicaciones recientes: “El uso del vídeo como estrategia de formación docente y desarrollo intercultural” y “Reconceptualizar el concepto de cultura escrita: caso ponencias de los estudiantes de maestría”. Correo electrónico: posarag@unam.mx; editorialposgrado@gmail.com latifundista

Lineamientos de publicación

Matices del Posgrado Aragón

• Los textos se dirigirán a nombre del Jefe de la División de Estudios de Posgrado e Investigación de la Facultad de Estudios Superiores Aragón-UNAM, Dr. Daniel Velázquez Vázquez.

• Los autores deberán entregar sus trabajos en **archivo electrónico** procesado en el programa WORD, con carácter Times New Roman, número 12 con interlineado doble. Asimismo, en forma impresa en dos copias en formato tamaño carta. No se aceptarán documentos de texto escaneados, excepto gráficos, fotografías e ilustraciones.

• Las colaboraciones deberán ser inéditas y originales. El envío o entrega de un trabajo a *Matices del Posgrado Aragón*, compromete al autor a no someterlo de manera simultánea a la consideración de otras publicaciones en español. Si se aprobara el texto, el autor cede automáticamente los derechos patrimoniales sobre su trabajo y autoriza

su difusión impresa y electrónica.

• El autor deberá incluir su currículum resumida (máximo 2 líneas). Así como su semblanza curricular (de 10 a 15 líneas) para incluirla en la sección *Autores* de la misma revista.

• Las colaboraciones, salvo las reseñas bibliográficas deberán incluir:

1. Resumen-abstract. Un resumen breve en donde se expresen las ideas sintácticas del discurso, sus alcances, aportaciones e importancia. Se deberá entregar en los idiomas español e inglés (entre 5 y 10 líneas).

2. Palabras clave. Presentar máximo 5 palabras que el autor considere clave en el desarrollo y entendimiento de su escrito.

• Las modalidades de trabajo a presentar son las siguientes: ensayo, (extensión máxima de 30 cuartillas); artículo (máximo 20 cuartillas); y la reseña bibliográfica (máximo 4

cuartillas) estará encabezada por la descripción bibliográfica de la obra: nombre del autor, título del libro, editorial, lugar y fecha de edición y número total de páginas. Deberá incluir la imagen de la portada del libro (escaneada).

- El aparato crítico es la forma de incluir las citas y referencias en el texto, las cuales deben presentarse en el sistema bibliográfico utilizado por la Modern Language Association of America (MLA Citation Style). Cuando las citas sean de cuatro o menos líneas se escribirán entre comillas. Si la cita es de más de cuatro líneas se escribirá fuera del texto con sangría de 10 espacios; todas las citas llevan punto final.

- Las **fuentes de consulta** se incluirán al final de cada texto por orden alfabético. La **bibliografía** será presentada de la siguiente manera: apellidos y nombre del autor (si no hay autor se escribe el nombre de la obra), título de la obra, subrayado, lugar, editorial, año de edición y páginas consultadas. Las referencias de enciclopedias se escribirán de esta forma: Autor del artículo (si lo tiene). “Título del artículo o del tema entrecomillado”. Título de la Enciclopedia, subrayado. Editorial. Año. Cuando es el capítulo de un libro: Apellido y nombre del autor. “Nombre del capítulo entrecomilla-

do”. Nombre de la obra subrayado. Editor. Editorial. Año y páginas consultadas.

- La **hemerografía** incluye: en ***Revistas**: Apellido y nombre del autor. “Título del texto entre comillas”, nombre de la revista, subrayado. Volumen o número. (Año entre paréntesis). Número y páginas consultadas. En ***Periódicos**: Apellido y nombre del autor. “Título del artículo entrecomillado”. Nombre del periódico, subrayado. Número o volumen. Mes, año y página consultada. **Internet**: Apellido y nombre del autor. “Título entrecomillado”. Nombre de la sección, subrayada. Año. Nombre de la institución. Fecha de consulta y página electrónica completa. ***Artículo de periódico o de revista en internet**: Apellido y nombre del autor. “Título del artículo o ensayo entrecomillado”. Nombre de la sección, subrayada. Fecha en que se elaboró la página (update). Día, mes, año. Institución u Organización responsable de la página. Dirección electrónica. Fecha de acceso.

- Es necesario que todas las colaboraciones presenten los datos generales del autor: número telefónico, correo electrónico y fax, para contactarlo acerca de cualquier asunto relacionado con su texto.

•El Comité Editorial de la División de Estudios de Posgrado e Investigación, puede considerar la aceptación y publicación de los textos tal como se presentaron, solicitar correcciones o cambios para adaptarse a los lineamientos generales de la revista, o ser rechazados. Asimismo, la fecha de su publicación estará sometida de acuerdo a la temática y espacio del número.

•Las colaboraciones publicadas son responsabilidad del autor o autores.

•Para mayores informes sobre rubros específicos de presentación de las colaboraciones, por favor llamar al Área Editorial de Posgrado-FES Aragón: 56.23.08.73, 56.23.08.74 o al correo electrónico: posarag@unam.mx

Publishing Regulations

Matices del Posgrado Aragón

- The authors will submit their documents to the Manager of the Division de Estudios de Posgrado e Investigación de la Facultad de Estudios Superiores Aragón-UNAM, Dr. Daniel Velázquez Vázquez.

- The documents should be processed in an electronic file, processed in program Word, in font New Time Roman, size 12 double-spaced. As well as two copies in printed version (letter size). Scanned documents will not be accepted, except graphics, pictures and illustrations.

- Every text will be unpublished and original. Submitting a paper or document to *Matices del Posgrado Aragón* requires the author not to subject it simultaneously to the consideration of any other publications in Spanish. If the text were approved, the author gives the patrimonial rights automatically on his work and authorizes its printed and electronic diffusion.

- The author will include his brief curriculum (two lines at most); as well as his curricular summary (from 10 to 15 lines) in order to include it in the section of Authors of the same magazine.

- The collaborations, except the bibliographical reviews will include:

1.Summary-abstract. A brief summary where the syntactic ideas of the speech are expressed, their reaches, contributions and importance will surrender in the Spanish languages and English (between 5 and 10 lines).

2.Key words. Present a maximum 5 words that they are a key to the author's consideration in the development and understanding of their writing.

- The presented papers can be incorporated as follows: essay (maximum 30 sheets); article (20 sheets as a maximum extension) or bibliographical review 4 sheets as maximum, it will be headed by the book report

including: author, title of the book, editorial, place and date of edition as well as the total number of pages. It will also include the image of the cover of such book (scanned).

- The critical apparatus is the form of including the quotations and references in the text; this should be presented in the bibliographical system used by the Modern Language Association of America (MLA Citation Style). When the quotations are of four or less lines will be written in quotation marks. If the quotation is of more than four lines it will be written outside of the text with an indentation of 10 spaces; all the appointments have a full stop.

- The bibliographical references** in the text will be included at the end of each text in alphabetical order. **The bibliography** has to be presented as follows: author's last name and name (if there is no author, the name of the book has to be written, the title of the document underlined, the place, editorial, year of the publication of the work as well as the number of the pages consulted. The references from encyclopaedias will be written as follows: Author of the article (if mentioned). "Heading of the article or topic, in quotation marks". The title of the Encyclopaedia, underlined. Editor. Year. When it is a chapter from a book: Last name and name of the

author. "Name of the title in quotation marks". Name of the book, underlined. Editor. Edition. Year and consulted pages.

- The Newspaper and Periodical Library** includes: In * **Magazines:**

The author's last name and name, "title of the article in quotation marks", name of the magazine, underlined. Volume or number. (Year, in parentheses). The consulted pages. In * **Newspapers:**

The author's last name and name, "title of the article in quotation marks", name of the newspaper, underlined. Number or volume. Year, month and pages consulted. In * **Internet:** the author's last name and name, "title, in quotation marks", name of the section, underlined. Year. Name of the Institution. Date of consulting and the complete electronic link.

- * **Article in a Newspaper or Magazine:** The author's last name and name, "title of the article or essay, in quotation marks", name of the section, underlined. Date of the last updating. Day, month, year. Institution of Organization responsible of the publishing. Link. Date of consulting.

- It is required for all the collaborations to present the author's general data; including phone number, e-mail, and fax, so to contact him regarding any matter related about his text.

- The Editorial Committee of Post grade can consider the acceptance and publishing of the texts as they were presented, or request corrections or changes in order to adapt them to the guiding principles of the magazine, or else be rejected. Likewise, the date for its publication will be restricted to the topic and to the space of the volume.

- The published collaborations are the author or authors' responsibility.

- For further information on specific items or presentation of the documents; please contact the Editorial Area of Postgrade at FES-Aragon: 56.23.08.73, 56.23.08.74 or electronic mail: posarag@unam.mx

La arquitectura como memoria e identidad nacional

Luis Arnal Simón

Las representaciones sociales: cultura y exclusión

María Teresa Barrón Tirado

María Macarena López Ortiz

El papel de la tutoría en la formación de investigadores en la maestría: un estudio de caso
Graciela González Juárez

Presentación

Alejandro Cabeza Pérez

La Maestría en Restauración de Monumentos

Raúl C. Nieto García

Ingenio e ingenios en la inundación de 1629

Tarsicio Pastrana Salcedo

La forma y la idea en la arquitectura

Alberto Odériz Martínez

La otra cara del Efecto de Isla de Calor Urbano: nueva fuente de energía presente en las envolventes de edificios y pavimentos urbanos

Ernesto Ocampo Ruiz

Complejidad de la ciudad y contradicción de su arquitectura

Juan José Kochen Gómez

Experiencia de investigar en el campo del diseño arquitectónico

Héctor Allier Avendaño

Juan Pablo Rodríguez Méndez

Lucía Santa Ana Lozada

La comunicación y las expresiones de lo arquitectónico

Miguel Hierro Gómez

Temas de Administración en el Programa de Maestría en Arquitectura-Tecnología

Jorge Quijano Valdez

Miguel Ángel Granados Chapa: herencia crítica del periodismo mexicano del siglo XX

Hugo Sánchez Gudiño

