

CONEICC

Consejo Nacional
para la Enseñanza y la Investigación
de las Ciencias de la Comunicación

XV ENCUENTRO NACIONAL CONEICC

**LA COMUNICACIÓN QUE NECESITAMOS,
EL PAÍS QUE QUEREMOS**

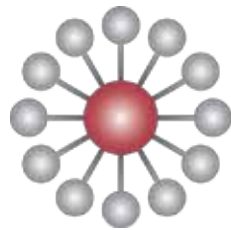
COORDINADORES

| **Ma. de Lourdes López Gutiérrez**
● **José Luis López Aguirre**
| **José Samuel Martínez López**

ISBN 978-607-95703-0-9

LA COMUNICACIÓN QUE NECESITAMOS, EL PAÍS QUE QUEREMOS

XV Encuentro Nacional CONEICC



CONEICC

Consejo Nacional
para la Enseñanza y la Investigación
de las Ciencias de la Comunicación



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

UVM

Universidad
del Valle de México
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES*



UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA
CIUDAD DE MÉXICO

Ma. de Lourdes López Gutiérrez
José Luis López Aguirre
José Samuel Martínez López
COORDINADORES

*La comunicación que necesitamos, el país que queremos.
XV Encuentro Nacional CONEICC*

*María de Lourdes López Gutiérrez
José Luis López Aguirre
José Manuel Martínez López
Coordinadores*

ISBN 978-607-95703-0-9

*Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación
México , D.F. 11 de octubre de 2011.*

*Diseño y maquetado de este e-book: Luisa María Sánchez Ortega, Jorge Alejandro Espinosa Decelis y
Rodrigo Del Oso Cortés.*

Apoyo en la edición: Andrea Tashe González M.

Antes de imprimir el documento, piense en su compromiso con el ambiente.

COORDINACIÓN EDITORIAL

Ma. de Lourdes López Gutiérrez
Universidad del Valle de México campus Tlalpan

José Luis López Aguirre
Universidad Panamericana campus Ciudad de México

José Samuel Martínez López
Universidad Iberoamericana campus Ciudad de México

COMITÉ EDITORIAL DEL CONEICC

Dra. María Concepción Lara Mireles
Presidenta

Dr. Manuel Ortiz Marín
Coordinación de Investigación

Mtro. Mauricio Ortiz Roche
Coordinación de Asuntos Académicos

Mtra. Eva María Pérez Castrejón
Coordinación de Difusión

Mtra. Alma Reyes Perales
Coordinación de Documentación

DICTAMINADORES

Juana Lilia Delgado

Adjani Gabriela Tovar Pimentel

Eduardo Fernando Aguado Cruz

Edwin Arreola Rueda

Eugenia García Robles

Iñigo Fernández Fernández

José Luis López Aguirre

María de la Luz Ruiz Figueroa

Nora Espino Amor

Vanessa Muriel Amezcua

Verónica Alvarado Durán

Verónica Ochoa López

Marcela Moreno Cueto

Roberto Alejandro López

Eugenio Pablo Leyva

María Teresa Nicolás Gavilán

María de Lourdes López Gutiérrez

María Eugenia Campo Orozco

Silvia Gutiérrez y Vera

Clemente Sánchez Uribe

Hugo Armando León Zenteno

Sandra Flores Guevara

Carmen Elizabeth Aguilar Lara

Elena Sáinz de la Maza

Cecilia Sabido Sánchez

José Ángel Garfias Frías

INDICE

Capítulo 1. Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información.....16

Análisis de la apropiación de las TIC en el aula: Más allá de las habilidades tecnológicas.....	17
MARÍA CONSUELO LEMUS POOL, ENRIQUE GARZA MEJÍA Y LETICIA CALOCA CARRASCO	
La comunidad virtual de “mis amigas Ana y Mía” y la representación social del culto al cuerpo.....	28
DRA. MARÍA CONCEPCIÓN LARA MIRELES, ANAHÍ MONSERRAT HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ Y MARTHA FABIOLA JUÁREZ RODRÍGUEZ	
Consolidación y construcción del periodismo digital.....	46
DRA. LIZY NAVARRO ZAMORA	
Economía alternativa y redes sociales en línea El caso TRUEQMX.....	61
DRA. CECILIA SABIDO	
El papel del sonido en el diseño de los medios interactivos audiovisuales. Aspectos retóricos en la construcción del diseño Auditivo.....	71
MIGUEL RAFAEL AMADOR LEÓN	
Enrédate. Tecnologías Comunitarias: Experiencia de la comunidad rural Lequeitio, municipio de Francisco I. Madero, Coahuila.....	81
MAYRA VIRIDIANA OLIVARES GÓMEZ, M.C. JOSÉ ALFREDO MORALES PÉREZ Y DRA. BLANCA CHONG LÓPEZ	
Experiencia comunitaria de gestación y aplicación de un proyecto formativo por competencias a través del uso y apropiación de las TIC’s.....	88
DRA. JUANA MARÍA ALANÍS RAMÍREZ, CARLOS IVÁN SERRANO GARCÍA Y MARIEL CORONADO FUENTES	
Internet como herramienta educativa: Del usuario funcional al usuario intelectual.....	105
IRMA VILLALPANDO HERNÁNDEZ	
La política oficial de inclusión digital para los pueblos indígenas Un estudio de caso: Los Matlatzincas.....	113
JAIME ENRIQUE CORNELIO CHAPARRO Y ANGÉLICA BERENICE HERNÁNDEZ CHÁVEZ	

Los museos de migración en línea, una forma diferente de democratizar el acceso y preservación del patrimonio cultural.....	130
MA. ALEJANDRA ROCHA SILVA	
Brecha digital en México: Hacia una propuesta de políticas públicas.....	139
DRA. ALMA ROSA ALVA DE LA SELVA	
Productos culturales digitales: Estrategias formales e informales de distribución en México.....	145
DR. GABRIEL PÉREZ SALAZAR	
Redalyc: ocho años haciendo presente la ciencia iberoamericana en el contexto de la Sociedad de la Información.....	158
ROSARIO ROGEL SALAZAR Y EDUARDO AGUADO LÓPEZ	
Redes sociales en beneficio de la educación para la salud Experiencia de trabajo colaborativo en la comunidad en línea estudiabetes.org.....	169
MARÍA ELENA SÁINZ DE LA MAZA VIADERO	
TIC's, implicaciones en el ámbito electoral.....	181
LUIS ALFONSO GUADARRAMA RICO Y JANNET VALERO VILCHIS	
Capítulo 2. Comunicación Política y Legislación.....	206
Análisis de la opinión pública, a partir de la imagen proyectada por candidatos a gobernador de Puebla, México, durante el proceso electoral 2010.....	207
ANA KAREN MÁRQUEZ CASTRO Y ALEJANDRO IVÁN VÁZQUEZ ÁLVAREZ	
Análisis del impacto de los procesos comunicativos en el interés ciudadano hacia la política en México.....	217
CARLOS MUÑIZ	
Comunicación política en procesos electorales en el estado de Puebla. Una propuesta de análisis.....	226
ANGÉLICA MENDIETA RAMÍREZ Y JOSÉ DE JESÚS ESPARZA BAUTISTA	
Democratización y esfera pública. Análisis de la prensa política en la Ciudad de Querétaro.....	237
GABRIEL A. CORRAL VELÁZQUEZ	

Estrategia de comunicación para fomentar el derecho de acceso a la información..	253
MIRIAM CARRILLO RUIZ Y SANTA ISABEL CAMARILLO REYES	
La comunicación desde los ojos del Derecho.....	262
R. MARGARITA PUENTE MUNGUÍA	
Hacia un modelo de análisis sobre transparencia y acceso a la información a partir de indicadores.....	272
JOSÉ ANTONIO MEYER RODRIGUEZ, MARÍA JOSEFINA RIVERO VILLAR Y TANIA YASMINE DOMINGUEZ LÓPEZ	
Los procesos sociopolíticos en la prensa bajacaliforniana (2009-2010) desde la perspectiva del Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte: El caso de La Crónica de Mexicali y El Mexicano de Tijuana.....	287
DR. MANUEL ORTIZ MARÍN, EDDY MEZA DÍAZ, ANGÉLICA LABRADA, VÍCTOR FERREL, KARLA L. BARAJAS Y MELISSA ANGUIANO	
Capítulo 3. Estudios sobre Prensa y Periodismo.....	300
A 200 años de la libertad de imprenta: perspectivas y balance.....	301
MTRA. ELBA CHÁVEZ LOMELÍ	
Ampliación del espacio público y rudimentos de la actividad periodística en la Gaceta de México y Noticias de Nueva España (1722).....	311
DR. ARMÍN GÓMEZ BARRIOS	
Efectos del framing de las noticias en la actitud y apoyo a políticas sobre extranjeros en México. Un análisis experimental.....	327
CARLOS MUÑIZ	
El derecho a acceder a la agenda de los medios como fuentes de información. Una revisión crítica desde las perspectivas de la Agenda-Setting, el Framing y el Indexing.....	339
DRA NATALIA ARUGUETE Y DR CARLOS MUÑIZ	
Incidencia de las nuevas tecnologías de la información en las rutinas de producción periodística dentro de la sala de redacción El caso del diario público Milenio.....	349
ELVA ARACELI FAVIÁN GONZÁLEZ	

La tercer cultura y los medios de comunicación en la frontera México- Estados Unidos.....	361
ROBERTO VALERO BERROSPE, GUADALUPE VILLASEÑOR AMÉZQUITA Y LILIA MARTÍNEZ LOBATOS	
La opinión publicada en la prensa de México (columna, artículo y editorial).....	369
LIZY NAVARRO ZAMORA	
Los periodistas culturales: Una identidad anómala.....	380
EDUARDO ANDIÓN	
Alumbra pero no abrasa. Visión panorámica de la prensa católica de la capital mexicana de la primera mitad del siglo XIX.....	395
DR. IÑIGO FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ	
La construcción sociocultural del “joven que no estudia y no trabaja” desde los medios de comunicación, la opinión pública y el Estado en el Distrito Federal.....	415
MARÍA EUGENIA CAMPO, ERNESTO CISNEROS, IVONNE GARCÍA Y GABRIELA FLORES	
Narcotráfico, medios y representaciones sociales.....	439
JUAN CARLOS HERNÁNDEZ ROSETE	
Capítulo 4. Discurso, Semiótica y Lenguaje.....	452
Análisis del discurso de acuerdo al modelo greimasiano de la resistencia maya colonial en la Rebelión de Jacinto Canek en 1761 en Cisteil, Yucatán.....	453
MTRO. ISRAEL LEÓN O'FARRILL	
Análisis semiótico de dos personajes políticos: más allá del ser hacia el decir-verdad.....	463
M.C. NARDA ISABEL QUEZADA GARCÍA	
El papel del discurso en la formación de identidades. El caso de las comunidades científicas y las Philosophical Transactions de la Royal Society of London.....	467
GUSTAVO GARDUÑO OROPEZA Y MA. FERNANDA ZÚÑIGA ROCA	
Hacia un modelo de comunicación pública de base semiótica: las Instituciones como elementos básicos de interacción en los debates y asuntos públicos.....	486
EVELYN ÁVILA ALCARAZ	

Hacia un modelo de comunicación pública de base semiótica: el Espacio Público como condición para la emergencia de los debates públicos.....	492
YESSICA ANNAY ARANDA GARCÍA	
La identidad significada: El sicario mexicano en Youtube.....	500
ULISES PINEDA	
La representación de la mujer en la novela “Los recuerdos del porvenir”: análisis semiótico del texto.....	507
LIC. LIDIA AURORA ALMANZA OROZCO	
Capítulo 5. Estudios Cinematográficos.....	520
Aproximación compleja y fractal a la realidad ambiental del planeta: el uso del documental como estrategia de comunicación ambiental.....	521
RAFAEL TONATIUH RAMÍREZ BELTRÁN	
El análisis sonoro en “Mil nubes de paz cercan el cielo” de Julián Hernández.....	535
NOÉ SANTOS JIMÉNEZ	
La otra imagen, el imaginario juvenil a través del video y el cine. El caso de la muestra internacional de cortometraje Golosina Visual (2004-2010)....	546
JESÚS ADOLFO SOTO CUIEL, LAURA FIGUEROA LIZÁRRAGA Y MARCOS RAMÍREZ ESPINOSA	
Nuevas nociones sobre el Cine Mexicano: Confrontaciones, negociaciones y resistencias entre lo global y lo local.....	557
MANUEL ANTONIO PÉREZ TEJADA DOMÍNGUEZ	
Capítulo 6. Estudios sobre Televisión y Recepción.....	569
Comunicación, escuela y violencia: Una mirada desde las mediaciones.....	570
ZOYLA HERNÁNDEZ BLANCO, GABRIELA DE LA PEÑA ASTORGA Y FRANCESCO GERVAZI	
Consumo mediático y apelación crítica en niños de sexto grado en dos escuelas privadas del área metropolitana de Monterrey.....	613
LIC. ISIS CAMPOS MARTÍNEZ Y LIC. BEATRIZ ELENA INZUNZA ACEDO	

La negociación de significados de la participación política a través de la mediación familiar y las fuentes informativas noticiosas, en dos grupos de niños de la ciudad de Querétaro.....625
ROSA ISELA SÁNCHEZ BENAVIDES

Capítulo 7. Escuelas de Comunicación y Formación de Profesionales.....633

Aprendizaje del problema de investigación:
Un análisis cognitivo, lingüístico, epistemológico y metodológico.....634
DRA. ENRIQUETA LEONOR RIVERA CAÑIZALES

Las deudas pendientes entre el arte y la comunicación.....656
VIVIAN ROMEU

El papel de las escuelas de comunicación en la formación de comunicadores y comunicólogos: problemas, retos y prospectiva.....668
DRA. MARTA RIZO GARCÍA

La comunicación intercultural como herramienta para el periodista ante los conflictos sociales: Una asignatura pendiente en el plan de estudios.....683
TERESA NICOLÁS GAVILÁN

Formar profesionales ¿en Comunicación o en Difusión?.....690
DR. JOSÉ CISNEROS E.

La formación humanista: reto de la educación actual.....700
ALBA DEVO COLIS

Representaciones sociales de estudiantes universitarios sobre el periodismo y sus riesgos.....712
ROSA MARÍA GONZÁLEZ VICTORIA Y ROSA MARÍA VALLES RUIZ

Capítulo 8. Estudio sobre Arte y Gestión Cultural.....722

Cultura juvenil mexicalense: gestión institucional.....723
MA. ELENA ZERMEÑO ESPINOSA, ELSA DEL CARMEN VILLEGAS MORÁN,
SUSANA ESPINOSA VELÁZQUEZ Y GRISELDA GUILLÉN OJEDA

Distribución espacial de la oferta de bienes culturales en Mexicali, B.C.....747
LUZ MARÍA ORTEGA VILLA Y JUDITH LEY GARCÍA

Los museos como restauradores de una remembranza para el futuro.....761
M.A. MONCERRAT ARANGO MORALES, M.E.S. LUCINDA SEPÚLVEDA GARCÍA Y M.C. BLANCA
IDELMA VARGAS RAMOS

Capítulo 9. Sociedad Civil, Participación y Comunicación Alternativa.....777

Comunicación para el desarrollo y movimientos sociales en red para
la justicia global.....778
DR. JACOB BAÑUELOS CAPISTRÁN

Comunicación para el desarrollo: mnemotecnia del pensamiento teórico de
Juan Díaz Bordenave.....793
LAURA GONZÁLEZ MORALES Y GUILBALDO LÓPEZ LÓPEZ

La comunicación vecinal ante la inseguridad pública:
una plaza en la colonia Jardines de Valle de Saltillo, Coahuila.....806
GABRIELA DE LA PEÑA ASTORGA

Cultura, identidad y subjetividad/pedagogía y política conforme al futuro.....835
EVELYN ABIGAIL UNZUETA GONZÁLEZ

Diagnóstico de la percepción de valores cívicos a 200 años de iniciada
la independencia de México.
Caso: Colegio Inter Canadiense de Puebla.....846
LCC. ROSA ANGÉLICA MARTÍNEZ TÉLLEZ Y LCC. JESÚS ROBERTO SÁNCHEZ REINA

Educación, comunicación y participación política de los jóvenes.....862
DR. MELITÓN GUEVARA CASTILLO, MTRA. AMPARO CASTILLO MARROQUÍN Y
MTRA. ROSA MARÍA VALLES SAAVEDRA

El desarrollo de competencias comunicativas y valores a través del séptimo arte....874
CARMEN CATALINA TIJERINA RENDÓN, AÍDA GRACIELA HERNÁNDEZ CHÁVEZ Y
OMAR ANTONIO MUÑOZ CARDONA

Estrategias para la comunicación de riesgo desde la participación ciudadana.....884
ARELY MILLÁN OROZCO Y JOSÉ LUIS DE LA CRUZ ROCK

Para solucionar tu problema, pídele a San Judas Tadeo:
Formas de expresión en la devoción a San Judas Tadeo en la Ciudad de México...895
DR. FRANCESCO GERVASI, MTRA. ZOYLA HERNÁNDEZ BLANCO Y
MTRA. GABRIELA DE LA PEÑA ASTORGA

Jóvenes, educación y cultura de participación:
Un reto por asumir desde la investigación.....912
EDGAR JOSUÉ GARCÍA LÓPEZ

La comunicación como herramienta social para la prevención del riesgo
en la conurbación de Tampico.....924
FERNANDO TREVIÑO ESPINOSA Y ALFONSO TELLO ITURBE

Radio comunitaria “Frecuencia libre 99.1 FM”:
Espacio de participación ciudadana en San Cristóbal de las Casas, Chiapas.....936
SOFÍA VIDAL DÍAZ, JOSÉ MANUEL RAMOS RODRÍGUEZ Y ROSA ELBA DOMÍNGUEZ BOLAÑOS

La sociedad civil como concepto y como caso empírico en la discusión de la reforma
a la Ley Federal de Radio y TV.....945
ISRAEL TONATIUH LAY ARELLANO

Capítulo 10. Derechos Humanos, Género y Comunicación.....955

Hermila Galindo, primera candidata a diputada federal en México y
primera Censora legislativa.....956
ROSA MARÍA VALLES RUIZ Y ROSA MARÍA GONZÁLEZ VICTORIA

La mujer como candidata en elecciones de Nuevo León.....971
DRA. MARÍA MIRNA GRANAT RAMOS, DR. SERGIO MANUEL DE LA FUENTE VALDEZ Y
JOSÉ GABRIEL GARCÍA ROMERO

“Ni de aquí, ni de allá”. Reconfiguración de la identidad social y de género de
las mujeres migrantes mexicanas en Estados Unidos:
Estudio de caso.....981
L.C.C. MAYRA PATRICIA TORRES GUTIÉRREZ

Capítulo 11. Relaciones Públicas y Comunicación en las Organizaciones.....999

La cultura organizacional y la comunicación, como ejes generadores
de valores corporativos.....1000
HILDA GABRIELA HERNÁNDEZ FLORES Y ALMA ROSA MEJÍA CASTILLO

La organización como gestora de sentido. Una aproximación teórica desde la perspectiva de los sistemas sociales de Niklas Luhmann.....	1017
MTRA. MARÍA FERNANDA ZÚÑIGA ROCA Y DR. GUSTAVO GARDUÑO OROPEZA	
La aplicación de la Gestión del Conocimiento y la Infonomía en los procesos organizacionales: El comunicólogo como gestor de la información.....	1027
MA. GUADALUPE CURRO LAU Y GEORGINA PALACIOS ARIAS	
Comunicación no violenta en las organizaciones.....	1046
MTRA. RUTH ILDEBRANDA LÓPEZ LANDEROS	
Comunicación organizacional: Reencontrando pautas de reflexión y recomendaciones para su desarrollo en México.....	1059
CLEMENTE SÁNCHEZ URIBE	
Gestoría de las Relaciones Públicas desde la Web universitaria. Diagnóstico situacional para fortalecer el programa de información y comunicación de la UANL.....	1085
YOLANDA LÓPEZ LARA	
La comunicación en las organizaciones desde distintos enfoques.....	1106
YAZMIN VARGAS GUTIÉRREZ Y GRACIELA PAZ ALVARADO	
La comunicación integral y organizaciones del tercer sector.....	1116
MTRA. PATRICIA DURÁN BRAVO	
Los retos de la comunicación organizacional en el modelo neoliberal.....	1128
ROSA MA. MACÍAS	
Y la comunicación organizacional ¿Para qué sirve?.....	1136
MARÍA DEL CARMEN TORRES SALAZAR Y MARCO ANTONIO PETRIZ MAYEN	

INTRODUCCIÓN

La comunicación que necesitamos, el país que queremos compila 84 ponencias que fueron expuestas y dictaminadas en las mesas de trabajo durante el XV Encuentro Nacional CONEICC, realizado del 6 al 9 de octubre de 2010 en las instalaciones de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México.

Esta publicación electrónica responde a uno de los objetivos primordiales del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación: fomentar la producción y divulgación del saber de las Ciencias de la Comunicación.

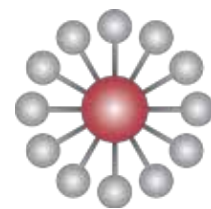
Esta obra manifiesta además las diversas miradas con las que actualmente la academia mexicana aborda el complejo objeto de estudio de la Comunicación. Argumentos, métodos, análisis, cuestionamientos, críticas, hallazgos, propuestas y tendencias configuran esta rica agenda del devenir comunicacional, de ahí su importancia.

Las temáticas que integran este e-book están organizadas en once capítulos, los cuales refieren a las mesas de trabajo en las que durante tres días fueron presentadas, discutidas y evaluadas las ponencias aquí publicadas. Los temas tratan desde el impacto de las nuevas tecnologías, los estudios sobre los medios de comunicación, el periodismo, la publicidad, la formación de los profesionales, la comunicación organizacional, hasta la relación entre sociedad civil, derechos humanos y comunicación.

Consideramos que esta obra colectiva constituye una aproximación a los fenómenos que enmarcan el desarrollo del entorno comunicacional. Asimismo, esperamos que las ideas aquí plasmadas provoquen la reflexión sobre los desafíos que enfrenta la enseñanza, la investigación y el quehacer profesional de la Comunicación ante el inquietante proceso de cambios que vive nuestra sociedad.

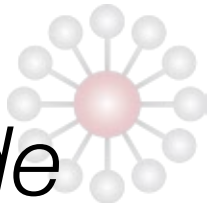
Finalmente, deseamos que las aportaciones contenidas en esta publicación consoliden o promuevan líneas de investigación, enriquezcan la labor docente y, sobre todo, contribuyan, desde la Comunicación, a la construcción de un proyecto de nación en beneficio de todos los mexicanos.

Coordinación editorial



Capítulo 1.

Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información



Análisis de la apropiación de las TIC en el aula: Más allá de las habilidades tecnológicas

María Consuelo Lemus Pool, Enrique Garza Mejía
y Leticia Caloca Carrasco

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

Resumen

El presente trabajo aborda el análisis de los niveles de apropiación de Internet que tienen los estudiantes de la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Entre los resultados más relevantes destaca que las habilidades tecnológicas que presentan los estudiantes en el uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), se ubican en un nivel medio-alto y alto; sin embargo, esto no corresponde directamente a un mayor nivel de apropiación de esta tecnología dentro del aula de clase ni mucho menos contribuyen a transformar la práctica pedagógica, lo cual refleja una carencia de articulación entre las políticas educativas que tiene la institución para incorporar TIC a la enseñanza, las habilidades tecnológicas de los profesores y la apropiación que poseen los estudiantes, para cumplir con el objetivo de preparar profesionistas competentes en la Sociedad de la Información y el Conocimiento. La relevancia académica del trabajo estriba en un nuevo abordaje de la comprensión de la apropiación de la tecnología desde la óptica de los estudiantes; sus opiniones permitieron detectar variables contextuales como el uso no académico de las TIC y su repercusión en las dinámicas dentro del aula, la apertura del profesor y el interés de éstos para hacerlas parte integral de su vida escolar.

Palabras Clave:

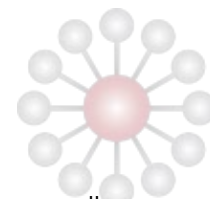
Educación, Apropiación, Internet, Habilidades tecnológicas, Sociedad de la Información

Introducción:

Ante los vertiginosos desarrollos tecnológicos que se dan en el ámbito de la convergencia digital, la educación se ha posicionado como un discurso clave para construir la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC). Este campo específico se ha mostrado como un interesante terreno de transformación de las praxis de los actores educativos, los cuales merecen especial atención puesto que la múltiple interdependencia entre los sectores sociales, económicos, políticos y

culturales que se dan en el actual flujo reticular de comunicaciones y procesos de poder, demandan de ellos habilidades tecnológicas que los haga competentes para adaptarse a la nueva estructura productiva y de generación del conocimiento (Castells, 2000, 2009; Sunkel, 2006).

La transformación principal que se ha dado en el sector educativo, y principalmente en las Instituciones de Educación Superior (IES), ha sido la incorporación constante de Tecnologías de



Información y Comunicación (TIC)¹, las cuales han propiciado nuevas formas de distribuir y trabajar las interacciones en el aula de clase, gestando otras dinámicas de interacción entre estudiantes y profesores, la posibilidad de trabajar a través de redes de colaboración, así como el acceso a múltiples fuentes que amplían la construcción de una arquitectura de intercambio de información en red a nivel global (Barriga, Padilla, & Morán, 2009). Cabe destacar, que la presencia de cambios en la educación a raíz de las innovaciones tecnológicas no es reciente. Desde la introducción de los impresos y el correo convencional, pasando por la radio y la televisión educativa, hasta las actuales incursiones de la computadora e Internet, este campo se ha llenado de promesas futuristas de mayor acceso y democratización de la educación, abatir el rezago educativo, un mayor desarrollo intelectual, así como el tan anhelado discurso de vencer las brechas² que separan históricamente

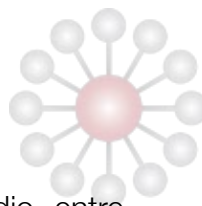
1 Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) son el conjunto de herramientas tecnológicas que hacen posible la interacción entre los usuarios que comparten un espacio (virtual) sin necesidad de coincidir en espacio y tiempo, algunas de ellas son la videoconferencia, el e-mail, los foros de discusión, el Internet, el videoteléfono, la audio conferencia, las tele sesiones, entre otros. Estos medios en conjunto o individualmente son utilizados como auxiliares en la obtención e intercambio de la información donde la innovación tecnológica no pertenece a una sola cultura, no son el invento de un sujeto, ni de una empresa, sino el resultado de la cultura global que vive la humanidad de este siglo (González-Linares, 2004).

2 Según Delia Crovi (2004), la actual brecha, que es la digital, puede analizarse desde cinco dimensiones: a) Tecnológica: referida a la infraestructura material disponible así como al grado de actualización de dicha infraestructura; b) De conocimiento: vinculada a las habilidades y saberes que deben poseer los individuos para apropiarse adecuadamente de los nuevos medios y de las TIC; c) De información: dimensión en la que es posible distinguir dos sectores sociales: uno sobre informado, con acceso a diferentes medios y generaciones tecnológicas; y otro desinformado, con acceso limitado a las innovaciones tecnológicas, sus actualizaciones y sus contenidos; d) Económica: por la falta de recursos para acceder a las TIC que se manifiesta tanto a nivel personal, como entre los sectores gubernamentales y algunos privados; y e) De participación: que significa que los recursos aportados por las innovaciones tecnológicas puedan emplearse en un contexto democrático, con un marco legal y social adecuado, que permita a los individuos y a las naciones igualdad de oportunidades para expresarse e intervenir en las decisiones de un mundo global (Crovi, 2004: 18).

las naciones más desarrolladas de aquellas dependientes (Becerra, 2003; Crovi, 2004, 2007; Rengifo, 2002).

Sin embargo, la importancia de seguir profundizando en el análisis de las dinámicas de la educación en red, es decir, aquella que es la que promueve la creación de nuevos ambientes de aprendizaje, favorecidos por la convergencia tecnológica y el desarrollo cada vez más transversal de las TIC, radica en la necesidad de no fetichizar la tecnología, pensando que por sí misma va a provocar un cambio en la dinámica educativa (Ortega & Chacón, 2007). Aunque bien, cabe resaltar que la mayoría de las políticas públicas de las IES se han ceñido a este determinismo tecnológico que ha apostado por un cambio en las universidades con el simple desarrollo de infraestructura tecnológica suficiente para garantizar el acceso, sin profundizar en las variables de apropiación de las TIC por los actores educativos, ni las pautas más elementales de incorporación a las prácticas de los docentes y alumnos (Moreno, 2009).

En la presente investigación, se puede evidenciar este doble proceso de transformación que se ha venido exponiendo: una parte, la presión de actores nacionales e internacionales por incorporar las TIC a la educación con el fin de elevar la calidad de los procesos de educación (ANUIES, 2001; CEPAL, 2005; OCDE, 2002; OEI, 2003; SEP, 2007; UNESCO, 2005), y por otra parte, la interacción de estas tecnologías por profesores que tienen mínimos niveles de alfabetización digital y escasas herramientas pedagógicas de las tecnologías educativas, frente a estudiantes “nativos digitales” cuya apropiación y habilidades tecnológicas le han orientado a un uso social y de entretenimiento (Granados, 2008; Guitert, Romeu, & Pérez-Mateo, 2007; Sánchez, 2008). Si bien esta condición no



es unívoca, evidencia la carencia de estrategias integrales que hayan partido de modelos de incorporación de TIC al aula y que consideren la apropiación y las habilidades tecnológicas de los actores educativos.

Particularmente, estudiar los niveles de apropiación de la tecnología en la educación, surge de la inquietud de conocer el grado de incorporación que ha tenido la infraestructura tecnológica instalada en la IES en una dinámica educativa que sea verdaderamente transformadora gracias al apoyo de las TIC. Merece atención resaltar que esta tecnología constituye un apoyo, no un desplazamiento del profesor, antes bien, es un eje de evolución de los procesos de enseñanza-aprendizaje tradicionales.

La apropiación es el “conjunto de procesos socioculturales que intervienen en el uso, la socialización y la significación de las nuevas tecnologías en diversos grupos socioculturales” (Winocur, 2006: 554). En este trabajo, puede ser entendida como el proceso de asimilación cognitiva de las TIC para adecuarlos a una aplicación académica (González-Marín, 2009: 10).

Sin embargo, el cuadro social y cultural que ha enmarcado el surgimiento de la computadora e Internet, condiciona fuertemente las actuales dinámicas que se gestan en las prácticas académicas que tratan de aprender con la tecnología. Esta relación entre el uso escolar y el cotidiano de las TIC ha venido cargado de fuertes connotaciones simbólicas.

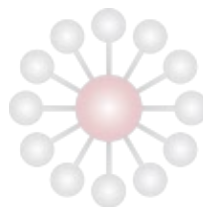
Gladys Ortiz (2007), al analizar la apropiación de la computadora e Internet en la vida cotidiana, menciona que “la apropiación ocurre cuando el individuo configura su mundo a través de la mediación –en la vida cotidiana- de su propia conciencia o subjetividad y las otras conciencias

y subjetividades, es el punto intermedio entre lo individual y lo colectivo” (2007: 11), lo cual da cuenta de la estrecha interrelación entre los usos socialmente dados por los jóvenes para la tecnología, y el discurso que se legitima en el ámbito institucional educativo respecto al uso que la misma debe tener para el desarrollo de mejores prácticas académicas.

Este punto de quiebre, aunado a la brecha digital y generacional existente, producen una forma heterogénea de mirar al mismo proceso, la educación con tecnología. Esto ha resultado claro en el presente estudio, que a través de la medición de la apropiación de las TIC en la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales, de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, se ha constatado que los niveles de habilidades tecnológicas que poseen los jóvenes no corresponden necesariamente a un mejor nivel en el uso académico de las TIC.

Para lograr el objetivo de medir la apropiación tecnológica, se empleó el modelo teórico propuesto por Hooper y Rieber (1995), *teaching with technology*, el cual evidencia cinco fases o niveles que se pueden lograr a partir del análisis de la integración de TIC en el aula. Una de las aportaciones que pretende tener esta investigación, es la adaptación de este modelo para poder medir la apropiación desde la óptica de los estudiantes, ya que esencialmente ha sido aplicado al ámbito docente (Montes & Ochoa, 2005).

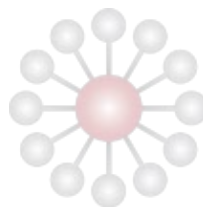
El modelo y cada una de las etapas, se han conceptualizado como lo expresan los autores en su modelo, con la única diferencia de que, la medición original que se orientaba a conocer cómo los docentes eran responsables de los procesos gestados, ha sido sustituida por el rol que el estudiante tiene en esa dinámica de interacción con los lineamientos del profesor, sus



percepciones sobre la tecnología y el ámbito Institucional. Lo anterior se expone en el cuadro siguiente:

Cuadro 1. Modelo de apropiación tecnológica

NIVEL	DESCRIPCIÓN
Familiarización	Esta fase se refiere a una primera experiencia con la tecnología, que es traducido al conocimiento de los recursos tecnológicos: la computadora, el internet, algunos materiales didácticos específicos como el Pintarrón, los cañones o proyectores, los pizarrones inteligentes, así como el conocer paquetes de software básicos (Word, Excel y Power Point)
Utilización	Esta fase ocurre cuando se le da un espacio de aplicación a la tecnología en el aula de clase, sin profundizar en estrategias pedagógicas que enmarquen su aplicación. El modelo de Hooper y Rieber (1995), menciona que es cuando el profesor la introduce al aula, sin embargo, en la investigación se ha planteado como la posibilidad de ser introducida incluso desde el ámbito Institucional, como parte de la infraestructura tecnológica.
Integración	La fase de integración es el punto de cambio sustancial entre la simple presencia de las TIC en la enseñanza-aprendizaje y su planeación como agentes que tienen una función en el proceso. Según Hooper y Rieber (1995), ocurre cuando se le confieren ciertas tareas y responsabilidades a la tecnología dentro de un proceso de comunicación unidireccional, es decir, fundamentalmente como canal de envío de información e intercambio de datos, o como fuente de materiales de exposición, sin que exista una interacción.



Reorientación

En esta fase requiere que la tecnología se re-plantee en sus funciones dentro del aula. La principal característica de ésta es que el empleo de las TIC se hace en función del aprendizaje del estudiante y la construcción de conocimientos, así como el cambio del papel del profesor como principal fuente de contenidos.

Evolución

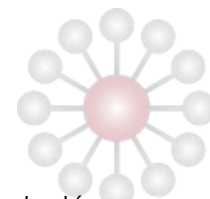
Por último, el análisis de la evolución en el modelo de apropiación de TIC, tiene mucho que ver con procesos de innovación tecnológica, de auto-información constante y formación integral de un sujeto activo en la construcción del conocimiento, y un docente que sea el guía en este proceso de intercambio, de búsqueda y selección de informaciones. Entre los principales indicadores que reflejaran esta tendencia es el empleo de plataformas de aprendizaje en línea, un alto nivel de destreza de los usuarios para la navegación, así como la percepción del papel predominante de la tecnología en su formación escolar.

Fuente: elaboración propia con base al modelo de Hooper y Rieber (1995)

Metodología

La presente investigación se realizó en la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales (UACJS), donde se procedió a aplicar un cuestionario que midiera el acceso, uso y apropiación que tenían los jóvenes universitarios inscritos en el periodo 2009-III en esa facultad de la Universidad Autónoma de Tamaulipas. Del total de los 4,367 alumnos, se determinó una muestra probabilística de 353 estudiantes, que representaran las seis carreras que se imparten en la Unidad: Derecho, Ciencias de la Comunicación, Psicología, Turismo, Idioma Inglés y Economía, para lo cual se procedió a ponderar la muestra de acuerdo a la proporción de estudiantes de cada una de las carreras.

Posterior a la recolección de datos y captura en el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), se realizó el análisis estadístico correspondiente. Para el análisis de la apropiación, se construyeron indicadores en cada fase del modelo, los cuales se estructuraron a través de escalas Likert, las que a su vez constituían en conjunto una medida para determinar cada una de las fases en tres niveles: alto, medio y bajo. Para hacer esta estratificación se aplicó la técnica de Estatinos con ayuda del SPSS. Una vez teniendo los niveles de cada una de las fases de apropiación, se correlacionaron con algunas otras variables que son significativas en la tesis sostenida: existen variables contextuales que influyen fuertemente en el nivel de apropiación: el acceso, el nivel socioeconómico, así como el uso no académico de las TIC.



Resultados

La apropiación tecnológica en los estudiantes de la UACJS se sitúa en niveles muy básicos de incorporación de las TIC a las prácticas educativas (ver gráfico 1). Los niveles están caracterizados por un buen número de jóvenes que están altamente familiarizados con las tecnologías (88%), ya sea porque tienen la posesión de un aparato propio, o tienen acceso a través de los recursos que la Universidad ofrece, cabe mencionar que fueron analizados en este punto la familiarización con la computadora, Internet, el Pintarrón, los cañones o proyectores, así como el pizarrón inteligente.

Le sigue en el rango de utilización, un número semejante de estudiantes que las emplean para sus tareas y actividades escolares (64%), en este ámbito de respuestas estuvo contemplada la frecuencia de utilización de los recursos tecnológicos descritos en la etapa anterior de familiarización.

Posteriormente, la integración de estos recursos (21%), expresa que en menor medida se da el empleo de la tecnología dentro de alguna función específica del proceso educativo, aunque sea en una forma unidireccional o como canal de difusión de información, muy pocos estudiantes señalaron que los profesores empleen un formato digital para dar a conocer sus planes clase, sus materiales, recibir las tareas o enviar calificaciones. En este punto también cabe destacar que el análisis efectuado a los estudiantes que utilizan el Messenger y el correo electrónico para comunicarse con sus profesores presenta una tendencia elevada (59.2%), no obstante, el uso de estos mismos recursos para contactar a sus compañeros de clase y realizar trabajos escolares e intercambio de información académica es mucho más alto (91.6%). Esto muestra claramente

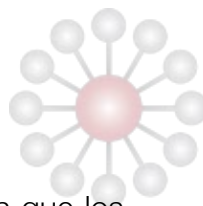
la separación de las dinámicas de apropiación y empleo tecnológico entre estudiantes y profesores.

Gráfico 1: Niveles de apropiación tecnológica en la UACJS



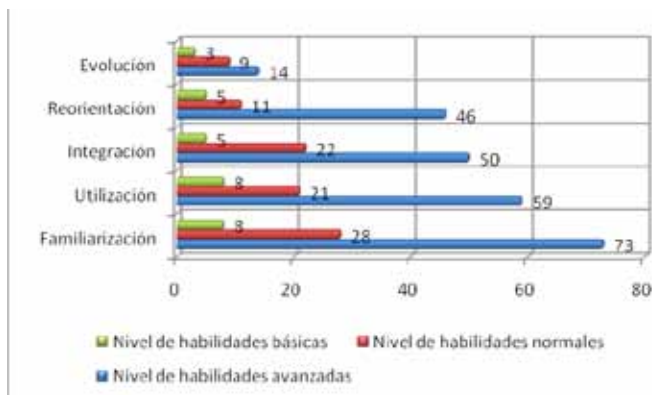
Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta Acceso, uso y apropiación de Internet en los estudiantes

La reorientación está presente en un porcentaje más bajo (17%), lo cual indica que ese cambio del empleo de las TIC como simples canales de comunicación a herramientas que permitan la construcción del conocimiento es aún menor. Se menciona en este punto que los niveles de apropiación son prácticas yuxtapuestas que no necesariamente requieren la completa dominación de una para pasar a otra. En esta etapa se destacan algunos de los puntos más interesantes: los estudiantes siguen realizando prácticas de plagio de información como cortar y pegar sin analizar (61%), tienen una precaria estrategia de búsqueda de información válida en la red, puesto que no emplean bases de datos, revistas especializadas o buscadores especializados, sino únicamente los documentos que aparecen en sus buscadores convencionales (38.5%), y paradójicamente muchos de ellos perciben que Internet favorece



sus procesos de aprendizaje (87%) y les permite aprender más y con menos esfuerzo (74.3%). Finalmente, la evolución es una etapa significativa para un bajo porcentaje de los estudiantes (7%). En este proceso se debería poner especial análisis al hecho que, si bien la UACJS ha invertido en desarrollar una infraestructura tecnológica que provea de red inalámbrica, pintarrones, cañones y computadoras para las aulas de clase, esto no ha bastado para que se dé una evolución en las prácticas educativas. Especialmente, la fase de orientación debería estar caracterizada por el desarrollo de un sujeto activo en la construcción del conocimiento a través de las interacciones en red, mediados por la tecnología. Sin embargo, es una meta aún por lograr.

Gráfica 2: Comparativo entre las habilidades tecnológicas y la apropiación

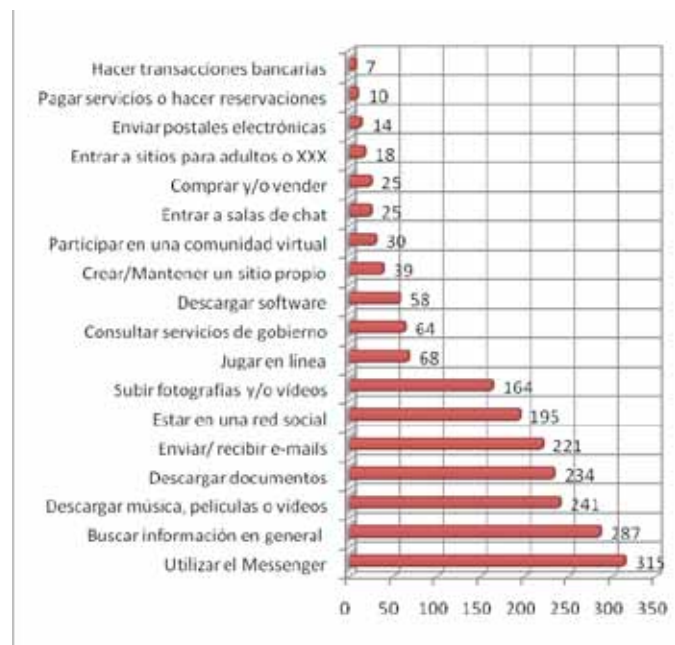


Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta Acceso, uso y apropiación de Internet en los estudiantes

Si bien los niveles de apropiación hablan de un uso de las TIC para fines académicos, las habilidades tecnológicas de los estudiantes hacen mención a la destreza que presentan ellos para el uso de la computadora y el Internet sin ser exclusivamente para fines académicos. En el gráfico 2, se observa

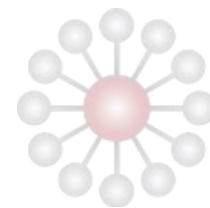
cómo al cruzar los niveles de habilidades que los jóvenes perciben tener de ellos mismos, va en decremento junto con los niveles de apropiación. Esto refleja que si bien existe una tendencia a que los estudiantes tengan un nivel medio-alto y alto de habilidades tecnológicas, no significa necesariamente que esto mejore las prácticas educativas cuando se incorporan las TIC al aula.

Gráfica 3. Principales usos de la Internet de los jóvenes



Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta Acceso, uso y apropiación de Internet en los estudiantes

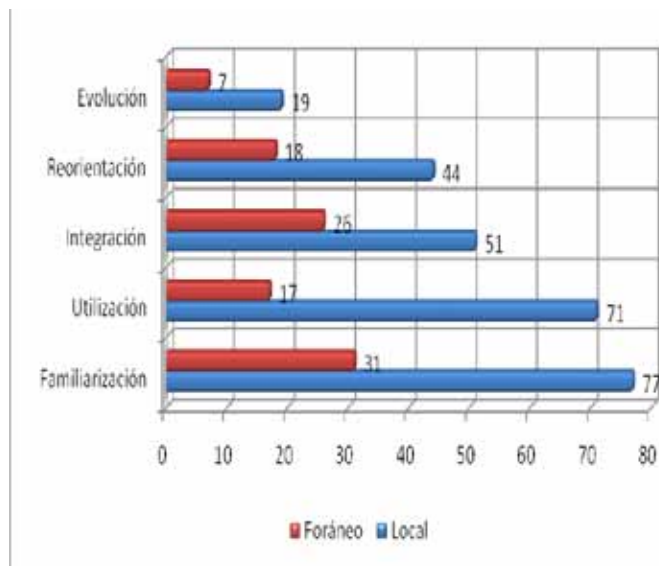
Es también interesante destacar, que los usos de la tecnología están fuertemente condicionados por una asociación hacia lo lúdico, lo social o simplemente lo comunicativo. En la gráfica 3 se exponen los resultados de un sondeo de las 5 principales actividades que los estudiantes realizaban en la Red, en las cuales se evidencia esta tendencia. Sin embargo, estos resultados también pueden orientar las estrategias pedagógicas



diseñadas para el uso de las TIC en las dinámicas educativas, al conocer cuáles son los recursos de Internet sobre los que tienen un mayor dominio y acceso los estudiantes.

Otro aspecto que debe ser enfatizado, son las variables contextuales que también condicionan fuertemente el nivel de apropiación de la tecnología. Entre ellos destaca el hecho de pertenecer a la zona metropolitana o residir en las zonas rurales que circunscriben a Tampico, Madero y Altamira, pues como se observa en la gráfica 4, los alumnos “foráneos” tienen mucho menor nivel de apropiación de las TIC que aquellos que declararon residir en la zona urbana. Cabe destacar en este punto, que en la muestra del estudio por cada 3 alumnos locales hay 1 alumno foráneo.

Gráfica 4. Diferencias en los niveles de apropiación por lugar de residencia

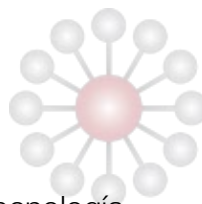


Fuente: elaboración propia con datos de la encuesta Acceso, uso y apropiación de Internet en los estudiantes

Conclusiones

Los principales retos que presenta la educación en México, es elevar la calidad de sus programas educativos y hacerlos competentes para formar profesionales adecuados a las exigencias de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC). En la búsqueda de esta meta, las TIC han surgido como un instrumento para dotar de habilidades tecnológicas que inserten a los estudiantes en una lógica de continua autoformación y los instrumentos para adaptarse a las dinámicas del nuevo mercado de trabajo. Sin embargo, la presión que se ha ejercido desde el exterior para transformar a las Instituciones de Educación Superior en un espacio de competencias tecnológicas, ha tergiversado el papel que las TIC han adquirido en el aula: de ser medios, se han convertido en fines en sí mismas. Este estudio, si bien refleja una realidad muy local, evidencia esta tendencia a caer en el determinismo tecnológico, donde la dotación de infraestructura para garantizar el acceso se ha convertido en la meta de las políticas públicas de incorporación de TIC al aula, descuidando factores contextuales importantes, como es el hecho de lograr un nivel de apropiación de los recursos tecnológicos que coadyuven en la gestación de nuevas dinámicas de enseñanza-aprendizaje, donde la generación de conocimiento y el aprovechamiento de los recursos educativos que Internet ofrece sean canalizados para el logro de una mayor calidad educativa.

Los resultados del análisis han puesto de manifiesto algunos puntos que deben ser considerados para mejorar la apropiación de la tecnología en la educación, primeramente, el hecho de que el uso de las TIC en el aula está condicionado fuertemente por los usos sociales que se tienen



de ésta, por lo que deben establecerse estrategias que medien esta situación, logrando aplicar adecuadamente las herramientas para lograr un mayor aprendizaje. En segundo lugar, que las habilidades tecnológicas de los jóvenes si bien son elevadas, requieren también una orientación para ser aplicadas al ámbito educativo y por parte de los profesores, integrarlas a través de cursos o programas de alfabetización digital que les provean las herramientas de trabajo en las TIC. Por último, y no por ello menos importante, merece atención el hecho de que la misma población estudiantil que a priori tiene completo acceso, está influida por otros factores que también condicionan su nivel de habilidades tecnológicas y de apropiación de la tecnología, uno de estos factores más evidente, es el socioeconómico, pero también la condición de residencia de los mismos, ya que los alumnos foráneos, que viven en su mayoría en las regiones rurales que rodean la zona conurbada tienen una menor apropiación de los recursos.

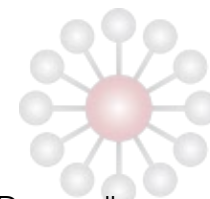
Es necesario establecer diagnósticos que permitan conocer estos indicadores sobre los que se va a construir el modelo de aplicación de TIC a la enseñanza, ya que se detectó que los profesores no están integrando la tecnología disponible a sus prácticas –valdría atención indagar más profundamente las causas-, mientras los jóvenes también hacen un uso no académico de los mismos. La población de estudiantes foráneos que vienen a estudiar a la zona es alta, por lo que también podría considerarse un programa de alfabetización tecnológica orientada a la praxis educativa para la población estudiantil.

Todos estos lineamientos podrían constituir orientaciones clave para plantear mejores escenarios de incorporación tecnológica en las Instituciones de Educación Superior, y sobre todo,

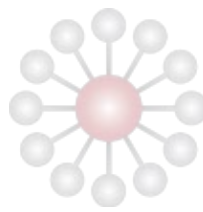
construir políticas públicas en materia de tecnología que impacten de forma más específica a elevar el nivel de la educación y las competencias de estudiantes y profesores en el actual escenario de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

Bibliografía

- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) (2001). Plan Maestro de Educación Superior Abierta y a Distancia: Líneas estratégicas para su desarrollo. Consultado el 3 de septiembre de 2009. En línea: http://201.161.2.34/servicios/d_estrategicos/pdf/plan_maestro_1.pdf.
- Barriga, F., Padilla, R., & Morán, H. (2009). Enseñar con apoyo de TIC: Competencias tecnológicas y formación docente. En F. Barriga Arceo, G. Hernández Rojas & M. Rigo Lemini (Eds.), *Aprender y enseñar con TIC en educación superior: Contribuciones desde el Socioconstructivismo*. México: UNAM.
- Becerra, M. (2003). *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia*. Buenos Aires: Editorial Norma.
- Castells, M. (2000). *La Era de la Información: la Sociedad Red. Economía, Sociedad y Cultura (Vol. I)*. México: Siglo XXI.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2005). *Políticas Públicas para el desarrollo de sociedades de información en América Latina y el Caribe*. Consultado el 18 de enero de 2010. En línea: <http://www.sociedadinformacion.unam.mx/repositorio/documentos/UneconomiccommissionforlatinA.pdf>.
- Crovi, D. (2004). *Sociedad de la información y el conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles*. En D. Crovi (Ed.), *Sociedad de la Información y el conocimiento: entre lo falaz y lo posible (1a ed.)*. Buenos Aires: La Crujía.



- Crovi, D. (2007). *Comunicación Educativa y Mediaciones Tecnológicas. Hacia nuevos ambientes de aprendizaje*. México: ILCE, Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa.
- González-Linares, A. (2004). *Uso de I@s tecnologí@s de inform@ción y comunic@ción en el @mbito educ@tivo: un estudio de c@so*. Unpublished Tesis de Licenciatura en Psicología Social, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México, D.F.
- González-Marín, S. (2009). *Recursos electrónicos de información en la UNAM: Diagnóstico de uso entre estudiantes y profesores*. México: UNAM/Dirección General de Bibliotecas.
- Granados, J. (2008). *Alfabetización tecnológica y el acceso a las TIC en la dialéctica inclusión/exclusión. El caso de la minoría gitana*. *Revista de Educación*, Mayo-agosto(346), 427-451.
- Guitert, M., Romeu, T., & Pérez-Mateo, M. (2007). *Competencias, TIC y trabajo en equipo en Entornos Virtuales*. *RU&SC Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 4(001), 1-13.
- Hooper, S., & Rieber, L. (1995). *Teaching with technology*. En A. C. Ornstein (Ed.), *Teaching: Theory into Practice*. (pp. 154-170). Needham Heights, MA: Allyn and Bacon.
- Montes, J., & Ochoa, S. (2005). *Evaluación de los niveles de apropiación de las Tecnologías de la Información y Comunicación en cursos universitarios. Un estudio cualitativo*. Conferencia presentada en el Congreso Cognición, aprendizaje y currículo. Consultado el 20 de septiembre de 2009, En línea: http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/articles-106516_archivo.pdf.
- Moreno, J. (2009). *Diagnóstico de los usos e incorporación de las TIC en un escenario universitario*. En F. Barriga, G. Hernández & M. Rigo (Eds.), *Aprender y enseñar con TIC en educación superior: Contribuciones desde el Socioconstructivismo*. México: UNAM.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2002). *Perspectivas de lasTecnologíasde laInformación*. Consultado el 27 de enero de 2009. En línea: <http://www.oecd.org/dataoecd/63/60/1933354.pdf>.
- Revista Iberoamericana de Ciencias, Tecnología, Sociedad e Información (OEI)* (2003). *Visión Común de la Sociedad de la Información*. Consultado el 22 de febrero de 2009. En línea: <http://www.oei.es/revistactsi/numero6/documentos01.htm>.
- Ortega, J. A., & Chacón, A. (2007). *Nuevas Tecnologías para la Educación en la Era Digital*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Ortiz, G. (2007). *Apropiación de la computadora y la red Internet en la vida cotidiana. Aproximaciones teóricas y empíricas para su estudio. Estudio de caso: los jóvenes universitarios tecno-letrados*. Unpublished Tesis de Maestría en Ciencias Antropológicas, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México, D.F.
- Rengifo, A. (2002). *La sociedad de la información: un nuevo tipo de sociedad*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Sánchez, M. C. (2008). *Integrando las tecnologías de la información y comunicaciones al proceso de enseñanza-aprendizaje*. *Reencuentro*. Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, marzo(051), 98-110.
- Secretaría de Educación Pública (SEP) (2007). *Programa Nacional de Educación 2007-2012*. Consultado el 2 de septiembre de 2009. En línea: http://www.sep.gob.mx/wb/sep1/sep1_Bol3081107.
- Sunkel, G. (2006). *Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la educación en América Latina. Una exploración de indicadores*. Santiago de Chile: CEPAL.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) (2005). *Hacia las Sociedades del Conocimiento*. Consultado el 19 de enero de 2010. En línea: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>.



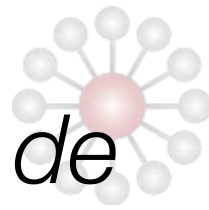
Winocur, R. (2006, julio-septiembre). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. Revista Mexicana de Sociología, 68, 563-570

SOBRE LOS AUTORES

María Consuelo Lemus Pool. Maestrante en Ciencias Políticas y Sociales con orientación a Comunicación por la Universidad Nacional Autónoma de México. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Línea de investigación Educación e Innovaciones Tecnológicas.

Enrique Garza Mejía. Candidato a Doctor en Comunicación y Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela, España. Máster en Educación. Actualmente es profesor de tiempo completo e investigador de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, perfil PROMEP.

Leticia Caloca Carrasco. Doctora en Investigación Educativa por la Escuela Normal Superior de Cd. Madero. Máster en Educación. Actualmente es profesora de tiempo de completo e investigadora de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, perfil PROMEP.



La comunidad virtual de “mis amigas Ana y Mía” y la representación social del culto al cuerpo

Dra. María Concepción Lara Mireles
Anahí Monserrat Hernández Rodríguez
Martha Fabiola Juárez Rodríguez
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ

Resumen

La anorexia y la bulimia son trastornos de alimentación severos que llevan a quienes los padecen a buscar la pérdida de peso para lograr una meta: la delgadez extrema.

Existen blogs que han sido creados por personas con este trastorno para formar una comunidad de usuarios que compartan su deseo y búsqueda. Para lograrlo, en esas comunidades virtuales se intercambian tips, se sugieren recetas y medicamentos que ayuden en la obtención de su objetivo y se tejen lazos comunicativos, afectivos y simbólicos.

Nos encontramos frente a una problemática social multidimensional que se ha exacerbado en los últimos tiempos y es propiciada por las exigencias de la moda, el estereotipo de una belleza basada en la cultura mercadológica de lo light, la incidencia de los MCS y las nuevas formas de interacción discursiva de las TIC.

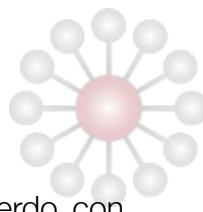
Nuestro objeto de estudio es el análisis de la identidad utópica de las chicas que visitan asiduamente el blog “Mis amigas Ana y Mía”. Ellas se autonombren princesas, es decir, personas bellas y frágiles, superiores a los mortales comunes.

En este trabajo, trataremos de desentrañar el valor simbólico de la delgadez, estereotipo que se ha convertido más allá de expresión estética, en sinónimo de éxito, seguridad, felicidad y aceptación. El enfoque que consideramos nos puede ayudar a unificar las dimensiones individual y colectiva, simbólica y social que presenta este fenómeno, es el de la representación social del culto al cuerpo.

Asimismo, la articulación con el estudio de la textualidad electrónica del blog en cuestión, nos permitirá integrar nuevos códigos comunicativos que afianzan el carácter normativo de las representaciones sociales.

Palabras clave

Representaciones sociales, blogósfera, narrativa hipertextual, culto al cuerpo, trastornos alimenticios.



El fenómeno de la anorexia y la bulimia

La anorexia y la bulimia son consideradas enfermedades de la conducta alimenticia de un individuo, están ligadas a desórdenes psicológicos como la baja autoestima. También se cree que estos trastornos alimenticios son propiciados por la importancia que tiene la imagen corporal en las sociedades modernas.

La anorexia nerviosa se caracteriza por la autorrestricción en el consumo de alimentos, la práctica de ejercicio excesivo y el miedo a engordar, mientras que la bulimia nerviosa presenta episodios de “atracones”, seguidos de una gran culpabilidad por las cantidades o tipos de alimentos consumidos, este sentimiento genera que el individuo busque maneras inadecuadas de expulsar la comida autoinduciéndose el vómito y abusando de laxantes, como también sometiéndose a periodos prolongados de ayuno.

Según el Manual Diagnóstico y Estadístico de los Desórdenes Mentales para los Trastornos de la Alimentación. (DSM IV), los síntomas que presenta cada enfermedad son los siguientes:

Anorexia nerviosa

- Miedo intenso a engordar, que no disminuye con la pérdida de peso.
- Alteración de la silueta corporal, exagerando su importancia en la autoevaluación y negando los peligros que provoca la disminución de peso.
- Pérdida de por lo menos 25% del peso original. En menores de 18 años de edad debe añadirse al peso inicial el que

correspondería aumentar de acuerdo con el proceso de crecimiento y considerando que, una reducción de peso cercana a 15% es valorada como riesgo médico.

- Negativa a mantener el peso corporal por encima del mínimo, según edad y estatura.
- A estos criterios pueden agregarse los siguientes:
 - Pérdida de peso auto inducido por conductas compensatorias: vómitos, laxantes, diuréticos y exceso de actividad física.
 - Retraso en el desarrollo puberal.

En el Manual se tipifican dos formas de anorexia:

- Tipo restrictivo: la pérdida de peso se obtiene haciendo dietas, ayunos o ejercicio excesivo. No se recurre a “atracones” ni a purgas.
- Tipo compulsivo-purgativo: se recurre regularmente a medidas purgatorias como inducción al vómito, uso de laxantes, diuréticos y enemas.

Bulimia

- Episodios recurrentes de voracidad:
- Comer en corto período de tiempo gran cantidad de alimentos.
- Falta de control sobre la alimentación durante el episodio.
- Promedio de dos episodios de voracidad semanales durante tres meses.
- Autoevaluación “indebidamente” influida por la forma y el peso corporales.
- Conducta compensatoria:
 - Purgativa: vómitos auto inducidos,



laxantes, diuréticos.

- No purgativa: ayuno, ejercicios físicos extenuantes.

Los desordenes alimenticios se presentan tanto en hombres como en mujeres, pero el número de mujeres es mayor al de los hombres. Dentro de la sociedad el sobrepeso masculino es aceptado, al contrario de lo femenino que mantiene una constante lucha con la lipofobia.

Siempre se asocia a las mujeres con estos trastornos, se habla de baja autoestima, de presión social, de problemas familiares, sexuales, del ideal de belleza. Y es aquí donde surge la primera pregunta ¿ideal de belleza? ésta desencadena otras tantas ¿de dónde surge está preocupación de ser bella? ¿Dictado por quién? ¿La publicidad? ¿Los medios?

Posibles correlatos históricos

Entre los siglos XII-XV se encuentran casos semejantes a la anorexia, mujeres religiosas que practicaban el ayuno con frecuencia, al que le llamaban Holly Anorexia. (Moreno, 2005)).

Richard Morton (citado en Moreno, 2005) es uno de los primeros que recoge datos sobre la anorexia en su publicación de 1689: *Phisiologica*. El autor describe los casos de algunas mujeres y un hombre que sufrían una atrofia nerviosa o tuberculosis. Esta tuberculosis se caracterizaba por falta de apetito, amenorrea, tos y carencia de fiebre. Morton relacionaba este problema físico con las pasiones que dañaban a los nervios, dándole un tono espiritual.

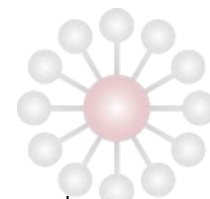
En el siglo XIX el discurso médico presentaba a la mujer como un ser débil y enfermizo, la hipocondría y la histeria también estaban presentes en ese perfil femenino. La anorexia se empezó a conocer como anorexia histérica o anorexia nerviosa.

En el caso de la bulimia primero se comenzó hablar de hipofagia (comer hasta no concentrarse en otra cosa, asociada con la gula) acompañada con vómitos. Se creía que la bulimia era el extremo de la anorexia. En 1979 Russell (citado en Moreno, 2005) la considera como un indicador crónico de la anorexia. Los pacientes con dicho padecimiento se caracterizaban por una mayor ansiedad y depresión, inestabilidad e insatisfacción con su aspecto físico.

Se entiende que estas enfermedades siempre han existido. Los antiguos griegos y los romanos durante los festines orgiásticos vomitaban el alimento ingerido para poder seguir degustando los manjares en la celebración. Sin embargo, dicha práctica no está ligada con el actual rechazo al cuerpo y el propósito de alcanzar un peso corporal mínimo.

La anorexia y la bulimia, como enfermedades de nuestro tiempo

Una chica aparentemente normal, sana, conforme con su cuerpo, entra a una boutique, pregunta por la talla 13 de pantalón, la dependienta le dice que sólo hay de las tallas 0-7. Sale decepcionada consigo misma, ve posters en las tiendas, maniqués, todas las modelos son tan delgadas. Llega a casa, va a su habitación, ve sus revistas, modelos delgadísimas, enciende la TV y en la



pantalla aparecen reiteradamente productos para bajar de peso, apaga el aparato y ahora centra la frustración en su computadora. Inocentemente teclea en su buscador tips para bajar de peso, aparece entre los primeros 10 resultados “Mis amigas Ana y Mía”. Un blog dirigido a quienes, como ella, desea cambiar su figura.

Hoy en día el fenómeno de la anorexia y la bulimia adquiere características alarmantes y una expansión tal que bien podemos considerarlo como una enfermedad psico-somática de nuestro tiempo., ya que la delgadez extrema es un estereotipo del discurso mediático contemporáneo.

La primera figura en captar los reflectores del mundo mediático por su etérea silueta fue la Top-Model, Lesly Hornly, mejor conocida como Twiggy (briznilla) en 1966. Ella comenzó a aparecer en las portadas de las revistas Elle, Vogue, Harper's Bazaar, Look, Life. A sus 17 años, pesaba 40 kilos y media 1.69. Su peso estaba asociado a la pésima alimentación, al consumo de anfetaminas, aunado después al ritmo de vida de una Top-Model. Su volátil imagen atrajo a las adolescentes de todo el mundo, quienes empezaron a copiar su imagen: cabello corto, rubio, rostro sin maquillaje, pestañas largas y sólo brillo labial. La exagerada delgadez de la modelo no pasó desapercibida para los padres de familia, que empezaron a temer que las jovencitas cayeran en la anorexia, y así fue.

Una de las primeras muertes dentro del mundo de la farándula, relacionadas con la anorexia nerviosa, enfermedad poco conocida en aquel entonces. fue la de Karen Carpenter, la cantante y baterista del dúo The Carpenters, que formó junto a su hermano Richard Carpenter. En el blog

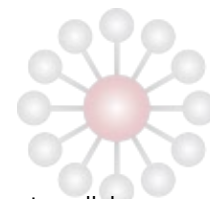
www.morirjovenmitoinmortal.bligoo.com se hace la semblanza de las causas de su padecimiento y muerte:

Karen Carpenter sufría de anorexia nerviosa desde 1975 a su muerte en 1983. En los 1960s, seguía la dieta “Stillman”. Karen tomaba 8 vasos de agua y comía alimentos sin grasa, perdiendo así 12 kilogramos. Su corazón quedó dañado por la malnutrición de tantos años. Murió a temprana edad de un paro cardíaco, a consecuencia de la Anorexia Nerviosa el 4 de febrero 1983. Dicen que su corazón se colapsó debido a la sobrenutrición que le hicieron en el hospital aunado a su continuo uso de laxantes, diuréticos y medicamentos de la tiroides que le ayudaban a acelerar su metabolismo. (2010).

La anorexia y la bulimia en la blogosfera

Ahora bien, ¿qué pasa cuando el fenómeno de la anorexia y la bulimia entran como temática central de varios blogs? ¿Cómo es que estos sitios se convierten en “santuarios” desespacializados, en lugares de culto de la delgadez extrema a donde las comunidades de usuarios acuden para encontrar la fuerza que requiere el camino o despeñadero que han elegido?

Para contestar a esta pregunta compleja que conlleva muchos otros cuestionamientos, presentaremos en primer término algunas consideraciones en torno a la discursividad electrónica, a la aplicación de la tecnología en los procesos de composición, recepción y distribución del texto digital, cuyas características permiten construir redes abiertas



de comunicación; esta presentación constituirá el marco de referencia para el análisis de la problemática estudiada. Pasaremos luego a dar cuenta del desarrollo de nuestro proyecto de investigación sobre el blog “Mis amigas Ana y Mía”, documentando la primera etapa, que fue la recolección y sistematización de datos a través de la etnografía virtual; luego presentaremos la segunda etapa interpretativa, o búsqueda de la significación profunda de las prácticas extremas que llevan a cabo los usuarios para construir su identidad utópica de princesas y príncipes.

La hipertextualidad digital

Hace 13 años (1 de abril de 1997) que Dave Winer publicó la primera entrada de “Scripting News”, que es considerado el primer weblog de Internet. De entonces a la fecha los blogs han sufrido cambios significativos a medida que se han posicionado y ganado terreno particularmente en los ámbitos de la política, la educación, la cultura.¹

Los blogs son escenarios virtuales sociales, son ágoras o plazas públicas, ya que su característica básica es la posibilidad de que otros usuarios de la red participen no sólo como lectores, sino añadiendo comentarios a cada entrada, de manera que se genere un debate alrededor de determinados contenidos o bien se amplíe la información. Por otro lado, las múltiples referencias o enlaces a otros blogs y a diferentes páginas web, que tanto el autor como los visitantes enlistan, sitúan al blog en el ámbito de la hipertextualidad

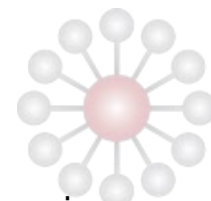
¹ Para tener una visión general sobre la historia de los blogs, sus características técnicas, su tipología y la nomenclatura que utilizan, remitimos a <http://wikipedia.org/wiki/Blog>.

digital. Esta textualidad electrónica, entendida como la comprensión, descripción, valoración y análisis del texto digital, surge a partir de la convergencia tecnológica entre la informática, lo audiovisual y la telemática.

La lógica operativa incluyente, interactiva e hipertextual del blog “favorece el descentramiento y la democratización de los sistemas informáticos, a través de la constitución de redes autogestivas, verdaderos sistemas abiertos y complejos de intercambio comunicativo en sentido no sólo horizontal o circular, sino reticular, donde todos los puntos se tocan”. (Lara. 2004: 24-25).

Amelia Fernández dice que “el fenómeno de los blogs es la llegada efectiva de la interactividad a Internet”. (2007). De hecho, los bloggers, nuevos actores de la comunicación, no son ya los receptores de un medio masivo, sino los protagonistas de un espacio virtual creado y construido por ellos mismos para plasmar sus ideas en la red informática, “exponiendo su otro “yo” cubierto o no por la sábana del anonimato y el poder de la irregularidad, intercambiando cosmovisiones, sometiendo a la crítica de todo el mundo sus ideas” (Lara, Zavala y Medina, 2007).

El estudio de las prácticas comunicativas a través del ciberespacio no puede limitarse ni agotarse desde una visión puramente tecnológica o instrumental. Se requiere una perspectiva mediacional, que considere la Red como un complejo fenómeno socio-técnico-cultural, que como tal posibilita nuevas formas de interacción grupal, y en el entramado social, contribuye a conformar un nuevo entorno, el tecno-cultural.



Con base en estos postulados epistemológicos varios autores están redefiniendo a internet no como una red de redes de computadoras, sino como una red de redes humanas mediadas por computadoras. Detrás de las redes digitales hay seres humanos, pero no aislados y únicamente conectados a otros mediante las máquinas, sino estructurados en redes de comunicación, lo que hace que al conectarse lo estén haciendo no sólo como individuos sino también como integrantes de diversos agrupamientos humanos con sus propias identidades, con sus propios sistemas cognitivos y valorales. (Castells, 1997 y 2003. Yus, 2001. Camacho, 2003 y Lara. 2004). En otras palabras, en la incorporeidad de las redes digitales tiene cabida todo el peso de nuestra compleja realidad social multidimensional.

Entramos así a la consideración de la producción social de sentido que se genera en un universo relacional virtual como es el del blog, en el cual circulan formas discursivas y de interacción simbólica, que configuran una “sociabilidad virtual”, cobijada por la interconectividad y que contribuye a cambiar los modos predominantes de producción social de sentido por la apropiación cultural de formas distintas de representación, de expresión y de conocimiento.

Aplicando este marco conceptual al blog: “Mis amigas Ana y Mía”, tendremos que aceptar que nos encontramos frente a una comunidad radicalizada y excluyente, que comparte una identidad forjada en torno al fenómeno de la anorexia y la bulimia, considerados como los ideales únicos a alcanzar, reduciendo así la multidimensionalidad de la vida humana a un sólo ámbito y a la exclusión de quien no comparte sus metas.

Etnografía virtual del blog “mis amigas Ana y Mía”

El blog se encuentra en dominio de www.blogspot.com. Los colores del blog predominantes son morados y negros. El slogan es: “Porque la comida es como el arte... sólo existe para mirarla...”

En el home del blog se advierte que se trata de un blog Pro-Ana y Pro-Mía, se señala que no se responsabiliza por los comentarios que se emiten y añade que si el contenido del blog molesta a alguien, que lo abandone, ya que no le interesa su opinión. También advierte que si la persona es menor de 15 años se aleje, puesto que el blog no es para ella.

Después de esto viene la bienvenida a aquellas personas que se identifican como “Anas” o “Mías”, diciéndoles que en ese blog podrán intercambiar tips, dietas y hacer “carreras”.

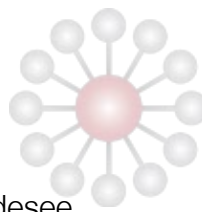
Es a este punto que la blogger se presenta bajo el Nick de Goddess Princess, y justifica que creó el blog porque en su país (el cual en primera instancia no menciona) no hay muchas personas que compartan, como ella lo denomina, ese “estilo de vida”; espera encontrar amigos de Latinoamérica y otros países. Les recuerda a sus seguidores que “nadie dijo nunca que fuera fácil ser una princesa”

A continuación la blogger presenta links de algunos blogs que visita como: Estoy poseída, Muriendo por vivir, Sueños suicidas, entre otros.

Tiene 2923 seguidores², pero está en continuo crecimiento.

El blog tiene un contador de visitas que según lo

² Dato obtenido el 10 de septiembre de 2010.



recuperado hasta el 10 de septiembre del 2010 tenía un total de visitas de 1, 319,417.

En el mismo Home hay una sección a la que ella denomina “Útiles”, en la cual se encuentra un “calculador de calorías quemadas”, un “calculador de índice de masa corporal”, un escrito llamado “léeme si tienes hambre”; es un texto que trata de ayudar al usuario a no caer en la tentación de la comida, a menos que –ella dice– sea una cerda o un cerdito. Por último aparece una tabla de calorías.

Después hay una sección de Entradas, en total 40, que abarcan las temáticas o el menú que la blogger oferta. Nos dimos a la tarea de englobarlas y sistematizarlas en 5 categorías para fines de análisis.

- 1ª. Categoría: Datos autobiográficos

En esta sección de entradas, la blogger escribe sobre ella misma, su vida más allá de la red y sus méritos virtuales. Las entradas son:

Ím Back: En esta entrada pone a sus lectores al tanto de su vida, como el hecho de que está a punto de terminar su carrera en la universidad y el tiempo que le absorbe su hijo de tres años. Tiene 22 años, es de Venezuela, tiene cálculos en la vesícula biliar, menciona que pronto se casará, trata de hacer una comida de 500 calorías al día, consume Sibutramina, siente taquicardia, fuma aproximadamente 20 cigarros al día. La última actualización de esta entrada es el 17 de marzo del 2010.

Advertencia: Se dirige a las personas que se meten en su blog preguntándole como bajar de peso, a lo que ella responde simplemente: No comas. Afirma además que ser Ana o Mía sólo

pasa sin razón, no porque alguien lo desee.

About Me: Muy parecida a la entrada de Im Back, cuenta de su vida, sus dietas, sus “progresos”. Los post son desde el 21 de septiembre del 2007 hasta el 10 de junio del 2009. Comenta acerca de sus cambios de ánimo, de su meta de llegar a 50 kg, de que tiene bulimia desde que tiene 13 años, que odia el color moreno de su piel y las estrías de su embarazo, que siempre que sale de paseo toma mucha cerveza, de que puede ayunar hasta 7 días, escribe un tipo de “chismógrafo”. Mide 1.65 m, le gusta vestir de negro, su sueño es ser delgada y blanca, come una vez al día.

Brillante Weblog: Informa que su blog fue nominado el 7 de junio del 2008, por la cantidad de visitas recibidas.

¿Eres Wannabe? Léeme: Habla de las personas que se meten a su blog y quieren compartir el mismo “estilo de vida”, de todo lo que sufren como tener siempre frío, tener los dientes amarillos, mareos constantes, tener mal aliento y padecer taquicardias entre otras cosas.

L-Carnitina: En esta entrada pregunta a sus seguidores si tienen alguna experiencia con este medicamento ya que ha empezado a consumirlo y quiere saber acerca de sus resultados y efectos secundarios.

Nuestra Comunidad: Una entrada para que sus seguidores dejen sus correos electrónicos y puedan estar comunicados.

- 2ª. Categoría: Tips para “matar” el hambre y para que no descubran tu secreto



En esta sección de entradas la Blogger ofrece a sus seguidores da tips que a ella le funcionan

Ansiedad: En esta entrada describe la manera en que ella combate la ansiedad como mascar mucho chicle sin azúcar, tomar mucha agua, alrededor de 6 litros, todo esto para evitar comer.

Café con Leche: De cómo un vaso grande de café con leche por la mañana evita que le dé hambre en todo el día.

Super Tip: Escribe acerca de sus dieta de 500 calorías que consiste en tomar un jugo de limón sin azúcar, 1 rebanada de jamón, 1 de queso, 1 galleta integral y tomar mucha agua todo el día; al final del día escribe en su diario lo feliz que la hace comer tan poco.

¿Tienes paciencia?: Sugiere que cuando te den ganas de comer sólo tienes que esperar, tener paciencia y cuando menos lo pienses el hambre se habrá ido.

Tips de Ana: Menciona tips como escribir un diario, tomar antiácidos para calmar el estomago, aprender a comer sin azúcar, dormir bien, comer mucho hielo, no purgarse muy seguido, no decirle a nadie que se es Ana o Mía, cada vez que bajen de peso premiarse comprándose un accesorio o ropa, usar ropa apretada en casa para que se percaten de lo gordas que son, comer desnuda frente al espejo y evitar salidas sociales para no ir a comer.

Tips de Mía: Menciona tips como masticar bien la comida hasta que se disuelva y dársela

al perro o al gato, tomar mucha agua para vomitar más fácil, vomitar después de comer lo más rápido posible, tomar algo de menta para refrescar la garganta después de vomitar, si hay mucha gente en la casa y no se puede ir al baño a vomitar tener un envase en el cuarto y poner música en volumen alto para vomitar y en la noche vaciar el envase en el excusado y acostumbrar a la familia a que te gusta comer en tu cuarto.

- 3ª. Categoría: Galería fotográfica de los “íconos” a seguir

En esta sección la Blogger manipula las aspiraciones de los usuarios a través de la imagen:

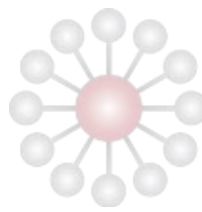
Antes y Después de las Famosas: Colocó fotos de la cantante Anahí, Lindsay Lohan, Hillary Duff y Nicole Richie; de su pérdida de peso.

Avatars: Colocó imágenes para que las usen como identificación en sus messengers, tales como logos de princesas, labios cosidos con hilo y muñecas delgadas.

Boys Thinspo: Colocó fotos de actores y modelos muy delgados.

Participantes de la carrera: En esta entrada vienen fotos de personas que quieren bajar de peso, en la mayoría de las fotos no se aprecia su rostro y vienen datos como nick, edad, peso actual, peso meta y el peso que bajaron durante la “carrera”.

Progreso de Nicole Richie: Una entrada dedicada a la evolución en el cuerpo de esta



artista desde su apariencia con unos “kilitos de más” hasta la condición física de “estar en los huesos”.

Thinspo Inversa: Colocó fotos de personas que tienen obesidad mórbida y advierte a sus seguidores que si siguen comiendo se pondrán obesos.

Thinspiration: Fotos de actrices y modelos a las que hay que admirar y tratar de ser como ellas.

- 4ª. Categoría: Dietas, productos y prácticas para bajar de peso

La información que la Blogger proporciona está tomada de diversos sitios de Internet.

Anticonceptivos Orales: Información sobre los efectos secundarios de los anticonceptivos orales, como puede ser el aumento de peso.

Ayuno: Información sobre los tipos de ayuno y en qué consiste cada uno.

Celulitis: Entrada acerca de lo que es la celulitis y consejos para combatirla.

Dieta del Ayuno Parcial: Una dieta rigurosa de 7 días y sus beneficios..

Dietas: Diversas dietas basadas en líquidos, tomate, toronja, manzana, sopa, atún. La del Dr. Atkins, la de Montignac, la del ayuno de jugo y caldo, la anti-fracaso, la del Buda, la del semi-ayuno.

Ejercicios: En esta entrada pone ejercicios físicos para diversas partes del cuerpo como brazos, piernas, glúteos y abdomen.

Flacidez: Acerca de las causas y la prevención de la flacidez.

¿Frío quema calorías?: Entrada acerca de que el frío hace que el cuerpo pierda calorías es un mito.

Orlistat- Xenical: Entrada de cómo esta droga ayuda a la pérdida de peso, sin adicción ni rebote, todo esto con una dieta apropiada.

¿Por qué no ser Ana?: Información del surgimiento, síntomas, preguntas para saber si se padece el trastorno y las consecuencias.

¿Por qué no ser Mía?: En esta entrada sólo informa de las consecuencias del padecimiento.

Productos Light: Acerca del consumo de estos productos que según la entrada sólo tienen 30% menos de grasa que los productos normales y en otros casos tienen el mismo porcentaje.

Sibutramina: Información acerca de esta droga anteriormente usada como antidepresivo y ahora como tratamiento para bajar de peso, ya que sirve para sentirse saciado, gastar calorías y perder peso.

- 5ª. Categoría: Documentos de entretenimiento



Escrito por un Hombre: Es un documento que habla de los puntos de vista de los hombres sobre las mujeres. Todo el texto gira alrededor de la “verdadera” belleza de una mujer.

Horóscopo: Todas sus predicciones y recomendaciones se refieren a la pérdida de peso.

Pecado Capital: El documento es acerca de la gula.

Pesos según Ana: El documento es una tabla que contiene parámetros extremos sobre la relación altura-peso. Ejemplo: si mides 1.60m debes pesar 44 kg.

Receta de Ana: Documento que simula una receta de cocina en donde se deben mezclar sentimientos y actitudes como baja autoestima, culpa, fuerza, rabia, lagrimas como una poción mental que te debe acompañar en el camino hacia la purificación.

Versos: En esta entrada hay poemas, versos y canciones centrados en la anorexia y la bulimia.

La dinámica autogestiva del blog, más allá de la blogger

El seguimiento del blog, nos lleva a constatar que la presencia de la blogger no es continua. De hecho, hay entradas a donde deja de acudir por varios meses. Sin embargo, la semilla que ella ha sembrado, tiene ya vida propia, puesto que sus seguidores, alimentan constantemente con comments cada una de las entradas, es

más, se establece un diálogo entre usuarios sin hacerse ya necesaria la guía de la blogger. El blog funciona como una verdadera red, pues como ya dijimos tiene 1, 319,417 visitas, sigue captando nuevos adeptos que se ocupan de intercambiarse información, de compartir sentimientos de frustración, de soledad, de auto-denigración y de búsqueda de aliento para alcanzar las metas propuestas.

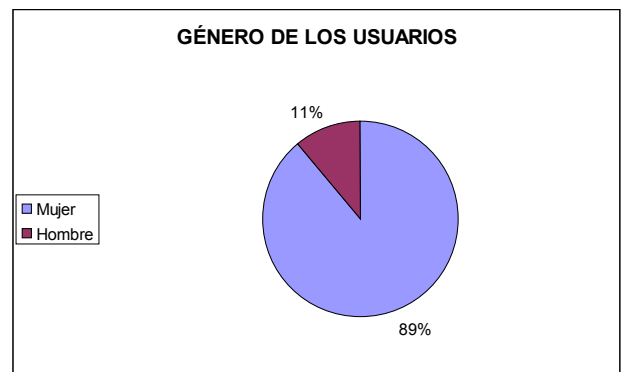
Base de datos del blog “mis amigas Ana y Mía” Después de haber analizado la comunidad virtual de Ana y Mía decidimos hacer un conteo para conocer a los usuarios que visitan este blog.

La muestra está compuesta por 63 usuarios.

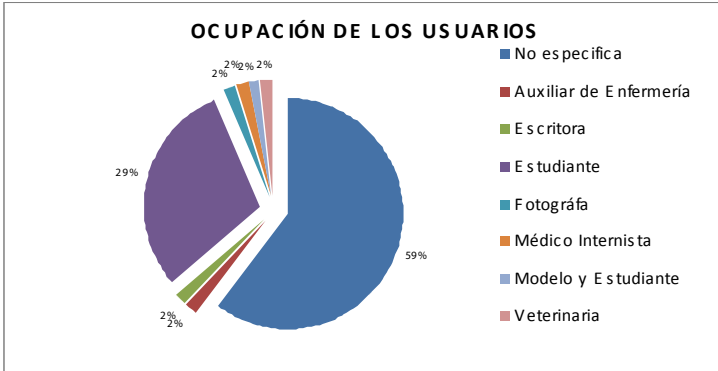
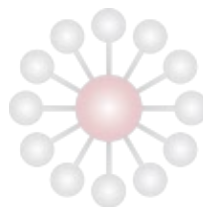
Las categorías de nuestro registro están divididas en cuatro:

- Género
- Edad
- Ubicación geográfica
- Ocupación

Los resultados obtenidos los presentamos en las siguientes gráficas:



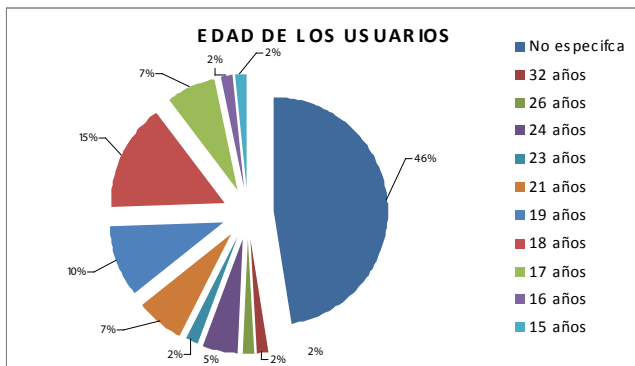
Mujeres	Hombres	Total
56	7	63



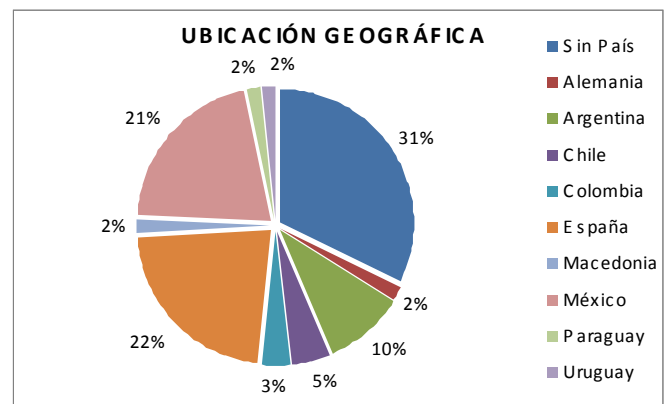
23	1
21	4
20	4
19	6
18	9
17	4
16	1
15	1
Total	63

Ocupación	No. de Usuarios
No específica	38
Auxiliar de enfermería	1
Escritora	1
Estudiante	19
Fotógrafa	1
Médico Internista	1
Modelo y Estudiante	1
Estudiante	1
Veterinaria	1
Total	63

País	No. de Usuarios
Sin país	20
Alemania	1
Argentina	6
Chile	3
Colombia	2
España	14
EEUU	1
Macedonia	1
México	13
Paraguay	1
Uruguay	1
Total	63



Edad (en años)	NO. de usuarios
No específica	28
32	1
26	1
24	3



La construcción de la identidad utópica de las princesas



En la segunda etapa de nuestra investigación tratamos de encontrar la significación que para la blogger y los usuarios tiene el intercambio de mensajes sobre ese modo de vida que siguen y defienden, a través del cual van construyendo una identidad grupal utópica.

La temática central y obsesiva es la comida y su rechazo. En torno a ella se establece una lucha que sostienen los actores sociales involucrados. Las armas para vencerla no son sólo los paliativos del hambre y los medicamentos, sino también la construcción de personalidades complejas que se aman y se odian, que se halagan y se autodenigran, que reciben recompensas y se humillan y castigan. Es la tensión entre la “princesa” y la “cerda”.

Presidiendo la lucha de los usuarios están Ana y Mía, personificaciones de la anorexia y la bulimia respectivamente. Para los usuarios, ellas tienen vida propia, son perfectas y bellas, porque son delgadas; es más, su preciosidad las hace princesas y como tales son el ideal utópico a alcanzar. Además son “amigas” y por eso ayudan a los adolescentes y jóvenes a persistir en su intento de alcanzar la delgadez extrema.

Pero la metamorfosis no termina aquí, la comunidad bloguera ha transformado a Ana y Mía en diosas, las ha convertido en íconos de veneración para poder realmente gozar de sus favores, de un apoyo sobrenatural que les acompañe y permita trascender por encima de los mortales comunes. El ayuno, el hambre, las dietas se convierten en rituales, en prácticas de culto de una congregación que se aísla cada vez más de la realidad, de las reuniones sociales, de los amigos, de la familia, para no caer en la tentación de la comida.

A manera de comunidad mesiánica, los usuarios se sienten elegidos, diferentes a los demás, pues creen que Ana “la diosa que te escoge y te permite ser perfecta, te hace darte cuenta que la comida sólo te destruye... ella está para ayudarte, para hacerte una mejor persona, una que no tenga necesidad de comer, eso te hará especial para ella”. Por otro lado, Mía es la incondicional de Ana. “Ella se convertirá en tu conciencia si decides traicionar a Ana, hará que te arrodilles ante un excusado para arrojar toda la porquería que has metido en tu estómago”.

El manejo de este discurso aberrante por parte de la blogger y su aceptación por parte de los usuarios lleva a la comunidad a una conciencia colectiva que orienta su conducta: el recorrido de un camino ascético de privaciones en busca de la perfección de las princesas-diosas Ana y Mía, hasta identificarse con ellas. De hecho los miembros del grupo se autodefinen como princesas y príncipes. Y, ¿qué pasa si alguno muere en el intento? Ellos manejan un discurso de esperanza y trascendencia, ya que creen que cuando hayan pagado el precio suficiente para ser delgados y mueran, “las diosas los compensarán en la otra vida o en un nuevo mundo con un cuerpo bello y delgado”.

La representación social de culto al cuerpo y el blog “mis amigas Ana y Mía”

La teoría de las representaciones sociales

A la blogosfera llegamos con toda la carga de nuestro contexto social, por lo que nos preguntamos: ¿Dónde se gesta la anorexia y la bulimia? ¿Cómo transita ese discurso cargado de ideología y de apelaciones tiránicas desde



nuestra realidad física hasta el universo virtual, y cuáles son los lazos que unen ambos universos y que son capaces de tejer la trama y el drama de los desórdenes alimenticios en adolescentes y jóvenes?

Existe una teoría que procede de la psicología social pero que se ubica en el paradigma de la complejidad y tiene un carácter transdisciplinario en cuanto que cruza preocupaciones de las diferentes disciplinas sociales. Se trata de la teoría de las Representaciones sociales cuyo máximo exponente es Serge Moscovici. Será para nosotros la guía, el marco conceptual complejo que nos permitirá responder a las preguntas formuladas.

La teoría de las representaciones sociales pretende estudiar el pensamiento social enfatizando la naturaleza social del pensamiento y la importancia del pensamiento en la vida social (Rodríguez, 2003: 56).

Para Moscovici:

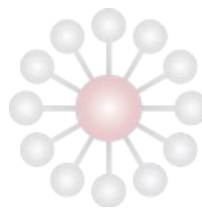
Una representación social es comprendida como un sistema de valores, ideas y prácticas con una doble función: primero establecer un orden que permita a los individuos orientarse entre ellos mismos y manejar su mundo material y social; y segundo, permitir que tenga lugar la comunicación entre los miembros de una comunidad, proveyéndoles un código para nombrar y clasificar los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal. (citado textualmente por Duveen 2001, 12

De acuerdo con este postulado, las prácticas sociales obedecen a una determinada visión del mundo, a un pensamiento social que se ha ido construyendo comunitariamente en un determinado contexto cultural, y que lleva a otorgar a dichas prácticas un determinado significado compartido por el grupo de pertenencia como algo incuestionable, algo establecido. Por ejemplo, en los documentos legales del siglo 19, tales como Escrituras Públicas de traslación de dominio de propiedades entre particulares, cuando aparecía una mujer como propietaria o como compradora, en el rubro donde debía indicarse su ocupación, se decía: “Dedicada a las labores propias de su sexo”. Y, ¿cuáles eran las labores propias del sexo femenino para la sociedad del siglo XIX? Era el trabajo del hogar. Estamos ante una construcción o representación social del género femenino en esa época, que restringía el rol de la mujer al hogar, es decir, al cuidado del marido y de los hijos. Y por supuesto, todo mundo lo aceptaba.

Las representaciones sociales integran entonces un sistema de ideas, principios, valores que son el resultado de los procesos de comunicación intersubjetiva de acuerdo con los cuales la gente piensa y organiza su vida cotidiana, a la base se encuentra el conocimiento del sentido común. Dicho conocimiento es social porque se elabora socialmente e incluye contenidos cognitivos, afectivos y simbólicos. (Umaña, 2002).

Las representaciones sociales hacen referencia al conocimiento del sentido común, y en definitiva, dice Araya Umaña:

Constituyen sistemas cognitivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias,



valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal positiva o negativa. Se constituyen, a su vez, como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientaciones de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de la forma en que las mujeres y los hombres actúan en el mundo.(2002: 11).

La representación social del culto al cuerpo

La construcción social del cuerpo que se gesta en nuestro tiempo posee el molde de la delgadez, una silueta esbelta, frágil, pero esa edificación también contiene otras características como ser alta, rubia, de piel blanca. Las chicas se sueñan a sí mismas como super modelos, patrones que son impuestos por los mass media, la industria de la moda, la publicidad. El miedo a la gordura, al rechazo social, las pautas en los hábitos alimenticios marcadas por la cultura de lo light son sembrados en el imaginario cultural de las mujeres. La sociedad ha creado a sus princesas, mujeres perfectas que al adherirse al molde prefabricado, como por arte de magia alcanzan la felicidad, la aceptación social.

Son estos clichés, los estereotipos aceptados por la mayoría, la práctica de lo Light que contribuyen a crear la representación social del culto al cuerpo con su propio sistema de valores. El cuerpo pasa de ser un ente biológico a ser una construcción socio-cultural, se convierte en un símbolo de la sociedad que lo construye.

Los individuos que se conducen en forma habitual y natural por esta representación temen a la gordura, quieren ser esbeltos y para lograrlo llevan a cabo prácticas exageradas, dietas extenuantes, consumo de productos que prometen siluetas frágiles.

Factores que propician la representación social del culto al cuerpo

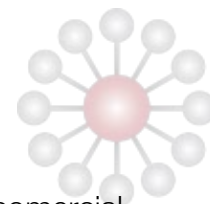
- La belleza hoy

Ser delgada es ser perfecta. Si se considera que esa delgadez es la que vemos en las pasarelas de Londres, París y Milán, caemos en la cuenta de que no es una delgadez sana, sino una belleza que hoy está marcada en los huesos. Son siluetas que carecen de curvas femeninas. Chicas andróginas, con cara de niña siguen desfilando por las pasarelas con atuendos más pesados que sus cuerpos. Las jóvenes normales caen en esta desvirtualización de la beldad, su vida gira alrededor de esa imagen y si a esto se le suma el bombardeo que se da por parte de una sociedad centrada en la belleza física, la presión por alcanzar dicho prototipo se vuelve extenuante.

- La moda, talla 0

La moda orilla a las chicas que sueñan con las grandes pasarelas a adelgazar para poder entrar al mundo de la alta costura, A pesar de las prohibiciones en países como Alemania de contratar a modelos que su peso sea menor al saludable, las modelos en París siguen luciendo esqueléticas.

No sólo en el mundo de la moda surgen estas exigencias, las porristas o bailarinas profesionales se ven sometidas a rigurosas dietas, además de



soportar los insultos de su entrenador “no quiero viejas guangas”, “si estás gorda no te van a poder cargar”, “las vacas no vuelan”.

- la publicidad de lo light

La delgadez es igual a belleza,
la belleza es igual a felicidad.

Por lo tanto una persona delgada es igual a una persona feliz.

(Silogismo de la cultura Light)

La publicidad se ha encargado de que este silogismo acompañe al individuo desde que tiene conciencia sobre sí mismo y su corporeidad. Aprovechando esa situación la mercadotecnia ha diseñado un nuevo rubro: los productos light, que van desde el pan, los yogures, los refrescos, las golosinas, las barritas de avena, la leche, los quesos; para después pasar a la comida prebiótica, orgánica. En países donde hay altos índices de problemas de sobrepeso y obesidad estos anuncios proliferan. Más que abrir el panorama a una vida sana, comerciales como: “¿talla 9 de pantalón? No te preocupes, con pan reducido en grasa y trigo recuperarás tu figura.”, arrastra a las chicas a entrar en un ritmo de vida insano.

- Los artilugios para alcanzar el peso ideal

A la mercadotecnia no le basta controlar la comida, la ropa y el manejo de las relaciones afectivas en torno a la delgadez. Ofrece además un universo de productos que queman la grasa desde cremas anunciadas por una chica que de verdad no las necesita, porque de tener 62 centímetros de cintura pasa a los 59, otra de talla mediana a chica gracias a un gel. Los famosos fitnestep ahora tienen presentación en zapato casual, tenis y sandalia para que con sólo caminar tu cuerpo se

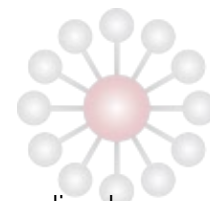
parezca en pocos días al de la chica del comercial. Suplementos alimenticios disueltos en agua que eliminarán la grasa, aparatos de gimnasia que modelarán la figura hasta hacerla parecer que fue tallada en mármol y los más peligrosos fármacos que prometen bajar de 3 a 5 kilos en una semana. Además de plantas medicinales como el codo de fraile, prohibido en varios estados de México, pero recomendado entre las chicas que se dedican a la animación deportiva en las preparatorias.

- la delgadez como sinónimo de felicidad

El adelgazar está ya preinscrito en la memoria de la sociedad, tanto que es uno de los propósitos que todos hacemos cada año nuevo al sonar las 12 campanadas, para después pasar al comedor y degustar los 24 platillos que están servidos en la mesa.

La excursión de quien no encaja en el patrón establecido

¿Cómo se siente una persona con problemas de peso ante una situación similar? Una persona que está peleada con su físico no es feliz, y no porque ella no se acepte sino porque los otros, esa sociedad que nos condena así lo ha dictaminado y lo seguirá haciendo. La chica feliz que se presenta en los mass media es delgada, tiene novio, viste a la moda, es “bonita”. En cambio la “gordita” de la historia es la eterna enamorada no correspondida, no tiene amigos y siempre es humillada por la “bonita” o en el mejor de los casos tratada con benevolencia por la chica bella, con lo que demuestra que además de ser bonita tiene buenos sentimientos.



Lo anterior es todo un caldo de cultivo en el cual la representación del culto al cuerpo se ve reflejada en las prácticas simbólicas y afectivas. Las chicas no encajan en el imaginario colectivo de su sociedad; universo creado por los mass media, la mercadotecnia y la moda. De esta tensión nace la negación del cuerpo y la búsqueda por cubrir las exigencias de belleza y perfección establecidas por el nuevo sistema de símbolos que pretenden construir a la mujer hoy. Esto de igual manera crea fronteras simbólicas que van excluyendo a las que no encajan en el patrón establecido. Dichos procesos de exclusión se dan desde temprana edad, cuando las niñas comienzan a tomar sus formas femeninas y esto las avergüenza, ellas buscan esconderse de la mirada. Sienten que si no son delgadas nunca serán aceptadas.

La imagen soñada: Ana y Mía. Correlación entre la representación social del culto al cuerpo y el universo del blog

Los consejos que se dan dentro del blog “Mis amigas Ana y Mía”, el intercambio de dietas, los medicamentos que se recomiendan, el cómo deben de vestir, usar su tiempo y producir sus relaciones personales son el reflejo del sistema valoral de la sociedad actual que rinde culto al cuerpo. El manejo de dicho sistema simbólico les proporciona una identidad colectiva, les da sentido de pertenencia, como se menciona en el libro Cuando comer es un infierno de Espidio Freiré: “Las chicas copian frases, fotos, mandamientos similares (...).Homogeneizan criterios para darse más fuerza y ser conscientes de pertenecer a una comunidad. (2002: 211)

Jodelet (2000: 21) menciona un estudio realizado en Madagascar para analizar las representaciones sociales. En él se evidenciaron cinco tipos de relaciones que definían la convivencia con los otros:

- Los parientes (ancianos, respeto)
- la comunidad (expresa solidaridad),
- los camaradas (amistad, cooperación),
- la culpabilidad (responsabilidad)
- el castigo (en función de las acciones del sujeto, ya sean positivas o negativas).

Dentro de la comunidad virtual de “Mis amigas Ana y Mía” encontramos la aplicación de cuatro tipos de relaciones:

Comunidad. Representada por las relaciones discursivo-comunicativas de apoyo entre sus usuarios.

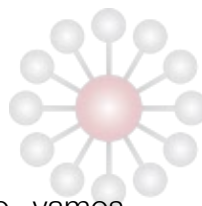
Camaradas. Los usuarios y la blogger.

La culpabilidad o responsabilidad. Es la promesa que hacen a las deidades Ana y Mía para alcanzar la delgadez.

El castigo. En muchas ocasiones se presenta al incumplir las metas propuestas, bajo la mirada sancionadora de las Diosas Ana y Mía.

A manera de conclusión

A lo largo de la investigación ha quedado comprobado que los usuarios del blog hacen una lectura de la realidad desde la óptica de la representación social del culto al cuerpo y que dicha lectura adquiere para ellos la fuerza de un precepto, hasta llegar al punto en el cual los padecimientos se convierten en amigas, las practicantes en princesas y se va más allá todavía al concederles un grado de divinidad a las enfermedades, que dejan de ser Anorexia Nerviosa y Bulimia para ser



Ana y Mía, deidades veneradas en el templo virtual. Se habla de una purificación del alma y se invita al desprecio de lo corpóreo- La comunidad ha ritualizado y “sacralizado” sus prácticas, dándoles un valor simbólico y de trascendencia.

Esto nos habla de la fuerza manipuladora del discurso social del culto al cuerpo y de hasta dónde se puede llegar cuando se asume radicalmente, Nos plantea también la necesidad de seguir estudiando las prácticas comunicativas en el ciberespacio, de entender su complejidad, sus formas discursivas y de interacción simbólica, el alcance de la hipertextualidad porque en la incorporeidad de las redes digitales tiene cabida todo el peso de nuestra compleja realidad social multidimensional.

Un mayor conocimiento de la articulación entre mundo social y mundo virtual nos llevará a entender mejor la dinámica de las interacciones sociales, en orden a avanzar en nuestra tarea modificadora y transformadora de ciertas prácticas y representaciones sociales creadoras de una subcultura de la muerte.

Bibliografía

Asociación de Psiquiatría Americana (DSM IV). (2009). Manual Diagnóstico y Estadístico de los Desórdenes Mentales para los Trastornos de la Alimentación. (DSM IV)

Araya Umaña, S. (2002). “Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión”, en Cuaderno de Ciencias Sociales, n. 127, octubre, Costa Rica: FLACSO.

Camacho, K. (2003). Internet. ¿Cómo vamos cambiando? San José de Costa Rica: Fundación Acceso.

Castells, M. 1997). “Flujos, redes e identidades: una teoría crítica de la sociedad informacional”. En M. Castells et alii, Nuevas perspectivas críticas en educación. Barcelona: Paidós. 13-53.

_____ (2003). La galaxia internet. Barcelona: Debolsillo

_____ (2005) La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. i. México: Siglo XXI

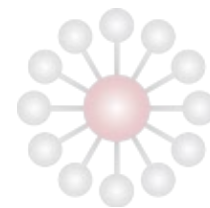
Duveen, G. (2001), “Introduction: the power of ideas”, en Moscovici, Serge, “Social representations. Exploration in social psychology”, Nueva York, New York University Press.

Espidio, F. (2002) Cuando comer es un infierno. Santaluria: Ediciones Generales, España.

Fernández, A. En <http://www.monografias.com/trabajos901/blogs-blogosfera-ciberespacio-comunicacion-canal/> Consultado el 5 de mayo de 2010.

Jodelet, D. (2000) “Representaciones sociales: contribución a un saber socio cultural sin fronteras”, En Develando la cultura. Estudios en Representaciones Sociales. pp. 7-27 México: UNAM.

Lara Mireles, M.C. (2004). Las tecnologías de información y comunicación (TIC) y la producción de sentido en las interacciones sociales. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias de la Comunicación Social, por la



Universidad de la Habana.

Lara Mireles, M.C., Zavala, U. y Medina, G. (2007). “La estructura comunicativa del blog”. En Memoria en extenso electrónica del VI Congreso Internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, ULEPP-ICC. “Innovaciones, Tecnología, Comunicación y Cambio social”. México, D.F. 19-20 de noviembre.

Moreno, A. (2005). La deconstrucción literaria de los trastornos de la alimentación y la cirugía estética en las novelas de Margaret Atwood y Fay Weldon”. Universidad de Oviedo

Orihuela, J.L. (2006). La revolución de los blogs. Madrid: La esfera de los libros. S.L.

Rodríguez, T. (2003), El debate de las representaciones sociales en la psicología social, Relaciones, 24/93, pp. 51-80.

Rojas Orduña, O. et al. (2005). Blogs. La conversación en Internet que está revolucionando medios, empresas y ciudadanos. Madrid: ESIC Editorial.

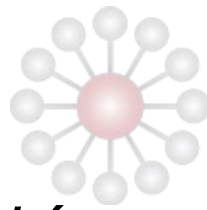
Yus, F. (2001). “Ciberpragmática. Entre la compensación y el desconcierto”. Disponible en el ARCHIVO del Observatorio para la Cibersociedad. En <http://cibersociedad.rediris.es/archivo/articulo.php?art=42>.
<http://morirjovenmitoinmortal.bligoo.com/content/view/254291/Karen-Carpenter-Su-muerte.html>. Consultado el 12 de septiembre.

SOBRE LOS AUTORES

Dra. María Concepción Lara Mireles. Dra. Ciencias de la Comunicación Social, U. de la Habana. Miembro del SNI nivel I, (2006-2008) y de AMIC. Directora de la Región México ante FELAFACS (2007-2009). Actualmente Presidenta del CONEICC (2009-2012) y Profesora Investigadora de la ECC de la UASLP.

Anahí Monserrat Hernández Rodríguez. Estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la ECC de la UASLP. Participante del proyecto de investigación: “Los blogs y su incidencia en la reconfiguración del carácter abierto del conocimiento en la sociedad actual”, que forma parte del programa de Prácticas de Campo de la ECC.

Martha Fabiola Juárez Rodríguez. Estudiante de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la ECC de la UASLP. Participante del proyecto de investigación: “Los blogs y su incidencia en la reconfiguración del carácter abierto del conocimiento en la sociedad actual”, que forma parte del programa de Prácticas de Campo de la ECC.



Consolidación y construcción del periodismo digital

Dra. Lizy Navarro Zamora
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ

Resumen

El impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación ha provocado la construcción del lenguaje para la información periodística que se presenta a través de las redes digitales. Es muy importante clarificar que tras el año de 1994 en el cual se instaló el primer medio en la red, ya tenemos contenidos establecidos, un lenguaje y códigos específicos. Así como la televisión y la radio tienen un lenguaje propio, los medios digitales ya lo construyeron.

Los primeros periodistas llegaron a la red Internet sin preparación, es necesario que escuelas y facultades incluyan en sus espacios materias específicas para la construcción periodística con características muy relevantes y que los medios analógicos no tienen, dos de ellas: la interactividad y la hipertextualidad.

El usuario del siglo XXI encuentra en Internet un océano de información, pero las empresas deberán de ofrecerle contenidos netamente periodísticos y no disfrazados. Además, estamos en un momento en que los espacios han entendido que los usuarios exigen otros elementos significativos como es el contacto a las redes sociales que ya han sido incorporadas a los medios y espacios periodísticos.

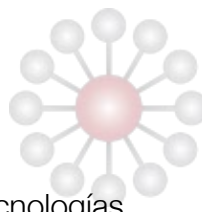
En esta ponencia desarrollaré el proceso de consolidación del periodismo digital con un lenguaje y una redacción propia. Con una disparidad entre los medios digitales consolidados y aquellos que intentan serlo, visto desde el emisor, los contenidos y el receptor.

Palabras Clave: Periodismo digital, ciberlenguaje, interactividad, hipertextualidad

Antecedentes

En más de tres lustros los medios periodísticos han vivido las transformaciones en su diseño, en el contenido, en el negocio y en la existencia del propio periodista, desde las incipientes páginas en 1994 hasta el aprovechamiento de las redes sociales para llegar al público de la Generación

Red. En el siglo XX, con el mayor desarrollo de los medios de comunicación, la prensa escrita sufrió tres momentos de crisis e impacto en su desarrollo, modificándose y readaptándose a los nuevos contextos. En los años treinta con el nacimiento de la radio, en la década de los cincuenta con la llegada de la televisión y en 1994 con el desarrollo de la web.



El primer paso de lo que se llama digitalización de la prensa fue el uso de equipos electrónicos con programas para justificar las líneas que eran compuestas por linotipia. Al principio de los setenta la mayoría de los periódicos de circulación nacional contaban con videoterminals donde los periodistas escribían sus textos.

Fue a mediados de los ochenta cuando la informatización invade los periódicos de manera más completa. Aparecieron los sistemas integrados de producción, los costos disminuyeron por consecuencia y se redujo la mano de obra en la composición y montaje de las páginas.

Los antecedentes electrónicos de los medios de comunicación en línea se remontan a la década de los setenta con el desarrollo del videotexto y el teletexto; después se presentó el periódico por fax, en CD-Rom, en disquete flexible y la inserción en las primeras redes de información. Estos antecedentes fueron los que construyeron lo que en 1994 se instaló como un medio directamente en la red Internet.

El medio estadounidense San José Mercury News fue el primero que se instaló en ese año. Hoy los buscadores e investigadores no unificamos el criterio de cuántos medios existen, las mismas condiciones y naturaleza de la red nos han dejado desarmados a los investigadores y a las instituciones de regulación para tener una información precisa.

Elementos que caracterizan el ciberperiodismo

El manejo de la información y cómo se presenta es la parte medular del deber que tienen las empresas periodísticas para cumplir con el derecho a la información de los ciudadanos y de los ciberciudadanos. En este aspecto existe un rezago considerable entre quienes presentan contenidos

de acuerdo al paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación, con aquéllos que se concretan a imitar lo que presenta el medio impreso y periodistas que no han entendido que están frente a un espacio distinto.

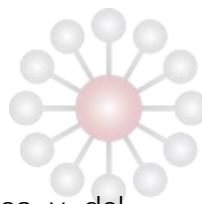
En 1994, los medios de comunicación inician con un esquema de contenidos reducido. Los primeros ejemplos que encontramos eran páginas que contaban con unas cuantas notas publicadas en la red. No había otros servicios que los mismos que el usuario podía localizar en el medio impreso y en otros era una reducida selección de notas. Los recursos que la nueva retórica permitía eran poco explotados. De hecho en aquel año los medios de comunicación en línea eran muy parecidos a las síntesis que se mandan a las embajadas de los países, se escogían las notas más importantes, el resto no se presentaban.

Poco a poco los medios fueron incorporando otros contenidos que les permitían una mayor interacción con el usuario y sobre todo la explotación de los recursos en la red. Para ello también requirieron de más personal, cada contenido que agregaban a sus páginas significaba la necesidad de más apoyo. Los elementos principales que caracterizan la construcción del ciberperiodismo son los siguientes:

LECTURA Y CONSULTA NO SECUENCIAL:

La no secuencialidad de la lectura se da a través del uso del hipertexto, del hipermedia, la lectura por niveles y aún la contabilización de los minutos que al usuario le lleva decodificar cada información. La hipertextualidad y el recurso hipermedia son el enlace del medio con los procesos mentales y el perfil del usuario.

Los niveles de lectura permiten al consumidor de la información la posibilidad de seleccionar en



qué momento y en qué tiempo hacer la consulta a la información periodística. El elemento hipertextual da al contenido una reconfiguración de texto, video y audio. Existen por tanto dos tipos de estructuras (Cuadro 1) en el discurso del ciberperiodismo.

Cuadro 1. Estructuras hipertextuales

ESTRUCTURAS	CARACTERÍSTICAS	RECOMENDACIÓN
AXIALES	Lineales	No se recomiendan
RETICULARES	Red. Número indeterminado de enlaces	Se recomienda su aplicación al medio.

Los enlaces permiten viajar a varios caminos dependiendo del aspecto sociocultural de cada individuo, pero pocos son los medios que explotan esta retórica, la gran mayoría presenta al usuario los contenidos en un solo nivel.

Figura 1. La hipertextualidad del contenido periodístico.

CONVERGENCIA MULTIMEDIA: El recurso multimedia en los primeros años era mínimo. En la actualidad algunos han logrado conformar un nuevo lenguaje en el cual el texto, audio y video convergen. Este año quienes contamos con líneas rápidas de conexión y con un sistema de fibra óptica logramos apreciar este lenguaje. Pero la disparidad tecnológica contribuye a la división entre los habitantes informados y los subinformados por cuestiones tecnológicas, económicas y de conocimiento.

Tecnológicas porque no tienen acceso a la red de fibra óptica, siguen trabajando con cable coaxial y carecen de equipos de cómputo de punta. El aspecto económico limita el acceso al conocimiento y a la información periodística de los ciudadanos que carecen de recursos para conectarse. En el conocimiento interviene lo que

es el dominio de una informática básica y del idioma inglés. Las personas que no dominan esta lengua están muy alejadas de lograr informarse con imparcialidad y encontrarán en su propio idioma una limitación.

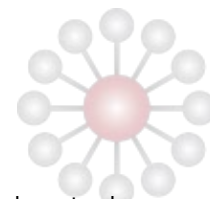
MUNDIALIZACIÓN: Cuando inició Internet se habló mucho de la mundialización como la característica clave y de gran riqueza de este medio. Muy pocos, sólo unos cuantos lo han logrado. Aisladamente los miles de medios que en la red viajan tiene usuarios de diferentes partes del mundo, su bloque significativo se encuentra generalmente en el área geográfica a la que pertenecen.

La mundialización tiene como esencia la organización de las cibercomunidades y la comunicación más estrecha y directa entre los habitantes del mundo. La comunidad mundial se torna local. Medios como el Washingtonpost.com, El Mundo.es, entre otros, han logrado configurar una comunidad de usuarios que se informan periódicamente en línea a través de ellos.

INTERACTIVIDAD: En sus inicios la interactividad se presentó como la máxima potencialidad, de hecho es la gran riqueza de la red Internet con una real comunicación entre el emisor y el receptor. Para lograr la interactividad deseada las empresas deben contratar personal que dé respuesta a las dudas, comentarios e inquietudes de los usuarios.

Al periodista le falta tiempo para completar el ciclo de la comunicación y pocas empresas han invertido en contratar a trabajadores que desempeñen su labor en actividades que surgieron como consecuencias de las Nuevas Tecnologías.

En los primeros medios la interactividad se dio a través de los foros de discusión y de encuestas. Hoy el punto máximo se presenta



cuando el medio de comunicación permite al usuario la reorganización y jerarquización de los mensajes periodísticos.

A través de la investigación realizada se comprobó que efectivamente la interactividad en la mayoría de los medios de comunicación en Internet es nula y tardada. Las respuestas de los correos electrónicos llegaban, si sucedía esto, dos semanas después de su envío. Para conocer esta interactividad se mandó un comentario a través del cual comprobamos que no existe comunicación entre el periodista y el receptor.

Una de las razones de esta carencia es que para tener interactividad en un medio se necesita de varios factores, entre ellos que el mismo periodista lo entienda y lo sea. Esto ha traído como consecuencia la presencia de un círculo vicioso que no se ha transformado en virtuoso.

En la interactividad los medios permiten el comentario del usuario y lo ciertos es que muchos periodistas han escuchado lo que verdaderamente dicen de ellos y no lo que las empresas protectoras quisieran

LA ACTUALIZACIÓN: Hasta el momento la actualización de la información se presenta en tres posibilidades. La primera, que es la más importante y que cumple con el paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información, es la actualización de los contenidos informativos, no como una sección de Últimas Noticias, sino como una reorganización de la portada o home page.

En esta portada los medios de comunicación digitales reorganizan la información según los principios periodísticos de importancia, veracidad, temporalidad y cercanía. Otros medios presentan una columna de Últimas Noticias en un recuadro donde se redactan encabezados de alrededor de 10 informaciones. Estas son páginas menos desarrolladas que no tienen una sala de redacción

tan completa que se encargue de reorganizar toda la portada y los enlaces correspondientes. Para estos medios es más accesible cambiar la portada cada 24 horas y sólo poner un recuadro.

En un tercer nivel tenemos los medios que actualizan su información cada día, son los más en el mundo. Los usuarios que se atreven a consultarlas corresponden a la zona geográfica y lo hacen para ahorrarse el pago del medio impreso. Su audiencia es reducida y la página es sólo una imagen porque hasta el momento no han explotado los recursos de las nuevas tecnologías de la información. Las dos grandes razones de ello es que la sala de redacción del medio en línea está integrada por un mínimo de personas, debido a que los empresarios no han querido invertir en este nuevo medio porque aún no encuentran el negocio.

PERSONALIZACIÓN: La personalización se presenta como el elemento central de las riquezas del mensaje periodístico que se transmite a través de la red. Son pocos los medios que han encontrado las cibercomunidades como clientes para vender un producto especializado. Los softwares para ello no han sido explotados, ni se ha encontrado la mercadotecnia, ni la estructura del negocio necesaria para que se piense en un medio diseñado a la medida del usuario.

Además, la potencialidad de la personalización radica en la posibilidad de ofrecer al usuario el contexto de la información, lo que antes era privilegio del periodista. El usuario elige cómo se informa, de qué se informa; la organización del medio se puede construir y reconstruir de acuerdo a los criterios del lector.

CONFIABILIDAD: En esta década son muy pocas las páginas que han logrado tener un prestigio, desde su nacimiento en la Red. Sólo los



medios de marca cuentan con la imagen para su credibilidad (los que ya existían y eran respetados por el ejercicio del periodismo). Quienes somos amantes de la precisión en la información periodística los weblogs no han sustituido lo que el periodismo serio y experto hace en todo esto y son los nombres de marca quienes obtienen la confianza del usuario

Las etapas de desarrollo de los medios son las siguientes:

Tercera etapa

Los contenidos son preparados por un profesional para tener únicamente existencia en la web



Segunda etapa

Los contenidos y servicios comienzan a ser originales y adaptados para la red



Primera etapa

Webs con características eminentemente textuales

SERVICIOS EXTRAS: Por ejemplo configurar las noticias más importantes en la propia página, las bases de datos, la profundización en la información. El servicio a blogs respaldados por la comunidad periodística, pero más informales. Algunas otras son las correcciones que el usuario puede hacer de algún contenido.

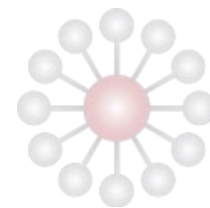
Géneros y prácticas discursivas en el ciberperiodismo

La aparición de Internet y de las Nuevas Tecnologías de la Información se ha presentado como una realidad que ha provocado la reubicación de las teorías periodísticas y de la comunicación. Estos cambios han iniciado en la vida práctica, en la situación real del quehacer periodístico para después construir el propio código de esta teoría, al igual como sucedió con la aparición de la radio y la televisión.

“... los géneros periodísticos son instrumentos lingüísticos para la consecución de dos grandes objetivos sociales de la información de actualidad: el relato –story- de los acontecimientos de interés colectivo, y el juicio valorativo –comment- que tales acontecimientos provocan en el periodista.” (Martínez Albertos, Curso General)

Los géneros periodísticos son el resultado de una lenta elaboración histórica (Cuadro 2) que se encuentra íntimamente ligada a la evolución del mismo concepto de lo que se entiende por periodismo.

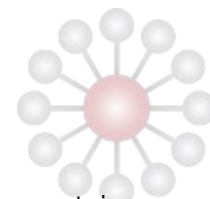
La clasificación básica de los géneros periodísticos tiene un principio deontológico que es **LOS HECHOS SON SAGRADOS Y LOS COMENTARIOS SON LIBRES**. Dichos géneros han tenido una evolución que es paralela a la transformación histórica de la humanidad.



Cuadro 2: Evolución de los géneros periodísticos.

CLASIFICACIÓN	DESIGNACIÓN	PERIODO	CARACTERÍSTICAS
Primera Etapa	Periodismo Ideológico	Hasta el fin de la Primera Guerra Mundial.	<ul style="list-style-type: none"> • Periodismo doctrinal y moralizador. • Ideas políticas y religiosas • Pocas informaciones y muchos comentarios.
Segunda Etapa	Periodismo Informativo	Aparece alrededor de 1870 como fenómeno y coexiste con el periodismo de corte ideológico. A partir de 1920 la prensa de información se impone en todo el mundo occidental.	Se apoya fundamentalmente en la narración o relato de hechos
Tercera Etapa	Periodismo de Explicación	Después del año de 1945.	Utiliza ambos géneros básicos. El lector encuentra los juicios de valor situados de forma inmediata al lado de la narración objetiva de los hechos.
Cuarta Etapa	Periodismo digital	Con la aparición de Internet y de la Convergencia Tecnológica.	<ul style="list-style-type: none"> • Se funden las historias y los comentarios. • Los géneros parecen desaparecer en su clasificación pura.

Podemos hablar entonces también de tres áreas básicas de cambio en la redacción periodística: Los géneros periodísticos, los títulos, la presentación. En el inicio se mantenía la clara división de los géneros periodísticos entre el relato y los comentarios. Una razón lógica para ello es que el medio de



comunicación se presentaba con la misma información que aparecían en el medio tradicional, sea radio, prensa o televisión.

Los medios on line recurren a los conceptos claves de la redacción periodística de selección, valoración, interpretación, opinión y contextualización para comunicarla de manera correcta al lector. A los estilos y a los géneros.

Una de las tareas más importantes para el periodista on line es la jerarquización de la información. Es necesario considerar que si Internet es una red abierta a la que accede todo usuario que así lo desee de cualquier parte del mundo, el orden del contenido y la selección de estos mismos será con una visión global, pero periodística. Además, la difusión de las noticias será determinada por la interactividad que permite el nuevo medio.

NOTICIA

En el caso de la Noticia, el medio de comunicación no sólo se ha limitado a dar y presentar la información en una pirámide invertida, si no que ha tendido a contextualizarla de una manera muy amplia. Los jefes de redacción de los medios de comunicación on line saben que al usuario de la red, una vez que escoge la noticia, necesita saber más de ella. Esto no quiere decir que la noticia se convierta en un reportaje. Es la misma noticia en sus elementos básicos, acompañada de sus circunstancias explicativas.

En un medio de comunicación on line este género periodístico sufre las mismas limitantes de tiempo y análisis que tiene en la radio y en la televisión debido a que en estos medios la presentación de la noticia debe ser de manera simultánea a los

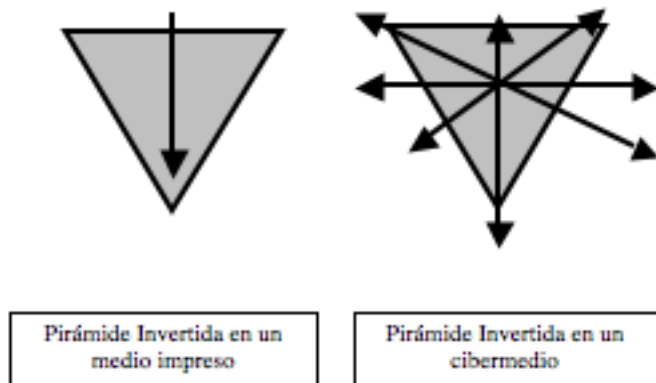
hechos. Pero ésta, que pareciera una desventaja, es al contrario una ventaja para el medio. En los años 20 la radio le ganó la batalla de rapidez a la prensa, en los cincuenta la televisión superó a la prensa y a la radio, en la actualidad Internet tiene todas las ventajas de los medios analógicos.

Aunque durante el día se actualiza la información y se reorganiza en lo que conocemos como home page, es en la tarde-noche cuando los encargados de subir los trabajos actualizan la totalidad de las páginas. Hay quienes “suben” la información y la reorganizan presentando las modificaciones en el diseño y ubicación de los elementos de la pantalla cada 20 minutos, según se desarrollen los acontecimientos en el ámbito económico, político, social, etc. No tenemos una noticia más importante para todo el día, la ubicación y la aparición de ellas cambia según se presenten las informaciones.

Es precisamente aquí (cuadro 3) donde el género en su redacción sufre ciertas variables. Una de las líneas que tradicionalmente se siguen es la ya tan famosa y no querida para los alumnos Pirámide Invertida. En los medios de comunicación on line, sobre todo en las noticias que actualizan la información no se aplica el principio de la pirámide invertida. Es a lo largo de una serie de párrafos, en promedio cuatro y por niveles de profundización, donde se dan a conocer los elementos más importantes y trascendentales de la información. El lead presenta lo más importante, pero no se da respuesta a las cinco preguntas básicas. En cuestión de redacción periodística los párrafos no son equilibrados, es una o dos frases largas las que los integran.



Cuadro 3. Evolución de la pirámite. Evolución de la piramide invertida



Tal vez en la actualidad los medios de comunicación on line estén preparados para soportar la necesidad de información en casos de crisis y caos, ejemplo de esto lo encontramos desde los atentados en Nueva York hasta los sufridos en Inglaterra y el Medio Oriente.

ENTREVISTA: Los usuarios realizan las entrevistas en tiempo real, con ello el ciberciudadano cobra el papel de periodista porque es él quien pregunta. También aparecen las entrevistas tradicionales, sin embargo la diferencia es la construcción hipermedia, hipertextual y la interactividad.

CRÓNICA Y REPORTAJE

En estos géneros podemos hablar de que la estructura y el fondo permanecen. La diferencia radica en el recurso multimedia que tienen en cada una de las secciones. Se convierten en géneros multimedia. Si nos ubicamos en las Escuelas de Ciencias de la Comunicación reconocemos que

enseñamos los géneros periodísticos según los medios de comunicación, eso quiere decir que para cada medio tenemos un lenguaje y una forma de presentar el género. Sin embargo, es aquí donde radica la diferencia, se conceptualiza el género multimedia como una unidad redaccional donde el audio, el video, la infografía, deben integrarse perfectamente en el texto.

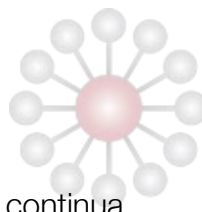
En un medio tradicional cerca del 90% de la información que investigamos no se publica. Con las posibilidades que ofrece Internet en cuanto a la capacidad de transmisión ninguna información, que el periodista desee publicar, se queda sin difundir. Por supuesto que esto irá por niveles de profundización que desee el usuario.

Además, al lograr la personalización de estos nuevos medios, cada usuario seleccionará la información que quiere conocer. La capacidad de transmisión de datos por medio de las redes telemáticas permite que el usuario de este medio pueda profundizar en los temas que a él le interesan.

GÉNEROS DE OPINIÓN

Podemos hablar de que en este nuevo medio y que gracias a la interactividad, el lector se convierte en un articulista o columnista más. Los medios on line demandan determinadas opiniones, por lo que el usuario envía su información al servidor del diario, en donde suele estar instalado un programa para que procese los comentarios.

De hecho se habla precisamente del éxito de la red por las amplias posibilidades que ofrece el medio para comunicarse con él. La retroalimentación es casi inmediata. Todo depende del servidor que se tenga para que la opinión, información o respuesta llegue a quien nosotros deseamos. Se presenta una bidirección donde el emisor y el receptor se encuentran en el mismo plano.



Los canales se multiplican y los emisores y receptores se confunden e intercambian sus papeles. La característica clave de Internet, la comunicación individual y en grupo: de uno individualmente hacia uno, de uno hacia muchos y viceversa. Es posible conocer con bastante exactitud cuáles son los periodistas favoritos del lector. Por ejemplo la única posibilidad que tiene el periódico impreso para conocer la opinión de los lectores son las cartas que se reciben y cuando el medio de comunicación audiovisual necesita conocer la opinión de los receptores se encarga una encuesta.

Con los temas de debate y las discusiones en grupo que se encuentran en la mayoría de los periódicos on line, los lectores y los medios logran una verdadera comunicación, de esta manera se termina esa relación unilateral, unidimensional y unidireccional. Nace el artículo y la columna del público, que no se ubica en la radio, televisión y prensa, tradicionales.

GÉNEROS EMERGENTES:

Tal vez los foros pueden ser considerados como un nuevo género del periodismo on line, ya que a través de una comunicación directa, el usuario de Internet conduce la entrevista a un personaje famoso. En una pantalla el entrevistado lee desde cualquier parte del mundo las preguntas que le plantean y las contesta. Por un lado desaparece la intermediación del periodista y el entrevistado elige a que cuestionamientos dar respuesta.

Al hacerla en vivo, de manera simultánea, el usuario toma el papel de periodista, pregunta lo que necesita, lo que desea. Posteriormente una vez transmitida la entrevista de manera simultánea,

el mismo medio de comunicación continua presentándola diferida.

Los géneros periodísticos se han vuelto géneros multimedia, no es recomendable que en la red los medios de comunicación on line sean una versión electrónica de los tradicionales. Son la integración de los tres medios masivos de comunicación, radio, televisión y prensa escrita, con la ventaja de cada uno. Lo que hoy conocemos como el periódico en línea se está convirtiendo en un medio de comunicación que reúne la profundidad de la prensa escrita, la simultaneidad de la radio y la imagen de la televisión.

Es la convergencia del texto, la voz, la música, la imagen fija, el video, los recursos de la infografía, etc. Su presentación es más moderna y forma parte del paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información. Es importante destacar que muchos medios de comunicación ya han aplicado las riquezas que les ofrecen estos nuevos recursos. La prensa, en comparación a la radio y la televisión, es el medio de comunicación que está en Internet de manera más significativa. Recordemos que para los medios audiovisuales la red ha sido simplemente una herramienta de promoción al servicio de las cadenas. Esta situación se debe a los problemas tecnológicos que ofrecen las conexiones, en la mayoría de los sitios el cable coaxial limita la transmisión rápida del audio y del video.

En los géneros periodísticos, sobre todo en la noticia, crónica y reportaje se empiezan a presentar los géneros hipermedia con imágenes animadas, audio, etc. De hecho la infografía es uno de los elementos de mayor apoyo en la información periodística. La inclusión de mapas, foros,



encuestas, etc. recurre al video, audio, omnimedia, gráfico animado, foto galería y animación. En el audio y video con el streaming, el usuario no descarga el contenido y luego lo visualiza, sino que lo va reproduciendo a medida que lo recibe, con el Real Media, el Real audio, el Windows Media Pleayer, el MP3, MPEG, etc.

Asimismo, el género periodístico será la punta del iceberg soportado por la investigación y análisis del periodista. Se necesita conectar al usuario a las fuentes de información directas a través de enlaces hipermedia, que sea éste el que profundice y el que juzgue la veracidad de la información. Tanto en informaciones ya publicadas por el medio, como a las primeras fuentes.

Los blogs de los medios de comunicación también se han convertido en espacios periodísticos emergentes, repaldados por la marca del medio y sin una rigurosidad periodística. Es decir, cuando se enlaza a un blog uno de los primeros referentes en el usuario es la informalidad y la cercanía a éste.

Ejercicios: 1. Redacta una cibernoticia considerando elementos esenciales como la hipertextualidad, la converencia multimedia, la interactividad, entre otros mencionados.

2. Redacta un cibereportaje incluyendo también elementos como la hipertextualidad, la converencia multimedia, la interactividad, entre otros mencionados.

Prácticas discursivas del ciberperiodismo

El estilo de los medios de comunicación on line es frases cortas y de estructura gramatical sencilla. Son de una única columna, acompañados de

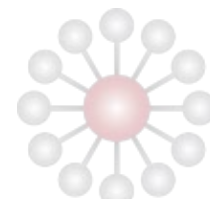
alguna fotografía o infografía que puede ir en arracada. El tamaño de la tipografía suele ser superior a las noticias impresas, entre 10 y 12 puntos. La tipografía va desde la times, la helvética, la verdana o la arial.

Generalmente suelen ir alineados a la izquierda con el objetivo de lograr mayor velocidad en la lectura, no llevan sangría y no están justificados, es conveniente no utilizar en exceso las negritas y las cursivas en el diseño ya que saturan la vista y confunden la valoración de los contenidos.

La redacción debe de ser hipertextual e hipermedia lo cual favorece la interacción amigable con la representación icónica de las estructuras de información y de los comandos. Esto se traduce con la posibilidad del usuario de actualizarse e incrementar la información en cualquier momento.

El principio de multiplicidad y de encaje de escalas está representado en el periodismo digital por la conexión en red de las informaciones, de forma que de cualquier asunto, el usuario sea capaz de alcanzar otro punto. El acceso a los textos, imágenes fijas o en movimiento, y sonidos no es secuencial, como tampoco lo es el pensamiento humano.

Es en su contexto sociocultural donde cada persona, en razón de determinadas cuestiones (gustos, intereses, tiempo, etc.), decide cuál es el camino único. Se pasa de la forma discursiva secuencial a la información numérico-textual, gráfica y sonora, que corresponde más fielmente al sistema de pensamiento humano.



La información en Internet exige que los periodistas ofrezcan al lector un viaje narrativo en tres dimensiones desde el que pueda, en cualquier punto del discurso elegir su nueva ruta.

TITULARES

Son más simples. Aquí se exige una sintaxis adecuada y de su estructura correcta depende una fácil y rápida lectura. Como sabemos, el usuario de Internet, y de hecho el ciberciudadano, tiene la intención de tener una consulta más rápida. Se ve limitado en la mayoría de las ocasiones por la calidad de las pantallas, pero aún así desea un titular concreto de unas cuantas palabras y que lo ubique en la información.

Hace unos años cuando inició la prensa en línea, algunos medios no entendían la característica de la mundialización y por tanto la posibilidad de que no solamente los consultaran quienes viven en su cobertura geográfica, sino usuarios, alejados a veces por cuestiones físicas y culturales.

The Times en sus inicios cometía este error. Por ejemplo, si uno consultaba la sección World, se pasaba directamente a encabezados y de ahí a cada una de las unidades redaccionales. Donde se localizaba los encabezados el usuario no sabía a qué país o región del mundo se refería ese titular, por lo cual en lugar de entrar a la información se pasaba directamente a otra página.

Generalmente el único elemento de la cabecera es un titular que no va acompañada de antetítulos o subtítulos. Esta situación se observa principalmente en la home page, es decir, hay que ahorrar espacio en la primera pantalla. Lo que se hace entonces es poner títulos de otras informaciones o servicios relacionados con el tema.

No existe un tamaño común de los titulares, cada medio ha escogido su propio estilo. Sin embargo, comparando la página de un medio con la de un

portal, generalmente en el medio se le da un poco de mayor altura al titular. En un principio el medio de comunicación manejaba titulares subrayados, pero esto provocó saturación en su diseño y en la actualidad son generalmente negros.

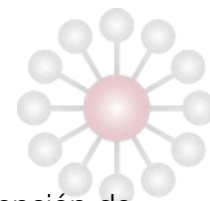
LAS INFOGRAFÍAS

Las infografías, esa reconstrucción virtual de los acontecimientos surge como un género más. No tanto como complemento, sino como un recurso que presenta un acontecimiento. En Internet las posibilidades de desarrollo son muy amplias.

En ocasiones el periodista no tiene la fotografía, la imagen o el audio, ante ello utilizan un recurso virtual fundamentado en las informaciones que ha recogido, hablemos en este caso de las guerras, de situaciones en conflicto, donde en ocasiones es imposible recuperar una imagen. Tal vez algunas de las infografías más famosas que se hicieron fueron del 11 de Septiembre del 2001 en el atentado contra las Torres Gemelas.

RECURSOS ON LINE

Búsqueda de información, chat, foros de debate, entre otros, las posibilidades del medio no se limitan a un contenido tradicional. Las páginas ofrecen servicios de búsqueda de información general o especializada para que el usuario pueda encontrar la palabra, el tema, el artículo, el nombre de una manera rápida y eficiente. La organización de los contenidos se realiza en forma lógica y flexible. Permite la posibilidad de enlazarse a otras páginas en Internet, ya sea a otros medios de comunicación o a empresas comerciales. Ofrece conexiones con revistas, así como a otros servicios de la red.



Los medios brindan charlas o pláticas para los usuarios según los temas de interés del día, entrevistas en vivo con los editores; hay foros de debate donde se coincide con personas cuyos temas de interés son similares; se platica y conoce a otras personas a través del chat. Todas estas posibilidades que los medios tradicionales no tienen, conforman el nuevo medio de comunicación.

El incremento de la demanda no sólo es por la cantidad de noticias, también porque el reporte de ellas sea más rápido. La demanda de noticias en el mundo no es uniforme, depende de la penetración de las Nuevas Tecnologías de la Información en cada país. Este medio presenta los servicios agregados, es decir las informaciones que permiten satisfacer la demanda del lector en un tema determinado, acceso a los suplementos, noticias actuales, al minuto, asesoría laboral, económica, educativa, clima, cotizaciones bolsa de valores, entre otros.

ORGANIZACIÓN DE LAS UNIDADES REDACCIONALES

No existe la clasificación de páginas pares o impares como en el periódico impreso, de páginas malas o buenas. En la página nacional, internacional, etc., las noticias más importantes se colocarán en la primera parte de ésta, seguidas por las de menor relevancia.

No existe la noticia de ocho columnas. La importancia de una noticia con respecto a otra se observa en su colocación, si es en la primera, segunda, tercer pantalla o según las que tenga el medio. Se valorizan más las fotografías respecto al texto, el grafismo frente a las palabras, el color frente al blanco y negro. La lectura hipermedia exige que se destaque aquello que será una enlace.

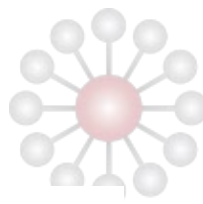
Al abrir un periódico o revista, la atención de un lector se atrae inmediatamente a los elementos gráficos en la página en lugar de los elementos textuales. Una página bien diseñada convence y atrae la atención del usuario. En Internet no sólo engancha al usuario la calidad de información, también su presentación.

La página principal (home page) es la puerta de entrada al servicio. Usualmente a través de ella se puede llegar a todas las otras páginas. Éstas se organizan en una estructura jerárquica muy similar al sistema de directorios y subdirectorios de un disco magnético. Sin embargo, no es necesario pasar por la portada para visitar los otros enlaces.

Los medios on line contienen muchos motivos visuales, utilizan diferentes tipos de letras, de tamaños, de colores, de recuadros, de marcos, de subrayados, etc. A diferencia de los tradicionales se pueden permitir el lujo de utilizar todo el color, audio y video que deseen ya que esto no elevará su precio.

Hay una gran flexibilidad del formato. Los textos, imágenes, sonidos y video se interrelacionan dando al usuario la máxima capacidad de navegación a través de los elementos como teclas, botones, imágenes, íconos, mapas, entre otros. Los hiperenlaces son punteros a otros documentos o recursos en Internet para: a) obtener un nuevo documento, b) activación de un elemento multimedia, c) permitir el acceso a otros servicios de Internet. Los hiperenlaces textuales, hiperenlaces gráficos, hiperenlaces a audio, hiperenlaces a videos, a juegos, en general.

Algunas páginas web están subdivididas en áreas rectangulares o ventanas, cada una de las cuales puede contener un documento de hipertexto distinto e independiente de los demás. Este recurso no es recomendable en la actualidad,



en los primeros años de los medios en la red se dividían por frames, pero en estos momentos se ha superado ese diseño.

REDACCIÓN PARA DISPOSITIVOS COMO LOS MÓVILES: Es aquí donde se recupera el nacimiento de la noticia. El cibermedio sobre todo envía noticias en tan sólo una oración. La pantalla del dispositivo móvil es muy pequeña y quien la construye es precisamente un ciberperiodista.

Innovaciones en el ciberperiodismo

En España El Periódico de Catalunya emprendió en marzo de 1994 un proyecto que consistió en desarrollar un chip, un sistema operativo y un entorno gráfico que permitiera visualizar el periódico en una tableta electrónica informativa llamada NewsPad dentro del programa ESPRIT (SPRINT). La Unión Europea subvencionó parte del proyecto junto con algunas compañías europeas como la británica Acorn Computer, la francesa SA-Carat, una firma de desarrollo de proyectos publicitarios; la griega Archimedes; y el Institut Català de Tecnologia.

NewsPad es un producto informativo multimedia difundido por medios digitales, que el lector recibe en un visor portátil. Utilizando una pantalla de alta definición, este periódico multimedia mostraba una gran calidad de vídeo en color, fotografías, infografía fija y animada y textos. La superficie de la pantalla era sensible al tacto, lo que permitía un manejo práctico.



Hoy el iPad constituye la nueva generación de periodismo digital. Algunos de los elementos relevantes son los siguientes: la portabilidad, el despliegue multimedia y no es gratuito. Todos los modelos de negocio pueden coexistir en el mismo canal de distribución. Posibilidad de controlar más. El inconveniente que todavía existe es que en los móviles y en las nuevas tabletas todavía no se navega tanto como en las computadoras. En la era del acceso no se navega ni se busca tanto. Las plataformas tecnológicas y el flujo social son los dos nuevos modos de acceder a los contenidos. Las plataformas móviles son el verdadero sustituto de la prensa, diarios y revistas. Sin la movilidad, el mercado de la información no es el mismo.

Redes sociales

Las redes sociales y compartir los contenidos periodísticos a través del correo son las innovaciones que los espacios de primer nivel han desarrollado. Una de las principales razones es que los usuarios de Internet pertenecen a la Generación Red, de tal manera que los cibermedios debe de entender las estrategias de impacto en lo que significa la Convergencia digital.

Las herramientas para compartir contenidos son ligadas de sitios que ofrecen a los usuarios de internet un método para almacenar, organizar, buscar, administrar y compartir las páginas favoritas.



Los marcadores sociales son recursos de internet que los usuarios consideran útiles. La mayoría de los marcadores permiten a los usuarios categorizar los contenidos de su predilección mediante palabras clave, todos estos iconos conducen a servicios externos y ajenos. Por ejemplo: El Universal.com.mx facilita la administración personal o comunitaria de las páginas favoritas del usuario. Las principales redes sociales son facebook, Twitter, entre otras. Algunas formas es que el propio medio tenga su red social o que un usuario consulte una noticia en la red social.

Conclusiones generales

Los medios on line se han convertido en un nuevo medio. Es innegable esta verdad, pero tienen que explotar los recursos que ofrece Internet. No es sólo texto e imagen fija, ahora es audio e imagen en movimiento. Es en definitiva un cibermedio

* Este medio es más completo. Ofrece la profundidad de la prensa escrita, la instantaneidad de la radio y la imagen en movimiento de la televisión. No habrá preferencias porque en el mismo sitio podremos encontrar la convergencia digital de los tres medios. También pierde su característica de periodicidad, porque se renueva conforme surgen las informaciones y no por periodos predeterminados desde las salas de redacción.

* Hay quienes piensan que si el periódico se actualiza de manera instantánea o conforme sucedan hechos importantes, se perderá la profundidad que caracteriza a la prensa. Sin embargo, estos son los retos de la prensa on line, la capacidad de ofrecer la instantaneidad, pero sin perder la profundidad.

* El cibermedio ofrece la posibilidad de una mayor interactividad usuario-emisor. Podemos

hablar de una verdadera comunicación en la que existe la retroalimentación y el flujo es en ambos sentidos. El medio debe contar con personal dedicado exclusivamente a esa retroalimentación.

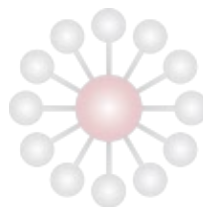
* Hablamos de un nuevo medio, pero algunos han pensado en un medio personalizado: Daily Me. Es seguro que este medio existirá porque una de las ventajas de la red es darle al usuario lo que él quiere. Aún así, es importante no perder de vista una verdad de la sociedad, aunque estemos internetizados, seguiremos viviendo en un grupo, donde no tendremos porque interesarnos de todos los temas de manera profunda, pero sí saber lo más importante que pasa en la comunidad, en el país y en el mundo.

* Parte de la información que viaja por Internet no es periodismo, son simplemente datos. El periodismo continuará conservando fundamentos como informar, orientar y entretener de acuerdo con los criterios de valoración, jerarquización, interpretación y argumentación.

* Internet es información, pero así como en la biblioteca hay mucha no toda esa información es periodismo. La gente tendrá la necesidad de estar orientada y de informarse de aquello que pasa en la sociedad de la cual es parte. Y como viviremos en una Aldea Global debemos estar enterados de todo.

* Internet no puede hacernos olvidar el deber social del periodista, cumplir con el derecho a la información de los ciudadanos y la importancia de garantizar la veracidad de los hechos.

* Las Facultades de Comunicación y Periodismo deben perfilar la preparación de ciberperiodistas y de quien elabora los contenidos en el medio digital.



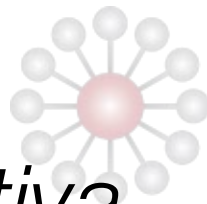
SOBRE LOS AUTORES

Bibliografía

- Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier y Meso, Koldo (1996). El periodismo electrónico. Barcelona: Editorial Ariel, 1996.
- Cebrián, Juan Luis (1998). La red. Madrid: Ed. Taurus, Madrid, 1998.
- Díaz, Javier y Meso Ayerdi, Koldo: Medios de comunicación en Internet. Madrid: Ed. Anaya, 1997.
- Esebbag, Benchimol (1998). Internet. España: Ed. Anaya Multimedia, 1998.
- Islas, Octavi (2002). Explorando el ciberespacio iberoamericano. México: Ed. CECOSA.
- Martínez Albertos, José Luis, Curso General de Redacción Periodística. España: Ed. Paraninfo, 1993.
- Muñoz, Pedro (1997). Un futuro interconectado y digital. Madrid: Ed. Ericsson S. A.
- Navarro Zamora, Lizy (2002). Los periódicos on line. México: Ed. U.A.S.L.P.
- Navarro, L. (2005). Comunicación mexicana en internet. México: Fundación Manuel Buendía.
- Rojo, P. (2006): La empresa periodística multimedia: creación y difusión digital de contenidos interactivos. Madrid: Visión Net.
- Sahagún Felipe: De Gutenberg a Internet. España: Ed. Estudios Internacionales de la Complutense, 1998.

* Este es el resultado de las investigaciones realizadas en torno al periodismo digital y financiado por El Fondo de Apoyo a la Investigación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.

Dra. Lizy Navarro Zamora. Escuela de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Miembro del SNI de Conacyt. Perfil Promep. Publicación de dos libros: Los periódicos on line y Comunicación Mexicana en Internet



Economía alternativa y redes sociales en línea. El caso TRUEQMX

Dra. Cecilia Sabido
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Resumen:

Los sistemas de economía alternativa surgen por todo el mundo a partir de las crisis de los años ochenta. LETSystem de Michael Linton, los dólares-hora de Ithaca y los bancos del tiempo en España, son ejemplos de redes locales de ayuda y medios de economía humanista. Las propuestas, que en sí mismas son ya innovadoras, necesitan adaptarse a los recursos tecnológicos y sociales disponibles. Por ello tienen un campo abierto y un área de oportunidad de crecimiento en las redes sociales online. Los esquemas de servicio y la revaloración de los talentos, del tiempo y los recursos reciclables adquieren mayor versatilidad cuando se integran a la llamada web 2.0: salvan los límites espacio-temporales y multiplican sus posibilidades. Ese es el caso de TrueQmx (www.trueqmx.com), una red social de economía alternativa en línea que funciona en México desde enero de 2010.

Palabras clave:

Economía alternativa, redes sociales, trueque, moneda virtual, interacción social

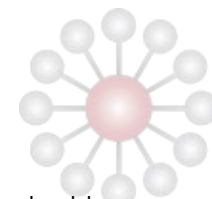
1. Introducción

TrueQmx (Truequemex) es una red social en línea de intercambio de servicios y bienes reciclables. Funciona como un sistema de economía alternativa inspirado en la Doctrina Social y en el proyecto de Michael Linton llamado LetSystem. En lugar de utilizar dinero real para el intercambio, se crea una unidad específica dentro del sistema, en este caso llamados “puntos eco” o “ecos”. Los participantes dentro del sistema integran una comunidad que intercambia sus servicios, bienes y habilidades.

Los puntos eco sirven como una moneda, ayudan a formalizar el valor de los servicios con una expresión abstracta y facilitan el concepto

mismo del intercambio. Entre muchas otras ventajas frente al sistema monetario real, los ecos no generan intereses y devuelven valor a ciertas realidades del mundo social que quedan fuera del sistema de comercio estándar. Desempleados, discapacitados, jubilados, amas de casa, jóvenes estudiantes que aún no cuentan con experiencia laboral, tienen cabida en este espacio.

La plataforma de TrueQmx se encuentra en la red de habilidades y servicios que los miembros están dispuestos a ofrecer y las necesidades emergentes que expresan e intercambian. Por esta razón, su fortaleza reside en las redes sociales y se transforma en una comunidad que comparte valores como reciprocidad, confianza, espíritu de servicio y justicia.



Consideramos que TrueQmx es una red social en dos sentidos: uno humanitario y el otro tecnológico. Es una red humanitaria por la interrelación de individuos que integran una comunidad a través de nodos de interacción social solidaria. Y es una red tecnológica porque sus principales medios de acción son los servicios de red social online. TrueQmx se presenta al público como una red social online que integra diversas herramientas de la web 2.0, como un portal de internet y tiene presencia en medios como facebook, twitter, blogger, y otras redes como Mujeres Construyendo.

2. El trueque, la moneda y los tiempos críticos: un poco de historia

Aristóteles explicó en la *Política* (I-9, 1257a–1257b 10) cómo surgen entre los hombres los primeros intercambios de bienes y servicios, y el modo en que la complejidad social fue transformando las transacciones hasta dar lugar al surgimiento de la moneda. En el fondo de su reflexión, el filósofo griego destacaba que era necesario considerar en todos los bienes dos valores, el de uso y el de cambio. (I-9, 1257a-2) Cada cosa tiene un valor real que consiste en el uso específico que puede hacerse de él: los zapatos para caminar, los lápices para escribir, etcétera. Sin embargo, absolutamente todas las cosas adquieren un valor añadido, el valor de cambio. Para agilizar los intercambios, al tiempo que las sociedades crecen y sus necesidades aumentan, se crea un objeto especial que represente el valor de cambio de todas las cosas: la moneda (I-9, 1257a-7).

Aristóteles recuerda en su texto que la riqueza, en sentido estricto, no consiste en la acumulación de dinero, que sólo representa el valor de cambio, sino

en los bienes y servicios que pueden adquirirse con él. La moneda simplemente es el principio y fin del intercambio y es una realidad no natural, su valor se determina por una convención (Moreno, 1988).

La moneda, a lo largo de los años, se ha convertido en la expresión metálica (o material, al menos) de cada civilización. En la civilización romana, por ejemplo, la moneda se utilizó con frecuencia como una vía de propaganda, de modo que además del valor relativo al peso del metal, se empleaba como un medio de difusión de los ideales que el emperador quería que compartieran todos los romanos. Ideales como la paz, la concordia, la prosperidad, se transmitían de mano en mano durante las épocas más felices del imperio. (Rodà de Llançà, I. 2007).

El comportamiento social del comercio y la moneda en el transcurso de la historia arroja datos interesantes, por ejemplo, los romanos jugaron mucho con el dinero: generaron inflaciones y devaluaciones que derivaron, finalmente, durante la crisis política del siglo III en la paralización del comercio: las cecas (casas de moneda) se detuvieron –o peor aún, se multiplicaron– y el comercio terminó por volver al sistema básico: al comercio local, y al trueque. (Rostovtzeff, 1926).

En tiempo de Carlomagno se procuró controlar el valor de cambio del imperio entre los feudos: intentó poner una moneda única y fijar precios. Llama la atención en esta época que utilizara valores nominales, como el “sous” o sueldo, independiente del valor de las monedas circulantes. (Nadie tenía sueldos, pero se sabía que un caballo equivalía en sueldos a dos yeguas). Este sistema



facilitó dar valores equivalentes, a pesar de la falta de metálico, de modo que aún en los trueques internos quedaba establecido el valor de un objeto. Además, las pocas monedas circulantes se relacionaron con el sueldo por su material y su peso. Esto derivó en la creación, a la larga, de las letras de cambio y el papel moneda. (Duby, G., 1976).

En un resumen sumamente lato podemos ver cómo la historia del dinero es la historia de la abstracción de los valores de cambio. El dinero existe para agilizar las transacciones. Las crisis suelen coincidir con los vicios que estas abstracciones conllevan: cuando escaseó el metal o se devaluó, cuando se emitió más papel moneda que su respaldo metálico, cuando se especuló con la posibilidad de generar riqueza, independientemente de que esta efectivamente se produjera (Weatherford, J. 1998). En momentos como estos, es necesario revisar prioridades y procedimientos y buscar la salud del sistema.

Son numerosos los ejemplos que muestran la necesidad de repensar la economía y buscar alternativas. Entre ellas, con frecuencia aparece el trueque, no sólo por la falta de dinero circulante, sino por el innegable valor social que desde siempre ha conllevado. Diversos autores coinciden en que, si el trueque no se ha extinguido, es porque “sirve para establecer lazos de amistad y alianzas con otros grupos o bien para afianzar las relaciones sociales existentes en el interior del propio grupo”. (Grau y Chalaux, 1984)

3. Antecedentes concretos, ficticios y reales

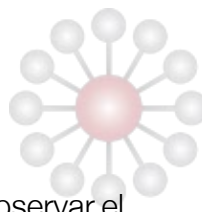
TrueQmx surgió a partir de una reflexión acerca de la presente crisis económica. Nos dábamos cuenta de que la riqueza existe y que algo ajeno a ella la paralizaba. Muchos recursos y habilidades simplemente no son “comerciales” de modo oficial pero no por ello carecen de valor real. Por ejemplo, quien tiene habilidad para conversar con ancianos, tiempo libre para ayudar con trámites, explicar materias, dar consejos, realizar labores manuales, etcétera. La intención que tuvimos fue “revalorar” los bienes y las habilidades y crear un espacio donde se pudieran intercambiar de modo eficiente, versátil y dinámico.

Cuando pretendíamos explicar nuestra iniciativa, las referencias que mayor eco hicieron en nuestros interlocutores fueron ficticias, más que reales: la cinta de Mimi Leder, “Pay it Forward” (2000)¹ y la serie “Los Simuladores” (2008). En ambas producciones visuales se presenta la idea de crear redes de ayuda o cadenas de favores donde la “deuda” es un compromiso personal de servicio y no de dinero.

Otro ejemplo que daba resultado fue el de los puntos que se acumulan por jugar juegos de video: alcanzar objetivos, generar sistemas de recompensa a partir de actividades que, en esencia, no te cuestan nada inicialmente, pero te permiten crecer en oportunidades, experiencia y elementos de interacción.

Estos ejemplos son relevantes porque nos muestran dos elementos indispensables para

¹ También conocida en español como “Cadena de favores”.



comprometerse con un proyecto como éste: en primer lugar, el hecho de que la práctica del trueque no es ajena a la sociedad actual: se considera creativa y pertinente. En segundo lugar, se trata de actividades y procesos que realizamos cotidianamente en sistemas cerrados, como el familiar o el amical, y en ejercicios lúdicos. (Reintjes, C., 2010).

El aspecto lúdico tiene una contribución significativa en el ámbito de la web 2.0. Desde su creación, internet no duró mucho tiempo como una herramienta exclusivamente de trabajo: el ocio tomó forma y contribuyó en gran medida a la integración de las redes sociales. Modifica y compromete la participación del usuario, porque el ambiente lúdico genera pertenencia, competencia y compromiso personal.

Haciendo a un lado las evidentes críticas al ámbito lúdico en los servicios de red social, se debe considerar que la psicología del usuario genera dinámicas de aprendizaje y socialización a través del juego. Además, el tiempo adquiere otro valor cuando se invierte en estas actividades: deja de vivirse de modo lineal –una mera secuencia de acontecimientos- para expandirse psicológicamente hacia varios puntos de conciencia. Es decir, en lugar de dejar un simple pasar el tiempo, la inversión lúdica transforma el tiempo en “vivencia”.

Esa vivencia acumula experiencia y genera el deseo de repetirla. Instauro un punto de referencia en la experiencia vital, que, además, se enriquece por empatía con las vivencias de otros individuos que sienten lo mismo que uno, o han participado de la misma actividad. Este fenómeno ocurre en

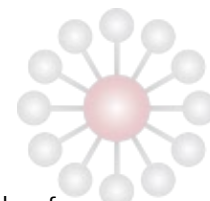
todos los ámbitos ficticios y es digno de observar el hecho de que en las redes sociales y la interacción virtual se generen procesos semejantes.

Aun cuando lo que se experimente se ocurra en un ámbito no lúdico, como una colaboración o una junta a distancia, una discusión en un foro, la confirmación de un gusto en facebook o el seguimiento de un acontecimiento en twitter, la actividad virtual comunitaria tiene herramientas para fortalecer lazos sociales llenos de significado. (Alonso-Fernández, F., 2003)

Por estas razones, al planear TrueQmx como una red social online de ayuda mutua tenemos la aspiración de convocar la conducta comprometida, vivencial y comunitaria de las asociaciones virtuales. Contamos con la inevitable correspondencia nodal de crecimiento que da la participación, cuando la red es la oportunidad de ampliar vínculos de amistad, solidaridad y confianza. Así como TrueQmx valora las habilidades y recursos de sus miembros, también considera parte de su riqueza toda la red propia de relaciones de cada participante, porque la vincula con el sistema y enriquece sus opciones.

4. TRUEQMX como economía alternativa

Iniciamos una investigación para saber si existían proyectos similares y encontramos diversos sistemas de economía alternativa por todo el mundo. Con frecuencia pensamos que el trueque es cosa del pasado. Sin embargo, descubrimos sistemas actuales que aplican trueque directo e indirecto en economías locales, sobre todo rurales, principalmente en países que llamaríamos “de primer mundo”.



El primero que llamó nuestra atención fue el sistema llamado “LETSsystem”, creado en Canadá por Michael Linton durante los años 80. A partir de sus reflexiones, se han desarrollado comunidades por todo el mundo que contribuyen a un proyecto hoy más amplio llamado “Open Money”. En la página web de ambos proyectos hay herramientas para aplicar LETSsystem en comunidades concretas, jugar con las posibilidades de la economía alternativa e intercambiar experiencias que mejoren los proyectos mismos. (<http://www.openmoney.org>)

LETSsystem o “Local Exchange Trading System” es una propuesta alternativa de organización económica aplicable en cualquier comunidad. Consiste en una red económica autorregulada, que permite a sus miembros generar y administrar una moneda virtual completamente legal e independiente del sistema federal monetario. Las herramientas de LETS permiten a las comunidades el intercambio de bienes y servicios en tiempo de crisis.

LETS funciona como una cuenta bancaria: un miembro de la comunidad ofrece algún producto o servicio y gana, quien recibe el servicio queda en deuda y deberá compensarla con sus propias ofertas. El sistema mantiene el balance porque algunos miembros tienen crédito a favor, que corresponde a la deuda de otros.

Hay casos de comunidades que llegan a un acuerdo con el ayuntamiento local. Tal es el caso de “La Troca”, comunidad LETS pionera en España, fundada por Pere Subirana en Vilafranca del Penedés, Cataluña. Partiendo del principio de que LETS fortalece el desarrollo de la economía

local, los miembros de la comunidad ofrecen servicios que el ayuntamiento no está en posición de resolver y mejoran la vida de la sociedad entera. En última instancia, un sistema como éste agiliza la participación que es indispensable en el mejoramiento de la calidad de vida de cualquier sociedad. (Subirana, P., 1998)

En el mejor de los casos, la economía alternativa podría sustituir el dinero formal, pero en el sentido más práctico, convive con él adecuadamente. Los puntos, las horas, la moneda virtual no sustituyen el dinero: lo reubican. Se solucionan muchas necesidades con recursos alternativos y se deja el dinero para lo urgente o importante. Señala Pere Subirana que el dinero oficial es necesario cuando más nos alejamos del ámbito familiar o local. Sistemas como LETS complementan el sistema monetario oficial, no lo sustituyen. Más aún, la existencia de sistemas alternativos de intercambio invita a una reflexión más comprometida sobre los vicios de la economía contemporánea que Subirana esboza adecuadamente en su ensayo sobre Redes de Ayuda Mutua (1998):

- El dinero oficial se crea en grupos de poder, controlado por agentes externos, mientras el dinero virtual se crea a medida que el usuario lo necesita.
- El dinero oficial se diluye (o se distribuye) en instrumentos como los impuestos y el consumo, mientras el dinero virtual se queda como riqueza de la comunidad y se reinvierte en el grupo.
- El dinero oficial se concentra en pocas manos, provoca escasez de dinero a disposición de las personas y genera una brecha entre ricos y pobres, mientras



el dinero virtual es solo una medida de intercambio, de modo que es inagotable y además genera igualdad en todos los usuarios sin importar su estrato económico típico.

- El dinero oficial se acumula, se compra, se vende y es “caro”. La moneda virtual no tiene caso acumularla, es en realidad una medida de la riqueza que ha sido creada y está al alcance de todo el mundo.
- El dinero oficial está sujeto a los mecanismos de interés que en los sistemas de moneda virtual no pueden (o al menos no deben) generarse, ni para quien presta el servicio ni para quien contrae la deuda de reciprocidad.
- El dinero oficial, en suma, no representa la riqueza real. Se ha convertido en una abstracción especulativa que no tiene respaldo, ni en oro ni en bienes y genera crisis (como la originada por los fraudes de las compañías aseguradoras en 2009), mientras la moneda virtual es el reflejo de la riqueza concreta: bienes que se han intercambiado y servicios que se realizado efectivamente.

Otro sistema de economía alternativa es la comunidad creada en Ithaca, Nueva York. Fue creada en 1991 por Paul Glover. Durante un periodo de crisis económica, este hombre impulsó el intercambio de horas de servicio entre los miembros de la comunidad. En el caso de Ithaca, se imprimen billetes que avalan las transacciones de “Horas”.

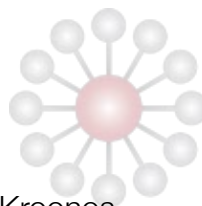
Modelos semejantes han dado lugar a los llamados “bancos del tiempo”. En estas comunidades, los créditos de tiempo se depositan en un banco,

pueden ser “retirados” para gastarse en cualquier momento en cualquiera de los servicios que ofrezcan los demás usuarios. Normalmente, se utiliza la hora como criterio unitario. A diferencia de LETS, los bancos del tiempo se dedican específicamente al intercambio de servicios. Su versatilidad consiste en que en ocasiones no es el dinero lo que falta, sino el tiempo para cumplir con objetivos específicos. En España, los Bancos del Tiempo están en auge debido a la crisis mundial. La bibliografía al respecto es abundante y constante: tan sólo en este año se han publicado con gran éxito: “Vivir sin Empleo”, de Julio Gisbert y “Vivir sin Dinero” de la alemana Heidemarie Schwermer.

La propuesta de TrueQmx en este caso resultaba innovadora por al menos dos razones, la primera: no hay comunidades mexicanas vinculadas aún a los sistemas de economía alternativa. La segunda, que la propuesta de TrueQmx desde el principio surgió como una comunidad virtual abierta y con presencia online, no meramente local como ocurría en la mayoría de los proyectos originales de economía alternativa.

5. TRUEQMX como red social en línea

Indudablemente, los proyectos que iniciaron entre los años 80 y el 2000 se han visto enormemente beneficiados por el surgimiento de Internet y el desarrollo de las tecnologías de comunicación: la creación de blogs, portales, la posibilidad de compartir información gratuita, de colaboración en línea, aplicaciones móviles, etcétera, han facilitado la administración de los bancos del tiempo y las monedas virtuales.



Además, se han creado círculos asociados de comunidades semejantes por todo el mundo. Crecen y se complementan de modo exponencial. En un solo año de trabajo, hemos visto crecer la lista de posibilidades y el modo de proceder de cada una. Las redes sociales no se forman únicamente por la concurrencia con el medio: ante todo se implica la coincidencia de valores e ideologías que se descubren y se comparten. Las comunidades de economía alternativa se han encontrado de este modo y es cosa de tiempo saber si se ha de crear un medio tan potente como twitter, facebook o google para hacer coincidir estos esfuerzos o si, como ha venido sucediendo, todas las iniciativas van migrando e interactuando en los medios de la web.

Existen herramientas definidas como Cyclos, (<http://project.cyclos.org/>) un programa de e-banking especialmente dedicado a economía alternativa, desarrollado en común por programadores brasileños y uruguayos en 2003. Hoy día, Cyclos presta servicios a muchas comunidades de microfinanzas, bancos del tiempo, LETS y proyectos semejantes por todo el mundo. Los países registrados que más participan con esta herramienta son Alemania, Australia, España, Holanda, entre otros. Su aplicación requiere recursos informáticos poderosos y una programación dedicada, pero está en constante evolución y ya integra SMS y herramientas móviles para realizar anuncios y formalizar intercambios. Es ideal para comunidades grandes y bien establecidas. Desde luego, es una paquetería que opera bajo un sistema de Open Source o código abierto.

Como proyecto en fase beta se encuentra Kroonos, (<http://www.kroonos.com>) que se anuncia como el “primer banco del tiempo global en Internet”. Es una red social que integra todos los beneficios de la Web 2.0. Para poder entrar a este sistema es necesaria una invitación, que se puede conseguir en el foro o en el grupo de Facebook, pero ha tenido problemas en últimas fechas.

Hay páginas que proponen intercambios específicos: conocimientos (<http://prestaquenedatecuesta.org/>), de libros (<http://www.bookcrossing-spain.com/>), objetos reciclados (<http://www.nolotires.com/>), aprendizaje de idiomas, (<http://www.loquo.com/>), el famoso “couchsurfing” -una especie de alojamiento, donde ofreces el sofá de tu casa por una hora o para pasar la noche- (<http://www.couchsurfing.org/>), incluso re-tejido de prendas: (<http://www.rekn.it/>), por mencionar algunos de un larguísimo etcétera. En torno a las experiencias vividas en cada intercambio, las páginas de estos sitios van abriendo herramientas de interacción que van desde testimoniales hasta foros. Crean, como cualquier otra persona o empresa un perfil en facebook o twitter y fortalecen sus vínculos de pertenencia en los ámbitos más representativos de la web 2.0. El intercambio se convierte, en la mayor parte de los casos, en el primer paso de la creación de una comunidad sólida.

6. Los retos de TRUEQMX

Lograr el lanzamiento de la fase beta de TrueQmx ha supuesto diversos retos. Como concepto, establecer una red social en el sentido humanitario de la palabra radica, sobre todo, en la falta de claridad en el concepto de economía alternativa. Una vez salvado el escollo, la idea tiene muy



elevada aceptación. En un contexto como México, que es el nodo inicial de la red (opera también en Miami y Los Ángeles), destaca la preocupación por la seguridad de los usuarios. Hasta el momento, la única solución viable ha sido el monitoreo constante del procedimiento en las transacciones.

Como empresa, ha sido difícil encontrar un estatuto legal apropiado, definir los límites y la responsabilidad de TrueQmx en los intercambios. Ha sido necesario replantear la estructura operativa conforme se multiplican las posibilidades y el interés de los miembros en participar directamente, como ayuda base. Como negocio, TrueQmx ha resuelto su sustentabilidad con espacios comerciales y patrocinadores: al usuario se le ofrece como incentivo algún descuento o trato preferencial en las empresas patrocinadoras. (Durante la negociación de un patrocinio, surgió también la posibilidad de iniciar un programa piloto dentro de una gran empresa, para estimular el trueque y los intercambios entre sus trabajadores. Buscaban una manera de mejorar su calidad de vida de modos más eficaces y duraderos que el solo aumento de sueldo).

La dificultad de establecer una red social en el sentido tecnológico requiere la programación de un portal dinámico, la incorporación de espacios de interrelación entre usuarios interesados en conocer el proyecto tanto como en los usuarios ya activos. Hace falta que los usuarios se integren a la dinámica virtual y que participen con cierta regularidad.

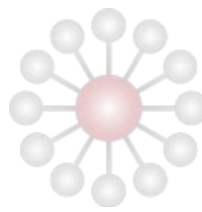
Intentamos integrar Cyclos, pero es una herramienta muy poderosa para involucrarla en la fase beta del proyecto y consume recursos que no se pueden

financiar en una etapa inicial. Durante la fase beta, hemos tenido la oportunidad de poner a prueba el proyecto en carne propia, y hemos contado con proveedores que han estado dispuestos a colaborar en la creación y el mantenimiento del servicio. No obstante, por momento hemos migrado a un ambiente más sencillo, con la intención de facilitar el acceso y la interacción de los usuarios.

Durante los primeros seis meses de funcionamiento, TrueQmx ha vinculado a más de 500 usuarios, tiene una centena de miembros activos, ha realizado más de 30 tipos de intercambio efectivos, además de servicios publicitarios y comunitarios. La página tiene un promedio de 2,500 visitas mensuales y cuenta con 16 empresas patrocinadoras. En general, ha movido un valor monetario virtual aproximado de 7,500 ecos y ha generado un aproximado de 11,500 ecos en total.

TrueQmx necesita mantenerse a la vanguardia en la tecnología y una infraestructura sólida. Para ello es indispensable tener servicios informáticos de primer nivel y la atención constante del sistema y los usuarios. También requiere medios para atender las necesidades de los miembros de la comunidad, garantizar la seguridad de la información y de los usuarios durante los procesos de intercambio. Para poder dar un servicio competitivo es necesario integrar un equipo profesional de trabajo de tiempo completo que responda oportunamente a todas las instancias de actividad social y económica que vincula.

Como conclusión: la misión de TrueQmx es crear cadenas de valor integrales, que ofrezcan la posibilidad de solucionar un problema a cambio de ofrecer un servicio proporcional. Su

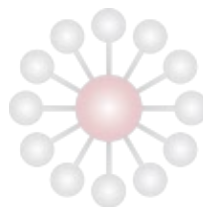


visión es generar una forma real de economía alternativa, crear el funcionamiento de redes solidarias integrando una perspectiva humanística con la versatilidad de los servicios y sistemas tecnológicos de punta. TrueQmx promueve la reciprocidad, la confianza y la responsabilidad y el aprovechamiento de recursos, en un ámbito social de economía creativa.

TrueQmx es un proyecto que involucra al hombre en un sentido integral, nos da la oportunidad de operar de un modo distinto y así poder tener una mejor calidad de vida, menos estrés, mejor administración de nuestros recursos y talentos. Busca llegar a lo más profundo del hombre, su esencia, el darle sentido a su vida, recreando su universo, compartiendo y reutilizado los recursos que están a su alcance. Pone al hombre por encima de los bienes materiales. El ser por encima del tener.

Bibliografía

- Alonso Montes, A., (24 de marzo de 2002) Pobre por vocación. Heidemarie Schwermer, Crónica, el Mundo, España. Recuperado el 13 de septiembre de 2010 en <http://www.elmundo.es/cronica/2002/336/1017050504.html>
- Alonso-Fernández, F., (2003) Las nuevas adicciones, Madrid, España, TEA Ediciones.
- Aristóteles, (1988), Política, Madrid, España, Gredos.
- Duby, G., (1976), Guerreros y campesinos. Desarrollo inicial de la economía europea. 500-1200. Madrid, España, Siglo XXI
- Estallo, J. A., (2001) Usos y abusos de Internet, Anuario de Psicología, Barcelona, España, Facultad de Psicología, (n. 32-2, 2001) pp. 95-108
- Glover, P., (2000) A History of Ithaca HOURS, recuperado el 13 de septiembre de 2010 en <http://www.lightlink.com/hours/ithacahours/archive/0001.html>
- Grau Figueras, M., y Chalaux de Subirà, Agustí., (1984) Moneda telemática y estrategia de mercado, Barcelona, España, Centro de Estudios Joan Bardina
- Lang, P., (1994). LETS Work: Rebuilding the Local Economy. Oxford, Inglaterra, Grover Books.
- Linton, M., y Yacub, E., (s.f) Open Money, recuperado el 13 de septiembre de 2010 en http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors0/lintontext.html
- Moreno, A., (1988) La otra política de Aristóteles: cultura de masas y divulgación del arquetipo viril, Barcelona, España, Icaria
- Reintjes, C., (s.f) Economía Solidaria, recuperado el 13 de septiembre de 2010 en http://www.economiasolidaria.org/carta_solidaria.
- Rodà de Llançà, I. (2007), Mensaje y propaganda en el mundo romano, Cursos Monográficos sobre el Patrimonio Histórico, Reinosa, España, Universidad de Cantabria, pp. 17-35
- Rostovtzeff, M., (1973) Historia Social y Económica



del Imperio Romano, Madrid, España, Espasa Calpe.


Subirana, P., (1998) Redes de ayuda mutua y apoyo local, Conferencia, Barcelona, España.

Subirana P., (1999), Ecología para vivir mejor. Respuestas sostenibles a los retos personales y sociales. Barcelona, España, Icaria.

Weatherford, J., (1998) La historia del dinero, Santiago, Chile, Andrés Bello.

SOBRE EL AUTOR

Cecilia Sabido. Doctora en Filosofía por la Universidad de Navarra. Se ha especializado en Estética, Filosofía Antigua y Ética Social. Actualmente imparte materias de humanidades en el Instituto Tecnológico Autónomo de México y la Universidad Panamericana. Pertenece a GIRO, Grupo de Investigación de Redes Sociales Online, donde investiga sobre la relación de las redes sociales con la antropología y la literatura. Es socia fundadora del proyecto TrueQmx, red social de economía alternativa. correo electrónico: csabido@up.edu.mx



El papel del sonido en el diseño de los medios interactivos audiovisuales. Aspectos retóricos en la construcción del diseño auditivo.

Miguel Rafael Amador León
UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA
DEL ESTADO DE PUEBLA (UPAEP)

Resumen

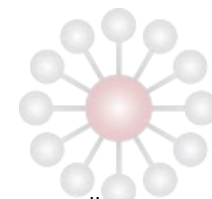
Este trabajo propone la revisión del papel del sonido en el diseño de medios educativos, audiovisuales interactivos, puesto que, con una amplia revisión teórica, se encontró que no se le ha dado mayor importancia. El estudio inicia con un análisis de lo que es el sonido, para entender sus características básicas; como también conocer, cuál es su participación en las “nuevas” tecnologías educativas.

La meta es la construcción de una “imagen sonora”, con estímulos adecuados: voz, música, efecto de sonido y silencio. Entender los procesos cognitivos en la escucha humana ayudará a la utilización correcta del sonido. En ese sentido, el presente trabajo incluye recomendaciones para un diseño sonoro efectivo, incluyendo especificaciones para incluir audio en medios interactivos además de un acercamiento a la propuesta de utilizar la retórica de Aristóteles en este campo del diseño de medios interactivos audiovisuales con fines educativos.

Actualmente en nuestra sociedad de información se deben concebir interactivos audiovisuales educativos con un diseño sonoro bien planeado, con elementos de un lenguaje de la “audiovisión”, en donde el sonido y la imagen convivan, creando un lenguaje de síntesis, en donde los significados son producto de una adecuada interacción, de los elementos expresivos, que se manifiestan en el hecho que se produce en el receptor, una experiencia unificada.

Palabras clave

Diseño, Sonido, Audiovisuales, Retórica, Audio



1. Introducción

TrueQmx (Truequemex) es una red social en línea de intercambio de servicios y bienes reciclables. Funciona como un sistema de economía alternativa inspirado en la Doctrina Social y en el proyecto de Michael Linton llamado LetSystem. En lugar de utilizar dinero real para el intercambio, se crea una unidad específica dentro del sistema, en este caso llamados “puntos eco” o “ecos”. Los participantes dentro del sistema integran una comunidad que intercambia sus servicios, bienes y habilidades.

Los puntos eco sirven como una moneda, ayudan a formalizar el valor de los servicios con una expresión abstracta y facilitan el concepto mismo del intercambio. Entre muchas otras ventajas frente al sistema monetario real, los ecos no generan intereses y devuelven valor a ciertas realidades del mundo social que quedan fuera del sistema de comercio estándar. Desempleados, discapacitados, jubilados, amas de casa, jóvenes estudiantes que aún no cuentan con experiencia laboral, tienen cabida en este espacio.

La plataforma de TrueQmx se encuentra en la red de habilidades y servicios que los miembros están dispuestos a ofrecer y las necesidades emergentes que expresan e intercambian. Por esta razón, su fortaleza reside en las redes sociales y se transforma en una comunidad que comparte valores como reciprocidad, confianza, espíritu de servicio y justicia.

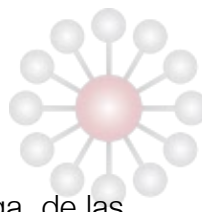
Consideramos que TrueQmx es una red social en dos sentidos: uno humanitario y el otro tecnológico. Es una red humanitaria por la interrelación de individuos que integran una comunidad a través de nodos de interacción social solidaria. Y es una

red tecnológica porque sus principales medios de acción son los servicios de red social online. TrueQmx se presenta al público como una red social online que integra diversas herramientas de la web 2.0, como un portal de internet y tiene presencia en medios como facebook, twitter, blogger, y otras redes como Mujeres Construyendo.

2. El trueque, la moneda y los tiempos críticos: un poco de historia

Aristóteles explicó en la Política (I-9, 1257a – 1257b 10) cómo surgen entre los hombres los primeros intercambios de bienes y servicios, y el modo en que la complejidad social fue transformando las transacciones hasta dar lugar al surgimiento de la moneda. En el fondo de su reflexión, el filósofo griego destacaba que era necesario considerar en todos los bienes dos valores, el de uso y el de cambio. (I-9, 1257a-2) Cada cosa tiene un valor real que consiste en el uso específico que puede hacerse de él: los zapatos para caminar, los lápices para escribir, etcétera. Sin embargo, absolutamente todas las cosas adquieren un valor añadido, el valor de cambio. Para agilizar los intercambios, al tiempo que las sociedades crecen y sus necesidades aumentan, se crea un objeto especial que represente el valor de cambio de todas las cosas: la moneda (I-9, 1257a-7).

Aristóteles recuerda en su texto que la riqueza, en sentido estricto, no consiste en la acumulación de dinero, que sólo representa el valor de cambio, sino en los bienes y servicios que pueden adquirirse con él. La moneda simplemente es el principio y fin del intercambio y es una realidad no natural, su valor se determina por una convención (Moreno, 1988).



La moneda, a lo largo de los años, se ha convertido en la expresión metálica (o material, al menos) de cada civilización. En la civilización romana, por ejemplo, la moneda se utilizó con frecuencia como una vía de propaganda, de modo que además del valor relativo al peso del metal, se empleaba como un medio de difusión de los ideales que el emperador quería que compartieran todos los romanos. Ideales como la paz, la concordia, la prosperidad, se transmitían de mano en mano durante las épocas más felices del imperio. (Rodà de Llanzà, I. 2007).

El comportamiento social del comercio y la moneda en el transcurso de la historia arroja datos interesantes, por ejemplo, los romanos jugaron mucho con el dinero: generaron inflaciones y devaluaciones que derivaron, finalmente, durante la crisis política del siglo III en la paralización del comercio: las cecas (casas de moneda) se detuvieron –o peor aún, se multiplicaron- y el comercio terminó por volver al sistema básico: al comercio local, y al trueque. (Rostovtzeff, 1926).

En tiempo de Carlomagno se procuró controlar el valor de cambio del imperio entre los feudos: intentó poner una moneda única y fijar precios. Llama la atención en esta época que utilizara valores nominales, como el “sous” o sueldo, independiente del valor de las monedas circulantes. (Nadie tenía sueldos, pero se sabía que un caballo equivalía en sueldos a dos yeguas). Este sistema facilitó dar valores equivalentes, a pesar de la falta de metálico, de modo que aún en los trueques internos quedaba establecido el valor de un objeto. Además, las pocas monedas circulantes se relacionaron con el sueldo por su material y su

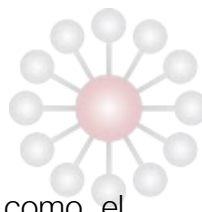
peso. Esto derivó en la creación, a la larga, de las letras de cambio y el papel moneda. (Duby, G., 1976).

En un resumen sumamente lato podemos ver cómo la historia del dinero es la historia de la abstracción de los valores de cambio. El dinero existe para agilizar las transacciones. Las crisis suelen coincidir con los vicios que estas abstracciones conllevan: cuando escaseó el metal o se devaluó, cuando se emitió más papel moneda que su respaldo metálico, cuando se especuló con la posibilidad de generar riqueza, independientemente de que esta efectivamente se produjera (Weatherford, J. 1998). En momentos como estos, es necesario revisar prioridades y procedimientos y buscar la salud del sistema.

Son numerosos los ejemplos que muestran la necesidad de repensar la economía y buscar alternativas. Entre ellas, con frecuencia aparece el trueque, no sólo por la falta de dinero circulante, sino por el innegable valor social que desde siempre ha conllevado. Diversos autores coinciden en que, si el trueque no se ha extinguido, es porque “sirve para establecer lazos de amistad y alianzas con otros grupos o bien para afianzar las relaciones sociales existentes en el interior del propio grupo”. (Grau y Chalaux, 1984)

3. Antecedentes concretos, ficticios y reales

TrueQmx surgió a partir de una reflexión acerca de la presente crisis económica. Nos dábamos cuenta de que la riqueza existe y que algo ajeno a ella la paralizaba. Muchos recursos y habilidades



simplemente no son “comerciales” de modo oficial pero no por ello carecen de valor real. Por ejemplo, quien tiene habilidad para conversar con ancianos, tiempo libre para ayudar con trámites, explicar materias, dar consejos, realizar labores manuales, etcétera. La intención que tuvimos fue “revalorar” los bienes y las habilidades y crear un espacio donde se pudieran intercambiar de modo eficiente, versátil y dinámico.

Cuando pretendíamos explicar nuestra iniciativa, las referencias que mayor eco hicieron en nuestros interlocutores fueron ficticias, más que reales: la cinta de Mimi Leder, “Pay it Forward” (2000)¹ y la serie “Los Simuladores” (2008). En ambas producciones visuales se presenta la idea de crear redes de ayuda o cadenas de favores donde la “deuda” es un compromiso personal de servicio y no de dinero.

Otro ejemplo que daba resultado fue el de los puntos que se acumulan por jugar juegos de video: alcanzar objetivos, generar sistemas de recompensa a partir de actividades que, en esencia, no te cuestan nada inicialmente, pero te permiten crecer en oportunidades, experiencia y elementos de interacción.

Estos ejemplos son relevantes porque nos muestran dos elementos indispensables para comprometerse con un proyecto como éste: en primer lugar, el hecho de que la práctica del trueque no es ajena a la sociedad actual: se considera creativa y pertinente. En segundo lugar, se trata de actividades y procesos que realizamos

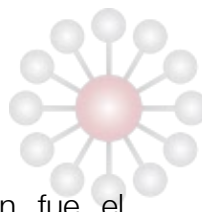
cotidianamente en sistemas cerrados, como el familiar o el amical, y en ejercicios lúdicos. (Reintjes, C., 2010).

El aspecto lúdico tiene una contribución significativa en el ámbito de la web 2.0. Desde su creación, internet no duró mucho tiempo como una herramienta exclusivamente de trabajo: el ocio tomó forma y contribuyó en gran medida a la integración de las redes sociales. Modifica y compromete la participación del usuario, porque el ambiente lúdico genera pertenencia, competencia y compromiso personal.

Haciendo a un lado las evidentes críticas al ámbito lúdico en los servicios de red social, se debe considerar que la psicología del usuario genera dinámicas de aprendizaje y socialización a través del juego. Además, el tiempo adquiere otro valor cuando se invierte en estas actividades: deja de vivirse de modo lineal –una mera secuencia de acontecimientos– para expandirse psicológicamente hacia varios puntos de conciencia. Es decir, en lugar de dejar un simple pasar el tiempo, la inversión lúdica transforma el tiempo en “vivencia”.

Esa vivencia acumula experiencia y genera el deseo de repetirla. Instauro un punto de referencia en la experiencia vital, que, además, se enriquece por empatía con las vivencias de otros individuos que sienten lo mismo que uno, o han participado de la misma actividad. Este fenómeno ocurre en todos los ámbitos ficticios y es digno de observar el hecho de que en las redes sociales y la interacción virtual se generen procesos semejantes.

¹ También conocida en español como “Cadena de favores”.



Aun cuando lo que se experimente se ocurra en un ámbito no lúdico, como una colaboración o una junta a distancia, una discusión en un foro, la confirmación de un gusto en facebook o el seguimiento de un acontecimiento en twitter, la actividad virtual comunitaria tiene herramientas para fortalecer lazos sociales llenos de significado. (Alonso-Fernández, F., 2003)

Por estas razones, al planear TrueQmx como una red social online de ayuda mutua tenemos la aspiración de convocar la conducta comprometida, vivencial y comunitaria de las asociaciones virtuales. Contamos con la inevitable correspondencia nodal de crecimiento que da la participación, cuando la red es la oportunidad de ampliar vínculos de amistad, solidaridad y confianza. Así como TrueQmx valora las habilidades y recursos de sus miembros, también considera parte de su riqueza toda la red propia de relaciones de cada participante, porque la vincula con el sistema y enriquece sus opciones.

4. TRUEQMX como economía alternativa

Iniciamos una investigación para saber si existían proyectos similares y encontramos diversos sistemas de economía alternativa por todo el mundo. Con frecuencia pensamos que el trueque es cosa del pasado. Sin embargo, descubrimos sistemas actuales que aplican trueque directo e indirecto en economías locales, sobre todo rurales, principalmente en países que llamaríamos “de primer mundo”.

El primero que llamó nuestra atención fue el sistema llamado “LETSystem”, creado en Canadá por Michael Linton durante los años 80. A partir de sus reflexiones, se han desarrollado comunidades por todo el mundo que contribuyen a un proyecto hoy más amplio llamado “Open Money”. En la página web de ambos proyectos hay herramientas para aplicar LETSystem en comunidades concretas, jugar con las posibilidades de la economía alternativa e intercambiar experiencias que mejoren los proyectos mismos. (<http://www.openmoney.org>)

LETSystem o “Local Exchange Trading System” es una propuesta alternativa de organización económica aplicable en cualquier comunidad. Consiste en una red económica autorregulada, que permite a sus miembros generar y administrar una moneda virtual completamente legal e independiente del sistema federal monetario. Las herramientas de LETS permiten a las comunidades el intercambio de bienes y servicios en tiempo de crisis.

LETS funciona como una cuenta bancaria: un miembro de la comunidad ofrece algún producto o servicio y gana, quien recibe el servicio queda en deuda y deberá compensarla con sus propias ofertas. El sistema mantiene el balance porque algunos miembros tienen crédito a favor, que corresponde a la deuda de otros.

Hay casos de comunidades que llegan a un acuerdo con el ayuntamiento local. Tal es el caso de “La Troca”, comunidad LETS pionera en España, fundada por Pere Subirana en Vilafranca del Penedés, Cataluña. Partiendo del principio de que LETS fortalece el desarrollo de la economía



local, los miembros de la comunidad ofrecen servicios que el ayuntamiento no está en posición de resolver y mejoran la vida de la sociedad entera. En última instancia, un sistema como éste agiliza la participación que es indispensable en el mejoramiento de la calidad de vida de cualquier sociedad. (Subirana, P., 1998)

En el mejor de los casos, la economía alternativa podría sustituir el dinero formal, pero en el sentido más práctico, convive con él adecuadamente. Los puntos, las horas, la moneda virtual no sustituyen el dinero: lo reubican. Se solucionan muchas necesidades con recursos alternativos y se deja el dinero para lo urgente o importante. Señala Pere Subirana que el dinero oficial es necesario cuando más nos alejamos del ámbito familiar o local. Sistemas como LETS complementan el sistema monetario oficial, no lo sustituyen. Más aún, la existencia de sistemas alternativos de intercambio invita a una reflexión más comprometida sobre los vicios de la economía contemporánea que Subirana esboza adecuadamente en su ensayo sobre Redes de Ayuda Mutua (1998):

- El dinero oficial se crea en grupos de poder, controlado por agentes externos, mientras el dinero virtual se crea a medida que el usuario lo necesita.
- El dinero oficial se diluye (o se distribuye) en instrumentos como los impuestos y el consumo, mientras el dinero virtual se queda como riqueza de la comunidad y se reinvierte en el grupo.
- El dinero oficial se concentra en pocas manos, provoca escasez de dinero a disposición de las personas y genera una brecha entre ricos y pobres, mientras

el dinero virtual es solo una medida de intercambio, de modo que es inagotable y además genera igualdad en todos los usuarios sin importar su estrato económico típico.

- El dinero oficial se acumula, se compra, se vende y es “caro”. La moneda virtual no tiene caso acumularla, es en realidad una medida de la riqueza que ha sido creada y está al alcance de todo el mundo.
- El dinero oficial está sujeto a los mecanismos de interés que en los sistemas de moneda virtual no pueden (o al menos no deben) generarse, ni para quien presta el servicio ni para quien contrae la deuda de reciprocidad.
- El dinero oficial, en suma, no representa la riqueza real. Se ha convertido en una abstracción especulativa que no tiene respaldo, ni en oro ni en bienes y genera crisis (como la originada por los fraudes de las compañías aseguradoras en 2009), mientras la moneda virtual es el reflejo de la riqueza concreta: bienes que se han intercambiado y servicios que se realizado efectivamente.

Otro sistema de economía alternativa es la comunidad creada en Ithaca, Nueva York. Fue creada en 1991 por Paul Glover. Durante un periodo de crisis económica, este hombre impulsó el intercambio de horas de servicio entre los miembros de la comunidad. En el caso de Ithaca, se imprimen billetes que avalan las transacciones de “Horas”.

Modelos semejantes han dado lugar a los llamados “bancos del tiempo”. En estas comunidades, los créditos de tiempo se depositan en un banco,



pueden ser “retirados” para gastarse en cualquier momento en cualquiera de los servicios que ofrezcan los demás usuarios. Normalmente, se utiliza la hora como criterio unitario. A diferencia de LETS, los bancos del tiempo se dedican específicamente al intercambio de servicios. Su versatilidad consiste en que en ocasiones no es el dinero lo que falta, sino el tiempo para cumplir con objetivos específicos. En España, los Bancos del Tiempo están en auge debido a la crisis mundial. La bibliografía al respecto es abundante y constante: tan sólo en este año se han publicado con gran éxito: “Vivir sin Empleo”, de Julio Gisbert y “Vivir sin Dinero” de la alemana Heidemarie Schwermer.

La propuesta de TrueQmx en este caso resultaba innovadora por al menos dos razones, la primera: no hay comunidades mexicanas vinculadas aún a los sistemas de economía alternativa. La segunda, que la propuesta de TrueQmx desde el principio surgió como una comunidad virtual abierta y con presencia online, no meramente local como ocurría en la mayoría de los proyectos originales de economía alternativa.

5. TRUEQMX como red social en línea

Indudablemente, los proyectos que iniciaron entre los años 80 y el 2000 se han visto enormemente beneficiados por el surgimiento de Internet y el desarrollo de las tecnologías de comunicación: la creación de blogs, portales, la posibilidad de compartir información gratuita, de colaboración en línea, aplicaciones móviles, etcétera, han facilitado la administración de los bancos del tiempo y las monedas virtuales.

Además, se han creado círculos asociados de comunidades semejantes por todo el mundo. Crecen y se complementan de modo exponencial. En un solo año de trabajo, hemos visto crecer la lista de posibilidades y el modo de proceder de cada una. Las redes sociales no se forman únicamente por la concurrencia con el medio: ante todo se implica la coincidencia de valores e ideologías que se descubren y se comparten. Las comunidades de economía alternativa se han encontrado de este modo y es cosa de tiempo saber si se ha de crear un medio tan potente como twitter, facebook o google para hacer coincidir estos esfuerzos o si, como ha venido sucediendo, todas las iniciativas van migrando e interactuando en los medios de la web.

Existen herramientas definidas como Cyclos, (<http://project.cyclos.org/>) un programa de e-banking especialmente dedicado a economía alternativa, desarrollado en común por programadores brasileños y uruguayos en 2003. Hoy día, Cyclos presta servicios a muchas comunidades de microfinanzas, bancos del tiempo, LETS y proyectos semejantes por todo el mundo. Los países registrados que más participan con esta herramienta son Alemania, Australia, España, Holanda, entre otros. Su aplicación requiere recursos informáticos poderosos y una programación dedicada, pero está en constante evolución y ya integra SMS y herramientas móviles para realizar anuncios y formalizar intercambios. Es ideal para comunidades grandes y bien establecidas. Desde luego, es una paquetería que opera bajo un sistema de Open Source o código abierto.



Como proyecto en fase beta se encuentra Kroonos, (<http://www.kroonos.com>) que se anuncia como el “primer banco del tiempo global en Internet”. Es una red social que integra todos los beneficios de la Web 2.0. Para poder entrar a este sistema es necesaria una invitación, que se puede conseguir en el foro o en el grupo de Facebook, pero ha tenido problemas en últimas fechas.

Hay páginas que proponen intercambios específicos: conocimientos (<http://prestaquenadatecuesta.org>), de libros (<http://www.bookcrossing-spain.com>), objetos reciclados (<http://www.nolotires.com/>), aprendizaje de idiomas, (<http://www.loquo.com>), el famoso “couchsurfing” -una especie de alojamiento, donde ofreces el sofá de tu casa por una hora o para pasar la noche- (<http://www.couchsurfing.org/>), incluso re-tejido de prendas: (<http://www.rekn.it/>), por mencionar algunos de un larguísimo etcétera. En torno a las experiencias vividas en cada intercambio, las páginas de estos sitios van abriendo herramientas de interacción que van desde testimoniales hasta foros. Crean, como cualquier otra persona o empresa un perfil en facebook o twitter y fortalecen sus vínculos de pertenencia en los ámbitos más representativos de la web 2.0. El intercambio se convierte, en la mayor parte de los casos, en el primer paso de la creación de una comunidad sólida.

6. Los retos de TRUEQMX

Lograr el lanzamiento de la fase beta de TrueQmx ha supuesto diversos retos. Como concepto, establecer una red social en el sentido humanitario de la palabra radica, sobre todo, en la falta de claridad en el concepto de economía alternativa. Una vez salvado el escollo, la idea tiene muy

elevada aceptación. En un contexto como México, que es el nodo inicial de la red (opera también en Miami y Los Ángeles), destaca la preocupación por la seguridad de los usuarios. Hasta el momento, la única solución viable ha sido el monitoreo constante del procedimiento en las transacciones.

Como empresa, ha sido difícil encontrar un estatuto legal apropiado, definir los límites y la responsabilidad de TrueQmx en los intercambios. Ha sido necesario replantear la estructura operativa conforme se multiplican las posibilidades y el interés de los miembros en participar directamente, como ayuda base. Como negocio, TrueQmx ha resuelto su sustentabilidad con espacios comerciales y patrocinadores: al usuario se le ofrece como incentivo algún descuento o trato preferencial en las empresas patrocinadoras. (Durante la negociación de un patrocinio, surgió también la posibilidad de iniciar un programa piloto dentro de una gran empresa, para estimular el trueque y los intercambios entre sus trabajadores. Buscaban una manera de mejorar su calidad de vida de modos más eficaces y duraderos que el solo aumento de sueldo).

La dificultad de establecer una red social en el sentido tecnológico requiere la programación de un portal dinámico, la incorporación de espacios de interrelación entre usuarios interesados en conocer el proyecto tanto como en los usuarios ya activos. Hace falta que los usuarios se integren a la dinámica virtual y que participen con cierta regularidad.

Intentamos integrar Cyclos, pero es una herramienta muy poderosa para involucrarla en la fase beta del proyecto y consume recursos que no se pueden



financiar en una etapa inicial. Durante la fase beta, hemos tenido la oportunidad de poner a prueba el proyecto en carne propia, y hemos contado con proveedores que han estado dispuestos a colaborar en la creación y el mantenimiento del servicio. No obstante, por momento hemos migrado a un ambiente más sencillo, con la intención de facilitar el acceso y la interacción de los usuarios.

Durante los primeros seis meses de funcionamiento, TrueQmx ha vinculado a más de 500 usuarios, tiene una centena de miembros activos, ha realizado más de 30 tipos de intercambio efectivos, además de servicios publicitarios y comunitarios. La página tiene un promedio de 2,500 visitas mensuales y cuenta con 16 empresas patrocinadoras. En general, ha movido un valor monetario virtual aproximado de 7,500 ecos y ha generado un aproximado de 11,500 ecos en total.

TrueQmx necesita mantenerse a la vanguardia en la tecnología y una infraestructura sólida. Para ello es indispensable tener servicios informáticos de primer nivel y la atención constante del sistema y los usuarios. También requiere medios para atender las necesidades de los miembros de la comunidad, garantizar la seguridad de la información y de los usuarios durante los procesos de intercambio. Para poder dar un servicio competitivo es necesario integrar un equipo profesional de trabajo de tiempo completo que responda oportunamente a todas las instancias de actividad social y económica que vincula.

Como conclusión: la misión de TrueQmx es crear cadenas de valor integrales, que ofrezcan la posibilidad de solucionar un problema a cambio de ofrecer un servicio proporcional. Su visión es generar

una forma real de economía alternativa, crear el funcionamiento de redes solidarias integrando una perspectiva humanística con la versatilidad de los servicios y sistemas tecnológicos de punta. TrueQmx promueve la reciprocidad, la confianza y la responsabilidad y el aprovechamiento de recursos, en un ámbito social de economía creativa.

TrueQmx es un proyecto que involucra al hombre en un sentido integral, nos da la oportunidad de operar de un modo distinto y así poder tener una mejor calidad de vida, menos estrés, mejor administración de nuestros recursos y talentos. Busca llegar a lo más profundo del hombre, su esencia, el darle sentido a su vida, recreando su universo, compartiendo y reutilizado los recursos que están a su alcance. Pone al hombre por encima de los bienes materiales. El ser por encima del tener.

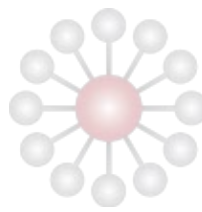
Bibliografía

Alonso Montes, A., (24 de marzo de 2002) Pobre por vocación. Heidemarie Schwermer, Crónica, el Mundo, España. Recuperado el recuperado el 13 de septiembre de 2010 en <http://www.elmundo.es/cronica/2002/336/1017050504.html>

Alonso-Fernández, F., (2003) Las nuevas adicciones, Madrid, España, TEA Ediciones.

Aristóteles, (1988), Política, Madrid, España, Gredos.

Duby, G., (1976), Guerreros y campesinos. Desarrollo inicial de la economía europea. 500-1200. Madrid, España, Siglo XXI



Estallo, J. A., (2001) Usos y abusos de Internet, Anuario de Psicología, Barcelona, España, Facultad de Psicología, (n. 32-2, 2001) pp. 95-108

Glover, P., (2000) A History of Ithaca HOURS, recuperado el 13 de septiembre de 2010 en <http://www.lightlink.com/hours/ithacahours/archive/0001.html>

Grau Figueras, M., y Chalaux de Subirà, Agustí., (1984) Moneda telemática y estrategia de mercado, Barcelona, España, Centro de Estudios Joan Bardina

Lang, P., (1994). LETS Work: Rebuilding the Local Economy. Oxford, Inglaterra, Grover Books.

Linton, M., y Yacub, E., (s.f) Open Money, recuperado el 13 de septiembre de 2010 en http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors0/lintontext.html

Moreno, A., (1988) La otra política de Aristóteles: cultura de masas y divulgación del arquetipo viril, Barcelona, España, Icaria

Reintjes, C., (s.f) Economía Solidaria, recuperado el 13 de septiembre de 2010 en http://www.economiasolidaria.org/carta_solidaria.

Rodà de Llançà, I. (2007), Mensaje y propaganda en el mundo romano, Cursos Monográficos sobre el Patrimonio Histórico, Reinososa, España, Universidad de Cantabria, pp. 17-35

Rostovtzeff, M., (1973) Historia Social y Económica del Imperio Romano, Madrid, España, Espasa Calpe.

Subirana, P., (1998) Redes de ayuda mutua y apoyo local, Conferencia, Barcelona, España.

Subirana P., (1999), Ecología para vivir mejor. Respuestas sostenibles a los retos personales y sociales. Barcelona, España, Icaria.

Weatherford, J., (1998) La historia del dinero, Santiago, Chile, Andrés Bello.

SOBRE EL AUTOR

Miguel Rafael Amador León. Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Maestro en Diseño de Información



Enrédate.

Tecnologías Comunitarias:

Experiencia de la comunidad rural Lequeitio, municipio de Francisco I. Madero, Coahuila

Mayra Viridiana Olivares Gómez

M.C. José Alfredo Morales Pérez

Dra. Blanca Chong López

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE COAHUILA. UNIDAD TORREÓN

Antecedentes.

Enrédate. Tecnologías Comunitarias ha sido desde poco tiempo atrás, además de un proyecto de investigación acción participativa, un ejercicio metodológico en la réplica de una iniciativa comunitaria desarrollada durante el 2007 por los integrantes de la Universidad de Colima, en núcleos rurales marginados de ese propio estado.

Las experiencias logradas se compartieron con integrantes de otros cuerpos académicos de las universidades de Coahuila y de Nuevo León, eso motivó el interés por echar andar un proyecto de estas características en la Región lagunera y se concretaron acciones durante el 2008 para trabajar con la réplica de ese modelo en los ejidos de Boquilla de las Perlas y Tejaban de la Rosita, en el 2009, trabajó nuevamente este proyecto en los núcleos rurales de Venustiano Carranza, Villa de

Bilbao y a solicitud de las autoridades educativas del lugar, de nueva cuenta se llevó a cabo el proyecto Enrédate, Tecnologías Comunitarias en la primaria del ejido Tejaban de la Rosita, también pertenecientes al municipio de Viesca, Coahuila.

En el 2010 se volvió a ejecutar el proyecto en la comunidad rural de Lequeitio, perteneciente al municipio de Francisco I. Madero, Coahuila. Cabe aclarar que el trabajo que se realiza en las comunidades, es parte del conjunto de actividades de la red sobre Cultura, Comunicación, Tecnologías y Desarrollo que han conformado las universidades de Colima, Autónoma de Coahuila y la Autónoma de Nuevo León.

El propósito del proyecto es el de promover el empoderamiento y desarrollo sostenible de las comunidades rurales marginadas, a través del uso de metodologías participativas (IAP), encaminadas



a la apropiación creativa de las Tecnologías de Información y Comunicación, a través de la investigación acción participativa (Zermeño: 2007)

Con la IAP, se ha trabajado en grupos denominados “Semilla”, compuestos por niñas y niños de educación básica, preferentemente de V y VI año, quienes con asesorías y apoyo de tutores (alumnos de las licenciaturas de Sociología y Ciencias de la Comunicación, realizan proyectos específicos, procurando que a su vez se desarrollen una serie de competencias instrumentales, además de ejercicios crítico-reflexivos para que a partir de la discusión grupal, se logren identificar problemas sociales en la comunidad en la que se vive, a fin de proponer soluciones utilizando en todo este proceso, las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

Analfabetismo Tecnológico y Desigualdad Social.

Sobre el fenómeno de la desigualdad social se ha escrito de manera amplia y profunda, las diferentes ciencias sociales han hecho desde su aparato crítico énfasis en un sinnúmero de factores que la generan y de los efectos que ella trae. En esta nueva era se ha dado particular atención en el uso de las TIC, que son también parte de esa desigualdad social y que han provocado una distancia o brecha cultural pues no todos los sectores sociales tienen acceso a las TIC.

Para algunos estudiosos, se ha generado un nuevo tipo de analfabetismo, definido como la incapacidad para acceder al conocimiento que se desarrolla a partir del uso de esas nuevas tecnología (Área, 2002). En el caso de las comunidades rurales

trabajadas con el proyecto Enrédate, tecnologías Comunitarias, se ha evidenciado el escaso o nulo acceso a las computadoras con o sin servicio de Internet. Los gobiernos estatales-para el caso de Coahuila- han emprendido programas para dotar a las escuelas y comunidades rurales marginadas, de infraestructura tecnológica pero esta ha sido insuficiente y sin proyectos a largo plazo que se sustenten en experiencias o en iniciativas de leyes educativas.

Otros académicos afirman de la existencia de una brecha digital que tiene tres dimensiones: la tecnológica, que provee la infraestructura necesaria para la incorporación a la sociedad de la información y el conocimiento; de conocimiento, referida a las habilidades y saberes que deben poseer los individuos para que sean capaces de apropiarse de las herramientas tecnológicas y a partir de ello modificar sus prácticas culturales cotidianas, la otra dimensión, la que está compuesta por la participación, que da cuenta de los recursos que aporta la convergencia tecnológica y puedan ser empleados de tal forma que los individuos y las naciones tengan las mismas oportunidades para manifestarse, participar e intervenir en las decisiones globales de la sociedad (Crovi:2002).

En este marco hemos hecho lo posible por sustentar parte de nuestras actividades de interpretación y desarrollo del proyecto, buscando no aislar las dimensiones, considerarlas y procurando atender necesidades para que en lo referente a la brecha digital, la hagamos más estrecha en la medida de nuestros alcances y limitaciones de una práctica universitaria en comunidades rurales.



La experiencia en la comunidad rural lequeitio, municipio de Francisco I. Madero, Coahuila.

El proyecto se desarrolló del 15 de mayo al 07 de julio de 2010, después de haber realizado varios recorridos en otras comunidades y descartado posibilidades, en razón de que no contaban con los suficientes alumnos en los grados de V y VI de primaria que fue el caso del ejido el pacífico, del municipio de Torreón Coahuila y la otra, de nombre Mieleras tres, que colindaba entre los límites de los municipios de Viesca y Torreón, también ambos del estado de Coahuila, porque la infraestructura mínima requerida- luz eléctrica- para la operación del proyecto, no tenía la suficiente capacidad para la etapa final del mismo.

Al visitar el ejido Lequeitio por los integrantes del cuerpo académico “Sociedad, Comunicación y Cultura” y a propuesta de una extutora, participante en Enrédate 2009 y que habita cercana a ese lugar, nos dimos cuenta de que la escuela primaria tenía una sala con más de diez computadoras de regular calidad y con voltaje suficiente para operar simultáneamente esos equipos, sin riesgo de interrupciones debido a la baja de voltaje eléctrico.

La actitud de la directora y del personal que colaboraba con ella, también nos hizo saber que estaban interesados porque el proyecto se echara andar en ese lugar. Previo intercambio de ideas, observando las condiciones generales del ejido, concluimos que había condiciones mínimas para la ejecución de nuestro proyecto, pues el núcleo rural contaba con una población idónea para trabajar ahí.

El acceso al ejido no era problema pues había una línea de camiones que nos podía transportar en

caso de nuestro vehículo oficial de la Universidad, no estuviera dispuesto para las fechas en que agendaríamos nuestras actividades.

Participación y compromisos comunitarios.

Se acordó con al directora del plantel de convocar a una reunión con los padres de los alumnos de V y VI año, para explicarles el contexto general del proyecto, lo gratuito del mismo pero el compromiso que se debería de asumir por parte de todos los involucrados y participantes, pues las niñas y niños no deberían de faltar a las sesiones de trabajo que demandaba la planeación de las actividades.

En asamblea se acepta participar con 20 niños, de manera responsable, conjuntamente con la dirección de la escuela, se nos deja un margen de tiempo para que las autoridades universitarias nos aprueben el monto económico requerido por el proyecto y de las etapas en las que administraríamos los recursos financieros. Cabe aclarar que la universidad autónoma de Coahuila, lanzó una convocatoria meses atrás, para participar con proyectos de investigación denominados “grupos semilla”, el dictamen nos favoreció y sólo había que esperar a que nos liberaran los recursos, eso se les explicó a la asamblea de padres y autoridades escolares de la localidad rural de Lequeitio, municipio de Francisco I. Madero, Coahuila.

El arte de Enredarte y la operación del proyecto.

Aprobado nuestro proyecto que fue avalado por los responsables de los diferentes cuerpos académicos que participan en la red de universidades,



empezamos a trabajar en reuniones y talleres de capacitación con los estudiantes universitarios involucrados en el mismo, estos fueron invitados y seleccionados en función de su perfil. La capacitación se denominó: “El arte de enrédarte: taller para la gestión de investigación comunitaria” con una duración de 20 horas y como parte del proyecto enrédate hacia un modelo de inclusión digital para el trabajo académico y comunitario. La coordinación general descansó en la Dra. Ana Isabel Zermeño Flores, de la Universidad de Colima, que forma parte de la Corporación Universitaria para el Desarrollo de Internet, A.C. (CUDI) así como en la Dra. Blanca Chong López, por la universidad Autónoma de Coahuila y responsable del cuerpo académico “Sociedad, Comunicación y Cultura”.

Nuevas experiencias: Una plataforma de trabajo, para Enredarte.

En las anteriores réplicas del proyecto Enrédate, desarrolladas durante el 2008 y 2009, se trabajó bajo un esquema de Coordinación General, entre los representantes de las Cuerpos Académicos. En el 2010, se diseñó y puso en marcha una plataforma <http://enredate.ucol.mx> mediante la cual sirviera como espacio de orientación, guía y coordinación de todas nuestras actividades de operación, recopilación de información y de las tareas por desarrollar, dentro de la nueva versión-réplica Enrédate 2010.

Sesiones de trabajo para Enredarse con Tecnologías Comunitarias.

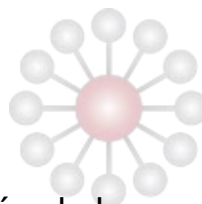
En las primeras sesiones sabatinas – de un total de nueve- a las que se denominaron de sensibilización, se trabajaron con las niñas y

niños de diferentes temáticas: medio ambiente, derechos de las niñas y los niños, cultura local y narrativa, simultáneamente se les habilitaba en el manejo de los distintos instrumentos tecnológicos y se desarrollaban las actividades planeada en un día previo a la sesión de trabajo en la escuela primaria del lugar.

Cada reunión de planeación adquiría una dinámica muy particular, además de rendir un informe cada tutora, se exponían e intercambiaban las experiencias de esa jornada sabatina, que iniciaba en punto de las 9.00 y terminaba a las 13:00 horas, con un lapo de descanso de quince minutos. Por cada sábado se asignaba una responsable de coordinar de manera interna las actividades, con la ayuda y asesoría de un profesor integrado al proyecto. Se elaboraba un plan de trabajo con sus respectivos tiempos, objetivos, requerimientos y clarificaban el tipo de habilidades que se impulsarían en esa visita al grupo de niños. Cuando la coordinadora general del proyecto requería de un informe más estructurado, nos lo indicaba a través del sitio electrónico –plataforma- para que ahí se hiciera el llenado de reporte o evaluación mediante un instrumento.

En el arte de enrédarte No todo fue miel sobre hojuelas

El proyecto demandaba concreción de actividades en productos específicos, es decir, la formulación de subproyectos por parte de los equipos de trabajo. Cada grupo de niñas y niños, con el apoyo de sus tutoras, decidieron abordar temáticas de su interés, prevalecieron las del medio ambiente y los derechos de las niñas y los niños. En la ejecución de las tareas se utilizaron diversos equipos como



la videograbadora, grabadora digital de voz, estas fueron las más solicitadas, aunque en el ejercicio de las sesiones sabatinas se les enseñó a usar, el escáner, la cámara fotográfica, de video y la grabadora de voz.

El que un grupo de niñas y niños deban elaborar un plan y ejecutarlo, es algo difícil pero no imposible, pues en su formación escolar no hay antecedentes o experiencias de campo que hayan sido realizados con la ayuda de su profesor. Las tutoras tuvieron dificultad para que los tutorados se centraran en la interpretación y realización de las tareas.

Los elementos motivadores no estuvieron ausentes pero algunos no eran los suficientemente adecuados para que llegaran y se fueran dispuestos a continuar con el proyecto y agregarle más detalles novedosos o atractivos para su equipo de trabajo.

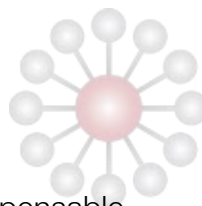
El acompañamiento de las tutoras para el diseño y ejecución de los proyectos fue significativo, aunque la exigencia de los profesores-coordinadores no permitía que alguna tutora y sus tutorados, se fueran rezagando. Las reuniones donde se rendían informes, avances y exposición de tareas fueron de gran ayuda pues la colaboración de todos facilitaba la realización de cierta actividad, por más difícil que fuera, por ejemplo, cuando había incompatibilidad de temperamentos entre algunos niños y niñas en los equipos, se cambiaban de grupos donde hubiera afinidad entre los otros integrantes, o el auxilio entre las tutoras para establecer límites en el manejo del equipo, pues la mayoría quería traer o cargar siempre la cámara de video o fotográfica o estar siempre usando la computadora (laptop).

El gran salto: El uso y familiarización de la plataforma del proyecto.

Significó una nueva práctica y actitud para la mayoría involucrada en el proyecto pues no teníamos antecedentes de trabajo mediante el uso de una plataforma ni mucho menos hacerla parte de nuestra rutina, tanto para las tutoras como para los profesores integrantes del cuerpo académico. En esta parte del proyecto- uso de la plataforma- los niños la fueron conociendo y familiarizando mediante sesiones de Internet, con el apoyo de las alumnas tutoras. Se observó que una pequeña parte 10% de la población de niños participantes en el proyecto ya tenían nociones de entrar a Internet, el resto fue habilitado en las sesiones de trabajo.

Condiciones favorables comunitarias y el café Internet en el proyecto.

A comparación de las réplicas realizadas durante los años de 2008 y 2009 en las demás comunidades rurales marginadas, el financiamiento otorgado por la Universidad Autónoma de Coahuila, para la adquisición de cinco computadoras Laptop, mismo número de videograbadoras y cámaras fotográficas digitales, además de tener bajo nuestro resguardo suficientes grabadoras de voz digitales y disponer en todo momento de un cañón para proyectar diapositivas y videos fueron condiciones favorables para la realización del proyecto Enrédate, Tecnologías Comunitarias y ni que decir de tener a nuestra disposición el transporte oficial de la Universidad y el apoyo de una beca económica de \$50.00 por sesión para cada tutora.



El café Internet que se encontraba en la comunidad rural de Lequeitio y que operaba con seis equipos, fue sin ligar a dudas de gran ayuda para todos los trabajos que había que realizar para la plataforma, La disposición de colaborar por parte del encargado- negociando el previo pago del tiempo usado por computadora- permitió el cumplimiento de la etapa complementaria del proyecto, pues las niñas y niños pudieron, previa enseñanza, localizar y bajar imágenes de Internet para elaborar e ilustrar sus dispositivos.

Conclusiones.

Con toda razón Delia Covi ha mencionado sobre la importancia de las dimensiones tecnológica, de conocimientos y de participación, pero existen otras que merecen nuestra atención pues el desarrollo sostenible de comunidades demanda enfoques más holísticos tanto en el diseño de estrategias como de metodologías de trabajo comunitario.

El ejercicio tutorial es significativo y también es necesario considerar las variables que intervienen en los procesos educativos, tanto en el ámbito urbano, como en lo rural, pues el proceso de aprendizaje de los niños en el medio campesino, implican otras mediaciones socioculturales que promueven o frenan el aprendizaje significativo, que en teoría es un modelo alternativo que el alumno inicie y desarrolle un aprendizaje autónomo, capaz de aprender a aprender (Zarzar : 2010) y esto lo debemos de considerar en los enfoques que demos a todo proyecto.

La participación comunitaria es indispensable incorporarla desde el inicio de toda actividad pues desde el inicio se apropiará del proyecto, le dará seguimiento y apoyo para que culmine de acuerdo a los objetivos planteados. Incorporar a los padres nos posibilitará aumentar la capacidad de previsión y ejecución de las tareas, mejorar nuestros métodos de enseñanza y hasta crear nuevas expectativas con apoyo de proyectos de este tipo, buscando complementar acciones con las tecnologías de la información y comunicación, que la comunidad haya emprendido y dirigidas hacia el mejoramiento de las condiciones generales de vida.

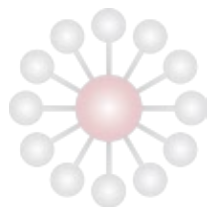
Bibliografía.

Área, M. (2020) Igualdad de oportunidades y nueva tecnología. Un modelo educativo para la alfabetización tecnológica. Revista EDUCAR, núm. 29 Universidad autónoma de Barcelona.

Covi, D. (2002). “sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la esperanza” revista mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, año XLV, núm. 185.

Zarzar, CH, (2010) Antología. Relación Maestro-Alumno en la Pedagogía centrada en el Estudiante. Instituto de Estudios Superiores Dídaxis. México

Zermeño F. (2007) Una experiencia de intervención comunitaria para el empoderamiento social a través de la apropiación de las tecnologías de información y comunicación, inexperiencias de desarrollo rural, dos visiones de vinculación universitaria: Colima y Iowa, González S. R. y Barrón P. M.A. Universidad de Colima, Iowa State University, Red de Investigación Urbana. México



SOBRE LOS AUTORES

Mayra Viridiana Olivares Gómez. Alumna del noveno semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Unidad Torreón.

M.C. José Alfredo Morales Pérez. Prof. Investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la Universidad Autónoma de Coahuila, Unidad Torreón.

Dra. Blanca Chong López. Responsable del Cuerpo Académico: “Sociedad, Comunicación y Cultura”, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Coahuila, unidad Torreón y Coordinadora del Proyecto Enrédate, tecnologías Comunitarias, en la FCPYS.



Experiencia comunitaria de gestación y aplicación de un proyecto formativo por competencias a través del uso y apropiación de las TIC's

Dra. Juana María Alanís Ramírez
Carlos Iván Serrano García, Mariel Coronado Fuentes
Universidad Autónoma de Coahuila

Introducción.

Fusiónate con las tecnologías, es un proyecto recién finalizado bajo la metodología de Proyecto Formativo por Competencias (Dra. Alanís, 2009), de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la U A de C, llevado a cabo por alumnos de la institución bajo la metodología establecida, a través de talleres formativos, generando evidencias finales de aprendizaje significativo del uso de las TIICs, Experiencia que se comparte a los participantes tanto de los alumno y de los instructores-talleristas, que a su vez formaron promotores y gestores sobre el uso y apropiación de las TIICs a nivel primaria y ahora a nivel preparatoria, cuyo objetivo es promover el empoderamiento y el desarrollo sostenible de comunidades rurales marginadas, a través del uso de metodologías formativas por competencias encaminadas a la apropiación creativa de las nuevas tecnologías de información y comunicación con sentido ético.

Se ayudo a los alumnos a visualizar la tecnología como factor de crecimiento para el mundo

profesional, mejorando los hábitos de auto enseñanza y demostrará la importancia de fusionar la tecnología con el aprendizaje diario, exhortándolos desde pequeños a crear una conciencia activa en pro de la calidad de la información y la comunicación. Permitiendo la interacción y el diálogo que permita la reflexión de sus problemas sociales, así ir desarrollando la mirada crítica de los retos en la vida en materia de formación, enseñanza y ejercicio profesional, con la finalidad que expresen y compartan sus ideas, hallazgos, cuestionamientos, opiniones, críticas y propuestas encaminadas al desarrollo de su comunidad de un proyecto formativo por competencias equitativo y democrático desde la comunicación.

Los inicios

“Fusiónate con las tecnologías comunitarias”, proyecto que surge como un proyecto formativo por competencias de educación no formal en



el uso y apropiación de las TIICs a través de la experiencia de trabajar con comunidades rurales y formar estudiantes como gestores y/o promotores funcionales a través de la experiencia de trabajar con una comunidad rural, como talleristas asesorados por profesionistas.

Experiencia que como alumnos, ha sido parte ya de nuestra formación extracurricular no solo a nivel de disciplina científica sino que nos ha permitido desarrollar una nueva experiencia aplicada a una comunidad como parte de una universidad académica y socialmente comprometida con comunidades marginadas no siendo la excepción desde el terreno de conocimiento y acceso a las TIICs, lo que de alguna manera propicia lograr cada vez más una democratización de la información.

Es por ello que adentrar a las comunidades rurales o semi-rurales a la tecnología puede ayudar a mejorar sus métodos de comunicación, así como en la disminución de los problemas sociales que presenten, y ayuda de manera efectiva a crear una visión más grande del mundo laboral a largo plazo, contribuyendo con ello a formar mejores personas tanto en “el ser como en el saber hacer”. Experiencia que ha significado también un crecimiento no solamente académico sino de formación solidaria para con nuestro entorno.

Nuestra misión como alumnos.

Éste proyecto tiene la finalidad de aportar nuestra experiencia como alumnos, aplicada a los estudios de tecnologías de la información, educación y comunicación en niños y jóvenes, orientándolos a la educación y significancia de la vinculación entre diferentes campos del conocimiento. Con ello se busca promover el empoderamiento de los niños por éstas áreas y a la vez se ayudará

en la búsqueda del desarrollo sostenible de las comunidades rurales marginadas, a través del uso de metodologías participativas formativas por competencias encaminadas a la apropiación creativa de las TIICs.

Proyecto formativo por competencias

¿Por qué elegir un Proyecto Formativo?

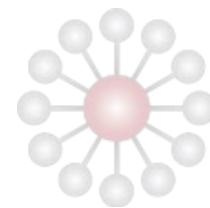
Por la necesidad de clarificar y unificar criterios, objetivos, fundamentos, acciones, metodologías y bases teóricas importantes para impulsar por competencias.

¿Qué es la educación basada en competencias?

Se define como un modelo de formación basado en el enfoque constructivista, que tiene como propósito central formar personas con conocimientos, habilidades y destrezas relevantes y pertinentes al contexto real, de acuerdo a las características de cada persona.

¿Para Qué y para Quienes, incide el Proyecto Formativo por Competencias?

Para proponer una valiosa instancia de comunión entre la formación, capacitación, organización de investigación y desarrollo aplicado a los universitarios-tutorados UAdeC. Y, promover así el desarrollo comunitario del uso de las tecnologías a los estudiantes de Derramadero y comunidad en general.



Basado en competencias

En la educación basada por competencias que se utilizó para la realización de éste proyecto, se planearon, registraron y evaluaron una multitud de aspectos que se relacionaron al mismo tiempo para construir una serie de pasos y actividades participativas en cada taller, de forma individual y colectiva.

En éste proceso la retroalimentación de información entre tutores (alumnos de la universidad) y niños (alumnos del proyecto) es de suma importancia para comprender todos los aspectos relacionados con el aprendizaje de los participantes y la creación de las evidencias, de ésta forma puede comprobarse la viabilidad del proyecto, dado que confirma que los niños entienden la información que se les otorga y la asimilan convirtiéndola en aprendizajes.



Enfoques de talleres por competencias

Objetivos generales de los talleres formativos por competencias:

- Generar conocimiento básico sobre las TIIC,
- Co-participar con las comunidades en la

promoción su desarrollo,

- Formar recursos humanos desde una perspectiva proactiva y ética (investigadores, gestores sociales y usuarios de las TIC),
- Fomentar el trabajo en red, generar sistemas de información, así como
- Producir y difundir información relevante sobre las TIIC y el desarrollo comunitario.

Competencia general a través de talleres formativos de aprendizaje significativo

- Desarrollar capacidades de auto-aprendizaje del uso y apropiación de las TIIC tomando como base situaciones reales de su entorno con sentido ético.
- Interactuar grupalmente, con respeto a la diversidad y sentido ético.

Competencias particulares:

- Analizar las problemáticas del entorno desde perspectivas sistémicas y con sentido crítico.
- Comunicar las ideas con fluidez y precisión, teniendo en cuenta las intenciones y propósitos DE INFORMAR Y COMUNICAR para promover el empoderamiento del uso y apropiación de las TIIC.
- Usar las tecnologías con sentido ético y en función de optimizar proceso cognitivos.
- Manejar información sobre la naturaleza de la comunicación tomando como base situaciones reales del entorno.

Evaluación por competencias

Es el proceso mediante el cual se recopilan las evidencias necesarias para determinar el grado de desarrollo de las competencias en una persona, empleando criterios acordados y buscando



retroalimentarla de tal forma que esto posibilite mejorar su formación e idoneidad.

La cantidad de espacio y tiempo invertido en cada actividad deberá ser apto para facilitar el grado de aprendizaje, además de utilizar mensajes de contenido creativo en los que el producto comunicativo sea de interés para el receptor.



Criteria

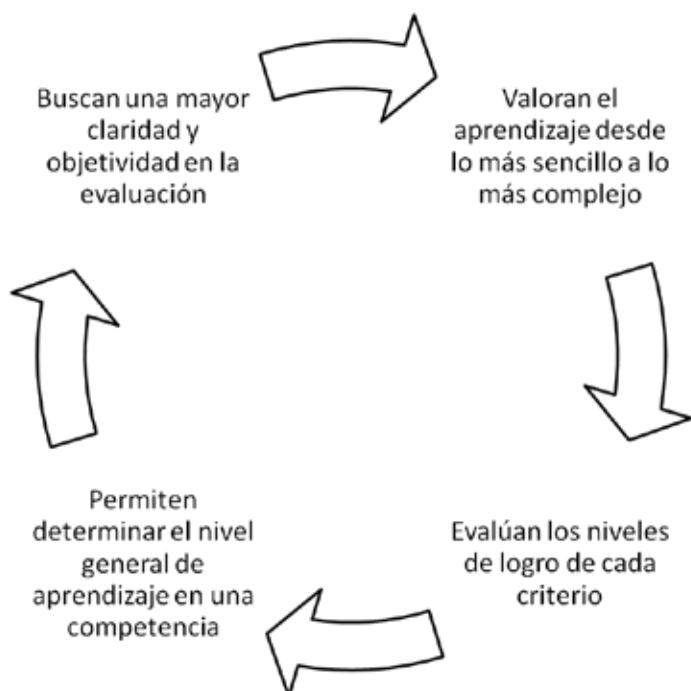
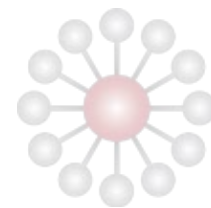
Evidencias



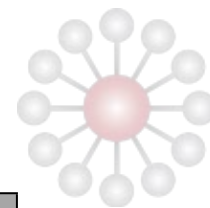
TOBÓN, S. (2006).

Componentes de las matrices de evaluación en los productos finales

Componente	Descripción
1. Competencia	Es la competencia a evaluar
2. Criterios	Son los criterios que se tendrán en cuenta en el proceso
3. Evidencias	Son las pruebas a tener en cuenta
4. Niveles de aprendizaje	Dan cuenta de niveles de aprendizaje por criterio
5. Puntos o porcentaje	Indican la cuantificación de cada criterio y de cada nivel de logro o indicador



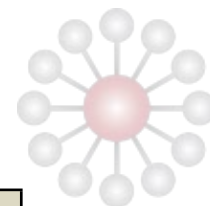
EJEMPLO DE DESCRIPCIÓN DE UNA COMPETENCIA: A lograr a través del Taller Trabajo en equipo		
PROBLEMAS DEL CONTEXTO: <ol style="list-style-type: none"> 1. Dificultad para realizar actividades cooperativas y competitivas para establecer metas comunes. 2. Dificultad en los profesionales para asumir responsabilidades en el trabajo en equipo y cumplir con los planes de acción. 		
COMPETENCIAS (Descripción con un verbo de desempeño, un objeto, un para qué y una condición de referencia)	Criterios (Integrar los tres saberes de cada competencia: ser, conocer y hacer)	Evidencias



<p>Trabajar en equipo para alcanzar una determinada meta, con objetivos bien definidos, acorde con un determinado proyecto o actividad, en contextos disciplinarios, multidisciplinares, interdisciplinares y transdisciplinares.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptualiza qué es el trabajo en equipo, sus características y responsabilidades, teniendo en cuenta los retos del contexto. 2. Participa en la realización de actividades conjuntas en un determinado equipo, con aceptación de las diferencias y comunicación asertiva, acorde con unos objetivos. 3. Contribuye a que el equipo tenga una visión compartida y un claro programa de trabajo, participando en el análisis y resolución creativa de los conflictos. 4. Tiene sentido de reto para que el equipo alcance metas cada vez más elevadas, acorde con la visión compartida del equipo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Registro de un equipo conformado y funcionando.</i> 2. <i>Acta del establecimiento de un plan de acción en equipo.</i> 3. <i>Mapa mental argumentado sobre trabajo en equipo.</i> 4. <i>Registro sobre el abordaje de un conflicto y la manera como se superó.</i>
---	--	---

Niveles de dominio de la competencia de trabajo en equipo

Nivel	Características	Ejemplo
I. INICIAL	<ul style="list-style-type: none"> -Algunos logros en la competencia -Desempeño muy básico -Baja autonomía 	<ul style="list-style-type: none"> -Trabajos esporádicos en equipo -Cuando trabaja en equipo sigue básicamente instrucciones
II. BÁSICO	<ul style="list-style-type: none"> -Desempeño mediano o mínimo -Asistencia -Participación con elementos técnicos 	<ul style="list-style-type: none"> -Participa en trabajos en equipo -Cumple las responsabilidades -Tiene un trato cordial con los demás



III. AUTÓNOMO	-Autonomía en el desempeño -Gestión de procesos -Argumentación científica -Dirección de proyectos	-Hace contribuciones al trabajo en equipo -Evalúa el trabajo en equipo con autonomía -Propone mejoras en el trabajo en equipo
ESTRATÉGICO	-Aplicación de estrategias de cambio -Dirección -Alta flexibilidad -Creatividad e Innovación -Alto grado de autonomía	-Lidera procesos de abajo en equipo -Busca que los problemas fortalezcan el equipo -Propone innovaciones en la forma de orientar el trabajo en equipo

El alumnado y el cuerpo de maestros participantes

El proyecto formativo fue dirigido por profesores pero realizado en conjunto con alumnos de la Universidad Autónoma de Coahuila, en la siguiente gráfica se muestra el grado de participación de los estudiantes en la planeación y ejecución de PF.

TOBÓN, S. (2006).

¿Cómo implementar éste proyecto en una comunidad?

Además del proceso de planeación y construcción del mismo y de la capacitación de los tutores, existen más puntos a tomar en cuenta para su realización, como lo son:

Etapas de implementación de un PF (proyecto formativo)

1. Formación del equipo.

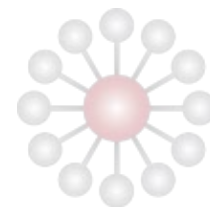
Participación comprometida pero no indefinida sobre la importancia de trabajar en perspectiva de Proyectos Formativos comunitarios de manera sustentable.

Quiénes: Cuerpo Académico de la Fac. Ccs. Comunicación. U A de C. (C.A.) Secretaría Técnica (ST) Equipo de Intervención (EI)

2. Incubación institucional.

Realizar una visita a la comunidad. Plantear perspectiva como participación comunitaria. Concientizar y garantizar el apoyo interinstitucional por parte de los representantes del equipo de Investigación e intervención

Quiénes: (. (D) Director, (CP) Coordinadores de proyecto) (S. T.) Secretaria Técnica) - A Grupos de la Comunidad (Docentes, Directivos y Alumnos, padres de familia, etc.).



3. Capacitación de talleristas a tutores. de formar cuadros.

Sensibilización y capacitación en la:

- Pre-producción;
- En la producción y,
- Pos-producción.

Quiénes: A Equipo de Tutores responsables (E:T) por parte de los talleristas (IT).

4. Implementación del proyecto formativo. (P. F.)

Nuestro proyecto se centra en la organización de talleres formativos en los cuáles se reproducen las condiciones y procesos que los alumnos necesitarán para la implementación de una radio comunitaria en su etapas de producción, Así, perfilamos desde las diferentes competencias, (evidencias-productos) hasta los hábitos de organización acordes al desarrollo comunitario de manera ética y responsable.

5. Análisis y seguimiento

Proyecto que cobra sentido en el momento de su aplicación. Consiste en la revisión e interpretación cuantitativa y cualitativa de los resultados de la sistematización de la experiencia como investigación acción-participativa comunitaria y retroalimentación de la propuesta metodológicas.

6. Evaluación

Por ello, esta evaluación tiene seguimiento formativo, no sólo se queda como evaluación, si no que se toman medidas de proceso en mejora continua como necesidad para su funcionamiento e implementación. Se trata de una reingeniería parcial para su réplica. Abarca desde la importancia

7. Auto evaluación de la experiencia académica formativa desde la investigación y desarrollo, como propuesta para la contextualización de la experiencia académica.

1. Diagnóstico de aprendizajes previos y el ahora.
2. Encuadre de su aplicación y posibles aplicaciones o desarrollos.
3. Facilitación del trabajo en equipo.
4. Diseño del proyecto y saberes.
5. Nuevas ejecución y abordaje de saberes, entornos, etc.
6. Valoración del Proyectos Formativos desde las TIIC
7. Valoración de las competencias entre otras.

8. Difusión y divulgación de los resultados.

Se presentan los proyectos a la comunidad para retroalimentar y buscar su participación para otras etapas, y se divulgará como experiencia comunitaria en general y a nivel divulgación científica para su réplica. Las estrategias de proyecto formativo serán a través de ponencias, artículos y páginas Web.

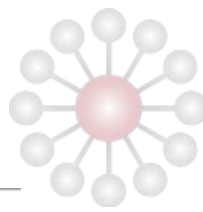
Nuestro proyecto

Proyecto: “Fusiónate: Tecnologías Comunitarias” proyecto formativo por competencias.

Lugar de realización: Derramadero, ejido de Saltillo, Coahuila.

Escuela primaria: Doña Josefa Ortiz de Domínguez.

Público participante: 35 niños.



Grado de escolaridad: 4to y 5to de primaria.
Fecha de realización: agosto de 2009 – junio de 2010.

Estudio/diagnostico sobre el acceso a las TIICS.

Se realizaron encuestas para determinar el grado de incidencia y acceso que se reconoce por parte de los niños de la primaria “Josefa Ortiz de Domínguez” como grupo objetivo con los que se trabajo en el Proyecto Formativo Por Competencias “Fusiónate: Tecnologías Comunitarias” en la comunidad rural de Derramadero, Saltillo Coahuila. Los datos arrojados fueron los siguientes:

Objetivo: Aplicar un pre diagnóstico sobre el uso y apropiación a la comunidad del publico objetivo, previo a la implementación del proyecto. Con la finalidad de obtener información sobre qué tanta competencia se tenía sobre las TIICs.

Metodología:

Muestra: Grupos que asistieron a los talleres formativos por competencias.

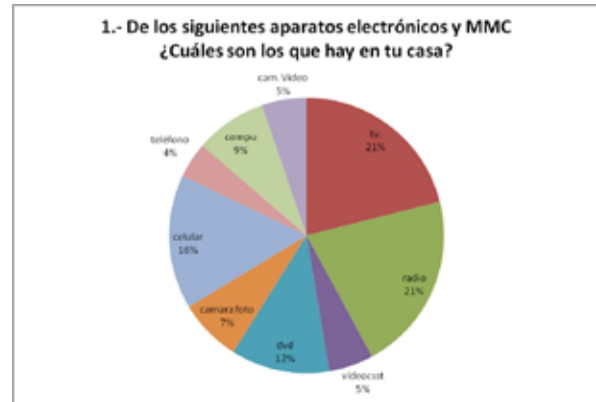
Cuota: 35 niños de 5to y 6to de primaria.

Técnica: Encuesta estructurada voluntaria a grupo objetivo.

Fecha de aplicación del instrumento: Septiembre 2009.

Diseño e instrumentación: Dra. Juana María Alanís Ramírez. Catedrática Investigadora. Carlos Iván Serrano García, Mariel Coronado Fuentes, estudiantes de 5° semestre de la Fac. Css. de la Comunicación, UA de C.

Analista: Oscar Morín. Alumno de 7° semestre de la FCC.

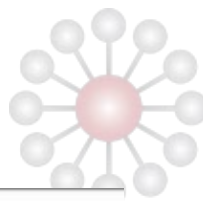


La encuesta refiere que la mayoría de los niños cuenta con televisión, radio y celular en casa.

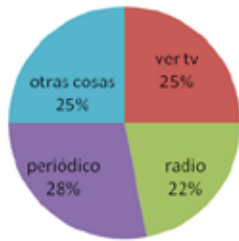
Es importante conocer cuáles son los MMC que utilizan los padres, dado que ellos son un reflejo de lo que hace el niño también. Observamos un gran caso de incidencia de este tipo, cabe hacer la observación de que en esta comunidad semi-rural la mayoría de las casas tiene señal de televisión cerrada como sky, dish, etc, ya que no se cuenta con señal abierta; y en radio solamente reciben señal de amplitud modulada y en frecuencia modulada solamente la estación del gobierno del estado.



La mayoría de las madres de familia gusta de hacer otras actividades relacionadas al hogar, como la cocinar y la limpieza, y después escuchar la radio y la televisión, debido a que se cuenta con poca programación de radio y no todos tienen acceso a la televisión.



3.-¿Qué le gusta más hacer a tu papá?



Desde la percepción de sus hijos dicen que a la mayoría de los padres de familia les interesa leer el periódico, seguido de realizar otras actividades, y utilizan la televisión y el radio solo para descansar.

La pregunta cuatro está dividida en 5 partes: prensa, radio y televisión.

4.- ¿Qué tipo de programas utiliza, ve, escucha, lee en estos medios de comunicación que se tienen en su casa?

PRENSA



En prensa, las noticias con mayor incidencia son de ámbito deportivo, siguiendo otro tipo de noticias, y después locales y espectáculos. Mas sin embargo en la comunidad se recibe solo periódicos de corte amarillista, donde se da poca información cultural y política, y se da más sobre publicidad, accidentes y problemas sociales.

RADIO



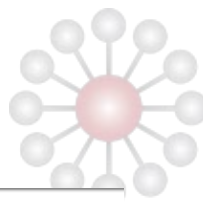
En radio se escuchan más las noticias, seguido de los programas con corte musical, dejando por último a diversos programas gubernamentales. Ya que se cuenta con poca recepción solo reciben señal de amplitud modulada y en frecuencia modulada solamente la estación del gobierno del estado.

TELEVISIÓN

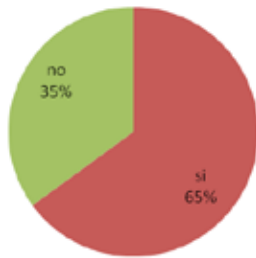


Las novelas, caricaturas y noticieros son la programación más vista en la comunidad, dejando por último los programas culturales y musicales.

5.- ¿A qué compañía pertenece el teléfono celular? Los datos nos dicen que un 72% de los celulares son de la compañía Telcel, seguido de un 28% por Movistar, ya que son las únicas compañías que tienen cobertura en el territorio.

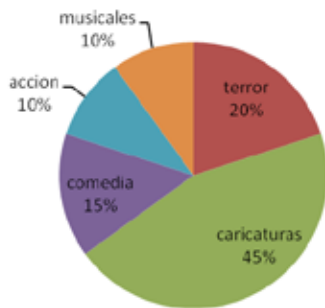


6.- ¿Has ido alguna vez al cine?



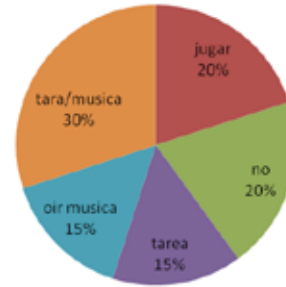
La mayoría de los encuestados han asistido a una sala cinematográfica, pero se manifestó que asisten muy poco, dado que en su comunidad no hay cine, y tienen que salir a Saltillo, siendo la ciudad más próxima.

7.- ¿Qué películas te gusta ver más?



Las películas preferidas son las caricaturas, seguidas de las películas de terror, terminando con las de comedia y acción.

8.- ¿Sabes usar la computadora?

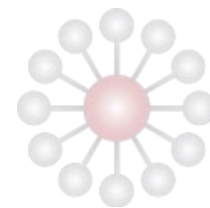


Según los datos obtenidos la mayoría sabe utilizar la computadora y principalmente la usan para educación y ocio, y pese a que los resultados de la encuesta dicen que si saben, nos dimos cuenta que realmente la mayoría no cuenta con el acceso a ella y por lo tanto no se contaba con conocimientos de su uso, cabe hacer mencionar que tienen muy poca infraestructura en cuanto a las TIICs, pues se contaba con 2 computadoras en la primaria y solamente usándola con la enciclopedia. Después de los primeros talleres se donaron 5 computadoras a la escuela primaria por parte de la UA de C.

9.- ¿Sabes usar el internet? Y para que lo usas o que sitios?

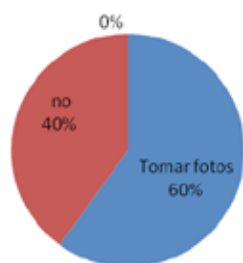


La encuesta nos revela que la mayoría de las personas no saben usar el internet, y la minoría lo utilizan como factor de entretenimiento. Muy pocos se adentran a la búsqueda de información. Y para ello refiérase la pregunta #8.



El director de la preparatoria EMSAD de Derramadero, en una entrevista comentó que gracias a estos proyectos los niños de la primaria es la primera vez que tienen acceso a la computadora.

10.-¿Sabes usar la cámara de fotos? Y para que la usas?



Manifestaron que la mayoría de los encuestados utilizan la cámara fotográfica para las fiestas en familia. Más sin embargo, algunos han manifestado que tienen en su casa cámara fotográfica traída por un pariente directo que se ha ido a trabajar a Estados Unidos, pero no saben usarla. La mayoría de las familias cuentan con teléfono celular en la comunidad y es utilizado en su mayoría de las veces para tomar fotos sustituyendo la cámara.

11.- ¿Y de video? Y para que la usan?



La mayoría nos comentó que no sabe utilizar la cámara de video, y los que saben hacer buen uso de ella, la utilizan para grabar fiestas familiares. Manifestando en menor medida que cuentan con la cámara de video, mas sin embargo no saben hacer uso de ella, ya que es el mismo caso de la cámara fotográfica.

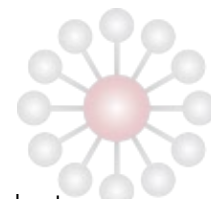
Talleres aplicados durante el periodo.

Todos los talleres se impartieron en su forma práctica y teórica, de manera individual y colectiva, dedicando la mayor parte del tiempo a la práctica evidenciada del uso de las TICs.

Taller 1: Tecnologías de la información

- Parte teórica.
 - Se destacó la importancia de los medios de comunicación, así como sus antecedentes históricos y sus principales usos y características.
 - La sesión estuvo apoyada por cartelones que demostraban visualmente cada medio de comunicación a través de la historia.
 - Hubo participación y una sección de preguntas para afirmar los conocimientos adquiridos durante la actividad.
- Parte práctica:
 - En la segunda mitad de la sesión programada se presentaron los medios de comunicación más usados en la actualidad en físico y se dio una introducción de cada uno a los niños.
 - Se le explicó a los niños el correcto funcionamiento de cada medio, sus partes y su funcionamiento.
 - Seguida a ésta explicación de comenzó la actividad de enseñanza en la que los niños comenzaron a practicar con estos instrumentos, a memorizar su forma y a tomar sus primeras fotografías y audio.

Evidencia: con las primeras fotografías y audios se realizó un video corto para explicarlos



el proceso de video: capturar la imagen, concentrar audio, vaciar a la computadora y editar ambos.

1. Cámara fotográfica
2. Grabadora digital de voz
3. Computadora
4. Televisión, radio, celular, periódico.

Programas

1. Movie Maker (programa de video)
2. Internet

Taller 2: Icono-escritura.

- Parte teórica.
 - Los niños analizaron diferentes situaciones de su comunidad a través de dinámicas lúdicas.
- Parte práctica.
 - Perfeccionaron el uso de la grabadora de voz digital y entrevistaron a personas de la comunidad siendo personajes como el señor de la tiendita de la esquina, el comisario ejidal, el sacerdote o ministro del culto, las personas de mayor edad, sobre qué jugaban ellas y ellos cuando eran niños.

Evidencia: entrevista sobre la vida de personajes del pueblo y la opinión de la importancia del uso y apropiación de las TICs.

Taller 3: Cultura local, regional y tradiciones

- Parte teórica:
 - Se desarrollaron habilidades de redacción.

Los participantes aprendieron a redactar un guión y una entrevista

- Parte práctica:
 - Ángulos para fotografía y video.
 - Realización de una entrevista a un personaje de la localidad.

Evidencia: guión de un personaje de la comunidad y grabación de la entrevista con videocámara.

Ejemplo de un fragmento de guión hecho en clase.

Ejemplo de Guión hecho en clase.

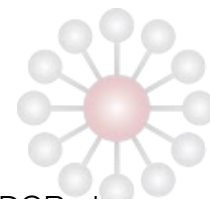
- “Escenografía: Se desarrolla en el ejido derramadero.
- José Ángel tiene 55 años. Él se dedica a la artesanía y talabartería. Él usa material como el hilo de cáñamo, hilo de ixtle y material de cuero. También el ha seguido la tradición para que estas artesanías no desaparezcan.” - Everardo (niño participante del curso).

Taller 4: Equidad y transversalidad de género.

- Parte teórica.

Durante el curso, los niños y las niñas aprendieron sobre la importancia de la equidad de género, así como los derechos a que son merecedores.
- Parte práctica:

Con la ayuda de grabadoras digitales de voz, cámara fotográfica y cámara de video, los niños realizaron entrevistas a distintos personajes de la localidad. Ellos preguntaron acerca de profesiones, actividades normales, derechos de hombres



y mujeres a través de la localidad y más.
Evidencia: video de los derechos e importancia de la equidad de género.

Taller 5: Ética y medio ambiente.

- Parte teórica:
Actualmente las temáticas ecologistas van de la mano con nuestro objetivo, pues es el medio de comunicación quien se encarga de distribuir toda la información que se tiene acerca del tema.
- Parte práctica:
Aprendieron a actuar éticamente al tomar una fotografía, actuar con formalidad y seriedad al realizar una entrevista utilizando la grabadora, cámara de video así como la cámara fotográfica.

Evidencia: Reportaje sobre los problemas ambientales de su comunidad.

Taller 6: Internet, Gestión de la Información

Parte teórica:

- Se les dio a conocer las principales técnicas y funciones de la búsqueda de información.
- Comprendieron la dimensión del buen uso que se tenga de la internet y la computadora.

Parte práctica:

- En este taller se les enseñó a trabajar en Navegadores de la web (internet), sobre cómo buscar información, referenciarla, y manejar programas.

Evidencias: Ensayo sobre su comunidad (ubicación geográfica y actividades económicas), con texto y fotos.

Como PRODUCTO FINAL INTEGRADOR los alumnos y alumnas evidenciaron su aprendizaje a través de:

Programa radiofónico transmitido a través del programa oficial de la UA de C “Saber Ser”, que conduce la Dra. Alanís, que se transmite a través de la estación “Radio Gente” a nivel estatal del Gobierno del Estado, producido por ellos mismos en colaboración con los alumnos de la preparatoria EMSAD Derramadero, con el Título “Reporteros Por Un Día”, así mismo se les entrevistó en la misma estación sobre su experiencia de su experiencia de haber sido formados en un proyecto como el presente. Bajo criterios de su aprendizaje se montó una exposición fotográfica sobre temas ambientales se produjo un video sobre género que ellos mismos armaron en el programa movie maker.

El compromiso con nuestros niños.

Al comienzo del proyecto, los estudiantes/tutores como promotores y gestores del uso y apropiación de las TICs a través de este proyecto recibimos una asesoría por parte de la directora del proyecto Dra. Juana Alanís que consistía en una explicación del proyecto formativo por competencias, así como la completa información de los talleres registrados y las actividades que conllevaba a realizar, para después ir a la capacitación directa por parte de los instructores/talleristas como responsable de los mismos según su área de especialidad.

Desde el inicio estuvimos muy entusiasmados por participar en éste gran proyecto, pues enseñar y acercar al niño a las tecnologías se ha vuelto una acción solidaria, inteligente y de fácil apoyo hacia las comunidades rurales y a favor de la democratización de la información y al empoderamiento que ello



podría significar a través de conocer los usos y de la misma apropiación de las TICs que a su comunidad ellos podrían desarrollar.

Conocer el funcionamiento de las TIC's es una información ávida y útil para cualquier estudiante en la vida cotidiana y sin importar el nivel de educación al cual se pertenezca, creemos fielmente que aún siendo estudiantes podemos ser participes de la educación no formal, compartiendo nuestros conocimientos y colaborando de ésta forma a las comunidades rurales o semi-rurales.

Derramadero, ejido de Saltillo Coahuila, se encuentra actualmente en desarrollo industrial. Los niños y la comunidad en general mantienen poco acceso a los mmc. Por lo que acercarlos al uso y conocimiento de las TICs representa un camino hacia nuevos retos y formas de entendimiento y expresión sobre sus problemas sociales.

Desde el inicio estuvimos comprometidos con la niñez saltillense, apreciamos sus emociones y sus ganas de aprender cada día más, puesto que para participar en el proyecto, ellos debían asistir un día más a la escuela, para lo que también tanto sus padres como sus maestros, directivos y asociaciones y grupos de la comunidad se sumaron a este esfuerzo.

Cada día pudimos apreciar y entender el contexto cultural de la comunidad, observamos a padres caminando apresuradamente cada sábado por la mañana para llegar a tiempo.

Estuvimos conmovidos, pues al platicar con los padres de familia, éstos nos expresaban el gusto porque sus hijos adquirieran mayores conocimientos, y nos agradecían profundamente

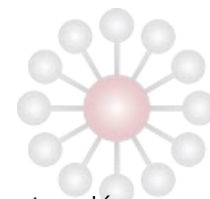
por alentar a sus hijos a saber más como estudiantes.

Desarrollo de competencias

Jóvenes y niños aprendieron jugando y mientras eso pasaba, casi sin darse cuenta, reflexionaron sobre problemas específicos de su entorno, ofrecieron soluciones y desarrollaron competencias en diferentes aspectos y en diferentes niveles.

Desde el diseño de las dinámicas de trabajo se buscó impactar en el desarrollo de las siguientes competencias y otras se reforzaron sin preverlo:

- Capacidad de análisis y síntesis.
- Capacidad de organizar y planificar.
- Conocimientos generales básicos.
- Comunicación oral y escrita en la propia lengua
- Habilidades básicas en el manejo de ordenadores
- Resolución de problemas
- Toma de decisiones
- Capacidad crítica y autocrítica
- Trabajo en equipo
- Habilidades interpersonales
- Comunicarse con expertos de otras áreas
- Apreciación de la diversidad y multiculturalita
- Compromiso ético
- Aplicar conocimientos en la práctica
- Capacidad de aprender
- Capacidad para adaptarse a nuevas situaciones
- Capacidad para generar nuevas ideas
- Liderazgo
- Conocimiento de otras culturas y costumbres



- Habilidad para trabajar de forma autónoma
- Diseño y gestión de proyectos
- Iniciativa y espíritu emprendedor
- Preocupación por la calidad
- Motivación al logro

A manera de conclusión.

Los niños se apropiaron de los medios de comunicación e incluso aprendieron algunos programas básicos de edición y video. La iniciativa fue factor importante de aprendizaje, además del uso de un lenguaje apto que recibieron de nosotros. La educación recibida fue individual y colectiva, pues se dio especial importancia a cada niño para que se sintieran identificados, contentos y aprendieran a manejar correctamente el equipo. Estamos muy contentos con esto, ya que los niños demostraron evidencias significativas de aprendizaje y esto ayudó en su autoestima, pues al ver su producto final y saberse conocedores se mostraban muy felices e interesados cada día.

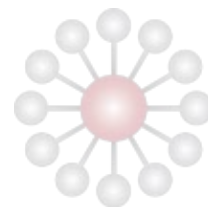
Es una gran gratificación el enseñarle a los niños como funcionan los medios y mostrarles formas mayores de aprovechamiento y apropiamiento que les sirvan para su formación. Con el conocimiento que los niños cuentan ahora sobre las herramientas de las tecnologías vistas en cada uno de los talleres aplicados, es más fácil ampliar la visión que tienen sobre el mundo y sobre todo alentarlos a seguir estudiando cada día más.

La escuela primaria en la que se aplicó este proyecto está ubicada en una zona semi-rural que se ha visto impactada por el creciente desarrollo industrial aledaño a su comunidad,

lo que a la par debería demandar una atención o una nueva mirada desde el sector educativo como polo industrial de desarrollo y demanda de profesionistas con miras a disminuir los problemas sociales, económicos y políticos de la región, no solamente de equipamiento de desarrollo urbano sino también, sociocultural. Cabe hacer mención que también la UA de C a través de esta facultad, trabaja otro proyecto en esa misma comunidad en la preparatoria EMSAD-DERRAMADERO titulado "Radio Internet Comunitaria".

Referencias bibliográficas

- ALARCÓN, R., M. A. ÁVILA, A. DELGADO et al. (2004). "Ciudadanía, participación y desarrollo comunitario" en Encina, Pino, Sierra y Rosa, Participación, comunicación y desarrollo comunitario, España, Diputación de Sevilla,
- ALCOCER, (1990). Investigación acción participativa. En Galindo Cáceres, J. Técnicas de investigación en sociedad cultura y comunicación. México: PEARSON-Addison Wesley Longman
- ALGUACILI GÓMEZ, J. (2002). "Ciudad, ciudadanía y democracia urbana" en Documento Social, N° 119, abril-junio.
- DE BONO, E. (1997). El pensamiento práctico, ciudad de México, Paidós.
- CASTRO, J. A. (2003). "Participación y desarrollo local en el proceso El Reparto" en Encina, Ávila, Fernández y Rosa (coords). Praxis Participativas desde el Medio Rural, España, CIMAS.
- ENCINA, J. Y J. C. MEJIAS. (1997). "Nacionalismo y cultura populares: una lucha por el tiempo y el



espacio”, en Colaborativo de Estudios Marxistas (coords), Nacionalismo-interaccionismo: una visión dialéctica, Sevilla[Bogotá, Ed. Muñoz Moya.

GARCÍA FRAILE, J.A., TOBÓN, S., et al. (2008). “Un nuevo modelo de formación para el siglo XXI. La enseñanza basada en competencias”. Barcelona: Davinci.

GALINDO CÁCERES, J. Técnicas de Investigación en sociedad cultura y comunicación, ciudad de México, Addison Wesley Longman, 1999.

LEMOS, N. (1996). 1964-1995 Juventud Rural, modernidad y democracia en América Latina-Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

LÓPEZ DE CEBALLOS, P. (2000). Un método para la Investigación Acción Participativa, España, Editorial Popular.

ROSA, M. Y J. ENCINA. (2004). “Democracias participativas desde las praxis locales”. Democracias Participativas e Intervención Social Comunitaria desde Andalucía, España.

TOBÓN, S. (2006). “Formación basada en competencias”. Bogotá: Ecoe.

TOBÓN, S. (2008). “Gestión curricular y ciclos propedéuticos por competencias”. Bogotá:

SOBRE LOS AUTORES

Dra. Juana María Alanís Ramírez. Catedrática Investigadora.

Carlos Iván Serrano García y Mariel Coronado Fuentes. Estudiantes de 5° semestre de la Fac. Ccs. de la Comunicación, UA de C.



Internet como herramienta educativa: Del usuario funcional al usuario intelectual

Irma Villalpando Hernández
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Resumen:

Internet es uno de los soportes de información más importantes del mundo actual, como lo fueron la inscripción en piedra, el papiro o el papel. No obstante, es necesario que los diversos agentes sociales, especialmente la escuela, le reasignen funciones y fines educativos orientados al desarrollo de habilidades intelectuales para construir conocimiento.

Transformar la información en conocimiento implica convertir al usuario tradicional de Internet en un gestor crítico; esto le exigiría efectuar verdaderos ejercicios de comprensión lectora, análisis de contenido, discernimiento de datos y, sobre todo, la construcción de significado personal a partir de los múltiples y abrumadores resultados de búsqueda que realice en la red. Se pretende entonces, aprovechar el recurso desde dos aristas: como mecanismo de distribución informativa y como posibilidad de aprendizaje y generación de conocimiento.

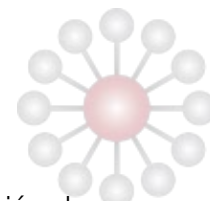
Los problemas del uso de Internet para fines educativos oscilan en la selección, la codificación, la clasificación, la interpretación, el análisis y la síntesis de la información, mismos que provocan la transformación del usuario funcional en usuario intelectual. Sin duda alguna, un tema de educación conferido primordialmente a la escuela formal.

Internet tiene un amplio potencial en temas educativos; y por tanto, con fines de aprendizaje, no obstante, esto se presenta al menos bajo tres problemáticas: garantizar la conectividad en las escuelas, instruir al profesorado en el manejo instrumental del recurso y que la escuela y concretamente el profesor, funja como mediador entre la enormes cantidades de información y el desarrollo de habilidades intelectuales superiores por parte de los alumnos [tesis de la presente ponencia]; si ello fuera posible, transitaríamos de la Sociedad de la Información a la Sociedad del Conocimiento.

Palabras Clave: Internet, educación, escuela, sociedad, alumno.

El informe Delors (1996) sobre educación para el siglo XXI expone que los sistemas educativos deben proporcionar el uso de las tecnologías en el espacio escolar desde diferentes perspectivas: propiciar el conocimiento continuo, fomentar la

igualdad de oportunidades, constituir un medio de socialización o nuevas herramientas para comprender el mundo; en definitiva, proporcionar las bases de una ciudadanía adaptada a la Sociedad de la Información. En este sentido, es



dable pensar que la escuela no puede atrasarse ni en materia de comunicación ni en los instrumentos de aprendizaje que son habituales al entorno actual; tampoco puede quedar desligada del compromiso social, mismo que toma de bandera la muy conocida frase “preparar para la vida”.

En este sentido, parece que en general las escuelas no han integrado pedagógicamente el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación—en adelante TIC—, y la mayoría de los docentes que las usan suelen hacerlo de manera técnica y superficial (como instrumento de trabajo o como fuente informativa), esto provocado por la falta de una seria reflexión sobre el planteamiento didáctico. Debido a esto, más allá de una cierta alfabetización digital, las TIC no han supuesto cambios significativos en los procesos de enseñanza/aprendizaje, ni una mejora en la calidad de los aprendizajes de los estudiantes.

Consideramos que las TIC y en concreto Internet, puede ser un valioso recurso para la construcción del aprendizaje dentro del entorno escolar, siempre y cuando existan mediaciones docentes reflexivas que impulsen el tránsito del usuario funcional al usuario intelectual.

Se propone el uso de Internet como una herramienta muy valiosa para la generación de aprendizajes en los alumnos y el desarrollo de habilidades intelectuales. Los fines se enfocan hacia la construcción de aprendizajes, y los medios a la creación de dispositivos que transmitan eficientemente el insumo de conocimiento: la información.

Sería redundante y trivial argumentar sobre la gran utilidad del uso de Internet en particular o de las TIC en general, argumentando que su pertinencia obedece al ahorro de tiempo y a que obtenemos información con rapidez. Este discurso, de base

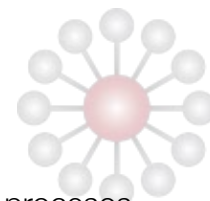
racional en lo que respecta a la información, basa su argumentación en la necesidad de obtener todos los datos que se necesiten en un periodo corto de tiempo. El criterio del bajo esfuerzo, de la facilidad con la que se accede a la información, es un bien primario; sin embargo acceder así a la información no favorece los procesos de distinción y jerarquización en torno a los datos recabados.

Esta necesidad de instalar un tiempo entre la búsqueda y la reflexión sobre los resultados de la misma para la construcción de conocimiento, es importante en todos los niveles del sistema educativo, sobre todo, teniendo en cuenta que es preciso contar con un marco disciplinario que entienda el mapa de relaciones de los datos, su abordaje epistemológico y metodológico en cada campo de conocimiento.

Por otra parte, la imagen de accesibilidad que se pone a disposición del público a través de los sitios web crearía la ilusión de una democratización del conocimiento; sin embargo, en el mejor de los casos, se trata de una accesibilidad “fría” donde la falta de mediación oculta la imposibilidad de construir relaciones cognitivas verdaderas.

Los problemas auténticos con el uso de Internet para fines educativos oscilan en la selección, la codificación, la clasificación, la interpretación, el análisis y la síntesis de la información (Lion, 2006) que derivan en la transformación de los datos en conocimiento. Éstos refieren a un proceso que lleva tiempo y reflexión por parte de los estudiantes; así, la variable tiempo se afirma como relativa pues los periodos de reflexión difieren de los de recolección de datos.

Estas problemáticas nos ubican en la necesidad de seguir pensando la incorporación de Internet a los procesos de aprendizaje de los alumnos y



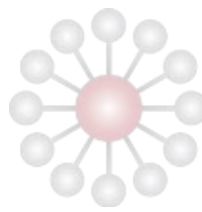
reconocemos que el acceso a la educación ha sido un pilar en las propuestas del liberalismo clásico y del neoliberalismo (Gimeno, 2007). Hoy, nos enfrentamos con la necesidad de ocuparnos por ofrecer algo más que el acceso a la información: el sentido pedagógico de Internet, su integración con los contenidos, los modos en que favorece procesos de construcción de conocimiento, ya que el verdadero problema del usuario de Internet está en la construcción de categorías que le permitan seleccionar, clasificar e interpretar la enorme información a que tiene acceso.

La valoración en torno a la pertinencia de los datos recabados en un campo disciplinar implica una comprensión genuina acerca de un área de conocimientos. Asimismo, en tanto el conocimiento sea frágil, las búsquedas y recopilación informativa sólo serán superficiales. En este sentido, y recurriendo a la metáfora del diluvio informativo, se trataría del “naufragio cognitivo” (Cabero, 2007), en tanto los alumnos se pierden en la construcción del conocimiento. Los procesos de lectura y asignación de sentido se trivializan y obstaculizan la reconstrucción crítica de los propios procesos de búsqueda, selección, clasificación y transferencia de la información.

La transformación de los datos encontrados en conocimiento requiere de mediaciones no sólo de índole cognitiva, sino también comunicacional. Como mencionamos, estas revisiones implican la exploración de los recorridos de búsqueda, de los mismos buscadores y metabuscadores, de la información que se escoge y de la que se descarta, de la integración en las tareas académicas, de la participación de los docentes y de los procesos de interacción con otros alumnos, entre otras cuestiones.

Por otra parte, recordemos que los procesos escolares exigen pensar la triada contenido-profesor-educando en interdependencia y dinamismo de roles y funciones; es decir, los contenidos son la información que está lista para ser utilizada, asimilada y reflexionada por el estudiante, quien depende en un primer momento, de la guía del profesor, quien ya no cumple con el rol de autoridad suprema y dueña absoluta del conocimiento, sino como mediador entre los contenidos y los alumnos.

De este modo, las actividades educativas del profesor y las de aprendizaje de los alumnos, permiten el libre flujo de los contenidos. Sin embargo cabe señalar que ni información es sinónimo de conocimiento ni la recepción o el acceso a la información garantiza el aprendizaje. De hecho, la información que se transmite por medio de imágenes, texto o sonidos, no es de ninguna manera la misma, no se aprende de la misma forma y mucho menos se asimila de igual manera la información en las escuelas tradicionales, donde el conocimiento es dictado por los profesores ayudados por una tiza, que por medio de los recursos multimedia y digitales proporcionados por las TIC. Éstas exigen al individuo nuevos recursos semióticos, pues la información se presenta multisensorialmente: sonidos, imágenes, textos, colores y dimensiones virtuales interactúan en tecnologías que llegan a cada vez más miembros de la Sociedad de la Información. Las tecnologías y el usuario interactúan activamente por medio de una conexión a la red en tiempo real; el sujeto accede a un hipertexto o a la llamada carretera de la información; el problema es que no cuenta con estrategias de estudio que le permitan aprovechar, comprender y utilizar óptimamente los contenidos. Por ello es pertinente crear didácticas diferenciadas,



es decir diseños o estrategias metodológicas que contemplen la lógica de mediación simbólica que exigen las TIC y en concreto Internet.

En sentido estrictamente didáctico, orientado hacia la apropiación educativa de Internet, resulta necesario abonar en torno a tres factores que median la interacción del proceso enseñanza-aprendizaje: el conocimiento que habrá de construirse, el rol activo del alumno, y las funciones de guía y orientador por parte del maestro. Para el primer elemento, y en pleno sentido al tema central de la presente ponencia, es pertinente describir las diferencias entre información y conocimiento así como las condicionantes que garantizan el tránsito de un estado a otro. Más adelante, se trazarán algunas vertientes relativas a la función cognitivamente activa de parte del alumno, para finalmente aspirar a un nuevo rol docente que deberá centrar su actividad en el diseño de situaciones o, quizá, en ambientes de aprendizaje orientados preponderantemente al desarrollo de habilidades intelectuales por parte de los alumnos.

De la información al conocimiento

Es comúnmente aceptado que la información es un conjunto de datos asociados a un campo determinado y se reconoce por su carácter transmisible; es decir, susceptible de transferir en paquete. Si observamos dicha información desde ángulos diversos, si hacemos reacomodo de sus datos y le damos un nuevo orden (auto estructura), coherente y lo suficientemente consistente (lógica) y original (creatividad), podemos decir que estamos aprendiendo; que estamos generando nuestro propio conocimiento. Así pues, el constructivismo entiende que la generación de conocimiento es una actividad interna del sujeto, y que éste, al momento de comunicarlo, o de transferirlo, seguramente lo

convierta en información.

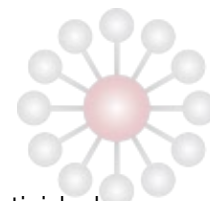
Desde esta arista, entendemos que el conocimiento constructivista es de carácter personal e intransferible, es un sustantivo que comporta posesión y que es el resultado de la interacción del sujeto con el medio, sea éste a partir de libros, exposiciones o sistemas digitales.

A detalle, y para avanzar en las diferencias: sobre la diada información-conocimiento, diremos que la primera es vista como objeto y no como proceso, prescinde del sujeto que la genera y de quien la recibe. Desde esta perspectiva, la información es un conjunto de elementos relaciones con alguna forma de materialidad asociada al tiempo (González, 2007). Esta construcción conceptual de la información es la que dará sentido a la reflexión que abordaremos en la lógica de intervención que sigue el alumno con el empleo de Internet.

Carina Lion (2006) en su texto *Imaginar con tecnologías* alude a las diferencias entre información y conocimiento, y argumenta que la información es discreta, lineal; en cambio: “[...] el conocimiento está dispuesto en redes conceptuales con conexiones significativas entre nodos de sentido y significación”.

De lo anterior, podemos considerar que la información es solamente un insumo o base para que los estudiantes piensen, comprendan, relacionen y generen conocimiento.

Por otra parte, ante el diluvio informativo, la educación actual debe promover en el alumno su capacidad para distinguir la información valiosa y significativa de la irrelevante. Tal distinción implica medir cualitativamente las informaciones y sopesarlas de acuerdo a un marco referencial previo que deberá construir el alumno. Sería algo que en palabras de Ausubel (2000), obligaría a que las ideas previas colisionen con las nuevas para



llegar a una resolución de aprendizaje. Sin embargo, para hacer contrastar ideas previas con nuevas o esquemas anteriores con nuevos –siguiendo a Piaget– requerimos breve espacio detenernos al papel de la memoria, como una función cognitiva que posibilitará posteriores habilidades en la generación del conocimiento.

El concepto □digámoslo así□ “tradicional” de la memoria nos remite a la construcción de un espacio mental donde se conserva fragmentos o pedazos de información. Este modelo responde a una concepción de memoria como tabla archivo o base de datos; acceder a datos almacenados en la memoria implica el recuerdo literal y organizado de la información. Las ciencias cognitivas actuales, buscan proponer una nueva forma de comprender la memoria tomando en cuenta conceptos matemáticos, como sistemas de ecuaciones y, de manera complementaria, modelos biológicos en términos de redes que simulan el comportamiento de redes neuronales. De esta manera, una red neuronal va reteniendo información a lo largo de un proceso de distinciones, selecciones, comparaciones y decisiones dentro de los elementos de la propia red. Esto es, la memoria literal no funciona para la explicación del trabajo en Internet, se aspira más a una memoria que ponga en diálogo construcciones anteriores dinámicas y flexibles y la nueva información que se le presenta. Valga la digresión, solamente para establecer que a partir de esta memoria de construcción comprensiva el educando discernirá la información que usará para su aprendizaje¹. Esto es, para que la información sea útil para la generación de

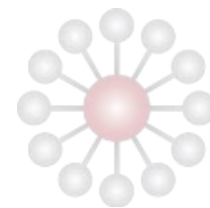
conocimiento, se requiere una serie de actividades cognoscitivas que se resguarde en la memoria y posibilite el desarrollo de actividades de reflexión y toma de decisiones por parte del alumno.

El acto de conocer, esencialmente humano, requiere del manejo de información; ésta nos permite evocar, anticipar y construir situaciones, objetos y experiencias de manera virtual sin que estén presentes empíricamente y, por su valor simbólico, podemos compartirla y no la perdemos. Con la información, interactuamos con los objetos de la realidad con base en abstracciones e inferencias que nos permitan igualmente desarrollar y mejorar nuestra forma de coordinar acciones con otros. A esta capacidad para coordinar acciones le llamamos comunicación. No hay conocimiento sin información, aunque puede haber información sin conocimiento.

Una sociedad que integra las TIC a su cultura no solamente es aquella que navega en Internet para bajar o compartir música, o en la que sus jóvenes son expertos en videojuegos. Tampoco tiene que ver con la cantidad de artilugios o dispositivos tecnológicos (gadgets) que se use en nuestra vida cotidiana, ni con la cantidad de personas con las que se mantenga una relación virtual en los chats, en el correo electrónico o en nuestro propio blog. Ni mucho menos, “saber computación”, que en la mayoría de los casos suele entenderse como la habilidad para usar un paquete de software como el Microsoft Office. Es una falacia, mundialmente impuesta, contra la que hay que luchar abiertamente desde los países pobres o periféricos en el sistema-mundo, sostener que a más computadoras, mayor educación.

Estamos vinculados en la Sociedad del Conocimiento, no cuando llevamos computadoras a la escuela o cuando los niños reciben clases

1 Esta memoria comprensiva seguramente hace alusión a la generación de esquemas conceptuales de corte piagetiano, donde los niveles de comprensión del mundo estaban dados por estructuras o marcos referenciales que posibilitan la inteligibilidad con el entorno.



con la pizarra digital, ni siquiera al integrar el uso de software o de simuladores a la enseñanza de contenidos; estamos en la Sociedad del Conocimiento al proponernos desarrollar en los alumnos habilidades cognitivas y marcos interpretativos para que puedan organizar la información y mantener, en todo momento, una mirada reflexiva y crítica de su entorno.

De lo anterior, podemos concluir que toda tecnología de la información y la comunicación deberá ser una tecnología de conocimiento. Si no avizoramos como objetivo de Internet la generación de conocimiento, entonces estamos ante tecnologías que mediatizan, que reproducen, que enajenan; son, pues, tecnologías del desconocimiento.

Esta generación de conocimiento produce saber, y con él se puede modificar, reorientar, corregir y transformar cualquier acto; a eso se le llama poder. “Todo saber genera poder y todo poder genera saber”, nos dijo Foucault (1976) desde la historiografía. “Todo conocer es hacer y todo hacer es conocer” nos dice desde la biología Maturana (1998) y “Sólo podemos conocer actuando sobre los objetos”, nos planteaba desde la psicogénesis, Piaget (1976).

Rol del alumno

El uso de Internet con fines de aprendizaje exige que el alumno sea, siguiendo a Juan I. Pozo (2002), un aprendiz estratégico, el cual se concibe como aquél que toma decisiones conscientes e intencionales en función de unos objetivos de aprendizaje y de condiciones contextuales variables. Actuar estratégicamente en calidad de buscador de información supone, pues, interpretar adecuadamente las claves del contexto de búsqueda con el fin de adoptar las decisiones que puedan contribuir a seleccionar los datos más

pertinentes a la consulta realizada.

En su tesis doctoral, Marta Fuentes (2009) propone tres fases para que el alumno transite en Internet de búsquedas superfluas de la información a estrategias que posibiliten aprendizajes contextuales y significativos.

FASE 1: Análisis de la consulta

El aprendiz debe decidir sobre el sentido y la naturaleza de la búsqueda y tener claro cuál es la finalidad de la misma. Dicha indagación implica tres niveles de comprensión: La definición del tópico a elegir (búsqueda literal), la argumentación del tema (por qué y para qué se realizará) y, por último, la valoración de las posibles rutas de la búsqueda, su contrastación y la elección más idónea (meta cognición).

FASE 2: Planificación de la búsqueda

Cuando el alumno elige utilizar Internet, tiene dos caminos de uso: el incidental, llamado también zapping, que es cuando de manera casi azarosa va encontrando y guardando diversas informaciones; contrariamente se encuentra el buscador activo, que tiene patrones selectivos de la información y marcos referenciales que le permiten elegir y proponer sus propias rutas de indagación.

FASE 3: Autorregulación de la búsqueda

Esta fase es de decisión, pues el alumno debe elegir los documentos que definitivamente empleará e iniciará la identificación de información concreta con la que trabajará.

Aquí, se esbozó alguna orientación hacia prácticas autorreguladas de búsqueda de información dando relevancia a las decisiones estratégicas que tendrían que seguir los alumnos, enfatizando que la función de estos últimos, no se reduce simplemente en la búsqueda de conocimientos prácticos para usar Internet; más allá de eso, y a manera de Gilster en su libro *Digital Literacy* (1997),



lo que se requiere del alumno del siglo XXI es que “domine ideas y no teclados”.

El rol del profesor

La formación del profesorado, es sin duda, un buen camino para lograr transformaciones en la práctica educativa, sabemos que las nuevas tecnologías no representan en sí mejoras a la educación, pero que la transformación de los maestros sí (Area, 2001). Para analizar el papel del docente frente a la inserción de las TIC como medios de enseñanza-aprendizaje, existen diversas líneas de investigación. Una de ellas lo observa como usuario de medios y nuevas tecnologías; es decir, se evalúan sus competencias técnicas con los recursos digitales y lo observa como el eje en el diseño de la acción didáctica. Esta vertiente enfatiza la formación profesional del docente en medios distinguiendo su conocimiento formal y práctico con el uso de tecnologías (Cabero, 2007).

Esta perspectiva no es el planteamiento esencial de la presente argumentación. No es el docente utilizando las TIC de manera eficiente lo que hará una reflexiva y constructiva intervención de las mismas dentro de la educación formal. Nos distanciamos de la perspectiva de la Tecnología Educativa que observa en sí misma a los medios tecnológicos solamente como recursos didácticos. Se pretende, por el contrario, que el docente reflexione sobre las diferentes opciones que tiene para lograr la participación activa auto-estructurante del alumno. En este sentido, la importancia del profesor es fundamental sólo en la medida en que propicia en su alumno conflictos cognitivos.

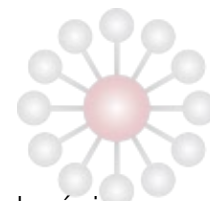
Se proponen algunas pistas que debe seguir el maestro para lograr en los alumnos acciones auto-estructurantes respecto a la realidad simbólica circundante.

Por una parte, la inserción de las TIC a la educación no se presenta de manera automática simplemente con el manejo del instrumento; esto es, solamente que el profesor maneje adecuadamente los recursos digitales, sino que a su vez construya una nueva cultura de aprendizaje, una construcción que implique su propia transformación. Un cambio de rol que lo aleje de ser un mero medio transmisor y lo acerque más a ser un diseñador de estrategias de aprendizaje, guía en la realización de proyectos y mediador en debates y discusiones que generen aprendizajes colaborativos.

De acuerdo a J. I. Pozo (2006), para cambiar la educación es necesario revisar las concepciones que tienen los profesores de aprendizaje, las cuales se construyen como herencia cultural, legado implícito de formas de ser, de estar y de pensar. Estas herencias que nos sitúan como sujetos histórico-sociales, actúan sobre nosotros de manera implícita.

Las creencias constituyen la base de nuestra vida, el terreno sobre el que acontece. Porque ellas nos ponen delante lo que para nosotros es la realidad misma. Toda nuestra conducta, incluso la intelectual, depende de cuál sea el sistema de nuestras creencias auténticas. En ellas nos movemos, vivimos y somos. Por lo mismo, no solemos tener conciencia expresa de ellas, no las pensamos, sino que actúan latentes, como implicaciones de cuanto expresamente hacemos o pensamos (Ortega, 1999).

En este sentido, tendríamos que plantear en un primer momento la posibilidad de explicitar lo latente; el profesorado requiere una reflexión profunda de sus concepciones de enseñanza y de aprendizaje, deberá identificarse como sujeto producto de un complejo entramado de creencias y valores culturales que lo influyen y lo determinan.



En la medida que reconozca el legado histórico que sin testamento le ha sido conferido (Pozo, 2006), podrá decidir si continúa con tal reproducción o decide reconocerse como sujeto activo de cambio, con capacidad de aprender y desaprender constantemente. Hablamos, entonces, de una segunda herencia que él tendrá que construir si así lo desea, una herencia que a partir de la reflexión, propiciará una nueva cultura del aprendizaje.

Además de la influencia histórico-cultural como factor determinante de las concepciones que tiene el profesorado, podemos atisbar también investigaciones que reflexionan en torno al tema de la cultura social del gremio dentro de las instituciones escolares.

Para finalizar, recurriremos a uno de los autores más reconocidos dentro de la investigación actual de la formación del profesorado, el sociólogo Andy Hargreaves (1996) quien ha realizado valiosos aportes para comprender la cultura laboral de los docentes en nuestra época. Nuestro autor, identifica la problematización que sufre el profesor actual y lo hace a través de diversos cuestionamientos que sin duda alguna tienen relevancia y vigencia para el tema de análisis.

“¿Cuál es el sentido de la escuela actual? ¿Qué papel ha de jugar en la Sociedad del conocimiento? ¿Qué conocimiento es importante? ¿Cómo incorporar los problemas sociales dominantes? ¿Seguimos siendo profesores o vamos a ser entrenadores?” (Hargreaves, 1996).

El profesor de nuestro siglo sin duda se enfrenta a retos y demandas de mayor complejidad que en tiempos anteriores, contradictorias entre sí, y que conllevan una fuerte dosis de incertidumbre y riesgos en la toma de decisiones. Será él quien tenga la posibilidad de transformar las prácticas de cultura escolar y sistemas de aprendizaje,

solamente su intervención estratégica, pedagógica y teleológica hacia el conocimiento conducirá una verdadera transición del alumno funcional al alumno intelectual.

Bibliografía

Area M. (2001), *Educación en la sociedad de la información*. Bilbao, Descleé de Brouwer.

Ausubel, David. (2000), *The acquisition and retention of knowledge: A cognitive view*, E.U. University New York.

Cabero, A. (2007). *Nuevas Tecnologías aplicadas a la educación*. Madrid, McGrawHill.

Delors, Jacques. (1996). *La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional para la Educación del siglo XXI*. París, UNESCO.

González, J. (2007). *Cibercultura e iniciación a la investigación*. México, Conaculta.

Hargreaves, Andy. (1996) *Profesorado, Cultura y Postmodernidad*. Madrid, Morata

Maturana H. y Varela, F. (1998), *El árbol del conocimiento. Raíces biológicas del conocimiento humano*. Londres, Universidad de Boston.

Ortega y Gasset, (1999). *El tema de nuestro tiempo*. Madrid, Revista de Occidente.

Pozo, J. I. (2002). *Aprendizaje estratégico*. Madrid. Santillana.

Pozo, J. I. et al., (2006) *Nuevas formas de pensar la enseñanza y el aprendizaje. Las concepciones de profesores y alumnos*. Barcelona, crítica y fundamentos, Barcelona.

Fuentes, M. (2009) “Naufregar en Internet. Estrategias de búsqueda de información en redes telemáticas”. Disponible en: <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/0109037/fuentes.html>.



La política oficial de inclusión digital para los pueblos indígenas

Un estudio de caso: Los Matlatzincas

Jaime Enrique Cornelio Chaparro
Angélica Berenice Hernández Chávez
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

Resumen

El vertiginoso progreso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en el contexto de lo que hoy conocemos como Sociedad de la Información, ha representado la gran apuesta para promover el desarrollo equitativo y justo entre países, regiones y sectores sociales, mediante el acceso generalizado y uso apropiado de estas tecnologías. En América Latina como en otros países del mundo se han venido implementando estrategias nacionales para acercar las nuevas tecnologías a sectores de la población que poco o nulo acceso han tenido a ellas, donde se destacan los programas para la instalación de Centros Comunitarios Digitales (CCD) principalmente en zonas rurales y apartadas.

En nuestro país, a través del Sistema Nacional e-México se han instalado más de 10 mil (CCD) a lo largo y ancho del territorio nacional, en zonas tanto urbanas como rurales para que la población de una manera incluyente y cercana, tenga acceso a la tecnología y a la conectividad. En 2005, a tres años de haber iniciado el programa, se habían instalado ya mil trescientos CCD en comunidades pertenecientes a varios grupos lingüísticos del país, administrados por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI).

No obstante la amplia cobertura del proyecto, no hay registros de seguimiento que permitan conocer cuáles han sido hasta ahora los resultados de la implantación de estos centros, ya que más allá de las cifras oficiales, lo que interesa saber es hasta qué punto han contribuido al desarrollo comunitario; si han tenido algún impacto en las pautas culturales y sociales de los diversos grupos lingüísticos, si se ha dado la articulación entre el aprendizaje individual y las instancias colectivas de capacitación que son propias de las formas comunitarias para la transmisión de conocimientos, etcétera.

De lo anterior se desprende la necesidad de realizar estudios intra-comunitarios que permitan aportar elementos para el establecimiento de políticas y programas encaminados a promover un mayor aprovechamiento para el desarrollo de las comunidades indígenas donde se han instalados los Centros Comunitarios Digitales.

El objetivo de este trabajo es conocer las formas de uso y apropiación de los miembros de la comunidad indígena matlatzinca, donde fue instalado un Centro Comunitario de Acceso, dentro del programa Sistema Nacional e-México.

Palabras clave: Indígenas, Uso y apropiación, Internet



Introducción

El acelerado desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), ha llevado a los distintos países del mundo al establecimiento de políticas, leyes y reglamentos encaminados a reducir lo que se ha denominado “Brecha Digital”. En este contexto, en septiembre del 2000 se llevó a cabo la Cumbre del Milenio, convocada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), donde se estableció como uno de los objetivos prioritarios (además de objetivos orientados a tomar las medidas necesarias en la lucha contra la pobreza, el analfabetismo, el hambre, la falta de educación, la desigualdad entre los géneros, la mortalidad infantil y materna, la enfermedad y la degradación del medio ambiente, entre otros), el de fomentar una asociación mundial para el desarrollo mediante la cooperación con el sectores privado, para dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente las de la información y las comunicaciones.¹

Un año después, en 2001, se creó el “Programa Información para Todos” (UNESCO), con la finalidad de ser una plataforma para el debate de políticas y acciones para promover el fácil acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación, así como abrir el debate de las consecuencias de la utilización de las mismas, reconociendo el acceso libre y universal a las TIC’s como un valor fundamental en el desarrollo de las naciones”.²

1 Cumbre del Milenio, 2000. Disponible en: <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/global.shtml>

2 Programa de Información para Todos, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. 2010.

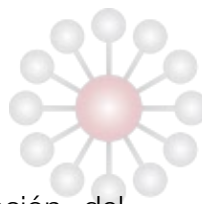
En 2003 se continuó con la primera fase de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (CMSI), en Ginebra, Suiza, donde la Organización de las Naciones Unidas, en conjunto con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), convocaron a los distintos países miembros para que juntos formularan estrategias para disminuir la brecha digital, considerando que los países no desarrollados contaban con menos presupuesto que los desarrollados.

La segunda fase se efectuó en el mes de noviembre de 2005, en Túnez, donde se establecieron como objetivos prioritarios para la eliminación de la brecha digital:

- Reconocer que el internet se ha convertido en un recurso mundial disponible y necesario para la sociedad y su desarrollo; por lo cual es necesario crear políticas para su gobernanza.
- Digitalizar el patrimonio cultural e histórico para el beneficio de las generaciones futuras.
- Acentuar la importancia a la protección del patrimonio indígena y legado cultural, dentro del desarrollo de la sociedad de la información.

Sobre este último punto, se estableció el compromiso de incluir dentro de las nuevas tecnologías el uso de las lenguas indígenas, para facilitar la inclusión de los pueblos dentro de la sociedad de la información.³

3 El compromiso de Túnez, Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información 2005.



El caso de América latina

Para responder a las exigencias de la Sociedad de la Información, durante los últimos 10 años en distintos países de América Latina han se han venido tomando acciones por parte del Estado, el sector privado y la sociedad civil para la instalación de cibercafés, infocentros o telecentros. No obstante, un estudio realizado por la CEPAL en 2009, señala que:

Para la mayoría de la población es difícil acceder a estas tecnologías, sobre todo si presentan algún grado de exclusión social, ya sea por los bajos ingresos económicos, el aislamiento geográfico de las zonas rurales; o porque pertenecen a sectores tradicionalmente marginados como grupos étnicos, discapacitados y adultos mayores. (Celedón y Razeto, 2009: 79)

Señala además, que el factor cultural es un elemento que incide en la actitud hacia la tecnología, ya que el idioma y las tendencias culturales son de suma importancia para la incorporación de estas herramientas en la vida cotidiana.

Finalmente, otro factor que condiciona el uso efectivo de las TIC's tiene que ver con la existencia de contenido y aplicaciones de utilidad para la población. De nada sirve lograr condiciones de conectividad si la gente no percibe qué hacer con las TIC's además de aplicaciones de correo electrónico y de navegación en Internet.

Como fue señalado por María Angélica Celedón y Alicia Razeto

El desarrollo de herramientas de gobierno-e, comercio-e, educación-e, salud-e, se constituye en un factor

complementario a la masificación del acceso, que es necesario promover (...) Los programas de acceso público, impulsados por la sociedad civil, el sector privado o el Estado, constituyen una alternativa viable y pertinente para hacer frente a los desafíos." (Celedón y Razeto, 2009: 79-80)

El número de telecentros en los países de la región han aumentado rápidamente y sus aportes no se reducen a generar condiciones físicas de acceso, sino también, a propiciar espacios de capacitación para el uso de estas tecnologías y desarrollo de la población. No obstante, la conclusión a la que se llegó a través de este estudio, indica que este tipo de iniciativas surgen en su mayoría de forma aislada, sin formar parte de una política pública que cuente con el apoyo de los gobiernos para su implementación y sostenibilidad.

Sistema nacional e-México

En nuestro país, se estableció el sistema e-México como política oficial para disminuir la brecha digital. Dicho programa tuvo su fase inicial en el periodo de noviembre de 2000 hasta abril de 2001. Siendo su lanzamiento el 16 de Julio de 2002, quedando a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes del gobierno Federal. Se estableció como:

Política Pública, que integra y articula los intereses de los distintos niveles de gobierno, de diversas entidades y dependencias públicas, de los operadores de redes de telecomunicaciones, de las cámaras y asociaciones vinculadas a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC's), así como de diversas instituciones, a fin de ampliar



la cobertura de servicios básicos como educación, salud, economía, gobierno y ciencia, tecnología e industria, así como de otros servicios a la comunidad (...) diseñado por el Gobierno de México para conducir y propiciar la transición de México hacia la sociedad de la información y el conocimiento, diseñando los servicios digitales para el ciudadano del siglo XXI. (Margáin, 2003: 4)

Además, se plantea como una opción para generar alternativas de sistemas tecnológicos de contenido social, que ofrezcan oportunidades y herramientas por medio de las nuevas tecnologías con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los mexicanos, llevando Internet gratuito a todo el país.

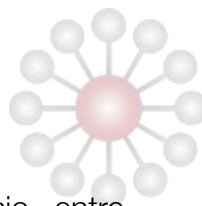
Los principales objetivos que busca este Programa son los siguientes:

1. Acelerar la penetración de servicios de Telecomunicaciones e informática, con la finalidad de que estén en todo el territorio nacional y al alcance de toda la población.
2. Renovación Tecnológica y demanda de servicios.
3. Brindar nuevas opciones de acceso a la educación y capacitación; que estimulen el aprendizaje y que la educación sea accesible para cualquier persona.
4. Facilitar el acceso a los profesionales de la salud del país. El acceso a servicios y contenidos de salud a distancia, que permita mejorar el nivel del bienestar de la población.
5. Promover la competitividad de las pequeñas y medianas empresas, tanto dentro, como fuera del país.

6. Integrar a través del sistema e-México a los diversos grupos lingüísticos y étnicos de México; a mexicanos en el extranjero y a personas con discapacidad.
7. Garantizar mecanismos jurídicos, la regulación y aspectos tarifarios, adecuados para el desempeño del sistema e-México, en condiciones de certidumbre, transparencia y seguridad para garantizar el derecho a la intimidad y la informática de los usuarios, así como valores éticos y sociales de los mexicanos.
8. Coordinación con los diferentes grupos participantes (públicos y privados) en el desarrollo de la administración; operación mantenimiento, control y financiamiento de éste sistema.
9. Despliegue del programa e-México, garantizando fuentes de financiamiento internacionales y nacionales, para que el programa sea rentable.

El 6 de junio de 2003, fue inaugurada la Primera Red Satelital e-México, cubriendo tres mil doscientas localidades del país, incluidas las Cabeceras Municipales, para dar servicio a más del 60% de la población, como se observa en el siguiente gráfico:





Cobertura de los Centros Comunitarios Digitales (CCDs), del Sistema Nacional e-México

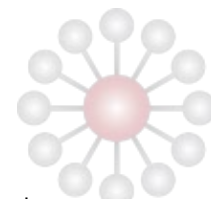
El programa e-México cuenta con la participación de la iniciativa privada a través de empresas como: Axtel, Alestra, Unefon, Pegaso, Iusacell, Telcel, Avantel, Bestel, Telmex; así como el Centro Nacional de Desarrollo Municipal y el sistema de Información de desarrollo Municipal, ambos de la Secretaría de Gobernación y Funcionarios del sector de Comunicaciones y transportes.

El Programa está organizado en tres ejes rectores para su desarrollo:

1. **Conectividad:** para incrementar las infraestructuras y cobertura de servicio telefónico en los hogares mexicanos. Así como crear una red de Centros Comunitarios Digitales (CCDs) que provean conectividad a poblaciones y familias que no cuenten con infraestructura de telecomunicaciones.
2. **Contenidos:** Con la finalidad de llevar a cabo los objetivos mencionados, se crearon los siguientes proyectos:
 - e-Educación: Impulsa innovadores sistemas con el uso de las nuevas tecnologías de comunicación y de información
 - e-Salud: Facilitará el acceso a servicios y contenidos de la salud a distancia que permita mejorar el nivel de vida de la población, a través de telemedicina, educación a distancia, expediente clínico digital.
 - e-Comercio: Enfocado a las comunidades indígenas. Para artesanos, talleres, maquiladoras instaladas en comunidades rurales que permita el comercio entre comunidades, municipios y estados.
3. **Sistemas:** Portal de portales, para ofrecer –a través de una sola cara- A) a la mayoría de los ciudadanos, en función de sus propias necesidades. B) NAP (Punto Neutral de Acceso a Red) para optimizar a los contenidos de e-México, sin necesidad de que el tráfico entre operadores de México salga del País. C) Data center (Centro de Cómputo de Gobierno) para concentrar los sistemas que van a operar a e-México.

De los ejes señalados, sobresale la instalación de Centros Comunitarios Digitales (CCDs), puesto que por medio de ellos se pretende llegar a los ciudadanos de todos los estados y de todas las edades, con la finalidad de aumentar el número de alfabetizados digitalmente y sin costo alguno.

A partir del 9 de febrero de 2009 la Coordinación del Sistema Nacional e-México se convierte en Coordinación de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (CSIC). Con este cambio se pretende dar un nuevo impulso a los motores de desarrollo



y progreso, que son parte de las características de la Sociedad de la Información y el Conocimiento a nivel global. Para ello, se redefinieron algunos aspectos, entre ellos la definición del programa en sí, pues ahora la Coordinación de la Sociedad de la Información y el Conocimiento es la responsable de proponer y conducir las políticas para el desarrollo, implementación y coordinación del Sistema Nacional e-México, formulando y proponiendo estrategias, programas y sinergias en el desarrollo de proyectos particularmente en materia de Conectividad, Contenidos y Sistemas.

Promoviendo y coordinando estudios, investigaciones y acciones que coadyuven al desarrollo y adopción de las tecnologías de la Información y las Comunicaciones, contribuyendo al mejoramiento del uso y aprovechamiento de estas tecnologías entre las dependencias de la Administración Pública Federal, y entre ésta y los gobiernos de las entidades federativas y de los municipios, así como con la población en general.⁴

De esta manera, la Coordinación tendrá la labor de incluir a dependencias y entidades para formar parte de esta Sociedad de la Información y el Conocimiento, lo cual implica la conectividad, sistemas y contenidos, y su vigilancia. Así mismo, promover el acceso universal a los servicios digitales a través del apropiamiento de nuevas tecnologías para que la población, sobre todo la más vulnerable, tenga acceso a una mejor calidad de vida para así incrementar su desarrollo social y humano.

Un punto muy importante es el trabajo a realizar

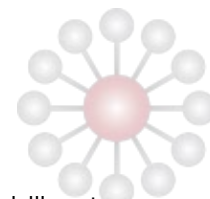
⁴ Coordinación de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (CSIC), de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. <http://www.sct.gob.mx/coordinacion-de-la-sociedad-de-la-informacion-y-el-conocimiento/browse/3/>

sobre la mejora de las leyes y reglamentos que faciliten el desarrollo acelerado de Internet, incorporando los factores de educación, salud, economía y gobierno, así como fomentar el desarrollo de la investigación e innovación para dar continuidad a las estrategias y propuestas iniciales del Sistema Nacional e-México, sobre todo en lo que respecta a la propagación y difusión de los CCD's.

Centros comunitarios digitales

Los Centros Comunitarios Digitales (CCDs) son espacios públicos con acceso a internet gratuito, cuya finalidad es que se aprovechen éstas herramientas como medida de aprendizaje. Se encuentran ubicados principalmente en escuelas, bibliotecas, centros de salud, sitios de correo y oficinas de gobierno, pero sobre todo en aquellas zonas que son consideradas de alta marginación. No obstante, como señala Sandoval (2006), no existe un criterio definido para determinar donde construir los Centros Comunitarios Digitales, pues en algunas de las comunidades de alta marginación, no cuentan con una infraestructura suficiente, e incluso se tienen que adaptar espacios o reducir el espacio de las bibliotecas de los municipios para instalar los equipos.

La filosofía del Centro Comunitario Digital consiste en que éste es apadrinado por una dependencia o institución gubernamental, que es la que proporciona tanto el mobiliario como el equipo de cómputo. Por su parte, el Sistema Nacional e-México proporciona todo lo relacionado con la conectividad satelital para proveer los diversos servicios digitales. De esta manera, los CCDs pueden estar a cargo de instituciones como: la



Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), la Dirección General de Bachilleratos (DGB), al Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), el Instituto Nacional de Educación para Adultos (INEA), la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en conjunto con el Instituto Mexicano del Transporte (SCT-IMT), Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), Servicio Postal Mexicano (SEPOMEX), Secretaría de Salud (SSA), en conjunto con el programa Oportunidades y Telecomunicaciones de México (TELECOM).

La siguiente tabla muestra el número de Centros Comunitarios Digitales, por institución a nivel nacional:

INSTITUCIÓN	NÚMERO DE CCD ADMINISTRADOS
Secretaría de Educación Pública (SEP)	3393
Instituto Nacional de Educación para Adultos (INEA)	1572
Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)	820
Secretaría de Salud (SSA)	621

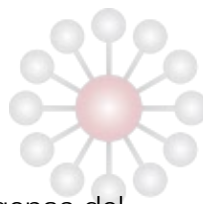
Dirección General de Bibliotecas (DGB)	413
Secretaría de Salud-Oportunidades	409
Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED)	153
Centros de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)	32
Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI)	21
Telecomunicaciones de México (TELECOM)	13
Servicio Postal Mexicano (SEPOMEX)	2
Secretaría de Comunicaciones y Transportes-Instituto Mexicano del Transporte (SCT-IMT)	1
Total	7450

Fuente: Programa e-México. "Ubica tu centro comunitario digital".

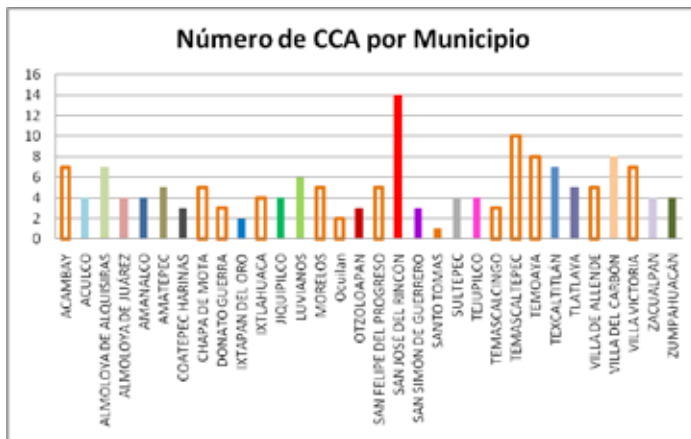
CCD'S en el Estado de México

De los 7,450 CCDs señalados en el cuadro anterior, 337 pertenecen al Estado de México; 160 están ubicados en 32 municipios considerados de alta marginación, entre ellos 12 municipios donde se encuentran ubicadas las comunidades indígenas. En todos los casos, los CCDs están a cargo de la Secretaría de Desarrollo Social.⁵

⁵ Datos proporcionados por Sandra Morales, Jefa de de los Centros Comunitarios de Acceso (CCA) en el Estado de México.



En las comunidades indígenas, los CCDs se ubican en pequeños espacios acondicionados para su funcionamiento y en las bibliotecas de las cabeceras municipales, dónde han sido aceptados como una ayuda para las actividades escolares y en los cuales la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) pretende rescatar la lengua originaria.



Municipios con zonas indígenas

Fuente: Base de datos de los Centros Comunitarios de Acceso en el Estado de México 2009.

Los Matlatzincas

El pueblo indígena Matlatzinca está localizado en la comunidad de San Francisco Oxtotilpan, municipio de Temascaltepec, en el Estado de México. Según el Censo General de Población y Vivienda 2000 (INEGI, 2000), la comunidad de San Francisco Oxtotilpan tiene alrededor de 2,000 habitantes, que son hablantes de la lengua indígena matlatzinca.⁶

El matlatzinca es uno de los pueblos indígenas del país que mayor desintegración ha sufrido desde la época de la Conquista hasta la actualidad. De haber sido un grupo que ocupaba un amplio territorio en la época prehispánica, el correspondiente a los actuales estados de Michoacán, Guerrero y México, se ha reducido a esta sola comunidad.

En la época prehispánica, este grupo lingüístico ocupaba un extenso territorio y en consecuencia su población era significativamente más elevada que la nahua, mazahua u otomí. Sin embargo, en la actualidad el fenómeno se ha invertido, siendo estos tres grupos quienes cuentan con una población numerosa [...] (Quezada, 1996: 10).

La base económica de la comunidad es la agricultura, pero se cuenta además con la explotación de una mina de arena. Asimismo, el aprovechamiento del agua del río ha facilitado la instalación de criaderos de truchas y, de manera más reciente, se han aprovechado los recursos forestales en la creación de talleres familiares de carpintería.

La propiedad de la tierra, a decir de Korsbaek y González, presenta un cuadro bastante complejo, lo que da lugar a la monopolización y concentración de este recurso.

Existen todas las combinaciones posibles de tenencia de la tierra (y algunas netamente imposibles): aparte de los campesinos que tienen tierras bajo un solo régimen, hay comuneros que son también ejidatarios, hay ejidatarios que tienen propiedad privada, hay pequeños propietarios que son comuneros. Hemos encontrado campesinos que no son ni comuneros ni ejidatarios ni propietarios privados, y que sin embargo tienen tierra [...] (Korsbaek-González, 1999: 295).



Sin embargo, la tierra es escasa en comparación con el número de habitantes, lo que ha obligado a un alto porcentaje de la población a emigrar en busca de trabajo hacia otras regiones como la zona conurbada del Distrito Federal.

En cuanto al sistema de autoridad, se divide en civiles y religiosas. Las primeras están constituidas de la siguiente manera:

- Tres delegados a los cuales les corresponde, ya sea la parte norte, el centro o la parte sur de la comunidad.
- En cada una de las siete colonias se tiene a un jefe de seguridad, un jefe de ronda y un policía.
- Un comisario ejidal, encargado de la distribución de las tierras ejidales, que cuenta con un secretario y un suplente.
- Un representante de bienes comunales que cuenta también con su secretario y suplente, para administrar el uso correcto de las tierras comunales.
- Un presidente de aguas con sus respectivos secretario y suplente, que se auxilia en el cumplimiento de sus funciones por siete jueces de agua, uno por cada colonia, quienes vigilan y autorizan los usos de agua de riego de los cinco canales existentes, así como de la construcción de nuevos canales para su mejor distribución.
- Un vigilante de explote, que autoriza cuántas y cuáles son las zonas de monte a limpiar, cuántos carros de arena por día saldrán de la población. A este personaje se encuentran supeditados los presidentes de tierras ejidales y comunales.

- Un secretario de recaudación. Es el encargado de la recolecta mensual de una cantidad específica por cada persona para sufragar gastos por el desempeño de actividades políticas de las autoridades.
- El representante supremo del pueblo indígena matlatzinca, quien vincula a la población total con los sectores institucionalizados del Estado, como el Consejo Estatal de Desarrollo Integral de los Pueblos Indígenas del Estado de México (CEDIPIEM) y la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI).

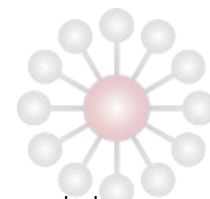
Por lo que toca a las autoridades religiosas, éstas se conforman por el sistema de cargos. Los principales cargos están divididos en dos grupos: los mayordomos y los mbexoques⁷ conformados por seis miembros respectivamente, más la pareja más importante que conforman el 'fiscal' y el 'fiscalito'.

Según la antropóloga Maricela Gallegos Devéze, su concepción del mundo y de la vida, sigue basada en gran parte en sus creencias antiguas.

Tienen una concepción animista de la naturaleza, o sea que consideran que tanto las personas como los animales y las plantas tienen alma, a ello se debe su actitud reverencial hacia la naturaleza y a todo lo que hay en ella [...] (Gallegos, 1998: 101).

Finalmente, es importante señalar que la dinámica por la que atraviesa esta comunidad, al igual que otras comunidades indígenas del estado de México,

⁷ Campaneros o criados.



está marcada por la tensión constante entre lo rural y urbano, es decir, en una constante interacción social, económica y cultural entre diversos grupos sociales, determinada por la inserción al mercado de trabajo externo (principalmente el DF, Toluca y Valle de Bravo) y que va transformando el mundo comunitario al incorporar aspiraciones, prácticas y representaciones más cercanas al medio urbano, al tiempo que otras prácticas y representaciones tradicionales se transforman o pierden vigencia.

Marco conceptual

La noción de uso apareció en la sociología de los medios con la corriente funcionalista de los Usos y gratificaciones en los años 60 y 70. No obstante de que se le acusa por reducir la atracción por las tecnologías a mecanismos de compensación sociológica, estos primeros trabajos abrieron el camino para un análisis del uso que se emancipa de un determinismo unilateral de la técnica sobre la sociedad (Ambrosi, Peugeot y Pimienta (2005).

De manera más reciente los trabajos de Michel de Certeau han tenido una gran influencia en los estudios de usos en Francia o en la corriente británica de los cultural Studies. Lo que ha permitido ampliar la visión más allá de la relación individual de las personas con las interfaces tecnológicas. La base o el sustento de su propuesta nace a partir de reconocer la capacidad de los individuos para la autonomía y la libertad. En este sentido, el abordaje consiste en detectar los mecanismos por los cuales los individuos se vuelven sujetos que manifiestan formas de autonomía en un conjunto muy amplio de prácticas de la vida cotidiana, el consumo, la lectura, la vivienda, o en este caso, el manejo de

las TIC. Muestra además cómo las prácticas de los usuarios marcan una separación, una diferencia con el programa que la tecnocracia y las industrias culturales buscan imponerles. Se insiste finalmente sobre el carácter fundamentalmente imprevisible de los usuarios que no cesan de transformar y de desviar los servicios y las tecnologías que les son ofrecidos.

En cuanto a la noción de apropiación, se remonta a las preocupaciones de los investigadores francocanadienses que deseaban desarrollar una sociopolítica de los usos que llamara la atención sobre la dimensión conflictiva de la apropiación de las tecnologías en el seno de las relaciones de producción y de reproducción de la economía capitalista. No obstante, la noción de apropiación permite describir el proceso de interiorización progresiva de competencias técnicas y cognitivas entre los individuos y los grupos que manejan cotidianamente estas tecnologías.

Por lo que toca a los estudios que abordan la problemática entre las TIC y los grupos indígenas, Monasterios (2001-2003), Del Álamo (2004) y Correa (2005), destacan experiencias que describen cómo las poblaciones indígenas de la región latinoamericana están haciendo uso de las nuevas tecnologías para solventar algunos de los problemas más acuciantes que les afectan.

En este sentido, podemos decir que los pueblos indígenas latinoamericanos están luchando por tener su propio territorio en el ciberespacio y gozar del uso de las nuevas tecnologías. Los logros en este sentido todavía parecen ser pequeños (sobretudo si los comparamos con los avances de las grandes industrias dedicadas a las tecnologías de la



información) aunque podríamos hablar de un avance indígena en materia de nuevas tecnologías durante los últimos años. (Del Álamo, 2004: 3)

Efectivamente, desde hace algún tiempo diversas organizaciones indígenas están haciendo uso de algunos de los recursos de Internet (Correo electrónico y páginas en Internet), como manera de intensificar sus relaciones de promoción, de difundir y recibir información. Es fácil observar en el contenido de los diferentes portales los mensajes que dan prioridad al rescate de la identidad, difusión de las prácticas culturales y cosmovisión, así como la intención de generar conciencia sobre los derechos indígenas.

En este sentido, Sandoval y Mota (2007) destacan aspectos relacionados con los derechos indígenas y su inserción en la Sociedad de la Información. Consideran relevante su inclusión a partir de sus derechos colectivos; de los convenios, acuerdos y tratados establecidos.

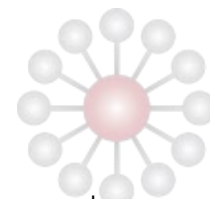
Los indígenas han venido planteando en diferentes eventos internacionales la necesidad de poseer su propio territorio en el ciberespacio mediante el uso de las nuevas tecnologías, mismas que les ayudaría a potencializar acciones democráticas tanto al interior de sus pueblos como con el resto de la sociedad. Luchan por ser parte de la sociedad de la información con base en sus derechos colectivos y a partir de la búsqueda de la justicia social con democracia a partir de criterios de autonomía étnica. (Sandoval y Mota, 2007: 23)

La conciencia adquirida en torno a la naturaleza democrática e interactiva de la Internet ha llevado a las organizaciones indígenas hacia una nueva dinámica en el ejercicio de su derecho para comunicar el conocimiento de su proceso histórico, cultural y social.

Por otra parte, al margen de la existencia de páginas ligadas a movimientos de reivindicación, se ha producido un uso de la TIC por parte de los diferentes grupos lingüísticos para satisfacer otro tipo de necesidades.

Gómez Mont (2002), ha señalado que con el paso del tiempo las comunidades indígenas han sabido apropiarse lenta pero eficazmente de medios de comunicación como la radio, el teléfono, el vídeo y ahora el Internet. Logrando familiarizarse y utilizar estos instrumentos en función de sus necesidades.

Es evidente una creciente participación de las comunidades indígenas en iniciativas que competen a los viejos y nuevos medios de información y comunicación, aunada a una falta de documentación escrita sobre los procesos de apropiación y creatividad tecnológica. La fotografía, el cine, las radios comunitarias, el vídeo, el fax, el teléfono celular y finalmente internet forman parte de su cotidiano. La llegada de estos medios ha sido en gran medida silenciosa y desconocida para la mayoría de la población mexicana, sin embargo, para las comunidades estos medios han sido un motor para conservar su memoria histórica, impulsar la producción y venta de sus productos y fortalecer sus relaciones sociales a nivel regional, nacional e internacional. (Gómez, 2002: 3)



No obstante, señala, en la mayoría de los casos las TIC con fines educativos llegan a las comunidades no por consenso comunitario sino por decreto estatal.

En este caso observamos dos direcciones que se contraponen: a) en primer lugar un dictamen oficial que hace llegar infraestructura y computadoras a las comunidades sin antes consultar su parecer; y b) una demanda de parte de las comunidades para que la introducción de las TIC se haga de acuerdo a procesos de consulta y aceptación en las asambleas. (Gómez, 2006: 15)

En efecto, dos visiones distintas en la forma de concebir la tecnología para integrarla a la dinámica comunitaria. Es por ello que nos propusimos realizar un estudio que nos permitiera conocer el sentido y la utilidad que atribuyen al Internet los miembros de la comunidad indígena matlatzinca, donde se instaló en el año 2005 un CCD dentro del programa Sistema Nacional e-México. En consecuencia, el estudio diseñado consiste en una investigación de tipo cualitativo, que, concretamente, nos aporta información mediante observaciones y entrevistas. Lo que se expone a continuación son algunos resultados preliminares de esta investigación en curso.

Metodología

Para alcanzar el objetivo propuesto, se aplicó un modelo de “análisis comprensivo” (Raymond y Campenhoudt, 1999) que consiste en asociar un referente: el nivel de apropiación de Internet a un significado: el sentido y la utilidad atribuidos a éste.

Para ello, se han utilizado dos conceptos desarrollados por Serge Proulx en su obra *La Révolution Internet en question* (2004):

1. El modelo mental. Como la representación subjetiva que un usuario se hace en forma más o menos consciente del objeto técnico que intenta apropiarse. En este sentido, la representación subjetiva está en función del conocimiento que una persona tiene de Internet y de sus posibilidades, así como de la disposición que algunas personas han desarrollado frente al universo de los objetos técnicos, lo cual podría denominarse “cultura técnica” (Proulx, 2004).

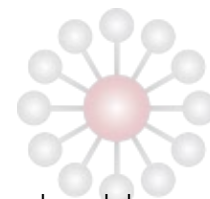
2. El proceso de apropiación de Internet. Que podría ser definido por tres condiciones:

- La accesibilidad al equipo y a las infraestructuras,
- Comprender el manejo de los equipos, así como las reglas y protocolos de navegación y de comunicación en el ciberespacio.
- La producción de contenidos que podrán ser publicados en la red.

En una primera etapa de observación se estableció una muestra constituida principalmente por jóvenes en un rango de edad entre 15 y 18 años, debido a que son ellos quienes acuden con mayor regularidad al CCD de la comunidad.

Las preguntas estuvieron orientadas, entre otros aspectos, a conocer las formas como perciben y se han relacionado con esta tecnología.

Así mismo, para determinar el nivel de apropiación de Internet se procedió a evaluar el interés y la habilidad de estos jóvenes en las diversas tareas de interactividad. Lo cual se determinó de la siguiente manera:



Desde un bajo nivel de apropiación como la simple posibilidad e interés en extraer información puesta a disposición en un determinado sitio Web, hasta un alto nivel de apropiación para la producción y publicación de contenidos originales y la animación de un sitio Web.

Este nivel de apropiación está ligado a su “cultura técnica”, es decir a su disposición y a sus competencias para identificar y comprender los elementos de interacción hombre-máquina. De acuerdo con esto, se clasificó a los usuarios del CCD de la comunidad de San Francisco Oxtotilpan de la siguiente manera:

1. **PRIMER CASO:** Hablamos de usuarios que poseen un considerado conocimiento de la interfase virtual y material; están familiarizados con los dispositivos digitales, especialmente las computadoras desde hace varios años, esto se debe a que han nacido o vivido fuera de la comunidad (en zonas urbanas del estado de México o en las zonas conurbadas del DF) y han regresado para reintegrarse a la comunidad, trayendo consigo estos conocimientos.

Estos jóvenes cuentan con una computadora en sus casas o asisten al CCD de manera regular. Este grupo este constituido por un número reducido de usuarios, ya que hablamos de un 10% de la muestra.

2. **SEGUNDO CASO:** Son usuarios que poseen un mediano conocimiento de la interfase virtual y material. Han tenido su primer contacto con los dispositivos

digitales desde la puesta en marcha del CCD en la comunidad, además de recibir algunos conocimientos sobre el uso de las computadoras en el espacio escolar.

Al no contar con una computadora en sus casas, asisten al CCD una o dos veces por semana para realizar sus tareas escolares; lo que hace de este grupo el más representativo, pues está constituido por el 65% de los jóvenes entrevistados.

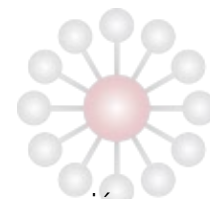
3. **TERCER CASO:** Usuarios que poseen un escaso conocimiento de la interfase virtual y material. Su primer contacto con los dispositivos digitales ha sido desde la puesta en marcha del CCD en la comunidad.

Ellos tampoco cuentan con una computadora en sus casas, asisten de forma esporádica y de manera grupal, pues comparten la computadora entre dos o tres personas, y únicamente asisten al CCD para hacer trabajos escolares.

Este caso abarca sólo el 25% de los entrevistados, ya que muchos de estos jóvenes estudiantes viven en comunidades vecinas, por lo que se dificulta asistir con mayor frecuencia al CCD.

Conclusiones

En términos generales, se puede afirmar que para los habitantes de la comunidad indígena matlatzinca esta tecnología no representa un elemento que podría contribuir al desarrollo y mejoramiento de sus condiciones de vida ni al aumento de sus ingresos económicos. Tal percepción está claramente asociada a las muy



marcadas diferencias en el capital cultural entre dos generaciones, una sin estudios y otra con estudios. Es por ello que tanto para las autoridades civiles y religiosas, como para la población adulta en general, el funcionamiento del CCD se percibe como una necesidad proyectada hacia los jóvenes en la medida que siguen siendo depositarios de las aspiraciones de progreso y movilidad social.

El espacio escolar es el lugar donde se refuerza y legitima la necesidad para uso de las, ya que desde la puesta en marcha del CCD los maestros del nivel secundaria y de preparatoria comenzaron a solicitar a sus alumnos tareas que requieren el uso de esta tecnología. Particularmente la elaboración de trabajos escritos y a partir de la búsqueda de información en Internet. Esta situación ha llevado a los padres de familia a realizar grandes esfuerzos para obtener los recursos económicos que les permitan la compra de una computadora como condición necesaria para aumentar la competitividad de sus hijos en el espacio escolar.

Si bien, no se puede negar la importancia del CCD como fuente de socialización, iniciación y aprendizaje del manejo de la computadora y del Internet entre los jóvenes matlatzincas, se puede afirmar que éstos poseen un bajo nivel de apropiación, debido a que la principal actividad consiste en la extracción de información para realizar trabajos escolares. La primera fuente de información es la enciclopedia Encarta. El uso de este programa se debe a su fácil manejo; los usuarios no tienen la necesidad de seleccionar la información ya que la enciclopedia les proporciona una sola respuesta.

La segunda fuente de información es el motor de búsqueda Google. La extracción de la infor-

mación se realiza al azar y a través una navegación intuitiva pues los usuarios no poseen criterios sólidos para seleccionar la información:

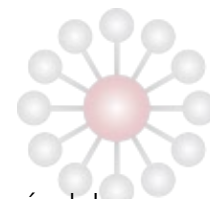
Pues busco una por una [...] y ya de todas éstas leo y la que más o menos se acerque o la que sea más específica. (Omar Domínguez Hernández, edad : 16 años. Entrevista realizada el 14 de mayo de 2008, en el CCD)

Voy leyendo todo allí a ver que hay y abro uno por uno hasta que aparezca la tarea. (Ariel Pérez de la Cruz, edad 18 años. Entrevista realizada el 12 de mayo de 2008, en el CCD)

Por otra parte, se podría afirmar que el Internet es un agente externo que ha encontrado un lugar al interior de la comunidad matlatzinca sin provocar cambios importantes en sus valores culturales.

El otro día hice un experimento con dos semillas, una con estiércol y la otra con abono; sembré dos matitas, una sin lama y la otra con lama; y estoy viendo que la que tiene lama del estiércol de los animales que tenemos aquí, va más rápido que la que tiene puro abono. (Fidel Méndez Domínguez, edad: 17 años. Entrevista realizada el 12 de mayo de 2008, en el CCD)

Lo anterior nos da una idea sobre la forma en que los matlatzincas adquieren los conocimientos que les son útiles en su vida cotidiana. Los temas de interés que se añaden de acuerdo a sus necesidades actuales provienen de la forma que tradicionalmente han utilizado como herramienta de información y comunicación: la oralidad. A partir principalmente del consejo de ancianos (“tatas”), autoridades civiles, religiosas y los propios



miembros de las familias, quienes transmiten los mensajes como medio de socialización de ideas, empleando la lengua materna.

Por lo que habría que preguntarse hasta qué punto los CCD pueden contribuir a potenciar estos conocimientos, o bien, a proporcionar elementos para la construcción de nuevos saberes que se inserten en función de sus propias necesidades.

Finalmente, es importante señalar las limitaciones derivadas de las políticas en el uso y manejo de estas herramientas tecnológicas, que impiden a los usuarios alcanzar mayores niveles de apropiación e integrarlas a la dinámica comunitaria en función de sus intereses económicos, políticos, sociales y culturales⁸.

De acuerdo al Manual de Implantación de Centros Comunitarios Digitales del Sistema Nacional e-México (2002) la participación de la comunidad es principalmente como usuarios del centro, sin que se prevean en este manual mecanismos que permitan la participación de la comunidad en la administración y operación del centro, de acuerdo con los objetivos de la Resolución 134 de la XV Reunión del Comité Consultivo Permanente de la Comisión Interamericana de Telecomunicaciones (CCP1). No obstante, como lo han señalado Hernández y Calcagno:

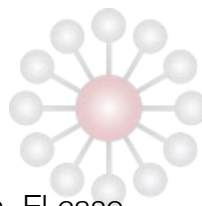
En la medida en que los proyectos de telecentros y las TIC sean reconocidos por su contribución y utilidad para las estrategias y proyectos de desarrollo local, las comunidades entrarán en un proceso de apropiación tanto de las herramientas tecnológicas, como

⁸ Como resultado de un ejercicio de planeación participativa, se diseñó un blog con fines informativos y de promoción de la cultura matlatzinca. Se instaló como página de inicio en los equipos de cómputo y permaneció así durante algunos días, pero ante la negativa del personal de supervisión del CCD fue cambiada por el portal oficial diseñado por Sistema Nacional e-México. La dirección del blog es: <http://matlatzinca.blogspot.com/>

de los centros digitales, integrándolos a sus propias formas y medios de comunicación, y se incorporarán a las estructuras sociales y formas propias de organización convirtiéndose en espacios comunitarios de encuentro y comunicación que promuevan iniciativas locales para el mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades (2003: 16).

Por lo que es necesario que las instituciones encargadas del diseño, implantación y supervisión de estos centros, flexibilicen su postura hacia las normas que rigen el uso y operación de los CCD, y atiendan las recomendaciones emanadas de la declaración de principios de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI, 2005), donde se establecen diversas recomendaciones para el desarrollo de las telecomunicaciones en comunidades indígenas que se refieren a aspectos de tecnología, capacitación, desarrollo de contenidos, administración de los servicios, industria, tele aplicaciones y marco regulatorio. Específicamente en materia de capacitación señala la importancia de una capacitación que busque que las comunidades puedan administrar y operar éstos medios.

De esta manera, el Sistema Nacional e-México podría jugar un papel trascendental, pero sólo en la medida en que, junto con las comunidades indígenas, planee, organice, proponga e implante servicios que los apoyen a conocer, consultar y en su caso, participar en el desarrollo de los recursos de información idóneos que rescaten su historia, su cultura, su forma de vida, sus inquietudes, su cosmología, entre otros aspectos; lo que permitirá que no sólo se satisfagan sus necesidades de información, sino que además se sigan perpetuando sus características, identidad e historia. Para que mediante la apropiación de esta



tecnología, las nuevas generaciones se desarrollen dentro de la sociedad del conocimiento en igualdad de condiciones y sin menoscabo de sus tradiciones, costumbres, cultura y organización social.

Fuentes consultadas

Ambrosi, Alain; Peugeot, Valérie y Pimienta, Daniel (2005), Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información. C & F Éditions, Caen-France.

Base de datos de los CCA'S en el Estado de México 2009.

Celedón, María y Razeto, Alicia (2009). La transformación de puntos de acceso en nodos de conocimiento: análisis de diez experiencias de telecentros comunitarios en América Latina, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) – Colección Documentos de proyectos.

Correa, Norma y (2005), “Praxis Indígena. Etno-apropiación discursiva y tecnológica”
<http://www.hemi.nyu.edu/cuaderno/praxis/documents/ashaninka.pdf>. Consultado el 17 de mayo del 2009.

Del Álamo, Oscar (2004) “¿Son las nuevas tecnologías de la información herramientas válidas para consolidar y potenciar los procesos de desarrollo humano?”
<http://www.ciudadpolitica.com/modules/news/article.php?storyid=331&keywords=Oscar+del+%C1lamo>. Consultado el 14 de abril del 2009.

Gallegos, Maricela (1998), “La Danza entre los matlatzincas del Estado de México”, en Danzas tradicionales ¿Actualidad u obsolescencia?, Eduardo Andrés Sandoval Forero y Marcelino Castillo (coordinadores), UAEM, México.

ante la construcción de los usos sociales. El caso de las comunidades indígenas mexicanas”
<http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/panam/Gomez.pdf> Consultado el 8 de mayo del 2009.

---- (2006) “Redes de conocimiento, apropiación tecnológica y diversidad cultural: balances y perspectivas desde los usos de las TIC en los pueblos indígenas de México”
http://www.sociedadconocimiento.unam.mx/Conferencia_VEdef.pdf . Consultado el 8 de mayo del 2009.

Hernández, Isabel y Calcagno, Silvia (2003), Los Pueblos Indígenas y la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe. Un Marco para la Acción. CEPAL, Santiago de Chile.

Hernández Rosano, David. Responsable del CCA, de la comunidad Matlatzinca de San Francisco Oxtotilpan, en el municipio de Temascaltepec, estado de México. (Entrevista)

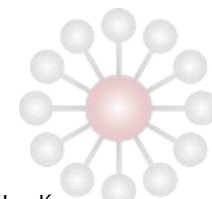
INEGI (2000), Censo General de Población y Vivienda, INEGI, México.

Korsbaek, Leif y Felipe González (1999), “Trabajo y Comunidad. Reproducción social, económica y cultural de la población indígena del Estado de México”, en Revista Convergencia, Núm. 19, UAEM, México.

Margáin y Compeán, Julio César (2003). El Sistema Nacional e-México: un sistema de participación digital hacia la sociedad de la información y el conocimiento, México: Coordinación General del Sistema Nacional e-México Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Monasterios, Gloria (2001) “Aproximaciones al movimiento indígena en Internet”
<http://www.mapuche.info/mapuint/monasterios010906.pdf> . Consultado el 6 de abril del 2009.

Morales, Sandra Jefa de los CCA en el Estado de México. Dentro del programa Microrregiones de SEDESOL. (Entrevista)



Naciones Unidas – Centro de Información México, Cuba y República Dominicana (CINU) (2000). Asamblea y Cumbre del Milenio. <http://www.cinu.org.mx/ninos/html/odm.htm>. Consultado el 17 de mayo de 2010.

Organización de las Naciones Unidas. 2005. Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información. “Compromiso de Túnez”. <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/7-es.pdf>. Consultado el 6 de agosto de 2010.

Organización de las Naciones Unidas (ONU) 2010. Podemos erradicar la pobreza 2015: Objetivos de Desarrollo del Milenio. <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/global.shtml>. Consultado el 17 de mayo de 2010.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). 2010. Programa de Información para Todos. http://portal.unesco.org/geography/es/ev.phpURL_ID=6881&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html. Consultado el 6 de agosto de 2010.

Programa e-México. Ubica tu centro comunitario digital. http://emexico.gob.mx/index.php?option=com_exicontent&view=items&cid=3673%3Acentros-comunitarios-digitales&id=9485%3Acentros-comunitarios-digitales-e-mexico&lang=es. Consultado el 10 de julio de 2010.

Proulx, Serge (2004), *La Révolution Internet en question*. Editions Québec Amérique, Montréal.

Quezada, Noemí (1996), *Los matlazincas*, UNAM, México.

Quivy, Raymond y Campenhoudt, Luc (1999) *Manual de investigación en ciencias sociales*. Limusa, México

Sandoval, Eduardo y Mota, Laura (2007) “Indígenas y democracia en las tecnologías de información y Comunicación (TICs)”

http://www.ocyt.org.co/esocite/Ponencias_ESOCITEPDF/1MEX059.pdf. Consultado el 17 de mayo del 2009.

Sandoval, Rodrigo (2006). “Explorando la Brecha Digital en México: Diagnóstico del Proyecto e-México”. *Revista Espacios Públicos* #17, Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, UAEM.

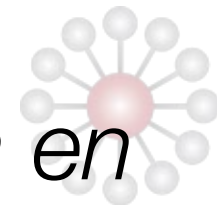
Secretaría de Comunicaciones y Transportes (2010). Comunicados de Prensa. Disponible en: <http://www.sct.gob.mx/despliega-noticias/article/comunicado-de-prensa-no-055-mantiene-mexico-ruta-hacia-la-consolidacion-de-agenda-digital/>. Consultado el 11 de mayo de 2010.

Vázquez Rojas, Gonzalo (1995), “Matlatzincas”, Sínt. Zazil Sandoval. México: INI - SEDESOL. 22 p.: il. (Pueblos Indígenas de México).

SOBRE LOS AUTORES

Jaime Enrique Cornelio Chaparro. Lic. En Ciencias de la Comunicación, Maestría en Comunicación, Doctorado en Ciencias Sociales.

Angélica Berenice Hernández Chávez . Pasante en la Licenciatura de Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UAEM



Los museos de migración en línea, una forma diferente de democratizar el acceso y preservación del patrimonio cultural

Ma. Alejandra Rocha Silva
UNIVERSIDAD DE COLIMA

Resumen:

Los museos son espacios en los cuales se preserva parte de nuestra historia, en el caso de los que son de migración adquieren otro sentido, pues son la historia o de los que se fueron o de los que llegaron a formar esa comunidad. Los migrantes siempre han sido un grupo socialmente marginado, por lo que una forma de poner más a su alcance los museos es digitalizar el contenido y ponerlos en la web, con ello es relativamente más fácil el acceso (en tiempo, desplazamiento y costo). La investigación se realizó sobre los museos de migración en línea pertenecientes a la Red de Museos de Migración de la Unesco (23 en total). Encontrando que todos ellos existían físicamente, y como elementos en común es que cumplen con las normas del diseño web -una página de inicio, contacto, menú principal-. Una mayoría pueden ser consultados en inglés. Como Museos que son tienen Exposiciones y Muestras, Actividades y Eventos, Educación, Publicaciones Información, Prensa y Noticias, Horarios, etc. Algunos tienen Investigación y lo manifiestan a través de otras opciones como proyectos, bases de datos e investigación. Sólo cuatro tienen recorridos virtuales. 2 tienen registros de migrantes y 5 bases de datos, 4 tienen Facebook, por lo que la propuesta integra todas las partes de los museos de migración en línea, se une a las tendencias de la virtualidad y las redes sociales, pero además ofrece la posibilidad de obtener información de los migrantes y retroalimentar proyectos de investigación, además de visualizar los trayectos en un mapa.

Palabras clave: migración, museo, on line, cultura y democracia.

Introducción

Los museos son lugares cuyo objetivo es la conservación y divulgación del patrimonio histórico. Según la Real Academia de la Lengua Española son un “Lugar en que se guardan colecciones de objetos artísticos, científicos o de otro tipo, y

en general de valor cultural, convenientemente colocados para que sean examinados”¹. Esta serie de objetos son avalados por una institución de prestigio. También están los llamados “museos de sitio”. En donde, como su nombre lo dice, el valor

¹ Encontrado en http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=Museo.



histórico está ya en el mismo lugar, por ejemplo una pirámide, un castillo, etc. Los museos son lugares que tienen horarios preestablecidos como cualquier establecimiento público que ofrezca un servicio. También tienen un costo. Todo lo anterior hace que sean accesibles sólo a un bajo porcentaje de la población, por lo que estos establecimientos se están incorporando a la Era Digital, a través de dispositivos móviles que pueden ser usados dentro de los mismos espacios y al digitalizarse y ponerse en línea como una forma de acceso sin horarios y sin costo para cualquiera que tenga acceso a la red.

Los museos de migración cumplen con otro cometido, el de enseñar a las nuevas generaciones el origen de sus antecesores o como parte de programas de inclusión o tolerancia ante las diferencias en sociedades multiculturales.

Por todo lo anterior se realizó una investigación con el objetivo analizar los museos de migración para descubrir qué tenían en común y con ello hacer un diseño de museo que llevará al desarrollo de un prototipo.

Estado del arte

El museo se está reinventado autores como Anderson (1997) y Marstine (2006) abordan el tema, pero más específicamente que este cambio es a través del uso de la tecnología, Parry (2007) con “Recoding the Museum”, específicamente sobre el tema digital encontramos a dos obras: “The digital museum. A think guide” de Din y Hecht (2007) y “Digital Technologies and the museum experience” de Tallon y Walker (2008) acerca de

la web “WebMuseum” de Surshone, Timpledon y Marseken (2010).

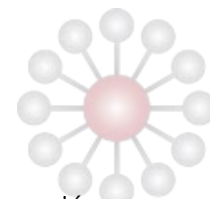
Las nuevas tecnologías nos dan la oportunidad de recuperar las historias y ponerlas en línea para que puedan ser “completadas” por los familiares sobrevivientes desde dónde quiera que estos se encuentren. Esto es uno de los objetivos que se persigue cumplir con el modelo de museo virtual.

Un museo virtual es una colección organizada de artefactos electrónicos y recursos informativos. Dicha colección incluye pinturas, dibujos, fotografías, diagramas, gráficos, grabaciones, segmentos de vídeo, artículos, transcripción de entrevistas, bases de datos y cualquier otro tipo de registro que pueda ser almacenado en el servidor del museo (MAVUT, 2007).

Jamie McKenzie (1997) en su artículo “Building a Virtual Museum Community”, distingue dos tipos de museos virtuales:

- Learning Museums: sitio web que ofrece recursos de aprendizaje en línea que invitan a ser visitados repetidamente facilitan la exploración y la investigación.
- Marketing Museums: sitio web que busca la promoción de los museos físicos para incrementar el número de visitantes a sus instalaciones. Generalmente, los sitios de estos museos cuentan con una tienda en línea para vender sus productos.

Los museos no sólo se están incorporando a las nuevas tendencias, sino que parecen estar siendo más conscientes de su objetivo primario, el dar a conocer un patrimonio cultural a un mayor público.



Dentro de los museos, el interés del proyecto está centrado en los de migración. La sociedad es multicultural, unos se han ido y otros han llegado y con esas “idas y venidas” se van entrelazando los valores, las costumbres, las formas de ser y de pensar. El territorio adquiere otro sentido, ya no es un espacio en el que vivimos y compartimos una forma de vida. Ahora es una referencia. Y como parte de esa referencia surgen los museos de migración, los que dan cuenta de ir y venir de diferentes grupos sociales, etnias. De diferentes periodos de la historia y por diferentes circunstancias. En este sentido el museo es parte del que se va pero también del que se queda y de ahí la importancia de que se encuentre en Internet.

La democratización de la información a través de Internet es un tema que ha sido y sigue siendo controversial en el 2010. Están los dos extremos o lo que es lo mismo, Los Apocalípticos y Los Integrados. En un extremo tenemos la postura de que Internet hace que cualquier expresarse y de igual manera obtener información a través de esta plataforma tecnológica. Y en el otro lado, tenemos a los que cuestionan a esa democratización partiendo de que el acceso a la red no es para todos, por el costo que representa, así como por cuestiones tecnológicas que no permiten que se tenga en todos los sitios.

El Internet está aquí y es parte de la vida cotidiana de millones de usuarios en el mundo entero. A la tecnología no se le puede cuestionar, no es ni buena, ni mala, es el uso que le demos lo que se pone en la palestra. El Internet ha cambiado nuestra forma de ver y de relacionarnos con el mundo.

La cibercultura es una parte sustancial de todo este constructo. Jesús Galindo (2006) dice

que “la noción connota formas de percepción y acción relativas a las tecnologías de información y comunicación...Desde cierta perspectiva se está hablando de una cultura de las máquinas de información contemporáneas, hace alusión a paquetes de informática, a dominio de la web o asuntos afines. Desde otra perspectiva estaríamos partiendo de la concepción cibernética, y de la llamada cibernética de segundo orden en particular. De esta segunda opción la cibercultura es una apuesta de la organización de la cultura en general. No se trata de la relación de la informática con la vida social, sino de la configuración de una perspectiva que incluya a las nuevas tecnologías, a las viejas, y a todo el espacio social dentro de una nueva cosmovisión que organice todos los vínculos posibles entre los diversos componentes sociales y todas sus opciones de conexión. En este sentido la cibercultura no es una matriz ya constituida, es un proyecto de construcción, un plan de trabajo en construcción” (111-112).

Más adelante Edgar Gómez (2007) hace un recuento del término desde dónde viene y hacia dónde va.

Sin pretender ser extremista, si hay datos sobre los que tenemos que reflexionar. Si bien es cierto que el Internet aun no es para todo, la tendencia es que cada vez más personas lo tengan. Las instituciones públicas han tenido que hacer programas que permitan un mayor acceso de las personas excluidas, con la llamada alfabetización digital (Gutiérrez, 2003), en el sentido de la capacitación en la computadora e Internet, así como con lugares en los que el acceso es gratuito a la red e incluso acceso a computadoras de manera gratuita. Por otra parte el desarrollo tecnológico que no para y que hace que se pueda tener acceso desde un teléfono celular, la banda ancha, el satélite, etc.



La idea principal de este proyecto es que los mismos migrantes sean quienes cuenten su historia con base en las posibilidades que nos ofrece la red. Que los migrantes se conviertan en prosumidores, es decir productores y consumidores de esa información, porque es su historia y nadie mejor que ellos la conoce. Si los migrantes cuentan directamente su historia y se registra estaremos en la posibilidad de reconstruir nuestra historia, como parte de nuestro patrimonio cultural.

Metodología utilizada

El estudio identificó las estrategias utilizadas por museos virtuales e interactivos, a través de la apropiación del análisis de contenido, ya que es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto (Krippendorff, 1997:29²). En este proyecto el objetivo es la descripción del contenido de la comunicación vía pantalla averiguando qué se dice, cómo se dice y a quién se dice.

Berelson (1942) comentaba cómo el Análisis de Contenido es “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de la comunicación”.

Para lo cual se hizo el siguiente proceso

1. Definir a la población de la muestra: Museos de Migración
2. Muestra: Todos los museos que perteneciera a la Red de Museos de

² Krippendorff, Klaus (1997). Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós comunicación.

Migración de la Unesco y que estuvieran en línea en la fecha del análisis.

3. Seleccionar y definir una unidad de análisis: Página Web
4. Construcción de las categorías del contenido que se analizarán.³

1. Estructura

1. Página Web
2. Museos
3. Museos en línea

5. Establecer el sistema de cuantificación

Se diseñó una base de datos en Excel en el que se pusieron los datos de todos los museos según las categorías establecidas y luego se obtuvieron las frecuencias y correlaciones.

6. Análisis de la información recopilada

Con base en las frecuencias (se consideró a partir de la repetición de uno de los elementos) y las correlaciones se establecieron los parámetros del diseño del prototipo.

7. Conclusiones

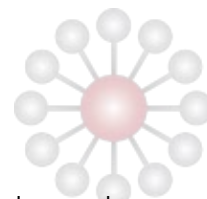
Con base en las conclusiones se diseño el Museo Virtual Interactivo de Migración y se desarrolló el prototipo.

El prototipo está en línea

Resultados

La muestra se determinó a través de la información de la UNESCO sobre las instituciones

³ De Jakob Nielsen: <http://www.useit.com>, <http://www.nngroup.com/>; Nielsen, J. y Mack. R.L. (1994). Usability Inspection Methods. John Wiley & Sons, Inc. EE.UU.<http://www.ainda.info/> <http://www.nosolousabilidad.com> <http://www.boxesandarrows.com/>



de migración que se encuentran en línea <http://www.migrationmuseums.org/web/index.php?page=museo-de-la-inmigracion>. Además de uno que no se encontraba en esta red, pero se incorporó por ser latinoamericano y dentro de la red no se encontraba ninguno. El de Argentina.

8. Tabla 1. Red de Museos de Migración de la UNESCO

DIRECCIÓN	NOMBRE DEL MUSEO	PAÍS	IDIOMA	MUSEO FÍSICO	MUSEO VIRTUAL Y/O EN LÍNEA
http://www.mininterior.gov.ar/migraciones/museo_base_datos.htm	El hotel. Argentina	Argentina	Español	No está en línea	No está en línea
http://www.archivodeindianos.es/	Fundación Archivo de Indianos. Museo de	España	Español	22 de octubre 2003	No dice la fecha
http://www.history.sa.gov.au/migration/migration.htm	History Trust of South Australia	Australia	Inglés		2004
http://www.babylonjewry.org.il/	The Babylonian Jewry Heritage Center	Israel	Hebreo/Inglés	Si	No dice la fecha
http://www.altreitalia.org/	Altreitalia A Web Site for study of Italian	Italia	ortugués/Español	Centro de	No dice la fecha
http://www.histoire-immigration.fr/	Cité nationale de l'histoire de l'immigration (Ciudad nacional de la historia de la migración)	Francia	Frances	2009	2010
http://www.cobhheritage.com/	Cobh The Queenstown Story (La historia)	Irlanda	Inglés	Si (1993)	No dice la fecha
http://www.domit.de/	DOMIT			Centro de Documentación	Sin fecha
http://www.nps.gov/archive/stli/seev02.htm	Museo de la Isla Ellis	Alemania Estados Unidos	Inglés/Aleman	10 de septiembre de	Sin fecha
http://www.dah-bremerhaven.de/	Centro de Emigración Alemana de	Alemania	Inglés/Aleman	si	Sin fecha
http://www.immi.se/	Instituto de Migración. Centro de investigación y documentación sobre inmigrantes, refugiados y racismo	Suecia	Sueco/Inglés/Español/Italiano/Aleman	Instituto creado en 1973.	Sin fecha
http://www.immigrantmuseum.dk/	Museo de la Inmigración Danés	Dinamarca	Danés/Inglés	si	Sin fecha
http://museumvictoria.com.au/immigration/museum/	Museo de Inmigración	Australia	Inglés	si	Sin fecha
http://www.migrationinstitute.fi/index_e.php	Instituto de Migración	Finlandia	Inglés/Finlandés /Pa svenska	si	Sin fecha
http://www.kosmopolis.nl/	Kosmopolis	Holanda	Inglés/Holandés	No queda claro	No tienen
http://www.memorialdoimigrante.org.br/	Memorial do Imigrante	Brasil	Portugués	No está en línea	No está en línea
http://www.mhic.net/	Museo de historia de la inmigración de Catalunya	España	Español/Catalán/Inglés	si	Sin fecha
http://www.mkc.bobytka.se/	Mångkulturellt centrum	Suecia	Sueco	si	Sin fecha
http://www.emigrasjon.no/	Museo Regional de la Emigración Pietro Conti	Italia	Italiano/Frances/Inglés	si	Sin fecha
http://www.smk.se/smk/jsp/polopoly.jsp?i=140	Statens Musser för Världskultu	Suecia	Sueco/Inglés	si	Sin fecha

Frecuencias

Estructura de la página:

Página Web

El 100% tienen página de inicio y contacto. El 95.7 son museos que existen físicamente, sólo uno – Kosmopolis- no queda claro si tiene ubicación física.

El 52.2% tienen una opción de inglés como una alternativa de lectura para las que están en otros idiomas. Además de que 6 sólo están en inglés, que son el 26% por lo que tenemos que en total hay un 78.2% de los museos que están en ese idioma, como única lengua o como una opción, por lo que en inglés es EL IDIOMA para estar en línea.

Aunque Jesús Galindo (2006) dice que “el mundo de Internet se ha configurado en la forma cultural del idioma inglés y su matriz lingüística-ideológica” (114). En el Museo Interactivo de Migración conlleva otra situación y es que los migrantes mexicanos, en su mayoría se encuentran en Los Estados Unidos, de lengua inglesa y los hijos de muchos de estos son bilingües o incluso no hablan el español por lo que ponerlo en inglés no sólo es una tendencia, sino una necesidad.

El 17%, que fue el más alto porcentaje, tiene la opción FACEBOOK. Una de las tendencias del uso de Internet son las redes sociales. Son lo de hoy y por eso ya están incorporadas en algunos museos. Seguramente que esta tendencia irá en aumento. Es una forma de interactuar con el público.

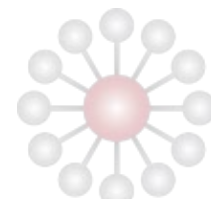
El Museo:

Exposiciones y muestras 57%, Educación 52.2%, Museo 52%, Prensa/Noticia 35%, Publicaciones 30%, Historia 36.1%, Biblioteca 26%, Información 26%, Servicios 22%. El resto de las opciones quedó por debajo del 10%.

Museo de Migración:

Investigación 39%, Historia de migrantes 26.09, Proyecto 26%, Bases de datos 22%, Recorrido Virtual 17%, esta opción aparece en museos que no son de migración, como en los Museos del Vaticano, el Museo de Louvre, en Francia; el Museo del Prado en España. Lo cual nos indica que es otra tendencia.

El resto de las opciones quedó por debajo del 10%.



Relaciones o correlaciones

12 de las 23 instituciones que tiene la opción de “Educación” que representa más de la mitad de los museos de migración con esta opción.

Cuadro Correlaciones de Educación.

EDUCACIÓN	FRECUENCIA	TOTAL
Actividades y Eventos	9	11
Museo	8	12
Exposiciones y Muestras	7	13
Investigación	6	9
Proyecto	5	5
Biblioteca	5	6
Historia	4	4
Historias de Migrantes	4	4
Bases de Datos	3	5
Recorrido Virtual	2	4

Y dentro de este encontramos las correlaciones que se encuentran en la tabla.

El apartado de lo educativo que se encontró en las páginas analizadas tiene que ver con programas que existen en el museo real, el que existe físicamente. Estos programas están dirigidos a niños y jóvenes, como parte de la enseñanza de la tolerancia a los que son diferentes, tanto en el sentido cultural, como étnico o social, pero también como una parte fundamental de la enseñanza de la historia de un pueblo, que puede ser el que ha llegado o los que se han ido. Ejemplo de lo anterior lo tenemos en los museos de migración españoles, que se refieren a los que se van. España fue una cultura que conquistó muchos territorios,

especialmente en el continente americano y que tiene comunidades de emigrantes dentro de casi todos los países.

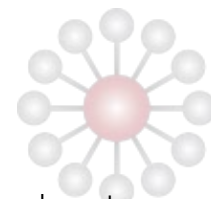
Sin embargo, también tenemos la visión de la inmigración en museos como los de Holanda, Argentina, Australia, Canadá o Estados Unidos, que son países que se han formado con inmigrantes. En estos museos la perspectiva es de la inmigración, es decir de los que llegaron. El objetivo de la educación es mostrar a las nuevas generaciones quiénes son, hablando culturalmente. Por lo que en estos casos se puede observar que se pueden realizar búsquedas de los apellidos a través de bases de datos, que provienen de los desembarcos, principalmente, para saber de dónde vino ese apellido y en qué fecha llegaron los primeros.

Interface

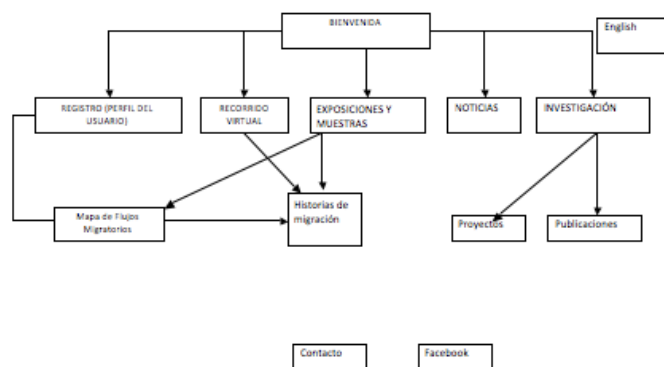
La interface se encontró que en los museos de migración aparecen imágenes de migrantes en 17y el resto estaba relacionada con el edificio en donde se albergaba el museo real 5 de las 23. Los colores y el diseño eran variables, por lo que queda claro que la tendencia es mostrar rostros de la emigración y hacer una referencia al espacio físico

Conclusiones

Con base en estas conclusiones es que se elaboró la propuesta de considerando que el Museo Virtual Interactivo de Migración no tiene una ubicación físico por lo que se descartan el apartado en el que se da información sobre la ubicación y los servicios



que presta, pero en donde si se consideraron las demás opciones que aparecen, de manera representativa en los museos analizados.



Los objetivos del museo son registrar y divulgar las historias de los que se han ido y los que han llegado, cómo llegaron y por qué llegaron y de igual manera de los que se fueron. De esta manera se pretende ir documentando los flujos migratorios. Con ello podemos tener conciencia de quiénes somos como sociedad. ¿De dónde venimos? ¿A dónde se fueron?

Estar “on line” o “en línea” implica el trabajo de todo un equipo para poner los contenidos en el lenguaje adecuado. Los usuarios de la página serán:

1. Público en general.
2. Migrantes
3. Investigadores
4. Estudiantes

Por lo que el lenguaje y los contenidos tienen que estar pensados en estos receptores pero también en el que les es propio a la plataforma tecnológica.

En este punto es necesario acotar que los migrantes mexicanos, no usuarios “comunes” de Internet.

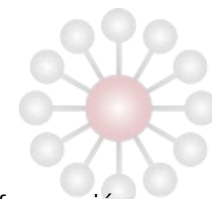
Este grupo de la población que tradicionalmente se iban a Estados Unidos y que constituye el mayor porcentaje de mexicanos que viven en el extranjero, es un grupo que no ha tenido acceso a la educación, con un bajo ingreso salarial por lo que si bien podrá mejorar su situación económica esto no implica que haga lo propio en lo educativo, por lo que “su relación” con Internet es nula o baja. Sin embargo, el perfil del que emigra ha cambiado, ahora se están yendo mexicanos del área urbana, con estudios y que ya están capacitados en el uso de una computadora e Internet. E igualmente las nuevas generaciones, son una generación digital. La tendencia es que el acceso y el uso de la red irá en aumento y es por lo mismo que se apuesta en este sentido.

Unos de los objetivos principales del MVIM es el educativo, pero desde una perspectiva de e-Educación. Habrá programas dirigidos a niños y jóvenes que sean hijos de los colimenses que se han ido al extranjero, así como para los que viven en Colima como una herramienta de apoyo a su educación en los valores, especialmente en el de la tolerancia.

Los programas serán diseñados y elaborados por un grupo de especialistas en educación, migración y tecnología que lleve a poner los contenidos de la manera más transparente posible en dos lenguas: español e inglés.

Después de la elaboración la administración será tanto a nivel técnico como educativo, por lo que habrá un responsable del programa y asesores que acompañen a los estudiantes en línea en el logro de los objetivos.

La interface se encontró que en los museos de migración estaba relacionada con los rostros de



los migrantes y el edificio en donde se albergaba el museo real. Los colores y el diseño eran variables, por lo que queda claro que la tendencia es hacer referencia a los rostros de la migración y a un espacio físico significativo para los migrantes. En el caso del Museo Virtual Interactivo de Migración no existe una ubicación física, el diseño de la interfaz, así como del recorrido virtual hace referencia a un espacio físico que les es común a los colimenses, la llamada casa colimota o colimense. Una casa que tiene un patio central y alrededor corredores con techo de teja. Un espacio abierto, lleno de luz y de vegetación. Los rostros aparecerán en las historias y en la galería.

Imagen No. 1. Fachada de una Casa Colimense.



Fotografía de Ma. Alejandra Rocha Silva.

La interfaz se ha diseñado siguiendo los estándares internacionales pero además de regirse bajo dos premisas fundamentales:

- 1) La cultura colimense.
- 2) Transparencia.

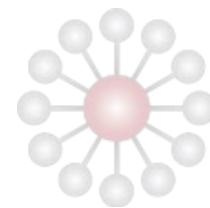
El usuario podrá acceder a la información sin registrarse, como una forma de facilitar el acceso, pero si quiere compartir su información, entonces tendrá que hacerlo, como una forma de organización de los datos, ya que al hacerlo está realizando el llenado de una base de datos. Cualquiera que quiera contar su historia puede hacerlo, no hay límites más que los propios de acceso a la red de los que se habló al inicio de este trabajo.

Sin embargo, por cuestiones de seguridad, el acceso a las bases de datos para obtener la información será sólo para investigadores registrados y con clave.

Así mismo, los proyectos, resultados o publicaciones que se pongan en línea deberán ser aprobados por el responsable del Museo Virtual Interactivo de Migración.

Referencias

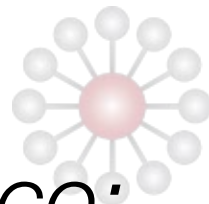
1. Collison, George, Elbaum, Bonnie, Haavind, Sarah, y Tinker, Robert. (2000). Facilitatin online learning. USA: Atwood Publishing.
2. Galindo Cáceres, Jesús. (2006). Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva Mirada. México: Conaculta/Instituto Mexiquense de Cultura.
3. Gómez Cruz, Edgar. (2007). Las metáforas de Internet. Barcelona: UOC.
4. Gutiérrez Martín, Alfonso.(2003). Alfabetización digital algo más que ratones y teclas. España:Gedisa.
5. Din, Herminia y Hecht, Phyllis (Ed) (2007). The digital museum. A think guide. U.S.A:American Association of Museums.



6. McKenzie, Jamie. (March 16-19, 1997). "Building a Virtual Museum Community". This paper will be presented at the Museums & The Web Conference. Los Angeles, California : Sponsored By the Getty Information Institute.
7. Marstine, Janet (Ed). (2010). New Museum. Theory and Practice. Australia:Blackwell Publishing
8. MCCORMACK, Colin y Jones, David. Building a Web-Based education system (1998). U.S.A/Canada:Wiley Computer Publishing.
9. MAVUT (2007). Encontrado en la red en http://mavut.usalca.cl/educa_2.html
10. Anderson, Gail (Ed) (1997) . Reinventing the museum. EEUU:Altamira.
11. Moore, Michael G. y Kearsley, Greg.(1996) Distance education. USA:Wadsworth Publishg Company.
12. Pallot, Rena M. y Pratt, Keih.(1999). Building learning communities in cyberspace. San Francisco: Jossey_Bass Publisher.
13. Parry Ross (2007). Recoding the museum digital heritage and the technologies of change.EEUU/Canada: Routledge
14. Rosenberg; Marc J.(2001) e-Learnig. USA:Mc. GrawHill
15. Surshone, Lambert M. Timpledon, Miriam T. Marseken, Susan F. (Ed) (2010). WebMuseum. U.S.A/UK/Germany: Betascrip publish.
16. Tallon, Loïc and Walker, Kevin (Ed.)(2008). Digital technologies and the museum experience.U.S.A: Altamira,

SOBRE EL AUTOR

Ma. Alejandra Rocha Silva. Doctora en Tecnología Educativa por la Universidad de Salamanca en España. Profesora e Investigadora de la Universidad de Colima. Línea de Investigación Estudios sobre las Nuevas Tecnologías de la Comunicación.



Brecha digital en México: Hacia una propuesta de políticas públicas

Dra. Alma Rosa Alva de la Selva
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES, UNAM

Resumen

En el marco del desarrollo de la Sociedad de la Información y el Conocimiento, en México se ha ido abriendo paso un fenómeno: la brecha digital. Es ésta la “nueva desigualdad”, asociada a otras exclusiones anteriores, presente tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo y que constituye un problema complejo generado por factores económicos, sociales, culturales y educativos. La denominada brecha digital es así la “nueva desigualdad”, configurada en los tiempos del neoliberalismo para los marginados del orden actual. Se trata de una construcción histórica mediada por relaciones de poder, un problema generado y sostenido por estructuras de larga duración.

Como parte de los trabajos de una investigación en curso sobre el tema, la ponencia aborda la problemática de la “brecha digital” en México en términos generales y desde la perspectiva de la desigualdad. Si bien en América Latina –la región que adolece de mayores desigualdades, aunque no sea la más pobre del mundo–, la brecha digital se ha configurado como el factor de inequidad más reciente para los latinoamericanos, en México el problema ha ido tomando cuerpo y se presenta en varias dimensiones.

En la ponencia se plantea que, a pesar de las recurrentes hipótesis de que la desigualdad y por tanto la brecha digital constituyen una situación inherente a las sociedades latinoamericanas, y por tanto no podrán erradicarse, o bien que éstas permanecerán atrapadas en los mecanismos que generan y reproducen aquélla, es posible intervenir en el proceso para lograr atenuar o frenar su avance. Ello puede lograrse en la ruta de la llamada “inclusión digital” y a partir del instrumento de las políticas públicas.

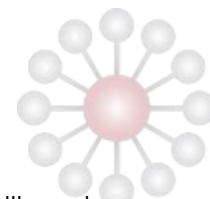
Palabras clave

Sociedad de la Información, Brecha Digital, Inclusión Digital, Desigualdad Social, Políticas Públicas.

El Siglo XX es el escenario del despliegue de la llamada Sociedad de la Información y el Conocimiento (SIC), una organización donde la información, que constituye no sólo una fuerza productiva importante, sino también un recurso para la generación de valor, se ha convertido en un paradigma que cruza las actividades

humanas (Miége:2002), con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como el principal instrumento.

A lo largo de la primera década del nuevo milenio, en medio de un discurso global que se difunde actualmente con el apoyo de los organismos internacionales y de los grandes



consorcios de telecomunicaciones (discurso que plantea la tesis del progreso universal y el arribo de la democracia gracias a la intervención de las TIC), las realidades estructurales han generado un panorama muy contrario al de ese escenario ideal. En los tiempos de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (de aquí en adelante, SIC), la desigualdad no ha sido desterrada.... Por el contrario, el fenómeno que originó una de las más caras promesas de la nueva organización social ha continuado su avance: la brecha digital.

La brecha digital -entendida aún en medida importante en términos del acceso o no a las TIC, y en ese sentido, dividiendo al mundo en conectados y desconectados, definición por cierto, ya insuficiente-, es uno de los fenómenos de la desigualdad social en el Siglo XXI más complejos. Asociada a otras exclusiones anteriores, la brecha es un problema presente tanto en los países desarrollados como en los llamados “emergentes”. En la América Latina de hoy –la región que adolece de mayores inequidades, aunque no sea la más pobre del mundo-, la brecha digital se configura como el más reciente factor de desigualdad.

* Este trabajo forma parte de una investigación en curso que busca identificar y analizar los factores estructurales de la brecha digital en México, con el fin de ofrecer elementos para un diagnóstico del fenómeno y contribuir a la formulación de políticas públicas de inclusión digital para la sociedad mexicana.

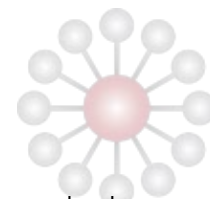
En este sentido, es posible afirmar, con palabras de Luis Reygadas, que en Latinoamérica se están haciendo cada vez más visibles los “nuevos rostros” de la desigualdad (Reygadas:2008): el desempleo, la precarización del trabajo, la

existencia de un pequeño grupo de millonarios. La brecha digital es uno de esos “nuevos rostros” de la inequidad, trasladado a la organización social que se construye de otras brechas, económicas y sociales

Ante las recurrentes hipótesis de que la desigualdad es un problema “inherente” a nuestras sociedades latinoamericanas, y por tanto no podremos erradicarla, o bien que estamos atrapados en los mecanismos que generan y reproducen las desigualdades, cabe oponer una visión diferente útil para buscar soluciones al problema, una visión que partiendo de un enfoque dialéctico se concentre en los procesos que generan la inequidad y en los que pueden disminuirla.

Partir de esa perspectiva propuesta por Reygadas para abordar el tema de la brecha digital permite ver que ésta, si bien es un problema arduo y complejo, no es inexorable y perpetuo. Por el contrario, se trata de una construcción histórica generada y sostenida por estructuras económicas, sociales y políticas de larga duración. Las nuevas “redes de la desigualdad” no se autoreproducen al infinito, sino que son configuraciones que se transforman, así sea lentamente, bajo el impulso de los procesos sociales.

Desde tal visión, en lugar de sólo asumir, por principio de cuentas, que la desigualdad –en el caso que nos ocupa, la brecha digital- es un asunto irreversible, es importante identificar en qué consiste, cómo se manifiesta en nuestro país, cuáles son sus dimensiones y muchos otros puntos más, pues hacerlo constituye un paso fundamental para el análisis del problema y la búsqueda de alternativas.



Es así como aparece en el tema de la brecha una ruta que puede conducir a otro rumbo: la inclusión digital. Esta puede entenderse como “el conjunto de políticas públicas relacionadas con la construcción, administración, expansión, oferta de contenidos, así como el desarrollo de capacidades locales en las redes digitales públicas” (Robinson:2005).

A partir del enfoque arriba planteado, este trabajo sostiene que, aun en medio de la complejidad del problema, es posible insertarse en el proceso para buscar reorientar la ruta que se ha seguido hasta ahora, y de una forma concertada con los sectores involucrados, buscar aproximarse hacia un modelo de organización social y productiva de mayor equidad, con la inclusión digital como objetivo.

La ruta alterna para atenuar y/o frenar el avance de la brecha digital en México puede construirse con el respaldo de las políticas públicas, las cuales no obstante sus importantes elementos críticos, se presentan como una herramienta útil para hacer más alcanzables las propuestas y soluciones a complicados problemas como el que aquí se estudia, relacionado estrechamente con el desarrollo de una organización social más equitativa para el futuro del país.

LA BRECHA DIGITAL EN MEXICO

Hemos afirmado que en México la “nueva desigualdad” se amplía, en un fenómeno posible de apreciar aun a partir de las escasas y a veces poco actualizadas o confiables estadísticas disponibles. Antes de presentar algunas de ellas que permiten estimar la magnitud de la brecha digital en nuestro país, conviene hacer mención con brevedad de algunos antecedentes sobre el tema.

No obstante que la problemática de la brecha se hacía evidente en México desde fines de los noventa, y que de frente a la situación económico-social existente era previsible su profundización, sería hasta el 2001 cuando se formuló una estrategia gubernamental para enfrentar el problema: el Sistema Nacional e-México.

Presentado con resonancia como el proyecto que insertaría al país en la órbita de la SIC y por tanto al progreso, el Sistema Nacional e-México, considerado como el proyecto detonador para el desarrollo del país, tenía como objetivo central el de abatir la brecha digital, entendiendo a ésta implícitamente como un problema de acceso a las TIC. Sin embargo, a las fallas de origen del proyecto se sumaron insuficiencias al implementarlo, entre las más graves el de la progresiva desatención de los Centros Comunitarios Digitales (CCDs), elementos cruciales para el éxito del proyecto.

Sin que nunca se hayan dado a conocer sus resultados o posibles avances, el Sistema e-México, la estrategia del gobierno para enfrentar la brecha digital, dejó de ser del interés del gobierno entrante, en el 2006, que lo dejó caer en el estancamiento. Incluso, en el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2012, si bien se señala como meta llevar a Internet a más del 60 por ciento de la población, ese plan de gobierno no se remite al proyecto mencionado. Tampoco presentó uno nuevo.

Sería en el 2007 cuando de alguna manera se retomó el tema y se planteó un cambio a nivel de la estrategia de conectividad del Sistema, de tipo satelital, para pasar a otra donde la banda ancha es el elemento protagónico para alcanzar el “acceso universal.” A partir de lo anterior, la administración de gobierno comenzó a impulsar desde ese año



lo que llamó el “modelo alternativo para el acceso universal”, el denominado Redes Estatales de Educación, Salud y Gobierno (REESG), con el que se busca establecer conectividad mediante tecnologías inalámbricas.

No obstante que si bien en el plano de la infraestructura hay propuestas para mejorar el funcionamiento del alicaído e-México, no puede decirse lo mismo en lo relativo a otros aspectos sustantivos de la problemática de la SIC involucrados directamente con el asunto de la brecha digital.

Así, puede decirse que la actual administración de gobierno no ha considerado la construcción de la SIC en el país y la problemática de la brecha digital como asuntos prioritarios. Ni siquiera el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2012 hace mención de dichos temas.

La situación arriba descrita a rasgos muy generales se ha convertido en un factor de importancia para el ahondamiento de la brecha digital en el país. A partir ya sea de la insuficiencia o incluso inacción estatal en la materia, cabe destacar que ello ocurre, además, en medio del apoyo de una política regulatoria favorable a los proyectos de expansión de los consorcios de telecomunicaciones, que continúan impulsando los patrones para la incorporación de las TIC y los usos de las mismas con criterios de rentabilidad, y con escasos contrapesos por parte de la autoridad gubernamental.

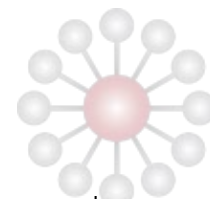
¿Cuáles son las expresiones de la brecha digital en nuestro país? Habiendo dejado claro que el fenómeno no se reduce a la cuestión del acceso sino que asume otras dimensiones –destacadamente entre ellas, como lo ha señalado la UNESCO, la “brecha cognitiva”- algunas pocas cifras (con la relatividad que ello implica,

pues a veces las estadísticas disponibles no se encuentran actualizadas o discrepan entre sí) reflejan su magnitud y vertientes.

Por ejemplo, el más reciente estudio de la Asociación Mexicana de Internet, AMIPCI (www.amipci.org.mx) (cuya fuente de información empleada es la consultora Select) establece la penetración de Internet en México en 29.7%, uno de los porcentajes más bajos entre los países latinoamericanos. Por su parte, el “Estudio 2010 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas”, del World Internet Project (www.worldinternetproject.net), establece el número de usuarios de Internet en México en 30 millones 239 mil. Así pues, más de 70 millones de habitantes no tienen acceso a la red.

El estudio de AMIPCI estima el total de computadoras en México en 18.2 millones, de las cuales sólo 11.3 contaban con los recursos necesarios para ingresar a la red. Por otra parte, resultan significativas las estadísticas que aporta la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías de la Información en los Hogares 2009 generadas por el INEGI, pero que sería largo exponer aquí (www.inegi.gob.mx),

En cuanto a lo que podría llamarse “la brecha generacional”, puede decirse a partir del estudio ya citado, que la mayor penetración de la red se encuentra en el grupo de edad de 12 a 19 años, en una clara ruta de decrecimiento hasta los 64. Por lo que toca a la brecha de género, de acuerdo con el estudio de AMIPCI antes citado, en la república el 56% de los usuarios son hombres y el 44% mujeres. Existen otros estudios, como el de WIP-México que en este renglón establecen una diferencia más amplia (58% hombres, con 44% de mujeres).



Se aprecia que la problemática de la brecha digital en nuestro país es compleja, de múltiples facetas y afecta a millones de mexicanos.

HACIA POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA INCLUSIÓN DIGITAL

De continuar la situación antes descrita, en el futuro de México la llamada SIC se presentará como un espacio de participación sólo para unos cuantos, con la profundización de la brecha digital y la pérdida de una oportunidad valiosa para impulsar el desarrollo de la sociedad mexicana.

Es posible aún, reitera este trabajo, intervenir en el proceso, buscando reorientarlo de forma concertada con los sectores involucrados y con las políticas públicas como útil herramienta, entendidas éstas como “un curso de acción (...) que es efectivamente desarrollado, intencional o reactivamente por los varios actores gubernamentales, por los otros poderes estatales, por la multitud de diferentes actores políticos, grupos económicos y organizaciones sociales, con sus interacciones cooperativas o conflictivas” (Aguilar Villanueva:1992:33).

Dado que las políticas públicas necesitan contar con el consenso social para considerarse como tales, requieren ser expuestas, argumentadas y debatidas. Así pues, para avanzar en el tema del desarrollo de la SIC y en México y del freno a la brecha digital, es preciso impulsar acciones que hagan posible la formación del consenso, con una discusión abierta que se traduzca después en la formulación e implementación de las políticas.

Es importante hacer notar que en dicha dinámica la presencia de la sociedad, en tanto actor involucrado, resulta fundamental y supone la presencia de ciudadanos informados e

interesados en la problemática referida, con los espacios de participación adecuados a su alcance para intervenir en el proceso de búsqueda de la solución de un asunto y contribuir a los acuerdos necesarios para ello.

Ahora bien, no obstante el alentador panorama para proyectos o temas que para llegar a sus objetivos requieren del concurso de la sociedad y que, a pesar de su complejidad, apoyándose en la formulación e implementación de políticas públicas pueden despejar su camino, es necesario subrayar que este trabajo, lejos de caer en el sobredimensionamiento de tales herramientas, en visiones utópicas o hasta en convertir a aquéllas en una “panacea”, apela a su pertinente aplicación. Ello porque de lo que se trata es de formular y desarrollar políticas que sean susceptibles de fundamento legal, de apoyo político, de viabilidad administrativa y de racionalidad económica” (Aguilar Villanueva:1992:36).

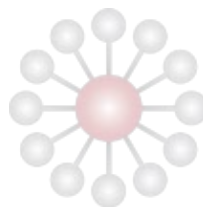
Tal sería justamente el reto a asumir por los diferentes actores involucrados de frente al ahondamiento de la brecha digital en el país y lo que ello conlleva para construir un país mayormente equitativo y distinto al que estamos viviendo.

BIBLIOGRAFIA

AGUILAR VILLANUEVA, LUIS, El estudio de las políticas públicas, México, Porrúa, 1992.

KAUFMAN, ESTHER (Coord.), Políticas públicas y tecnologías. Líneas de acción para América Latina, Buenos Aires, La Crujía, 2007.

GARCIA CANCLINI, NESTOR, “Diferentes, desiguales o desconectados”, Barcelona, Gedisa, 2006.



MIEGE, BERNARD, “La Societé de L Information: Toujours Aussi Inconcevable”, en Revúee Européenne des Sciences Sociales, No. 123, París, 2002.

MOSCO, VINCENT, The political economy of Communication: Rethinking and renewal, London, Sage Publications Ltd, 1995.

REYGADAS, LUIS, “La apropiación. Destejiendo las redes de la desigualdad”, México, UAM/ Antrophos, 2008.

ROBINSON, SCOTT, “¿Brecha o inclusión digital?” , México, UAM Iztapalapa, 2005,

SOBRE EL AUTOR

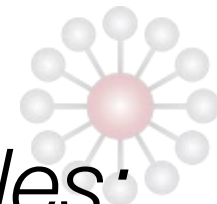
Dra. Alma Rosa Alva de la Selva. Profesora e investigadora en el Centro de Estudios de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Investigadora Nacional (Sistema Nacional de Investigadores, SNI, CONACYT). Miembro del Consejo Consultivo del Canal del Congreso.

REFERENCIAS ELECTRONICAS

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA ,
GEOGRAFIA E INFORMATICA
www.inegi.gob.mx

ASOCIACION MEXICANA DE INTERNET
www.amipci.org.mx

WORLD INTERNET PROJET
www.worldinternetprojet.net



Productos culturales digitales: Estrategias formales e informales de distribución en México

Dr. Gabriel Pérez Salazar
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE COAHUILA

Resumen:

Entendidos desde la perspectiva de Adorno y Horkheimer, los productos culturales han atravesado en los últimos años por diversos procesos de digitalización y convergencia tecnológica. En este trabajo se presentan los resultados de una observación relacionada con algunas de las estrategias de distribución en línea de dichos productos culturales, que han sido desarrolladas tanto fuera como al interior de los principales grupos multimedia establecidos a nivel internacional, destacando la aparición de nuevos actores y herramientas que han modificado la posibilidad de acceso por parte de las audiencias.

Palabras clave: digitalización, convergencia mediática, medios digitales, industria cultural, economía política, distribución alternativa, redes P2P.

I. Introducción.

Las estrategias de producción, distribución y comercialización de las industrias culturales (Adorno y Horkheimer, 2007), han dado lugar a una gran variedad de estudios de los medios de comunicación, en los que destacan las relaciones que se establecen entre dichos generadores de formas simbólicas con las audiencias.

De manera particular, en este trabajo abordaremos lo relativo a diversas estrategias de distribución, formales e informales, a través de las cuales los productos culturales digitalizados se encuentran disponibles para su consumo en México. Para ello, tomaremos en cuenta algunos aspectos derivados de la economía política de la comunicación, con base en autores como

Juan Carlos Miguel de Bustos (1993) y Enrique Bustamante (2002).

Es importante mencionar que las respuestas de las audiencias a la oferta digital de las industrias culturales, ha sido un tema relativamente poco abordado desde una perspectiva académica. En general, podemos reconocer dos grupos de trabajos hechos en este sentido:

- 1) Los que se limitan a describir las innovaciones hechas en materia de formatos y canales de distribución y entre los que podemos encontrar el trabajo de Rawolle y Hess (2000) y Pavlik y McIntosh (2004).
- 2) Un numeroso conjunto de artículos que, desde una perspectiva técnica, proponen estrategias de protección de los derechos



de autor y explotación para tales contenidos digitales, como los realizados por Memon y Wong (1998) y Liu et al (2003).

Una excepción está dada por el trabajo de Katz (2006), quien reflexiona en torno al impacto que los procesos de convergencia tecnológica y digitalización han tenido en las industrias culturales en la región latinoamericana. Aunque no profundiza en las estrategias de consumo que presentan las audiencias, y que en este contexto, adquieren además la dimensión de usuarios; presenta una pertinente reflexión en relación con las implicaciones económicas que traen consigo los nuevos escenarios convergentes.

Así, el presente trabajo es el resultado de una observación de algunas estrategias que grupos específicos de usuarios emplean en la actualidad para distribuir, compartir y hacerse de contenidos audiovisuales en formato digital; paralelas a los canales formales de distribución establecidos por las industrias culturales. Desde una perspectiva metodológica, es importante señalar que se trata de un reporte que pertenece a un estudio longitudinal realizado en torno a la trayectoria que siguen las estrategias informales de distribución de productos culturales digitalizados, por lo que algunos de los datos aquí presentados pueden ser ajustados en el futuro, de acuerdo con el comportamiento que se presente en el corpus analizado.

II. Canales de distribución de los productos culturales.

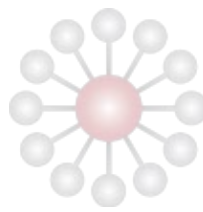
En la actualidad, las industrias culturales están llevando a cabo acciones que se basan en la flexibilidad intrínseca a los contenidos digitalizados.

A partir de esta forma de representación numérica de los elementos simbólicos que componen todo producto cultural, es posible manipular, almacenar, producir, duplicar y distribuir con relativa facilidad cualquier producción que haya sido pasado por este proceso. Hay una aparente descentralización de los soportes físicos, que da lugar a manipulaciones que en ocasiones superaran las capacidades de control de quienes detentan los derechos de explotación comercial de una obra. En términos de Piérre Lèvy (1999), se trata de la virtualización de la información que da lugar a este tipo de obras, llevando en muchas ocasiones al rompimiento de las limitaciones físicas de tales soportes.

Con el fin de contrastar el presente escenario, haremos un poco de historia. Antes de que tales recursos digitales estuvieran disponibles, aunque era posible duplicar algún producto audiovisual (al grabar en casete un disco LP, por ejemplo; o copiar una película en VHS), usualmente esto implicaba tanto una pérdida en la calidad del producto resultante, como tiempos relativamente prolongados en dicho proceso de duplicado. Grabar un casete significaba reproducir en tiempo real el producto original.

Las implicaciones para el modelo de negocios de las industrias culturales derivadas de estas duplicaciones, eran muy distintas a las actuales. La pérdida de calidad de las copias resultantes era una condición ampliamente generalizada, lo cual contribuía a una percepción aurática del original, en términos de Walter Benjamin (2009). Por otro lado, producir masivamente estas copias implicaba un costo relativamente alto, tanto por los equipos necesarios, como por el tiempo que implicaba este proceso, por lo que no era una actividad al alcance de cualquiera.

En lo que respecta a su distribución, las industrias culturales mantenían un control



bastante riguroso, dado que un producto cultural estaba contenido en un soporte físico material. En prácticamente la totalidad de los casos, era necesario un transporte de dichos soportes: audio y/o video casetes, discos de acetato, rollos de película, etcétera, para llegar hasta las audiencias consumidoras (salvo por supuesto, bajo los modelos de radio transmisión que implicaban un consumo distinto al que nos hemos centrado). Esta sujeción material generaba además diversos costos de manejo, almacenaje y colocación en el mercado, que impactaban de manera directa sobre el valor de cambio que el adquiriente debía cubrir en el precio pagado para poseer un producto cultural de consumo doméstico.

Como hemos adelantado, los procesos de digitalización que actualmente se presentan en las industrias culturales han modificado muchas de estas condiciones. La posibilidad de traducir un producto audiovisual a un conjunto numérico finito empaquetado en un archivo de cómputo, ha llevado a su casi absoluta dislocación espacio-temporal. De esta forma, los productos culturales dejan de estar necesariamente sujetos a un soporte físico, lo que significa un profundo cambio en sus posibilidades de ser manipulado. Cabe preguntarse, por ejemplo, dónde se encuentra una película que puede ser descargada de Internet, ¿en el servidor de origen? ¿en el disco duro del usuario que hace la descarga? ¿En el reproductor portátil donde la consume? Si la ubicuidad es una característica de la virtualidad, las dimensiones clásicas del tiempo y el espacio en la distribución de los productos culturales, deben ser replanteadas. Un producto cultural convertido en un archivo numéricamente codificado, puede ser transferido a través de cualquier sistema digital, tanto físico (CD-ROM, DVD-ROM, memoria flash-USB, etc.)

como a través de una red de cómputo.

De cara a estas posibilidades tecnológicas, las industrias culturales han visto radicalmente transformadas muchas de las condiciones fundamentales relacionadas con la distribución de sus productos. De manera coincidente con los procesos de integración empresarial, apertura de mercados y globalización que se han presentado desde la segunda mitad de la década de 1990; la digitalización de los productos culturales, y los rompimientos espacio-temporales que esto ha implicado, han llevado a panoramas inéditos para los grandes grupos multimedia.

Como Katz (2006) plantea, esto ha traído consigo un profundo impacto en prácticamente la totalidad de las industrias culturales, especialmente en lo que se refiere a la editorial, cinematográfica, televisiva y discográfica. Las transformaciones que estas industrias han atravesado, han ido desde sus procesos productivos –en la generación de sus productos mismos– hasta su distribución y consumo; sin que necesariamente los ajustes empresariales hayan ocurrido con la misma velocidad con que la tecnología digital ha estado disponible.

El profundo cambio en los paradigmas derivados de la digitalización de los productos culturales, se ha enfrentado a las inercias institucionales presentes en estas industrias, y en general, podemos hablar de respuestas lentas y poco efectivas ante los procesos de digitalización, por parte de la mayoría de los grupos multimedia.

Esto contrasta notablemente con algunos de los planteamientos iniciales del discurso optimista y hegemónico de la Sociedad de la Información, donde se hablaba de nuevas oportunidades de mercado. Negroponte (1995) vislumbraba una especie de panacea mediática basada en



redes de banda ancha y servicios de suscripción generalizados, y como Ruano (2007) señala, se anticipaban los beneficios de este sector derivados de la aplicación de las nuevas tecnologías, tanto en lo productivo como en el mercado, aunado esto a la participación en el sector de las telecomunicaciones y la electrónica de algunos de los grupos mediáticos transnacionales.

Sin embargo, las respuestas dadas por las industrias culturales fueron sintomáticamente cautelosas y pausadas, como posible señal de su rigidez estructural. Así, podemos sugerir que la digitalización ha implicado arduos procesos de apropiación cultural también para estos agentes económicos, y no solamente para sus usuarios.

Por ejemplo, con la aparición del formato MP3 durante el último lustro del siglo XX, destaca una estrategia de mercado que, aunque era aparentemente inevitable, tardó mucho en cristalizarse, y más bien puede interpretarse como una respuesta a los sistemas gratuitos de intercambio de archivos de música. Las tiendas musicales en línea, estos sitios virtuales en los que los usuarios pueden adquirir legalmente tales productos culturales, no necesariamente nacieron de iniciativas de las industrias de la música grabada previamente establecidas, y que en teoría eran quienes contaban con los recursos materiales para dar este paso y aprovechar las proclamadas ventajas de los nuevos mercados virtuales. Como reflexión en este sentido, podemos sugerir que un capital material no necesariamente implica un capital cultural o simbólico que permita ajustarse a las cambiantes condiciones del entorno, de manera que se perpetuen indefinidamente las posiciones hegemónicas históricas.

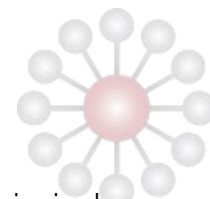
Entre la aparición de los primeros reproductores MP3 para computadoras personales

en 1997 y la aparición de las primeras tiendas de música en línea entre 1998 y 1999 (Schubert, 1999), hasta el lanzamiento de iTunes Music Store en 2003; transcurrió un tiempo en el que el modelo de descargas gratuitas se generalizó entre muchos usuarios de Internet. Durante este lapso, las grandes empresas disqueras centraron sus esfuerzos en emprender acciones legales en contra de quienes realizaban estas prácticas, pero sin realmente proponer una alternativa comercial y éticamente viable.

Por otro lado, un aspecto que es pertinente señalar, es que la que se ha convertido en la principal tienda de música en línea hoy en día a nivel mundial, iTunes,¹ se origina en el sector de las TIC y no en el de las industrias culturales. Esto refuerza nuestra hipótesis relativa a la ausencia de un capital simbólico que hubiera permitido a las industrias culturales tradicionales ajustarse a las implicaciones de los procesos de digitalización de manera más oportuna; de manera similar a como ocurrió en la industria de la computación a finales de la década de 1970, cuando grandes empresas de este sector fueron incapaces de percibir los cambios que la introducción de la computación personal estaba por ocasionar. Queda como materia para futuras investigaciones indagar en torno a las interpretaciones que hicieron de tecnologías como MP3, quienes ocupaban posiciones estratégicas en la industria de la música grabada durante la última década del siglo pasado.

En concordancia con las estrategias establecidas por estas industrias en el pasado y dada la flexibilidad que implica el manejo de los productos culturales digitalizados, durante los primeros años de operación de estas tiendas

¹ Es parte de Apple Computer Inc. Cuyo principal accionista es Steve Jobs, cofundador de esta empresa de computadoras personales.



en línea, se impusieron sistemas que limitaban el número de copias que era posible hacer de la música en cuestión, a través de candados como DRM (digital rights management). Esto marcaba grandes diferencias con respecto a las posibilidades de las audiencias para utilizar la música por la que habían pagado. Al adquirir un LP, o incluso un CD, una persona tenía absoluta libertad de hacer copias para su uso personal, y escuchar estas copias en cualquier dispositivo adecuado para ello. No era así con canciones que estuvieron protegidas con DRM, hasta que el sistema fue finalmente eliminado en 2009 en iTunes Store.

En la actualidad, en nuestro país es posible observar la venta de música en línea bajo marcas como MixUp Digital, Nokia Music Store, Tarabu (de Televisa) e Ideas Music Store (de Telcel), lo que habla de los cruces entre diversas ramas industriales, y que incluyen tanto a las industrias culturales, como las telecomunicaciones y las ventas al detalle; lo cual habla de otra manifestación de los procesos de convergencia mediáticos. Otras industrias culturales han emprendido acciones similares, entre las que destaca la venta de libros electrónicos en Amazon (bajo la plataforma Kindle), así como la renta² y venta³ de películas en línea en Blockbuster (sólo en su sitio web para los EEUU, cabe precisar).

Sin embargo, las tiendas en línea no son los únicos canales de distribución de los productos culturales digitalizados. En lo que se conoce como consumo en línea por flujo (streaming) –de carácter generalmente gratuito– podemos mencionar la

² Por un precio que ronda entre los 3 y 5 USD, los archivos descargados tienen una vigencia de 24 horas para poder ser reproducidos, y luego de este periodo el documento queda bloqueado.

³ Los archivos no tienen una vigencia restringida, y su costo es similar al de un DVD.

apertura de canales de algunas de las principales emisoras televisivas en YouTube (como Sony, Warner Brothers, y la BBC, entre otras), muchas de las cuales incluso ponen a disposición parte de sus contenidos en alta definición. Ofertas similares pueden ser encontradas en los portales de muchas de las generadoras y/o emisoras de contenidos audiovisuales, donde con frecuencia es posible observar la repetición simultánea de sus contenidos, para medios como la televisión, la radio y los periódicos; y a los que podemos agregar el almacenamiento de documentos asincrónicos disponibles bajo demanda (podcast).

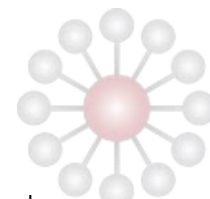
Sin embargo, consideramos que tanto a partir del vacío inicial en la oferta legal, como de las estrategias de consumo desarrolladas por algunos usuarios que buscan tener acceso a estos contenidos de manera gratuita; prácticamente desde que las tecnologías de ‘ripeado’⁴ estuvieron disponibles, como ya hemos mencionado, se crearon canales ‘informales’⁵ de distribución, especialmente entre aquellos usuarios que contaban con las competencias tecnológicas necesarias tanto para realizar las conversiones de formatos analógicos a digitales, como para localizarlos, transferirlos, almacenarlos y duplicarlos.

III. Canales informales de distribución

Como hemos mencionado, el tiempo que

⁴ Con este término (ripping) se suele llamar al proceso de conversión de un formato concebido para ser colocado en un soporte físico como un CD o un DVD, a un archivo digital que puede ser transportado, almacenado, distribuido y duplicado como cualquier otro documento en un sistema operativo determinado.

⁵ Por informales entenderemos aquellos canales legales, o que incluso violan las leyes en materia de derechos de explotación, que se encuentran fuera del control tanto de los grandes grupos mediáticos, como de los medianos y pequeños productores y distribuidores, y cuya principal característica es que son creados, administrados y mantenidos por los usuarios – consumidores de estos productos culturales.



transcurrió entre la aparición de formatos digitales para productos culturales y la posibilidad de adquirirlos legalmente; fue relativamente largo, por lo que aunado a la cultura de la gratuidad prevaleciente en algunos sectores de usuarios de Internet, pueden haber contribuido al amplio uso de sistemas de intercambio de archivos, conocidos como P2P (peer to peer), y de los cuales Napster resulta particularmente destacado por la notoriedad que adquirió su proceso judicial y eventual cierre a partir de la demanda en su contra presentada por la asociación norteamericana de música grabada (RIAA, por sus siglas en inglés).

A pesar de que este tipo de aplicaciones (entre las que además podemos mencionar a Kazaa, eMule y otras similares) han alcanzado a tener varios millones de usuarios conectados al mismo tiempo, por diversos motivos su uso ha decrecido recientemente, a favor de otras estrategias. A continuación haremos un repaso de los principales inconvenientes que presentan este tipo de aplicaciones para sus usuarios, y hablaremos de algunos canales alternativos de distribución de contenidos audiovisuales digitales;⁶ a partir de la observación de una selección no probabilística de casos escogidos con base en su relevancia en los resultados del motor de búsqueda Google, para sitios disponibles en México.

a) La guerra contra las redes P2P

Como hemos señalado, aplicaciones P2P como Napster, AudioGalaxy, Kazaa, eMule y otras similares; han alcanzado cada una de ellas en algún momento determinado, millones de usuarios conectados de manera simultánea, intercambiando

entre ellos toda clase de archivos, entre los que destacan contenidos audiovisuales. Su capacidad para convertirse en medios de distribución descentralizados, fue aprovechada por sus usuarios para hacerse de una cantidad indeterminada de archivos, entre los que destacaban los MP3;⁷ por lo que no tardaron en ser objeto de ataques por parte de un sector de las industrias culturales en defensa de sus intereses.

Uno de estos primeros esfuerzos por hacer frente al intercambio de música en las redes P2P, consistió en la incorporación masiva de nodos con archivos alterados, que usualmente se expresaban en canciones incompletas o editadas. De esta manera, cuando un usuario buscaba una canción y la seleccionaba para descargarla, al término del entonces relativamente tardado proceso,⁸ se encontraba con que había invertido sus recursos en una canción cuyo contenido había sido manipulado, por ejemplo, a partir de fragmentos repetidos (loops) hasta dar una duración similar a la de la canción original. Sin embargo, los sistemas socio-técnicos de los usuarios reaccionaron y en poco tiempo se agregaron mecanismos de reputación, que permitían la detección de estos nodos a partir de los reportes de quienes hacían las descargas, logrando con ello su eventual expulsión de la red.

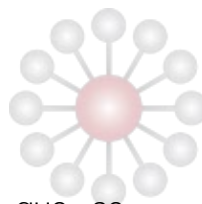
Luego del triunfo sobre Napster,⁹ la industria de la música grabada cambió su estrategia y

⁷ Formato de compresión de audio desarrollado por el Moving Picture Experts Group, en el que puede haber una pérdida más o menos importante en la calidad del producto resultante, dependiendo de diversos parámetros en su configuración.

⁸ A consecuencia del menor ancho de banda generalmente disponible hace un lustro.

⁹ Como es sabido, este sistema fue finalmente clausurado en julio de 2001, con lo que la industria disquera establecía un precedente legal relevancia internacional.

⁶ Dada la velocidad con que tiene lugar la evolución de los sistemas informáticos, se trata de herramientas y estrategias no mencionadas en el ya citado texto de Katz (2006).



empezó a perseguir ya no a los prestadores de esta clase de servicios de intercambio, sino a los usuarios particulares. De esta manera, para junio de 2006, la RIIA había actuado legalmente contra más de 20 mil personas en los Estados Unidos (Electronic Frontier Foundation, 2006), y los había obligado a pagar compensaciones económicas por el material descargado. A nivel internacional, acciones similares han sido emprendidas por la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (El Mundo, 2005), y en México, la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (Amprofon) y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) habían iniciado demandas tanto contra cibercafés donde se detectaban estas prácticas, como contra usuarios específicos, a través de acciones emprendidas por la Policía Cibernética¹⁰ (La Jornada, 2007). Con base en la observación realizada a diversos lugares públicos de acceso a Internet, es posible mencionar que muchos de ellos tienen anuncios en los que expresamente prohíben este tipo de descargas.

Cabe mencionar que estas detecciones son técnica y legalmente posibles, porque, al ingresar a un sistema P2P, ya sea que operen bajo esquemas convencionales o por archivos BitTorrent,¹¹ se hace pública la dirección IP¹² de un usuario, y a partir de este dato, es posible su ubicación física. De esta manera, es factible la identificación de aquellos usuarios que descargan

¹⁰ Unidad especializada en perseguir infracciones y delitos informáticos, dependiente de la Secretaría de Seguridad Pública.

¹¹ Sistema P2P empleado para la transferencia de archivos de gran tamaño, que se basa en la fragmentación del documento original y su distribución descentralizada en 'paquetes' de menor tamaño, a partir de los cuales se reconstruye en archivo origen, de manera no lineal, en el punto de destino.

¹² Internet Protocol, sistema que permite ubicar unívocamente un nodo en particular dentro de Internet.

grandes cantidades de archivos, sin que se tengan que instalar herramientas de rastreo en sus computadoras.

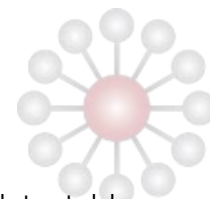
Nuevamente, los sistemas socio-técnicos de usuarios reaccionaron ante esto y se desarrollaron nuevas aplicaciones P2P anónimas, en las que la dirección IP de los usuarios es enmascarada, lo que dificulta significativamente la posibilidad de localizarlos físicamente. Sistemas como GUNet, Imule, MUE y Nodezilla son algunos ejemplos de esta clase de software.

Posiblemente a consecuencia de estos nuevos dispositivos tecnológicos de operación anónima, para diciembre de 2008, la RIIA tomó un nuevo rumbo y ahora, cuenta con la colaboración de los proveedores de servicio de Internet (ISP) en los Estados Unidos para la detección de usuarios que tengan una actividad inusualmente alta en puertos de comunicación asociados al uso de las redes P2P (Gong, 2005). A partir de esta detección, primero se hace una advertencia a tales usuarios, y si tal aviso es ignorado, el servicio de acceso es bloqueado (La Jornada, 2008).

Otro riesgo asociado con el uso de los sistemas P2P, está dado por la proliferación de virus diseñados específicamente para transmitirse a través de estas redes de usuarios (Wired, 2006). A pesar de que no es posible ocultar un virus en un archivo MP3, lo que se ha observado es la aparición de archivos ejecutables que portan estos códigos maliciosos, y que son disfrazados bajo la apariencia de documentos de música, que se activan al ser abiertos por los usuarios.

b) Sistemas alternativos de distribución: links de descarga.

Ante los riesgos y dificultades que hemos planteado que supone el uso de los sistemas P2P,



en la actualidad observamos una relativamente nueva estrategia de distribución de contenidos audiovisuales, basada en el almacenamiento remoto de archivos (files hosting) y la publicación de sus respectivos links de descarga. El procedimiento habitualmente seguido es el siguiente:

1. Se crea un archivo comprimido¹³ a partir del documento audiovisual original.
2. Este documento es almacenado en algún servicio de hospedaje de archivos. Algunos de estos proveedores más frecuentemente observados son MegaUpload, RapidShare y Hotfile, aunque existen centenares¹⁴ de estos servicios, disponibles casi todos bajo alguna modalidad gratuita.
3. El usuario que haya colocado estos archivos en línea, publica los enlaces de descarga, para que el resto de los usuarios puedan tener acceso a tales contenidos. Esta publicación puede ser hecha de muchas maneras: en actos comunicativos interpersonales, a través de chat o correo electrónico; o de forma pública, a través de publicaciones en blogs y foros.
4. Los usuarios que lo deseen, pueden descargar y descomprimir estos archivos.

En cuanto al riesgo de vigilancia, esta estrategia implica una mayor seguridad para quienes realizan las descargas, dado que en ningún momento se hace pública su dirección IP (no se emplea aplicación P2P alguna), y todo el tráfico de datos se realiza a través del mismo puerto de comunicación que se emplea durante una navegación típica en la World Wide Web (WWW);¹⁵

¹³ Los dos formatos más populares empleados para hacer esta compresión son RAR y ZIP.

¹⁴ La aplicación para descargas automatizadas Jdownloader soporta un total de 536 de estos servicios de hosting de archivos, de acuerdo con la más reciente actualización descargada el 15 de mayo de 2010.

¹⁵ En el protocolo TCP/IP el puerto 80 está reservado para el protocolo de la WWW que es el http.

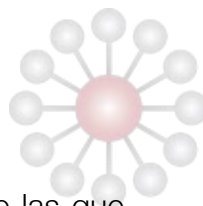
por lo que constituye una acción indetectable exclusivamente a partir de este criterio. A pesar de lo anterior, el peligro de propagación de virus persiste, en la medida en que sigue siendo posible ocultar códigos malintencionados en dichos archivos comprimidos, por lo que es frecuente que los usuarios que llevan a cabo estas prácticas empleen un antivirus recientemente actualizado, capaz de analizar los archivos descargados antes de ser descomprimidos.

Como es posible suponer, se han construido sitios en los que la publicación de este tipo de enlaces de descarga, constituye uno de sus principales contenidos. En el contexto mexicano, destacan por su relevancia sitios como Taringa y Ba-K (que ocupan las posiciones 12 y 40, respectivamente, en el lista de sitios con mayor tráfico en México elaborada por Alexa¹⁶, consultada el 18 de mayo de 2010), donde es posible observar categorías de productos culturales que van desde películas, música grabada y programas de televisión, hasta libros electrónicos; todos ellos en una amplia variedad de géneros. Nuestra observación no participante se ha centrado en estos dos sitios, en virtud de que son los foros donde se publican links de descarga mejor colocados en dicho ranking.

Sin embargo, en estos sitios continúan los enfrentamientos entre las industrias culturales y sus representantes legales, contra los administradores de estos sitios, que además de tales links de descarga tienen muchas otras secciones en las que se discuten asuntos que nada tienen que ver con estos archivos.

En mensajes dados a conocer a sus usuarios

¹⁶ Alexa publica en su sitio web, el listado de los sitios con mayor tráfico en el mundo, y por países seleccionados. Aunque el algoritmo empleado para este fin implica una serie de sesgos metodológicos muy importantes; es una de las pocas mediciones que a este respecto se encuentran disponibles de manera gratuita.



a inicios de 2010, se ha explicado la política que estos dos sitios han aplicado al respecto, con notables coincidencias entre ellos. En resumen, los administradores han declarado que, para evitar el cierre total de los sitios en cuestión, en lo sucesivo serán cancelados sólo aquellos mensajes (posts) que sean denunciados de manera específica por quienes poseen los derechos de explotación de los productos culturales que estén siendo distribuidos sin autorización en tales publicaciones. La siguiente imagen muestra el resultado de la búsqueda de uno de estos posts eliminados en Taringa:

Fuente: captura de pantalla realizada el 18 de abril de 2010 en el sitio www.taringa.net



Con base en la observación realizada en estos dos sitios durante los meses de enero a abril de 2010, podemos sugerir que, aunque hay una aparente colaboración con los representantes de las industrias culturales en la eliminación de tales mensajes, en realidad se trata de cumplir con lo estrictamente requerido para evitar consecuencias legales.

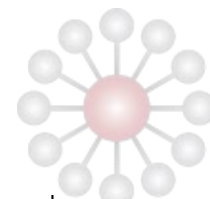
Si bien las publicaciones en cuestión son eliminadas, pudimos observar que al mismo tiempo los administradores dan a los usuarios sugerencias para enfrentar estos reclamos. Lejos de solicitar que se evite la publicación de links de descarga de contenidos audiovisuales protegidos por derechos

de autor, se recomiendan acciones entre las que destaca mantener copias tanto locales (es decir en las computadoras de los usuarios), como en blogs de estas aportaciones (esto es, los links de descarga), de manera que cuando un post sea denunciado y eventualmente eliminado, sea posible su re-publicación en el menor tiempo posible.

Por otro lado, en la práctica, estas denuncias han tenido un impacto más bien limitado en la disponibilidad de productos culturales audiovisuales en estos sitios. Por ejemplo, los links de descarga de los más recientes capítulos de series como House MD, The Mentalist, y otras que forman parte del prime time de la televisión por cable y abierta; son publicados en una media de 10 posts distintos y más o menos simultáneos, a los que se van agregando las re-publicaciones que se hacen en los días subsiguientes a cada estreno.

Además de esta re-colocación de links de descarga, es importante mencionar que aunque las solicitudes de borrado de posts sean atendidas por sitios como Taringa y Ba-K.com; y a pesar de su popularidad, estas no son más que dos opciones entre muchísimas otras. Existe una cantidad literalmente indeterminable de foros y blogs que presentan dinámicas similares, en distintos idiomas y alojados en servidores ubicados en múltiples regiones, y a los que se agregan nuevos prácticamente a diario; lo que dificulta considerablemente la denuncia y eventual eliminación de posts con las características antes mencionadas.

En virtud de esta amplia oferta de sitios que publican dichos links de descarga, la estrategia de los representantes legales de las industrias culturales ha sido centrarse en los servicios de file hosting más frecuentemente utilizados, y hacer búsquedas de productos protegidos por derechos



de autor en los buscadores especializados (entre los que es posible mencionar a ineedfile.com y filestube.com, entre muchos otros). De este modo, los archivos hospedados en los dos más utilizados servicios de hosting, que son Rapidshare y Megaupload; son los primeros en ser denunciados ante estas instancias. Ante la amenaza de iniciar acciones legales en su contra, los administradores de tales servicios eliminan los links de descarga a solicitud de quien tenga los derechos de explotación de la obra en cuestión.

Como es posible suponer, esto tampoco representa una solución duradera a la situación que enfrentan las industrias culturales, en virtud de que, como hemos adelantado, Rapidshare y Megaupload son solo dos entre cientos de servicios similares. En este sentido, lo que hemos podido observar es que algunos posts que publican links de descarga, lo hacen en más de un servicio a la vez, e incluso de manera simultánea en hasta 6 servicios de hosting diferentes. Esto nos lleva a sugerir que la estrategia de quienes distribuyen estos productos culturales, es la de atomizar los servidores empleados para llevar a cabo tales acciones, de manera que la actividad que hace unos meses se concentraba en Rapidshare y Megaupload; en la actualidad, lleva al empleo rutinario de al menos otros 15 servicios distintos, entre los que destacan Hotfile, Depositfiles, Mediafire, X7, Fileserve y Filefactory, entre otros.

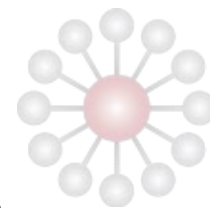
IV. Consideraciones finales.

Más allá de las valoraciones que pudieran hacerse de estas prácticas desde una perspectiva jurídica y sin pretender ninguna manera hacer apología de cualquier acción que pudiera ser considerada como ilegal, con base en algunos de los planteamientos

hechos por la Escuela de Birmingham, podemos sugerir que se trata de procesos de consumo de productos culturales dignos de estudio, tanto por los impactos económicos que les han sido atribuidos (Katz, 2006), como por su pertinencia en cuanto a las estrategias de apropiación tecnológica que los usuarios realizan en relación con contenidos que les resultan significativos, en renglones que tienen que ver tanto con aspectos culturales como identitarios.

El surgimiento de canales alternativos de distribución de contenidos audiovisuales, representa un fenómeno cibercultural en torno al cual se presentan múltiples acercamientos. Como hemos planteado en trabajos previos (Pérez Salazar, 2009), mientras que para algunos usuarios puede representar una fuente aparentemente inagotable de productos de entretenimiento libres de costo, para otros se trata de espacios en los que además se construyen comunidades virtuales con altos niveles de participación y de identificación simbólica.

A partir de nuestras observaciones, podemos decir que en sitios como los que hemos mencionado, si bien la publicación de enlaces de descarga puede ser la principal sustancia relacional en torno a la cual se crea una red de usuarios; en algunos casos hemos podido observar la transformación de tal red en comunidad, en la que se observan intercambios comunicativos que van más allá de dichas publicaciones iniciales. Hay gente que no solo se limita a descargar estos contenidos, sino que en relación con ellos se comparten reseñas y puntos de vista; se hacen preguntas y se resuelven cuestionamientos de toda índole; se reportan problemas técnicos y los enlaces se mantienen activos (a pesar de que sean reiteradamente dados de baja). En resumen, es



posible observar interacciones sociales en las que prevalecen tanto la superficialidad y la banalidad, como la profunda significación; el conflicto y la discordia, como la cordialidad y la solidaridad. Son, para bien y para mal, mucho más que meros canales alternativos de distribución de productos audiovisuales.

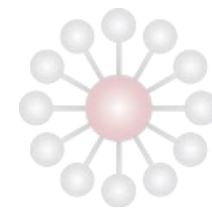
Por otro lado, diversos grupos activistas en línea recientemente han planteado un debate que forma parte de este fenómeno. Citando el Artículo 27 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que dice que toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten (ONU, 2009), han abierto una discusión en relación a este derecho, dado que, argumentan, en muchas ocasiones su ejercicio está limitado por las posibilidades económicas de los individuos.

En realidad, dicho planteamiento evita mencionar el segundo apartado de este mismo Artículo, que señala que “Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan por razón de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora” (ONU, 2009).

En todo caso, consideramos que las dos dimensiones que el Artículo 27 de la citada Declaración incluye, representan la complejidad del fenómeno al que nos hemos referido. Ante la acción de las industrias culturales que buscan un beneficio económico en favor del sistema al que pertenecen, y donde se incluyen tanto los creadores y artistas involucrados, así como a sus ejecutivos, directivos y accionistas; se enfrentan las estrategias alternativas de aquellos usuarios que consumen, distribuyen, almacenan y transfieren obras que de alguna manera les resultan significativas, aunque

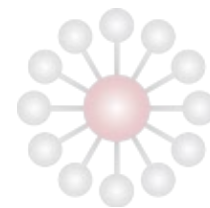
no posean los derechos legales para ello.

Finalmente, hay una cuestión adicional que creemos oportuno señalar. Independientemente de si los productos culturales a los que hemos hecho referencia son distribuidos por canales formales o informales, a nivel simbólico se establece una posición hegemónica que sigue siendo detentada por las industrias culturales. En otras palabras, sin importar si las grandes empresas productoras y distribuidoras reciben o no las ganancias que provienen de la venta y distribución de estas formas simbólicas digitalizadas, sus contenidos siguen formando parte de los referentes de las audiencias que los consumen. Sin entrar en el ampliamente discutido (y discutible) terreno de los efectos de los media, podemos decir que, habiendo o no pagado por ellos, los productos culturales siguen representando modelos en los que hay una cantidad relativamente pequeña de generadores de contenidos, y que éstos forman parte del capital simbólico que las audiencias construyen a partir de su consumo mediático. Así, en un nivel estrictamente cultural, no importa tanto si la película de Hannah Montana que una niña consume proviene del DVD original, o si fue descargada en alta definición de algún foro de distribución informal como los que hemos observado, o si fue adquirida ilegalmente a un vendedor ambulante. La ideología y los valores contenidos en tal película, siguen siendo consumidos; y dada la parafernalia que suele acompañar a este tipo de producciones, permanece su potencial como escaparate y promotor para la adquisición de otros productos adyacentes, mismos que siguen siendo atendidos por las otras ramas e hileras de las industrias culturales.



V. Referencias.

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (2007). *Dialéctica de la ilustración*. Barcelona: Akal.
- Benjamin, W. (2009). *La obra de arte en la era de la reproducción mecánica*. México: UACM.
- Bustamante, Enrique (Coord.) (2002). *Comunicación y Cultura en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Castells, Manuel (2001). *La Galaxia Internet*. Madrid: Plaza y Janés Editores.
- El Mundo (2005). “La IFPI demanda a casi 1.000 personas por descargar música de la Red”, 12 de abril. Documento electrónico disponible en: <http://www.elmundo.es/navegante/2005/04/12/cultura/1113322120.html>. Acceso: 7 de agosto de 2009.
- Electronic Frontier Foundation (2006) “How To Not Get Sued for File Sharing” Documento electrónico disponible en: <http://www.eff.org/wp/how-not-get-sued-file-sharing>. Acceso: 6 de agosto de 2009.
- Gong, Yiming (2005). “Identifying P2P users using traffic analysis”. Documento electrónico disponible en: <http://www.securityfocus.com/infocus/1843>. Acceso: 7 de agosto de 2009.
- Katz, Jorge (2006). *Las tecnologías de la información y la comunicación y las industrias culturales. Una perspectiva latinoamericana*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- La Jornada (2008). “Cambio de estrategia antipiratería en Estados Unidos”, 21 de diciembre. Documento electrónico disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2008/12/21/index.php?section=espectaculos&article=a08n2esp>. Acceso: 7 de agosto de 2009.
- _____ (2007). “Descargan ilegalmente más de 2 mil millones de canciones en cibercafés”, 4 de diciembre. Documento electrónico disponible en: <http://www.jornada.unam.mx/2007/12/04/index.php?section=espectaculos&article=a08n1esp>. Acceso: 7 de agosto de 2009.
- Levy, P. (1999). *Qué es lo virtual*. Barcelona: Paidós.
- Liu, Qiong, Reihaneh Safavi-Naini y Nicholas Paul Sheppard (2003). “Digital rights management for content distribution”, *Conferences in Research and Practice in Information Technology Series*, Vol. 34, 49 – 58.
- Memon, Nasir y Ping Wah Wong (1998). “Protecting digital media content”, *Communications of the ACM*, 41 (7), 35 – 43.
- Miguel de Bustos, Juan Carlos (1993). *Los grupos multimedia*. Barcelona: Bosch.
- Negroponete, N. (1995). *Ser digital*. México: Océano.
- ONU, (2009). “Declaración universal de los derechos humanos”. <http://www.un.org/es/documents/udhr/index.shtml>. Acceso: 18 de mayo de 2010.
- Pavlik, J. V. y S. McIntosh (2004). *Converging Media: An introduction to mass communication*. Needham Heights, Massachusetts: Allyn & Bacon.
- Pérez Salazar, Gabriel (2009). *Internet como medio de comunicación*. Tesis de doctorado. México: UNAM.
- Rawolle, Joachim y Thomas Hess (2000). “New digital media and devices: An analysis for the media industry”, *The International Journal on Media Management*, 2(2), 89 – 90.
- Ruano, S. (2007). “Las Industrias Culturales el Negocio de la Era Digital”. *Razón y Palabra*, núm. 56, abril – mayo, <http://>



www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/sruano.html, acceso: 18 de mayo de 2010.

Schubert, R. (1999). "Tech-savvy Getting Music For A Song; Industry Frustrated That Internet Makes Free Music Simple". SeattlePost-Intelligencer. <http://seattlepi.nwsourc.com/archives/1999/9902100013.asp>. Acceso: 22 de noviembre de 2008.

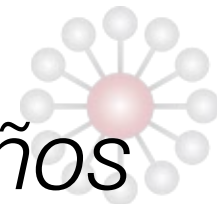
Wired (2006). "P2P Viruses on the Rise", 17 de abril. Documento electrónico disponible en: [http://www.wired.com/listening_post/2006/04/p2p_viruses_on_/](http://www.wired.com/listening_post/2006/04/p2p_viruses_on/) Acceso: 7 de agosto de 2009.

SOBRE EL AUTOR

Dr. Gabriel Pérez Salazar. Dr. en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Comunicación (UNAM, 2009) y Maestro en Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (UNAM, 2004), actualmente es profesor investigador de tiempo completo en la Facultad de Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila.

SOBRE LA PONENCIA

El presente trabajo es parte del proyecto "Los elementos identitarios en los procesos de interacción mediados por las TICs en la región sureste de Coahuila", del Cuerpo Académico de Comunicación Masiva de la Facultad de Comunicación de la UadeC, coordinado por la Dra. Julieta Crabaza; así como del proyecto PAPIME – UNAM "Las industrias culturales en México", coordinado por la Dra. Delia Covi.



Redalyc: ocho años haciendo presente la ciencia iberoamericana en el contexto de la Sociedad de la Información

Rosario Rogel Salazar
Eduardo Aguado López
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

Resumen:

La comunicación que proponemos tiene como fin exponer los alcances y resultados que el proyecto Redalyc de la Universidad Autónoma del Estado de México ha tenido como recurso en línea de acceso abierto para la información científica producida por la región de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Del mismo modo expone datos sobre el impacto que como índice y gestor de la información en línea ha venido adquiriendo para convertirse en un recurso indispensable para la representación de la Ciencia Local frente a los grandes referentes internacionales o la denominada Gran corriente de la ciencia.

Palabras Clave: Acceso abierto, información científica, representaciones de la ciencia, Ciencia Local, Gran corriente de la Ciencia.

Introducción:

Partimos de la idea planteada -por diferentes comunidades nacionales de académicos de las Ciencias Sociales- de que la producción de conocimiento científico está fuertemente condicionada por dos tipos de parámetros de difusión que resultan ajenos tanto a nuestras realidades como a nuestras realidades como a nuestro contexto latinoamericano.

1. Los criterios de calidad en la producción que son fijados por países centrales y que poco o nada tienen que ver con las

necesidades y problemas de investigación de índole nacional o regional.

2. Las formas de trabajo y circulación de información que, a su vez, se sostienen en perspectivas ajenas a las propiedades inherentes a las Ciencias Sociales y son, más bien, pensados en virtud de las llamadas "Ciencias Duras".

En ambos argumentos queda implícita la noción de un condicionamiento externo (geográfico y epistémico) para el trabajo científico en Ciencias Sociales, de un condicionamiento que provee -a la



vez- de herramientas para el control y la verificación de lo que se produce y de las formas por las que se produce.

La intención de esta ponencia es, no obstante, la de confrontar estas ideas al plantear una perspectiva de trabajo que, desde el año 2003 ha venido convirtiéndose en la apuesta latinoamericana y social para el acceso abierto a la investigación de vanguardia y para la generación de indicadores de la ciencia local.

El papel de los Indicadores de Calidad en Comunicación de la Ciencia:

En nuestro contexto latinoamericano no son pocas las voces que han calificado a los actuales mecanismos de evaluación de la calidad de la producción científica como procesos institucionalizados que conllevan a un condicionamiento de las formas de producción destinados por modelos editoriales propios de las naciones centrales y fuertemente condicionados por referencias de las llamadas disciplinas “duras”. Entre las principales críticas emitidas en este sentido, destacan las que consideran a la evaluación en ciencia como:

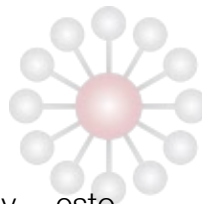
- Meros modelos estadísticos de medición, que son de corte mercantil y en los que los productos científicos con mayor visibilidad tienden a generar una mayor demanda. Esto hace que, consecuentemente, los mismos generen un mayor impacto en determinadas comunidades científicas. A esto se le ha denominado “Efecto Mateo” (ARENAS; 2007) bajo la idea de que “a todo aquel que mucho tiene se le dará más mientras que a todo aquel que poco posee

se le quitará aún eso”. A este respecto las principales oposiciones se dan en torno a la presencia hegemónica de índices como el JCR (Journal Citation Report) del ISI (Institute for Scientific Information), sistema que genera taxonomías de la producción y asigna relevancia a ciertos medios científicos a nivel mundial que representan, si acaso, el 4% del total de la producción. (KURMIS; 2003)

- Filtros o “cajas negras” en donde la actividad del investigador pasa a depender de poderaciones relativas y poco transparentes (BUELA CASAL; 2003), más relacionadas con las orientaciones particulares de un journal¹ que con una supuesta esencia del trabajo científico.
- Estrategias asimétricas de ponderación, toda vez que se encuentran condicionadas a la presencia de códigos de relevancia globales y que son proclives a ciertas “culturas científicas” o a ciertas “necesidades sociales”. Sus efectos, lógicamente, marginan esquemas o desarrollos propios de otros entornos (¿la República de la Ciencia aparecería entonces como una consecuencia agravada de la “Sociedad de la Información”?) (CASAS; 2001); (VESSURI; 1995).

Estas críticas, entre muchas otras, han dejado entrever la existencia de un manejo arbitrario de la política de la ciencia que la ha llevado a alejarla de su verdadero impacto (la explicación, la generación de conocimiento y la posibilidad de transformar el mundo) y la ha restringido en un circuito de intercambio en el que lo que cuenta es más la

¹ Comité editorial, cartera de árbitros, periodicidad y mercado meta.



articulación del discurso y perpetuación del mismo en diferentes foros que la verdadera aplicación contextual del conocimiento. Muchos científicos sociales coinciden con estas perspectivas y han preferido mantener las formas tradicionales de difusión del conocimiento (libros, coloquios,

Los números son contundentes y esto, generalmente no agrada a comunidades que producen y no ven reflejada en ellos su producción.

Ahora bien, que estos datos provienen de bases de información extranjeras que pueden tener diferentes orientaciones o filtros para la medición de datos bibliométricos, no obstante, bases de datos como el JCR² y el SJR³ resultan hoy día ineludibles al momento de querer ponderar en impacto local de la ciencia en función de comparativos mundiales (simultáneos o históricos). Sus registros son tantos y tan completos que constituyen la opción más viable para establecer numéricamente el comportamiento de la producción y sus “n” variables. Ante la contundencia de estos gigantes informativos, a las objeciones no les resta sino adaptarse o esperar al surgimiento de una mejor opción.

ARTÍCULOS PUBLICADOS POR CIENTÍFICOS MEXICANOS POR DISCIPLINA

Publications by mexican scientists by field
2000-2006
Número / Number

Disciplina / Field	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Total
Agricultura / Agriculture	157	169	193	290	290	367	340	1,806
Astrofísica / Astrophysics	173	234	193	192	196	226	196	1,410
Biología / Biology	328	396	358	401	440	420	465	2,808
Ecología / Ecology	211	204	249	282	306	343	431	2,026
Física / Physics	949	1,026	1,080	1,107	994	1,219	1,131	7,506
Geociencias / Geosciences	171	182	183	240	238	258	270	1,542
Ingeniería / Engineering	249	294	333	430	402	466	471	2,643
Materiales / Materials science	232	231	258	246	264	279	332	1,842
Medicina / Medicine	640	612	667	659	631	776	796	4,781
Plantas y Animales / Botany and Zoology	576	589	633	718	766	816	814	4,912
Química / Chemistry	516	577	598	691	760	938	762	4,843
Otras disciplinas / Other fields	892	1,016	1,029	1,228	1,234	1,382	1,375	8,136
Total ¹	4,633	4,999	5,213	5,859	5,885	6,794	6,604	39,987

La suma de los totales puede ser inconsistente debido a que un artículo puede estar clasificado en varias áreas de la ciencia. ¹ Para el total hay que sumar con una sola vez los artículos de otro tipo de clasificación (o con o sin área).

Fuente: ¹ Source: Instituto for Scientific Information, 2007.

(CONACYT, 2007)

Por otro lado, la necesidad de proyección de los académicos es una exigencia cada vez mayor que se traduce en los requisitos y condicionantes que las diferentes instituciones de educación superior y los propios gobiernos van imponiendo a través de los llamados “estímulos a la investigación” o “carrera

Para bien o para mal la medición de la ciencia depende de la información disponible sobre medios de confianza y sobre los artículos que en ellos parezcan; por ello sólo las grandes bases de datos globales como ISI y Scopus se sostienen como referencias obligadas para la obtención de

2 De Institute for Scientific Information – Journal Citation Reports en la Web es el único recurso de evaluación de publicaciones que brinda información estadística basada en datos de citas. Los datos son exclusivos porque sólo ISI® incluye referencias citadas en cada artículo del índice. Al compilar estas referencias citadas – suministradas por los propios autores – JCR ayuda a medir la repercusión y la influencia de las publicaciones, y muestra las relaciones entre las publicaciones que citan y las que son citadas. (Thompson Scientific; 2005)

3 La reciente respuesta Europea a ISI, es SCOPUS que puede ser conocido a través del Scimago Journal Rank (SJR) proyecto de acceso abierto impulsado mediante un acuerdo entre Scopus y la Universidad de Granada a través de Scimago. El SJR es una propuesta que busca – al ser de acceso abierto – dar a conocer las potencialidades de Scopus que agrupa una base de casi el doble de revistas de las que tiene ISI (Thomson-Reuters). En ella, se plantean indicadores alternativos a Thompson para la evaluación de revistas científicas. Particularmente al ponderar la cita recibida dependiendo el Factor del Impacto de la revista que concede la cita.

ARTÍCULOS PUBLICADOS POR PAÍS

Publications by country
1997-2006

País / Country	Promedio / Average 1997-2006	Participación mundial promedio / International average share 1997-2006	Producción / Production 2006	Participación mundial / International share 2006
Alemania / Germany	65,545	8.59	71,174	8.10
Argentina	4,349	0.57	5,101	0.58
Brasil / Brazil	11,380	1.49	16,872	1.92
Canadá / Canada	34,941	4.58	42,041	4.87
Chile	2,157	0.28	2,980	0.34
Colombia	662	0.09	1,000	0.11
Corea / Korea	15,628	2.05	23,200	2.64
E.U.A. / U.S.A.	256,191	33.59	283,935	32.30
España / Spain	23,437	3.07	30,338	3.45
Francia / France	47,103	6.18	50,520	5.75
Italia / Italy	32,741	4.29	39,162	4.46
Japón / Japan	69,898	9.16	71,033	8.08
México	5,203	0.68	6,604	0.78
Reino Unido / U.K.	88,406	8.97	74,352	8.46
Venezuela	899	0.12	946	0.11
Total Mundial / World Total	762,758	100.00	879,011	100.00

Fuente: ¹ Source: Instituto for Scientific Information, 2007.

(CONACYT; 2007)



parámetros que permitan ajustar las políticas de ciencia en diferentes países.

De hecho, en México, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología utiliza principalmente los indicadores del Journal Citation Report para generar sus propias estadísticas y, pese a que las políticas de producción y difusión en nuestra región continental se han apegado relativamente tarde a estos índices, la recurrencia a la información presentada por los mismos es algo que ya varias comunidades científicas han reconocido como idóneo desde hace tiempo en varios países.

Tal es el caso de las constituidas por las llamadas “ciencias duras” (matemáticas, física, química, biología, informática, astronomía, etc), las cuáles incorporan en sus marcos internos de producción y evaluación recurrencia inexcusable a referencias de esta naturaleza. Esto le ha proveído de la posibilidad para consolidar sus diferentes formaciones más allá de los marcos meramente institucionales acercándose, desde hace tiempo ya, al trabajo en red a nivel internacional. No es raro darnos cuenta, por lo mismo, que la producción en estas áreas de la ciencia –aún en nuestro país, y a nivel global- supere con mucho a lo logrado a las ciencias sociales y/o humanas.

Para las Ciencias Sociales y las humanidades el problema expuesto se agudiza pues, además de que la ciencia mexicana tiene una bajísima representación en las cifras mundiales, de este porcentaje todavía una fracción mucho menor la integran los productos nacionales que, en dichas áreas del saber, logran tener eco internacional.

Esto tiene su causa en la tradición de escritura, como veremos más adelante, ésta se ha presentado más como un patrimonio de las llamadas “ciencias duras” que de las sociales y humanas. Y es que

70

ARTÍCULOS PUBLICADOS EN ANÁLISIS QUINQUENAL POR PAÍS Y ÁREA DE LA CIENCIA
Five year overlapping period publications by country and field
2002-2006
Número / Number

País / Country	Fis.-Mat. y ciencias de la Tierra / Phys.-Math. & Earth sciences	Ingenier. y ciencias de la salud & health sciences	Medicina y ciencias de la salud & health sciences	Humanidades y ciencias de la conducta / Humanities & Behavioral sciences	Sociales / Social sciences	Biotec. y ciencias agropecuarias / Biotech. & agricultural sciences	Ingeniería / Engineering	Total por país / Total by country
Alemania / Germany	87,168	109,136	111,206	8,365	7,112	14,012	37,670	340,727
Argentina	5,568	11,048	4,934	157	319	2,170	1,937	23,896
Brasil / Brazil	16,182	26,355	18,984	630	1,578	5,825	7,722	70,001
Canadá / Canada	33,406	63,323	61,281	9,037	12,334	7,943	24,171	188,856
Corea / Korea	30,170	30,256	21,158	385	1,770	4,325	15,845	100,029
E.U.A. / U.S.A.	225,102	405,030	470,002	73,147	101,764	54,060	150,212	1,399,136
España / Spain	20,683	52,112	34,300	2,478	2,626	10,042	15,968	122,123
Francia / France	70,795	79,451	70,704	2,738	4,534	11,262	30,604	242,445
Grecia / Greece	7,061	9,400	11,298	630	994	1,758	5,362	32,110
Japón / Japan	90,367	127,971	105,375	2,182	2,674	17,391	56,329	360,393
México	8,838	11,487	8,836	843	929	2,449	3,981	30,334
Polonia / Poland	18,537	27,465	8,643	233	391	2,011	7,395	59,882
Portugal	5,645	10,121	3,671	216	395	1,621	4,189	22,881
Reino Unido / U. K.	64,492	104,183	126,654	16,277	27,979	14,241	41,890	352,340
Turquía / Turkey	6,540	15,144	25,894	780	1,261	2,824	8,420	56,729
Total Mundial / World Total	827,745	1,356,226	1,266,109	122,546	192,761	106,005	562,913	4,061,917

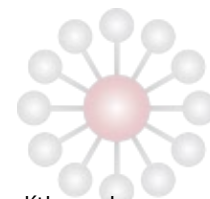
Fuente / Source: Institute for Scientific Information, 2007.

(CONACYT; 2007)

Tras la apreciación de estos datos y en vista de que las formas de trabajo de las ciencias duras distan de parecerse a las nuestras ¿podríamos decir que las Ciencias Sociales y humanas sufren una marginación con respecto a las llamadas Ciencias Duras? Más aún, ¿podríamos intuir que en esta parcela del saber humano se trabaja menos que en el resto?

En ambos casos la respuesta es negativa y lo es porque, lo reflejado por la tabla de CONACYT – ISI, no es indicador de la capacidad de trabajo en sí sino del impacto comunicacional de dicho trabajo. Las disciplinas duras tienen mucho más proclividad a la comunicación científica.

En definitiva no es que no se tengan los montos de producción sino que, para decirlo llanamente, éstos no se promueven adecuadamente.



En realidad, para poder promover la producción es necesario no sólo saber de lo que se escribe sino volverse depositario de toda una serie de referencias sobre sistematicidad, formatos o dispositivos, manejo de la información y circuitos editoriales con políticas específicas en las que, más que nada, se requerirán ajustes a las formas tradicionales de trabajo académico.

Ante esta lectura, las réplicas y objeciones a la “hegemonía de los circuitos internacionales de comunicación científica” y a los famosos “índices y factores de impacto”⁴ también nos han llevado a reconocer que algunos de los investigadores en Ciencias Sociales y Humanidades mantenemos formas de producción que están plenamente interiorizadas cultural e incluso tradicionalmente. Se trata de formas de trabajo cuya naturaleza induce a generar niveles de resistencia al cambio que van desde la forma de escribir hasta la ponderación de los criterios para seleccionar los medios de difusión de su escritura. Éstas han llevado a las diferentes producciones científicas sociales hacia verdaderas inercias de trabajo que tienden a dejar la obra del investigador en espacios locales sin que pueda ser contratada por otras comunidades o en otras latitudes.

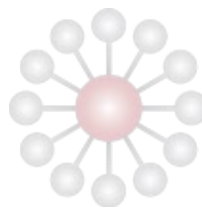
Este fenómeno se debe posiblemente a diferentes combinaciones de las siguientes causas:

- En primer lugar, el condicionamiento al trabajo de impacto local o circunscrito que distinguen a ciencias como la antropología, la misma sociología, la psicología, el

⁴ (RODRÍGUEZ ; 2006) en Revista de Investigación en Gestión de la Innovación y Tecnología. C...ACIÓN, INNOVACIÓN Y CONOCIMIENTO II. Número 37, julio - agosto 2006; (BUELA CASAL; 2003) en Psicothema, año/vol. 15, número 001 Universidad de Oviedo Oviedo, España pp. 23-35;

derecho, la historia, la ciencia política, la comunicación, el urbanismo, la geografía y las artes.

- Para las comunidades académicas de estas disciplinas la vinculación permanente entre teoría, práctica e intervención en casos concretos han hecho que el impacto de las investigaciones se restrinja al marco de lo inmediato y, en el mejor de los casos, a lo nacional. No existe como norma el desarrollo de informes, artículos o avances de investigación que permitan implicar a otras comunidades, latitudes o, incluso instituciones en el esfuerzo.
- En segundo término la inercia histórica y el consecuente reconocimiento por parte de las diferentes comunidades de las ciencias sociales hacia libro como “medio de comunicación por excelencia” para la comunicación. Hoy es claro que, a pesar de su impacto y difusión en el terreno social, los libros son eventos ‘efímeros’ que tienen alcance, por lo general, en ámbitos de circulación restringidos. Por otro lado, los artículos (aparente patrimonio de las ciencias duras) tienen posibilidad de indizarse en cientos o miles de bases de datos a nivel mundial; bases que circulan entre todos aquellos que desean saber qué es lo que se ha publicado en un determinado ámbito.
- En cuarto lugar la presencia de una tendencia institucional al reconocimiento (en forma de estímulos académicos) a una producción (individual, disciplinar o de comunidades) “demostrada” en forma de



- Capítulos de obras monográficas
 - Cuadernos de investigación
 - Libros coordinados
 - Compilaciones y otras formas de literatura “gris” o, mejor dicho proclive a pasar inadvertida más allá del impacto a nivel institucional.
- Como un quinto factor, podríamos afirmar que en México y en Iberoamérica en general, existe aún una marcada proclividad al trabajo individual, una práctica que limita la capacidad de relación y, consecuentemente, de extensión de los alcances tanto de la investigación como de los canales por los que ésta se discute entre la comunidad científica.
- Finalmente, no hay que olvidar que, aunado a lo anterior, aún prevalecen trabas ideológicas que auto segregan la producción nacional o iberoamericana en ciertos campos. Entre estas trabas está la idea de una hegemonía del primer mundo que condiciona en fondo y forma las maneras de trabajo de las periferias.

La necesidad de indicadores propios o específicos

Pese al reconocimiento del valor de los índices y de la apelación que a ellos hace distintas instancias, no es pretensión de esta ponencia desacreditar las voces que, desde las Ciencias Sociales y las Humanidades, se oponen a la ya denunciada

“hegemonía de los indicadores”.

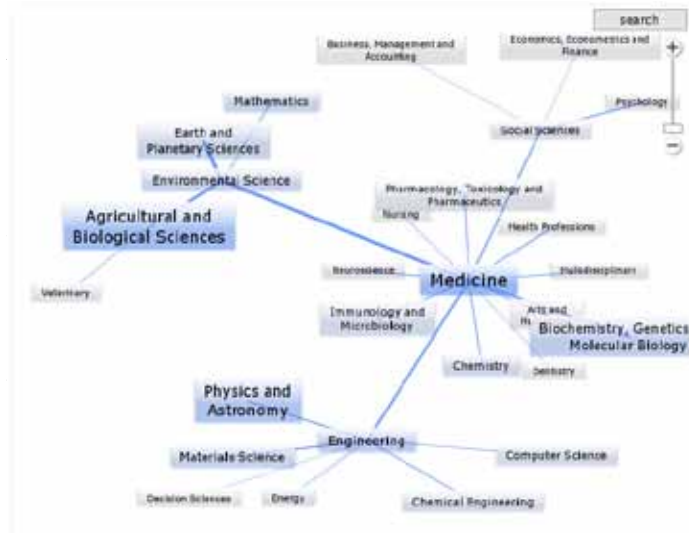
Sabemos que, en el otro lado de la moneda, en lo que respecta al trabajo cotidiano de los científicos sociales y en lo concerniente a sus prácticas específicas, los números pueden resultar irrelevantes ya que las mediciones en sí mismas pueden tener un sinfín de sesgos, restricciones y filtros (incluso culturales como el idioma, la forma de medición o los objetivos). No obstante también sabemos que no existe, al menos a nivel nacional o continental una contrapropuesta a los grandes generadores de números que pueda expresar en forma más adecuada las particularidades de la generación de Ciencia Social en México. Y es que los grandes indicadores se ha gestado históricamente y son producto de siglos de sistematización del conocimiento. Retomemos los casos de la Royal Society y de la Academia Francesa enunciados en la primera cita de este texto como origen barroco de la institucionalización del saber.

Cada vez que nos reunimos con colegios de profesionales o grupos de investigación de universidades públicas y privadas del país para exponer la forma en la que operan índices como el JCR o el SJR, se presenta la natural duda “foucaultiana” sobre la legitimidad que tiene cualquier entidad que ejerce la vigilancia del entorno haciéndolo visible a costa de volverse invisible a sí misma.

La respuesta generalmente la emplazamos hacia el rol del vigilado porque, siendo él quien se sitúa como agente pasivo en el centro del panóptico, finalmente no le queda otra más que recibir la acción de los verbos, el peso de las cifras o la ausencia de los mismos por fuerte que esta sea.



El Institute for Scientific Information (ISI) y Scopus del grupo Scimago han integrado sendas bases de información gracias a iniciativas de investigación que redundaron en un producto coherente con perspectivas de desarrollo americanas, europeas y de tradición occidental en investigación en ciencias duras.



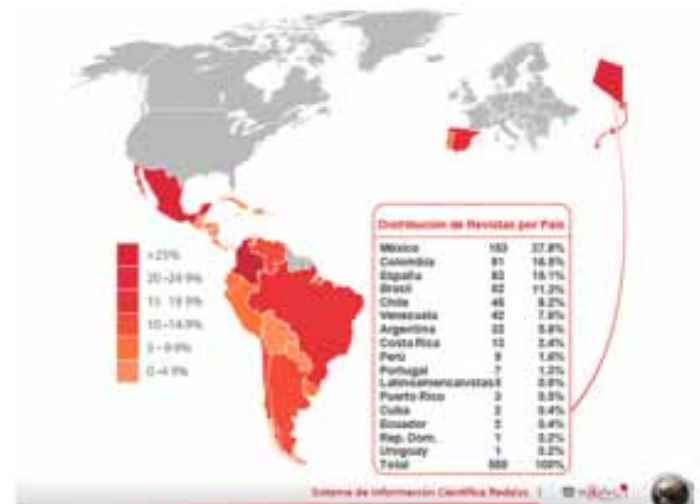
(Grupo Scimago)

Como país y como región del continente hoy comenzamos a avanzar en la posibilidad de producir y difundir cartografías como la precedente pero con información local. Las bases de datos de revistas científicas se están convirtiendo, más que en una moda, en un recurso sustantivo para garantizar el acceso a la información. Del tamaño de las mismas, de sus perfiles, de su potencial para sistematizar citas y sistemas de referencia va dependiendo la construcción de índices. Este trabajo puede competir a nivel nacional, continental e incluso internacional reflejando las condiciones de la ciencia en nuestro país y del continente en forma coherente con la lengua y con la tradición disciplinar de Iberoamérica.

Esfuerzos latinoamericanos como Latindex (México), Scielo (Brasil) y, concretamente, Redalyc

(México) han constituido pasos importantes para lo que podríamos llamar: la formación o integración de índices locales que, a partir de bases de revistas latinoamericanas (escritas en español, que representen universidades o centros de investigación regionales y cuyas investigaciones refieran realidades latinoamericanas), reflejen las condiciones de la ciencia continental frente a las corrientes de índole global y, generalmente, anglófonas.

Para Redalyc la generación de mapas de la ciencia es un proyecto en desarrollo que pretende hacer explícita la dinámica de relación científica no sólo entre diferentes naciones iberoamericanas sino, incluso, entre áreas de conocimiento, medios, instituciones y autores de los países de habla hispana.



No sólo la cantidad de medios de confianza existentes en las bases de datos sino la información concerniente a patrones de colaboración institucional, autoral e internacional se vuelven relevantes para su trabajo. De ellos dependerá el reconocimiento internacional de la comunicación científica realizada en la región.



La coautoría muestra una tendencia a la intensificación, por diversas razones entre las que destacan la necesidad de elevar la eficiencia de los recursos disponibles al incrementar el número de colaboradores, sumar recursos y buscar colocar los documentos en revistas de alta calidad y posicionamiento. El análisis de la producción científica y de redes de colaboración permite identificar las áreas de especialización y las instituciones que están detrás del esfuerzo de un país e identificar el papel que están jugando en la red, con lo cual se podrán identificar políticas para fortalecer el posicionamiento alcanzado.

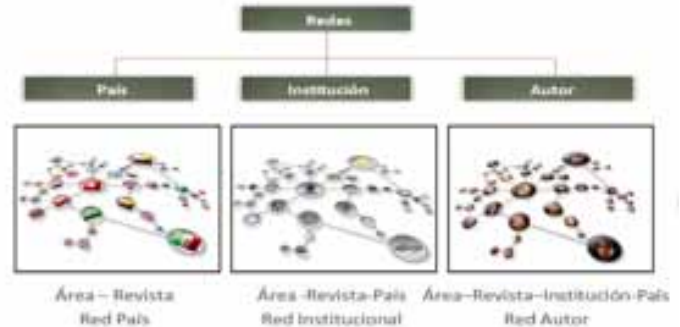
La colaboración puede presentarse a nivel nacional cuando dos o más investigadores del mismo país pero de diferentes organizaciones trabajan en el mismo proyecto; regional, que se desarrolla entre científicos de diferentes países situados dentro de la misma región geográfica, e internacional, cuando en la investigación participan dos o más científicos de diferentes países. Las redes de colaboración permiten observar la forma en que se organiza la estructura científica del conocimiento e identificar cuál es el avance respecto a la internacionalización de la investigación.

(Redalyc. 2009)



(Redalyc; 2009)⁵

El reconocimiento institucional por otra parte, dependerá de los niveles de colaboración que diferentes instituciones de adscripción ocupen en determinado medio o en determinado número de artículos. Hoy por hoy resulta imposible pensar en un impacto institucional que pase por alto las redes colaborativas.

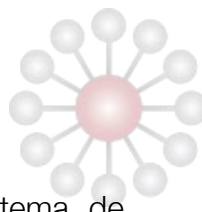


Cada uno de los mapas producidos por el sistema de información científica Redalyc son consecuencia de un trabajo de recopilación, sistematización y análisis de una base de más de 655 revistas, todas de habla castellana o portuguesa, que se agrupan por disciplina, país o revista. De ellas es posible comenzar a detectar niveles de citación, cocitación y autocitación que permiten generar ciertas inferencias sobre los grupos y formas de trabajo de los científicos iberoamericanos. Sus montos, relaciones y niveles de cooperación institucional.

El esquema mostrado es solo un prototipo pero que puede bien mostrar la forma por la que nexos entre países llegan a visualizarse y hacerse accesibles a diferentes niveles de usuario.

No obstante el alcance de este proyecto es coherente aún con estándares más bien generalizados sobre trabajo científico. Aún hay desafíos importantes

sociología por parte de diferentes países referidos en la base de datos de Redalyc. El grosor de los nexos y el tamaño de los nodos son correlativos a la magnitud de la colaboración. Los recuadros en nexos refieren totales entre nodos.



que atañen –ahora sí- al trabajo propio o inherente de las comunidades de las diferentes disciplinas, trabajo que, en cierto sentido, es particular, específico y requiere de mantener un equilibrio entre las condiciones de producción específicas de las áreas y, al mismo tiempo, de condiciones coherentes con los procesos de comunicación e indización a nivel internacional.

En este sentido es que el sistema de información científica Redalyc ha conformado comunidades disciplinares, áreas específicas del conocimiento que pueden sostener diálogos internos y, a la vez, mantener nexos con una base generalizada de información de la que partan para que produzcan los índices y las cartografías relativos a los países, autores y medios de Iberoamérica y del resto del mundo.

(Redalyc 2009)

Un ejemplo de ello y que se ilustra en la figura anterior es el caso de la comunidad de sociología, segmento de Redalyc que integra un marco de discusión interno para la disciplina a través de nexos con asociaciones de profesionales, instituciones y revistas.

Las comunidades disciplinares del Sistema de Información Científica Redalyc son:

- Comunidad de Estudios Territoriales
- Comunidad de Comunicación
- Comunidad de Ciencia Política
- Comunidad de Psicología
- Comunidad de Administración Pública
- Comunidad de Educación

Cada una de ellas cuenta con un Comité Científico propio, integrado por figuras destacadas de cada comunidad, que avala y propone proyectos independientes a la base de datos general. Todos los proyectos contenidos implican ciertos niveles de comunicación, difusión y vinculación para los investigadores en el área específica y pueden tener alcances que van desde un impacto meramente promocional (de congresos, foros, conferencias o paneles en diferentes lugares) hasta estratégico (como es el volverse repositorios de trabajos en desarrollo o arbitraje, tesauros de tesis de licenciatura o posgrado y punto de vinculación para proyectos coordinados entre instituciones o grupos de investigación).

Por el momento el trabajo de las comunidades con las que el sistema Redalyc cuenta es incipiente y, no obstante unas avanzan más rápido que otras, no se ha contemplado a plenitud el potencial que tienen como generadoras de recursos propios de medición y ponderación del conocimiento.



Una vez reconocido el potencial e involucrados los comités de las comunidades, podría llegar a ser natural el hecho de que emergiesen criterios de referencia para tratar la pertinencia de ciertos aspectos inherentes a la disciplina y coadyuvar a la gestión de indicadores, de procesos de calidad, de mantenimiento de los trabajos en tesauros y repositorios y de promoción de la oferta de cursos, seminarios y congresos. Ello sin contar las posibilidades de la investigación coordinada por diversos medios.

validación y un puente hacia la recuperación de los espacios, procesos, criterios y variables propios, tanto de la disciplina como del lugar en el que ésta se hace.

Al tiempo de constituir sus referencias, cada comunidad puede mantener nexos con publicaciones propias que pueden ser indizadas dentro de la base y con otras que trabajan en el ajuste de sus procesos editoriales a fin de pertenecer a la hemeroteca central y generar impacto en los indicadores a escala global.

ENLACES

Organizaciones Internacionales

International Union of Psychological Science	http://www.iuppsi.org/
International Association of Applied Psychology	http://www.iaap.org/index.html
European Federation of Psychologists' Associations (EFPA)	http://www.efpa.be/
International Council of Psychologists	http://www.icpweb.org/
International Society for Traumatic Stress Studies (ISTSS)	http://www.istss.org/
International Association for the Psychology of Food and Nutrition (IAPFON)	http://www.izhd-fh-hamburg.de/~inf00005/afp/afp.htm
International Academy of Family Psychology (IAFP)	http://www.iafpy.org/
International Association of Cross-cultural Psychology	http://www.iaaccp.org/
International Society for Health Psychology Research (ISHPR)	http://web.fu-berlin.de/gesund/publications_0dhealthis.htm
International Society for the Study of Behavioural Development (ISSBD)	http://www.issbd.org/
International Society for Political Psychology (ISPP)	http://ispp.org/
International Test Commission (ITC)	http://www.intestcom.org/
International School Psychology Association (ISPA)	http://www.ispaweb.org/
Sociedad Interamericana de Psicología	http://www.sipsych.org/
Federación Iberoamericana de Psicología	www.fipsi.org
World Federation of Mental Health	http://www.wfmh.org/
Association for Behavior Analysis International	http://www.abainternational.org/

(Redalyc, 2009)

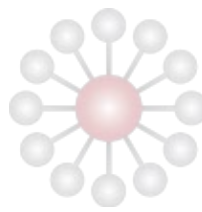
Cada uno de esos links, más allá de llevar a un sitio específico al usuario, puede constituir un potencial nodo de red que sirva para realizar proyectos investigación colegiados o bien nuevas formas de generación de referencias para la comunidad. Puede haber hipervínculos hacia repositorios (propios y externos), nexos hacia publicaciones y hacia redes de investigación en cada uno de los diferentes temas de interés para la psicología. El trabajo de las comunidades en línea puede llegar a constituir un avance significativo en el cuestionamiento a los criterios externos de

Entre los desafíos pendientes está la integración de más comunidades y más amplias que no sólo puedan acceder a vínculos externos y comunicaciones mediadas sino que encuentren en el espacio de su comunidad repositorios, carteras de contactos, información sobre proyectos y facilidades para la vinculación.

Todo esto, sin duda, sería la base para la generación paulatina de indicadores de calidad propios y de referencias que sirvieran o fueran representativos para un marco disciplinar específico.

Afortunadamente la posibilidad de desarrollo de este potencial depende en todo de la vocación de las propias comunidades y de la capacidad de gestión que estas tengan para convertir los espacios comunitarios a formatos autogestivos.

Los primeros pasos están siendo dados y sólo queda esperar que las comunidades de diferentes áreas de las ciencias sociales y humanas puedan incorporarse a propuestas de trabajo comunitario en línea y de generación de índices bajo parámetros propios fin de lograr la integración de una idea



de calidad que sea coherente con las formas de trabajo, las áreas y las necesidades de los diferentes grupos nacionales e iberoamericanos de investigación.

Fuentes Consultadas:

BUELA CASAL, G. 2003 "Evaluación de la calidad de los artículos y de las revistas científicas: propuesta del factor de impacto ponderado y de un índice de calidad" en *Psicothema*, año/vol. 15, número 001, Universidad de Oviedo, España.

RODRÍGUEZ RUÍZ, O. 2006 "Por qué he dejado de creer en la evaluación basada en las citas científicas". en *Revista de Investigación en Gestión de la Innovación y Tecnología. COOPERACIÓN, INNOVACIÓN Y CONOCIMIENTO II*. Número 37. España.

VILLAVICENCIO, D. "Cambios institucionales y espacios para la investigación científica y la innovación en México" en VALENTI, G. (Coord.) *Ciencia, Tecnología e Innovación*. 2008. México. Flacso

http://www.conacyt.mx/Indice/Index_Indexe.html (2009)

http://www.conacyt.mx/Sinecyt/Introduccion_Sinecyt.html (2009)

CONACYT. *Indicadores de actividades científicas y tecnológicas versión de bolsillo*. México. 2007.

SCImago.2007. SJR — SCImago Journal & Country Rank. Retrieved September 21, 2009, from <http://www.scimagojr.com>

<http://www.thomsonisi.com/regions/latinamerica/spanish>

<http://redalyc.uaemex.mx/>

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/media/principal/proyectos/redes/index.html>

SOBRE LOS AUTORES

Rosario Rogel Salazar. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México. Miembro fundador del Grupo de Investigación Redalyc y del cuerpo Académico Difusión y Divulgación de la Ciencia.

Eduardo Aguado López. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México. Miembro fundador del Grupo de Investigación Redalyc y del cuerpo Académico Difusión y Divulgación de la Ciencia.



Redes sociales en beneficio de la educación para la salud

Experiencia de trabajo colaborativo en la comunidad en línea estudiabetes.org

María Elena Sáinz de la Maza Viadero
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

RESUMEN

La diabetes mellitus es un padecimiento crónico-degenerativo que afecta a más de 285 millones de personas en el mundo y se espera que alcance los 438 millones en 2030 (Federación Internacional de Diabetes, 2009). Los grupos de ayuda mutua constituyen una herramienta de apoyo fundamental para quienes comparten esta circunstancia. La Diabetes Hands Foundation (DHF), organización sin fines de lucro con sede en California, Estados Unidos de América, ofrece dos comunidades en línea donde los usuarios comparten experiencias de vida y brindan apoyo a sus pares desde la comodidad de sus hogares. La gestión de estos espacios gratuitos es un trabajo colaborativo que requiere de la participación coordinada de los miembros de la comunidad. TuDiabetes.org, comunidad en inglés y EsTuDiabetes.org, para hispanohablantes, representan una oportunidad única de aprendizaje e interacción para todos aquellos tocados de alguna manera por la diabetes. El propósito de este escrito es describir la experiencia de trabajo colaborativo en la comunidad virtual EsTuDiabetes.org para motivar la reflexión y el diálogo acerca del potencial de aplicación de las redes sociales online en la educación para la salud.

Palabras clave: Educación para la salud, educación en diabetes, comunidad virtual, redes sociales.

1. INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han revolucionado la manera en la que los seres humanos nos relacionamos en casi todos los aspectos de nuestra vida. Como señala López Aguirre (2010), resulta innegable que estas tecnologías están transformando la capacidad de asociación humana. Desde el surgimiento de

las redes informáticas, las personas, más que buscar, encontrar e intercambiar información, las utilizaron particularmente para comunicarse entre sí y crear nuevos espacios de interacción social. La fría herramienta de intercambio de datos se ha convertido en un espacio para conectarnos con el otro emocionalmente.

Las aplicaciones que le hemos dado a la red son



tan diversas como lo es la imaginación humana. Ejemplo de estas posibilidades son los grupos de ayuda mutua de personas que comparten intereses de estudio, aficiones o circunstancias difíciles, quienes han encontrado un modo práctico y eficaz para generar espacios de comunicación e interacción social. Tal es el caso de las comunidades virtuales para personas afectadas por la diabetes, TuDiabetes.org y EsTuDiabetes.org.

Hasta el momento en que los usuarios se unen a esta red social únicamente han hablado de diabetes con su médico una vez cada tres meses o de manera superficial con sus familiares y amigos. Hay muchas preguntas que quedan sin respuesta, algunas que quizá no puedan contestar ni el médico ni la familia ni los amigos, sólo alguien que vive una situación similar. En ese sentido, en estas comunidades online los miembros pueden sentirse comprendidos, apoyados y compartir experiencias que los ayuden a entender la situación y a tener un mejor automanejo de su diabetes o la de su ser querido. Por ello, el objetivo de nuestro trabajo es rescatar y compartir la experiencia de casos de éxito como éste para explotar el enorme potencial de las redes sociales online en el campo de la educación para la salud.

2. CAMBIO DE PLANES: TIENES DIABETES

Cualquier noticia que implique realizar un cambio genera un impacto en nuestras vidas. El diagnóstico, casi siempre inesperado, de una condición de salud crónica e incurable, como la diabetes, provoca una avalancha de emociones, incertidumbre, miedo, preguntas sin respuesta y muchos cambios que afectan todo el entorno social del paciente.

La persona con diabetes y, en el panorama ideal, su

familia deben enfrentarse a una serie de cambios de hábitos, no sólo para aprender a llevar un estilo de vida más saludable sino para llevar a cabo la difícil tarea de “desaprender” aquellas conductas que no favorecen el buen control de este padecimiento.

El tratamiento contra la diabetes es un trabajo en equipo que va más allá de una relación tradicional médico-paciente. Además, es un trabajo de tiempo completo que requiere tomar decisiones las 24 horas del día los 365 días del año. El resultado de estas decisiones será no sólo el alcanzar la meta de regular los niveles de glucosa en sangre, sino lo más difícil: mantenerlos, para así gozar de una buena calidad de vida y prevenir el desarrollo de complicaciones.

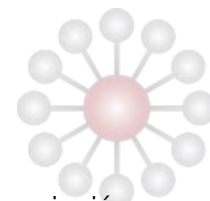
La Asociación Americana de Educadores en Diabetes (AADE) (2007) propone 7 conductas eje para el autocontrol de esta condición:

ALIMENTARSE DE FORMA SALUDABLE.- En el control de la diabetes es fundamental ingerir alimentos saludables, comprender el tamaño de las porciones, y conocer los mejores horarios para comer. El control del peso también puede ser una parte importante del autocontrol exitoso.

MANTENERSE ACTIVO La actividad regular es importante para la salud física en general, el control del peso y de la glucosa en sangre.

REALIZAR CONTROLES El autocontrol diario de la glucosa en sangre proporciona a las personas con diabetes información acerca de cómo los alimentos, la actividad física y los medicamentos afectan sus niveles de glucosa en sangre.

TOMAR LOS MEDICAMENTOS La terapia farmacológica efectiva en combinación con las decisiones



saludables de la vida cotidiana pueden disminuir los niveles de glucosa en sangre y reducir el riesgo de sufrir complicaciones derivadas de la diabetes.

SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS

La persona con diabetes debe mantener una marcada capacidad para solucionar sus problemas. Un episodio de hiperglucemia o hipoglucemia exigirá tomar decisiones informadas acerca de la alimentación, la actividad y los medicamentos.

ENFRENTAR LA DIABETES DE

FORMA SALUDABLE Enfrentar la diabetes depende de una mentalidad positiva. Para lograrlo, debe aprender qué puede controlar, establecer objetivos de autocontrol realizables y hablar acerca de las preocupaciones y miedos.

REDUCIR LOS RIESGOS

La prevención de las complicaciones derivadas de la diabetes y la optimización de la salud en general dependen de las conductas para reducir los riesgos, tales como dejar de fumar y realizarse controles de la visión, los pies y dentales con regularidad (AADE, 2007).

3. EL VALOR DE LOS GRUPOS DE AYUDA MUTUA

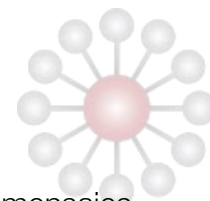
Los grupos de ayuda mutua son conjuntos de personas que comparten un problema o situación, se reúnen para superarlo, conseguir cambios sociales y/o personales. Éstos enfatizan la interacción personal y la asunción individual de responsabilidades de sus miembros. Suelen proporcionar ayuda material o emocional y promueven valores entre sus miembros que

pueden reforzar la propia identidad. (Asociación Catalana de Neurofibromatosis, 2005)

En México, los grupos de ayuda mutua (GAM) constituyen una estrategia importante en materia de salud pública, incluso forman parte del Programa de Salud del Adulto y el Anciano del Centro Nacional de Vigilancia Epidemiológica y Control de Enfermedades (CENAVECE). Los GAM se implementaron con el objetivo de estimular a sus participantes a adoptar estilos de vida más saludables al considerar la educación, la actividad física y la alimentación del paciente como parte fundamental e indispensable del tratamiento, tal como lo ha difundido la Organización Mundial de la Salud y otras organizaciones expertas en la materia. (Organización Panamericana de la Salud & Organización Mundial de la Salud, 2002 en Lara Esqueda, Aroch Calderón, Jiménez, Arceo Guzmán, & Velázquez Monroy, 2004)

Tras evaluar el cumplimiento de las metas básicas de tratamiento de personas que asisten a los Grupos de Ayuda Mutua (GAM) de la Secretaría de Salud de México (SS) por padecer diabetes tipo 2, se llegó a la conclusión de que se logran beneficios mayores en el control de las personas con diabetes o hipertensión que asisten a los Grupos de Ayuda Mutua con respecto a lo reportado en el Sistema de Información en Salud para Población Abierta (SISPA) (Lara Esqueda, Aroch Calderón, Jiménez, Arceo Guzmán, & Velázquez Monroy, 2004).

Como podemos apreciar, los GAM son una estrategia fundamental en la línea educativa para mejorar el control de la enfermedad, ya que las personas con diabetes o hipertensión y sus familiares juegan un papel activo en el cumplimiento del desarrollo del tratamiento, así como en la prevención y control de la enfermedad



(Lara Esqueda, Aroch Calderón, Jiménez, Arceo Guzmán, & Velázquez Monroy, 2004).

4. TUDIABETES.ORG Y ESTUDIABETES.ORG. COMUNIDADES EN LÍNEA DE PERSONAS AFECTADAS POR LA DIABETES

La Diabetes Hands Foundation (DHF) es una organización sin fines de lucro con sede en Berkeley, California, cuyos programas incluyen dos comunidades en línea para personas afectadas por la diabetes: TuDiabetes.org, comunidad en inglés y EsTuDiabetes.org, en español. Ambas ofrecen un espacio de comunicación para que todas las personas afectadas por la diabetes, ya sea que vivan con esta condición o que tengan algún ser querido que la padezca, puedan conectarse con sus pares.

EsTuDiabetes.org es la comunidad en línea líder en el tema en español. A tan sólo 3 años de su creación, cuenta ya con 10 mil miembros (Agosto 2010), de los cuales 72% vive con diabetes (51% tipo 1; 46% tipo 2); 30% de los miembros son de México, 18% de España, 10% de Argentina, 8% de Venezuela, 7% de Colombia, 5% de Perú, 5% de Chile y 4% de Estados Unidos; tiene cerca de 4 mil visitas diarias. (Hernández, 2010).

Cabe subrayar que estas comunidades cumplen una función equiparable a la de los grupos de ayuda mutua, con la diferencia de la modalidad “a distancia”. Además, sus miembros pueden compartir videos, fotografías y experiencias a través de los blogs; participar en los foros de discusión o proponer nuevos temas en éstos; crear grupos o

unirse a uno ya existente e intercambiar mensajes con otros miembros de la red social. Así mismo, pueden informar a otros usuarios acerca de chats, conferencias y otros eventos en sus localidades, llevando la experiencia online a un ambiente offline.

Estos espacios de participación abierta, como todo grupo social, cuentan con ciertas normas básicas de convivencia que se sustentan en los valores de:

Apoyo y Ayuda

Promovemos un ambiente positivo donde nuestros miembros se dan apoyo y se ayudan mutuamente. Esto no significa que todo es color de rosa todo el tiempo, pero en general buscamos mantener un espacio donde nos reforzamos y apoyamos mutuamente.

Salud y Bienestar

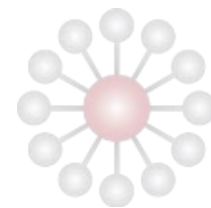
Promovemos activamente acciones positivas y proactivas para mantenernos saludables viviendo con diabetes. Esto va tomado de la mano con los programas que desarrollamos para crear consciencia acerca de la diabetes, en los cuales contamos con la participación de los miembros de la comunidad.

Comunicación e Información

Buscamos que haya un intercambio de información y que se compartan experiencias acerca de la vida con diabetes. Creemos que la comunidad como un todo va a tener acceso a más información y recursos que cualquier individuo en particular y queremos aprender de lo que todos comparten.

Diversidad y Respeto

Valoramos diversos puntos de vista y damos la bienvenida a miembros de distintas culturas. Todas las personas afectadas por diabetes son bienvenidas. Puede que consigas



opiniones y posiciones distintas de la tuya. A veces los diferentes países pueden tener nombres para la misma cosa y lo que puede resultar completamente normal en un sitio puede resultar ofensivo en otro lugar.

No es un problema estar en desacuerdo. Lo que no está bien es manifestar el desacuerdo faltando al respeto a otro miembro. Si no estás seguro(a) de cómo puede ser interpretado un comentario tuyo, trata de ponerte en los zapatos de la otra persona. Considera cómo te sentirías si fueras tú quien recibiera los comentarios que tú estás haciendo.

Expresión Creativa

Vemos la creatividad como un catalizador para ayudar a curar el espíritu y para crear consciencia en torno a la diabetes. Esto se manifiesta por medio de tu participación contribuyendo comentarios, noticias, videos sobre diabetes, fotos, dibujos, etc. para expresarte de forma creativa mientras contribuyes al enriquecimiento de la comunidad.

Transparencia

Somos partidarios de la apertura y la transparencia, siempre y cuando no se cree un conflicto con los demás valores. (Hernández, 2009)

Cabe señalar que está prohibido promocionar productos o servicios comerciales sin la autorización de los administradores. Además se especifica tanto en los términos de uso de manera explícita, como en la convivencia diaria de la propia comunidad, que “el contenido en Estudiabetes tienen un fin informativo únicamente y no pretende sustituir la consulta, consejo o asesoría, diagnóstico o tratamiento médico profesional” (Hernández, 2009).

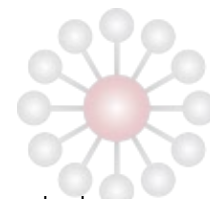
5. EXPERIENCIA PERSONAL DE TRABAJO COLABORATIVO EN ESTUDIABETES.ORG

Ingresé a EsTuDiabetes.org el 1 de julio de 2008 a las 4:30pm por invitación de mi amiga y colega, educadora en diabetes y paciente con diabetes tipo 1, Mariana Gómez. En ese entonces la comunidad contaba con menos de mil miembros. No habían pasado dos horas cuando ya tenía varios comentarios de otros usuarios dándome la bienvenida e invitándome a participar :

“Hola Elena! Bienvenida a la familia de EsTuDiabetes. Por favor, ayúdanos a regar la voz sobre la comunidad: Invita a familiares, amigos y otras personas que sientas que pueden beneficiarse de unirse a la comunidad. □- Manny (4:33pm del julio 1, 2008)

□Te recibimos con inmenso cariño y brazos abiertos desde Venezuela a tus ordenes □- Gladys (5:21pm del julio 1, 2008)

□Bienvenida a la gran familia de EsTuDiabetes, veo que rápidamente te integraste, que bueno, tu experiencia, comentarios y aportaciones serán de mucha utilidad para todos. Un saludo



desde la Nápoles ...□- Edgar (5:55pm del julio 1, 2008)

□Bienvenida Elena, será un agrado conocerte y compartir. Saludos desde Chile.□- Elizabeth (6:01pm del julio 1, 2008)

□Bienvenida a la comunidad, wow, veo que llevas ya algunos años con el padecimiento así que de seguro sabrás aconsejarme muy bien, yo apenas empiezo y tengo de repente unos altibajos que para qué te cuento. Un saludo desde Venezuela”- Diego (6:20pm del julio 1, 2008) (Manny, Gladys, Edgar, Diego, & Elizabeth, 2008)

Al poco tiempo empecé a descubrir y explorar las opciones que ofrecía el sitio, no me fue difícil comenzar a participar en los foros de discusión, después empecé a compartir artículos de revistas especializadas y presentaciones más gráficas con información sencilla para responder a temas recurrentes en la comunidad. Los contenidos del sitio son frecuentemente etiquetados y referenciados en nuevas discusiones por los mismos miembros.

5.1 GESTIÓN DE LA COMUNIDAD ONLINE DE AYUDA MUTUA

Los fundadores y coordinadores, Manuel Hernández

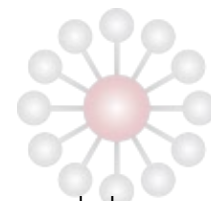
y su esposa Andreina Dávila, organizaban contenidos relevantes en secciones. Conforme las necesidades de gestión de la comunidad crecieron, crearon comités de voluntarios con diversas tareas como dar la bienvenida a nuevos miembros, moderar los foros o generar contenido. Fue así como me invitaron a participar como voluntaria en el comité de contenidos. Los administradores se comunican de manera síncrona periódicamente con los distintos comités por medio de Skype¹, donde revisamos algunos foros destacados, proponemos actividades, artículos, temas a tratar y asignamos tareas de acuerdo con la disponibilidad de tiempo de cada uno. Así mismo nos comunicamos de manera asíncrona continuamente por medio de Basecamp² con los coordinadores, voluntarios de otros comités y personal de la Diabetes Hands Foundation (DHF).

La experiencia de trabajo colaborativo en línea (muy bien coordinado) es realmente enriquecedora ya que la convivencia e intercambio de puntos de vista y el trabajo interdisciplinario y multicultural que se da en este espacio son realmente únicos. Difícilmente se presentan estas oportunidades en un ambiente presencial.

Ahora bien, este trabajo en conjunto conlleva eventualmente a tener encuentros offline, como por ejemplo la participación de Mariana Gomez, líder del comité de contenidos quien reside en Mérida, Yucatán, y de una servidora en el local de exhibición de la Diabetes Hands Foundation durante la 37ª Conferencia Anual de la Asociación Americana de Educadores en Diabetes que tuvo lugar en San Antonio, Texas, en agosto del presente año.

¹ Servicio de llamadas y videollamadas telefónicas via Internet.

² Herramienta de gestión de proyectos en línea.



Durante este evento, tuvimos la oportunidad de conocer en persona a Manuel Hernández (Manny) fundador de la DHF tras dos años de trabajar a distancia. Este tipo de encuentros refuerzan los lazos de colaboración, e incluso amistad que dieron inicio a través de internet.

5.2 EL PAPEL DE LOS VIDEOCHATS

Como parte de las actividades y eventos que tienen lugar en el sitio EsTudiabetes.org, se llevan a cabo videochats con diversos temas, desde las celebraciones de aniversario de la comunidad, donde los miembros pueden ver el mensaje del fundador en vivo y conversar en tiempo real con él mediante la sala de chat que se abre durante la sesión; hasta videoconferencias con miembros destacados que son expertos en algún tema: microinfusoras de insulina, actividad física, mitos de la diabetes...

Durante una de las reuniones del comité de contenidos, a principios de este año, se discutió sobre la gran cantidad de foros con inquietudes de mitos de la diabetes y se acordó programar un videochat titulado “Desmitificando la diabetes” que tuve la oportunidad de impartir. Fue una experiencia gratificante y llena de aprendizaje tanto en el aspecto personal como profesional, ya que por primera vez conversé en tiempo real con muchos de los miembros de la comunidad con los que solo había tenido contacto en los foros de discusión o en los mensajes de mi muro, así mismo tenía muy poca experiencia en impartir conferencias a distancia por lo que la preparación técnica fue todo un reto.

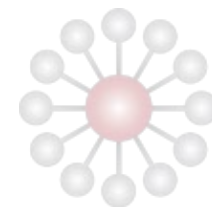
Diseñé la charla basando mi contenido en las dudas

más frecuentes que detectamos en los foros de la red social, realicé una presentación con diapositivas que subí con ayuda de SlideShare³. Después abrí una cuenta en Ustream.tv⁴. Mariana me envió, por correo electrónico, un breve instructivo de esta aplicación para poder crear el video. El evento se anunció con anticipación en la comunidad y el día 25 de marzo a las 5:00 pm, una hora antes de dar inicio a la transmisión en vivo, me puse en contacto con Manny, via Skype, para realizar unas pruebas. Él se encargó de montar en la página principal de la comunidad la pantalla de Ustream para visualizar la transmisión en vivo, inmediatamente debajo colocó la ventana con la presentación de diapositivas enlazada desde SlideShare, activó la sala de chat y en punto de las 6:00 pm hora de la Ciudad de México dio inicio la sesión. Manny moderaba la sala de chat y fue recopilando todas las preguntas que surgieron durante la ponencia, al mismo tiempo nos comunicábamos mediante Skype (que también cuenta con la opción de chat para transmitir mensajes escritos) para monitorear lo que ocurría, ya que exponer y seguir la conversación de la sala de chat era imposible.

Por otro lado, hay muchos aspectos que tomar en cuenta durante este tipo de conferencias: indicar frecuentemente qué diapositiva debía consultar la audiencia, ya que cada usuario debía pasar las diapositivas para seguir la conferencia mientras observaban la transmisión en vivo. Durante el desarrollo de la sesión llegaban nuevas personas que necesitaban integrarse rápidamente pues sus preguntas en la sala de chat distraían mucho a los otros participantes quienes además estaban muy

3 Aplicación en línea para compartir presentaciones con diapositivas.

4 Plataforma que permite transmitir videos en línea y almacenarlos de manera gratuita



emocionados de poder conversar. Asistieron en promedio 45 personas de diferentes países.

Al finalizar la exposición me di a la tarea de leer y responder una por una todas las preguntas que Manny recopiló y me envió por Skype, en ese momento tuve oportunidad de interactuar más con los asistentes en la sala de chat. Éste y otros videochats están disponibles para todos los miembros de la comunidad que no pudieron asistir, o quienes deseen verlos de nuevo, en la sección de videos del sitio.



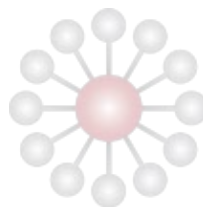
Fig. 1. Impresión de pantalla del video chat "Desmitificando la Diabetes".

5.3 OTROS PROGRAMAS Y ACTIVIDADES: TUANALIZE.ORG, HEALTHSEEKER Y NO-SUGAR ADDED POETRY

Dentro de los programas de la DHF existen interesantes proyectos, por mencionar tan solo dos que ya se encuentran en una primera fase de implementación están:

TuAnalyze.org, proyecto desarrollado en colaboración con el Children's Hospital Boston, que consiste en capturar y mostrar en un mapa información acerca de la Hemoglobina glucosilada HbA1c. Se trata de un análisis que indica el promedio ponderado de los niveles de glucosa en sangre en los tres meses más recientes, este importante parámetro proporciona información acerca del grado de control de la diabetes. Los médicos recomiendan que los pacientes realicen este análisis de 3 a 4 veces por año. Los miembros de la comunidad, que así lo deseen, ingresan el resultado de su análisis y su lugar de residencia, de este modo un mapa interactivo de los Estados Unidos y Canadá se enciende por estados, en verde si el promedio de datos de esa región se encuentra por debajo de 7% de HbA1c (rango recomendado por la Asociación Americana de Diabetes¹) ; en amarillo si el promedio está entre 7% y 8% ; en rojo si está por arriba de 8%. Estos datos proporcionan valiosa información para los investigadores del Children's Hospital Boston. El proyecto se extenderá este mismo año al resto del continente americano comenzando con México.

“ El análisis de estos datos podría determinar, por ejemplo, tendencias o una correlación entre la participación de las personas en



redes sociales en línea relacionadas con la salud y su nivel de control de la diabetes”- Manny Hernández (2010)

No-Sugar Added Poetry, el primer libro publicado por la DHF. Surge a partir de un concurso de poesía que se llevó a cabo en la comunidad en inglés TuDiabetes.org. Los poemas ganadores se incluyeron en esta recopilación donde las personas de la comunidad expresan de manera creativa diversas situaciones y emociones ligadas al hecho de vivir con diabetes. Los miembros de la comunidad pueden leer todos los poemas en línea de manera gratuita. El libro se puede adquirir a través del sitio www.nosugaraddedpoetry.org.

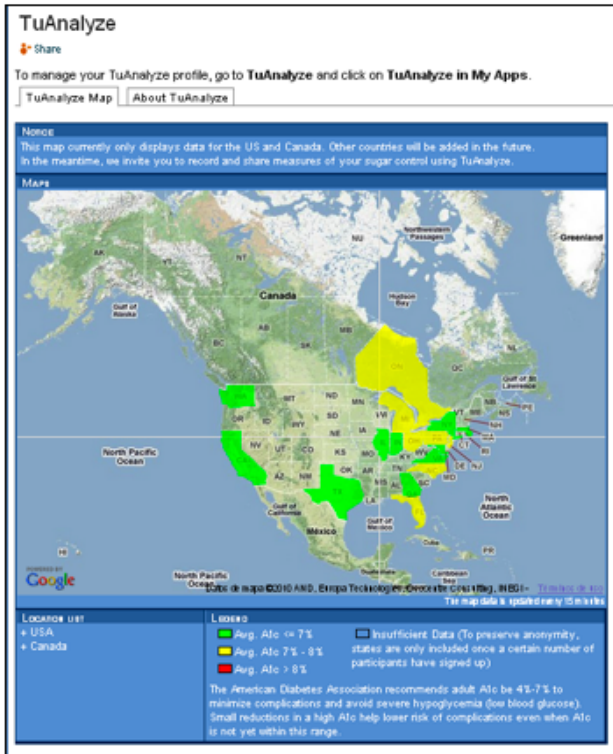


Fig. 2. Impresión de pantalla de TuAnalyze (Septiembre 2010)

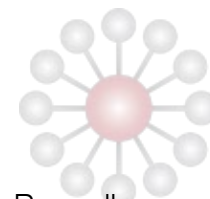


Fig. 3. Libro "No-Sugar Added Poetry".

HealthSeeker™, desarrollado en colaboración con Joslin Diabetes Center, una dependencia de la Escuela de Medicina de Harvard, es un juego en línea que combina un ambiente de red social con información importante sobre el manejo y tratamiento de la diabetes. Este juego utiliza la lista de amigos de Facebook (otra conocida red social) de cada jugador como fuentes de inspiración y apoyo en su camino hacia una vida más saludable. En este juego se trabaja con misiones y pasos para la acción que ayudan a los jugadores a alcanzar metas sobre estilo de vida, ofreciendo así la oportunidad para avanzar en el juego.



Fig. 4. Participación de Edgar García, miembro de EsTuDiabetes.org en la carrera El cruce de los Andes 2009". Imágenes cortesía de Edgar García.



vividas en la comunidad EsTuDiabetes.org inspiran y motivan a sus miembros a llevar a cabo desde significativos cambios de hábitos hasta grandes hazañas. Tal es el caso de Edgar García, miembro de la comunidad quien vive con diabetes tipo 2. A raíz de su diagnóstico en 2006, tomó la decisión de salir a caminar diariamente en su colonia. tal como le había sugerido el médico. Las caminatas se convirtieron en sesiones de trote, poco después comenzó a correr, se inscribió en varias carreras cortas hasta que llegó a la meta de su primer maratón en 2008. Gracias a EsTuDiabetes.org conoció al líder del grupo de atletas con diabetes Diabesport quién lo invitó a participar en el Cruce de los Andes, una carrera en relevos de gran dificultad que recorre dicha cordillera desde Chile hasta Argentina. El 8 de febrero del 2009, Edgar se tomó orgulloso estas fotografías tras llegar a la meta.

La infinidad de satisfacciones que nos ha dejado participar en el comité de contenido de EsTuDiabetes.org han sido fuente de inspiración para mi amiga y colega Mariana Gomez Hoyos y para mí. Ahora, tras 25 y 16 años, respectivamente, de continuo aprendizaje en el arte y ciencia de vivir bien con diabetes tipo 1, hemos emprendido un nuevo proyecto: el portal www.diabetesentrepares.com. Un espacio dedicado a la educación de diabetes entre quienes tenemos dicha condición, incluyendo a familiares, amigos y profesionales de la salud quienes la viven de corazón. Nos planteamos la misión de motivar a quienes viven con diabetes a tomar la responsabilidad del cuidado de su salud por medio de la educación entre pares así como concientizar a toda la comunidad acerca de la importancia de reconocer a la persona que vive con diabetes como líder del equipo de

profesionales de la salud que la apoyan. Para ello pretendemos generar un espacio de encuentro, información pero sobre todo, de formación con ayuda de las herramientas que nos ofrece internet y las redes sociales.



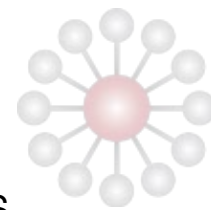
Fig. 5. Impresión de pantalla del sitio www.diabetesentrepares.com (Septiembre, 2010)

7. CONCLUSIONES

Las redes sociales online ofrecen un sinnúmero de posibilidades inexploradas a través de las cuales una persona, o una comunidad, puede responder a la necesidad de miles.

Desde mi vivencia, el trabajo colaborativo que da frutos es aquel en el que se valoran los conocimientos y habilidades de cada uno de los miembros de la comunidad y se explotan al máximo para perseguir el bien común. En ese sentido, la experiencia de trabajo voluntario colaborativo en la red social EsTuDiabetes.org ha sido única.

Quizá nunca llegue a conocer en persona a tantos compañeros valiosos con quienes comparto una situación de vida y la motivación de ayudar a nuestros pares a vivir mejor, pero la falta de comunicación interpersonal no es obstáculo para sumar esfuerzos, habilidades, conocimientos técnicos y aptitudes para perseguir un objetivo.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Hay que subrayar que en la red donde no sólo los datos y la información se transmiten, también se comparten el aprendizaje, la motivación y las emociones permean. Lo que se vive a través de las redes sociales puede impactar a las comunidades y entornos físicos de quienes participan en ellas.

Es un hecho que resulta prácticamente imposible seguirle el paso al desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, pero no estamos solos, vivimos en comunidad, únicamente algunos canales de comunicación están cambiando. Las posibilidades de aplicación son tantas como nuestra imaginación discurra y la educación para la salud es una más de las áreas en las que estas herramientas están siendo explotadas.

American Diabetes Association. (2010). Standards of Medical Care in Diabetes. Diabetes Care, 33 (Sup. 1), S11-S61.

Asociación Catalana de Neurofibromatosis. (2005). Los Grupos de Ayuda Mutua o GAM. Recuperado el 31 de Agosto de 2010, de <http://www.acnefi.org/castella/gamnefi.htm>

Basecamp. (2010). Basecamp. Recuperado el 1 de Septiembre de 2010, de <http://basecampHQ.com/>

Covey, S. R., & Diabetes, A. A. (2007). Los siete hábitos de las personas altamente efectivas con diabetes. Tarrytown, NY: Bayer Health Care.

Diabetes Hands Foundation. (2010). Health Seeker. Recuperado el 1 de Septiembre de 2010, de <http://www.healthseekergame.org/>

Diabetes Hands Foundation. (2009). Information Package. Berkeley, California, United States of America.

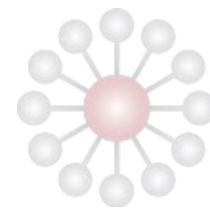
Diabetes Hands Foundation. (2010). No-SugarAdded Poetry. Recuperado el 1 de Septiembre de 2010, de <http://www.nosugaraddedpoetry.org>

Federación Internacional de Diabetes. (2009). Diabetes Atlas. Recuperado el 19 de agosto de 2010, de <http://www.diabetesatlas.org/>

Hernández, M. (25 de Agosto de 2010). Estadísticas actualizadas de las comunidades en línea. (M. E. Sáinz de la Maza Viadero, Entrevistador)

Hernández, M. (19 de Septiembre de 2009). Los Valores de EsTuDiabetes. Recuperado el 1 de Septiembre de 2010, de EsTuDiabetes: http://www.estudiabetes.org/notes/Los_Valores_de_EsTuDiabetes

Lara Esqueda, A., Aroch Calderón, A., Jiménez, R. A., Arceo Guzmán, M., & Velázquez Monroy, Ó. (2004). Grupos de Ayuda Mutua: Estrategia para el control de diabetes e hipertensión arterial. Archivos de Cardiología de México , 74 (4), 330-336.



López Aguirre, J. L. (2010). Diseño de propuesta metodológica para el estudio de las comunidades convergentes y su impacto en la persona. XXII Encuentro Nacional AMIC 2010 (pág. 22). México: Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.

Manny, Gladys, Edgar, Diego, & Elizabeth. (1 de Julio de 2008). EsTuDiabetes.org. Recuperado el 1 de Septiembre de 2010, de <http://www.estudiabetes.org/profiles/comment/list?attachedToType=User&attachedTo=152y4xhcda95f&page=13>

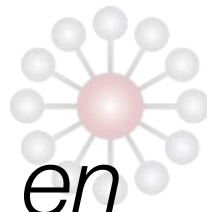
Sáinz de la Maza Viadero, M. E. (2010). Desmitificando la diabetes (parte 1) videoconferencia. Recuperado el 1 de Septiembre de 2010, de EsTuDiabetes: <http://www.estudiabetes.org/forum/topics/desmitificando-la>

Sáinz de la Maza Viadero, M. E. , Gómez Hoyos, Mariana (2010). Nuestra Experiencia. Recuperado el 6 de Septiembre de 2010, de Diabetesentrepares: <http://www.diabetesentrepares.com/NuestraExperiencia.aspx?who=Mariana&tit=Nuestra%20Experiencia>

Skype. (2003). Skype . Recuperado el 1 de Septiembre de 2010, de <http://www.skype.com/intl/es/home/>

SlideShare Inc. (2010). SlideShare. Recuperado el 1 de Septiembre de 2010, de <http://www.slideshare.net/>

Ustream, Inc. (2010). Ustream. Recuperado el 1 de Septiembre de 2010, de <http://www.ustream.tv/>



TIC's, implicaciones en el ámbito electoral

Luis Alfonso Guadarrama Rico
Jannet Valero Vilchis
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

Saber de política es importante aunque a muchos no les importe, porque la política condiciona toda nuestra vida y nuestra convivencia.

Giovanni Sartori, Homo Videns

1. Introducción

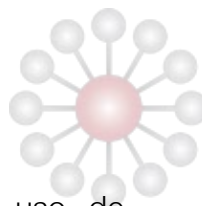
La aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se ha desplegado hacia distintos campos de la vida económica, educativa, social y cultural. Cada día que los usuarios se asoman en la red de redes para consultar información, se pueden apreciar diversas dinámicas y, cada día, emergen nuevas herramientas desarrolladas desde el Internet convencional así como a través de Internet 2.0, para hacer llegar información a distintos segmentos de la población que logran contar con acceso a la Web desde un sinnúmero de puntos del orbe.

Por lo que toca a su uso en el ámbito de las campañas electorales, se trata de un fenómeno relativamente reciente pero creemos que en el próximo lustro –desde el quehacer de los partidos políticos y el de los candidatos y candidatas a puestos de elección popular en nuestro país–

asistiremos al acrecentamiento de este tipo de formas de comunicación e interacción mediática, para tratar de llegar a segmentos de electores con un perfil específico y, consideramos que también para generar formas distintas de concebir y desarrollar las campañas electorales y su relación con la sociedad.

A través de las TIC, al tiempo que se individualiza el consumo, se abren posibilidades para la creación de redes sociales virtuales, que pueden prosperar y desmoronarse en el tiempo. En la materia que aquí nos ocupa, ahora se pueden generar mítines en las plazas públicas, a partir de la capacidad de convocatoria que los ciudadanos pueden detonar a través de avisos e invitaciones desde los teléfonos celulares (Lucas, 2007).

Nuestro interés se cifró en averiguar si el hecho de emplear los recursos y herramientas que ofrecen las TIC, nos permite identificar una mutación



gradual pero creciente en torno las formas de participación, tanto de la ciudadanía como de los partidos políticos y de sus representantes o candidatos. Además, si derivado de ello, estamos arribando a una ciberdemocracia que se edifica y mezcla con formas tradicionales de participación, tanto en el electorado como entre los actores políticos¹.

2. Tecnologías de Información y Comunicación, aproximación conceptual

Michel Onfray, un filósofo francés contemporáneo publicó un importante trabajo acerca de un grupo de filósofos del siglo IV, previos a la era cristiana, entre los que, a nuestro entender, destacaron Antístenes y Diógenes Laercio. En dicho libro, Onfray –hablando de los filósofos de su interés– apunta lo siguiente:

Ciertamente, hace falta contar con un lenguaje que, en determinadas ocasiones, necesita recurrir a las palabras técnicas. Sólo alguien que nunca hubiera frecuentado el taller de un zapatero o de un herrero puede imaginar que es privativo de los filósofos [también de los comunicólogos] usar un vocabulario especializado. Reducido al mínimo útil para decir cosas precisas, ese vocabulario debe emplearse en dosis homeopáticas (Onfray, 2002:110).

Este planteamiento nos conecta de manera directa al tema de las TIC y de sus aplicaciones.

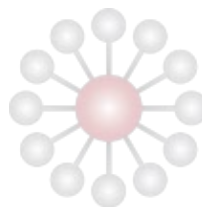
¹ Este trabajo forma parte de los esfuerzos que se realizan en el Cuerpo Académico: Estudios interdisciplinarios sobre planeación, desarrollo y calidad de vida, registrado en la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM) y ante la Secretaría de Educación Pública (SEP). Asimismo, constituye parte de las reflexiones que emanan del proyecto de investigación: Uso de tecnologías de Información y Comunicación en jóvenes escolarizados, mismo que recibe financiación de la Secretaría de Investigación y Estudios Avanzados de la UAEM.

En este como en otros campos, el uso de algunas expresiones técnicas –y si hablamos de tecnologías, con mayor razón– los lectores deben permitirnos el uso de ciertas expresiones técnicas, aunque muy frecuentemente los puristas soliciten que los autores acampados en este ámbito de la vida social debamos hacer esfuerzos por hallar o proponer la traducción de ciertas expresiones o plataformas al idioma castellano.

2.1. Dispositivos tecnológicos

La mayoría de las personas, cuando aluden al tema de las TIC, tendrán imágenes relacionadas con un racimo de equipos, de artefactos tecnológicos como los videojuegos, la computadora personal, determinado sitio de internet, televisores de alta definición, acceso a señales de televisión restringida, cámaras fotográficas digitales, videocámaras manuales ultraligeras, teléfonos celulares o móviles, prensa en línea, equipos miniatura para almacenamiento y reproducción de música y, seguramente un conjunto de herramientas y de sitios a los que se puede acceder a través del internet convencional y mediante internet 2.0². Sin embargo, pretender ceñir el concepto de las TIC a un conjunto de artefactos sería un equívoco, por más que a la mayoría de las personas les pudiese resultar una clara referencia acerca de lo que pretendemos aclarar. Como deseamos ofrecer un avance de este orden (conceptual), enseguida tratamos de poner en claro qué entendemos por las TIC. Veamos.

² Fue Tim O'Reilly quien acuñó el término web 2.0, para referirse a la forma en que el Internet se había transformado en una plataforma de alta interacción para los usuarios que, además, contaban con un mejor ancho de banda para contar con servicio que requiere mayor y mejor velocidad para transmisión de archivos de datos, voz, texto y video.



La particularidad de esos dispositivos tecnológicos es que ponen en funcionamiento capacidades, conocimientos, intereses y las habilidades de quienes están conectados, sea en calidad únicamente de usuarios o, como lo señala Fernando Ureña, en condición de prosumidores, es decir, “en productores de información que ellos mismos [y otros] consumen” (Ureña, 2007:42).

Es cierto que los dispositivos tecnológicos de los que hablamos cuentan con una amplia diversidad de funciones y de capacidades de almacenamiento e interacciones dinámicas para brindar mayor comodidad y manejo de información al usuario. Pero no es menos relevante el hecho de que generalmente los usuarios subutilizamos dichas funciones, acaso por no corresponder realmente con nuestros requerimientos personales ni condiciones actuales o futuras. Así que ese dispositivo tecnológico, la mayoría de las ocasiones, simplemente queda por encima de nuestras capacidades, aunque los usuarios paguemos el costo de la novedad y tiramos a la basura aquellos dispositivos que percibimos como obsoletos.

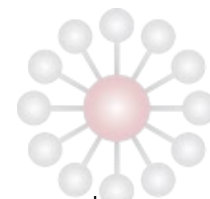
Sin embargo, cuando nosotros referimos a las TIC nos orientamos más por el planteamiento que ha formulado Albert Borgmann, en el sentido de concebir a esos dispositivos tecnológicos que están incluidos en las llamadas TIC, como “una conjunción de maquinaria y comodidad” (Borgmann, 2000: 296). Pero dicha comodidad, genera un conjunto de procesos sociales que se desencadenan como resultado de lo que hacen las personas a la hora de usar o consumir determinados dispositivos tecnológicos, así como las tareas o problemas que tratan de atender o resolver a través del uso de las TIC.

2.2. Información digitalizada

Antes de entrar en materia, en torno a las repercusiones que tienen en el campo político electoral, queremos abordar algunas características básicas que están –digámoslo así– detrás de la operación de TIC. En primer término, habría que tener presente que aquello que circula a través de internet, de muchos dispositivos tecnológicos (teléfonos móviles, videocámaras, prensa en línea, etc.) y de un sinnúmero de plataformas interactivas (Hi5, You Tube, Facebook, entre otras) es que se trata de información digitalizada. Así, lo digital se torna en información traducida al lenguaje binario (1 ó 0). En consecuencia, datos, voz e imágenes, mediante complejos procesos de programación de muchísimas empresas y personas, con los consecuentes conocimientos de matemáticas, son convertidos en ceros y unos para su manejo, operación, articulación, propagación e interacción, mediante el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

2.3. Mega-velocidad en la información

Dicha transmutación de la información hace posible que pueda viajar no sólo de manera fácil de un sitio electrónico a otro, sino que lo puede hacer a gran velocidad. Debido a esa celeridad con la que transmite y difunde la mega-información que corre por diversas venas y arterias de las TIC, le imprime una condición de alto beneficio para unos y de alta vulnerabilidad para otros. Los conectados a las TIC tendrán mayores probabilidades de saber primero, de ser informados. Los que forman parte del ancho mundo de los sin acceso a las TIC, los que involuntariamente nutren la brecha digital



en cada región, país, municipio y localidad, se enterarán después, tarde o nunca.

También, debido a esa altísima velocidad de transmisión con la que viaja y se difunde video-información, se pueden generar beneficios inesperados y/o daños difíciles de indemnizar. Diríamos que hacer clic para buscar o hacer circular determinada información en el torrente vertiginoso de la red convencional y del internet 2.0, puede generar repercusiones a escala global, social, política, económica, cultural, familiar e individual. Se trata --como le gusta llamarlo a Todd Gitlin-- de “un torrente mediático [...] corriendo de nodo a nodo [...] en una ciudad extraña, en una habitación de hotel, en la carretera, nunca estamos fuera. O quizá es el aquí el que está fuera. Por extraño que resulte, el torrente se convierte en nuestro hogar (Gitlin, 2005: 133).

2.4. Coexistencia entre las TIC y otros medios de comunicación

Frente a otros medios de comunicación impresos (prensa, revistas), electrónicos (radio, televisión) y alternos (carteles o afiches, uso de bardas, perifoneos, anuncios espectaculares, etc.) las TIC parecen complementarias, en tanto circulan y gravitan en otra vertiente del campo mediático para tratar de llegar a otros segmentos de la audiencia o, en este caso, del electorado.

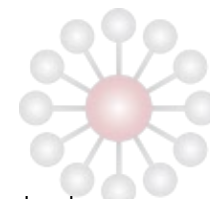
Es cierto que desde una óptica, el mundo podría quedar dividido en dos grandes gajos: los conectados, que son los menos en el mundo, y «los desconectados» a las TIC. Pero no es menos cierto que los medios de comunicación convencionales aprovechan la información

que circula a través de las TIC y que se ayudan para nutrir su quehacer informativo cotidiano. A su vez, lo que sucede o se genera en y para los medios de comunicación impresos y electrónicos convencionales, es enviado a sitios web de distinta naturaleza, nomenclatura y cobertura, a efecto de que otros y/o ellos mismos lo pongan a circular a través de los anchos circuitos tecnológicos del ciberespacio y de las llamadas redes sociales.

Consecuentemente, las TIC contribuyen a generar, al menos, dos vías profundamente interconectadas. La primera, está constituida por interacciones, usos, comunidades virtuales y --luego-- sociales, que se generan desde y para los conectados a la sociedad del conocimiento, en la era digital. En la otra pista, la producción de los medios de comunicación convencionales (radio, prensa, televisión abierta, cine y, desde luego, los sucesos sociales, políticos, económicos y culturales de resonancia mediática), aparte de producir y difundir lo suyo no sólo hacia sus audiencias originales sino también para los usuarios potencialmente conectados, retoman ese gran torrente de información omnipresente y generado por las TIC, para revivir --mediante la repetición o el tratamiento diferenciado-- voces, datos y toda la producción de la industria del entretenimiento, con el objetivo primordial de ganar audiencias, ventas y, si es posible, credibilidad.

2.5. Interacción virtual o nuestra vida en las pantallas

Podemos agregar que debido a las condiciones de producción, circulación, consumo, actualización, usos, apropiación, recreación, retención, olvido y a la multiplicidad de intereses de toda de índole,



tanto las TIC como la información que viaja a través de éstas, tienen como característica que están inmersas en un mundo informático que se mueve constantemente entre el orden y el caos; matriculado en estructuras organizadas y claramente identificadas que viven y circulan en la red de redes y que viajan hacia otros medios de comunicación, pero también inscrito en un esquema –por así decirlo-- de participación anárquica que busca y consigue su propio espacio a través de las TIC.

Es decir, a través de estos dispositivos tecnológicos se orquesta la edificación, recreación y desarrollo de un mundo virtual. Este tipo de dispositivos tecnológicos permiten y proponen que las personas establezcamos otra manera de experimentar la realidad. Virtual, deviene del latín *virtus*, es decir, fuerza, energía, impulso inicial. En tal sentido, cuando hablamos de virtualidad –sostiene Philippe Quéau-- significa que “la causa está virtualmente presente en el efecto, [pero] el efecto también está virtualmente presente en la causa” (Quéau, 1995: 27).

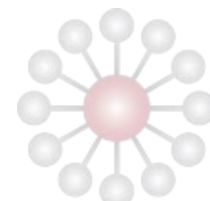
Para ilustrarlo con el tema que aquí nos ocupa, diríamos que, tenemos como causa a un candidato de carne y hueso que contiene por una demarcación municipal o autonómica. Dicha persona, abre un sitio en internet para colocar su fotografía, mensajes en video, semblanza sobre sí mismo, una parte de su oferta político-electoral y formas de intercomunicación diversas que, en el mundo de lo virtual, crean precisamente ese efecto, su página en internet. A su vez, lo que se coloca en la página web es la resultante de una causa que se mueve en el mundo de lo real, del día a día que se experimenta y que se decide colocar

en la red. De allí que, como lo advierte el mismo Quéau, «Las imágenes virtuales no son simples ilusiones virtuales, imaginerías de representación pura. Al contrario, es posible visitar, explorar e incluso palpar [...] estas realidades virtuales» (Quéau, 1995: 17).

Lo que a nuestro entender define a las TIC son esos nuevos procesos que se desencadenan como resultante de la interacción virtual y de la relación mediático-social que se fragua entre personas, grupos, instituciones y comunidades, a partir del uso de un conjunto de artefactos tecnológicos que presentan un torrente informativo-digital; mismo que ahora forma parte de la vida cotidiana de, todavía, una selecta capa social de usuarios.

2.6. Redes sociales virtuales

Prácticamente desde la década de los ochenta (referida al pasado siglo XX) para muchos infantes y adolescentes que hoy fortalecen el grupo de los ciudadanos urbanos, el juego, la actividad lúdica, comenzó a emerger de un monitor de televisión y un dispositivo para videojugar, más un aparato para hacer posible la interacción entre el *homo ludens* –como diría Johan Huizinga (1972)-- y el programa o videojuego (Valero, 2002). Dicha actividad interactiva, virtualmente exhibida y representada digitalmente frente a su mirada, significó jugar. Años más tarde, conocer personas de otras localidades y de distintos países, para –enseguida o poco más tarde-- considerarlos amigos, conocidos o, incluso, para edificar una relación amorosa, se consideró otra manera de ensanchar las relaciones interpersonales. En forma notoria, a partir de la emergencia y propagación de plataformas o herramientas



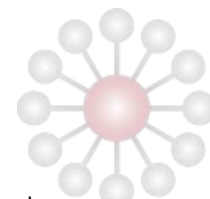
digitales que operan en la red de redes, algunos conductores que laboran en los medios de comunicación electrónica, comenzaron a decir que este tipo de relaciones e interacciones eran: redes sociales. Es posible que la expresión haya decantado del término computacional red (nodos y terminales electrónicas) y, simplemente, por tratarse de un grupo de personas interconectadas a través de las TIC, pero procedentes del tejido social, se les ocurrió que debían tratarse de «redes sociales». Sin embargo, es de muchos sabido que stricto sensu, redes sociales han existido desde que hace varios siglos, sin que para ello existiesen herramientas como el correo electrónico, Twitter, Hi5, Facebook, You Tube, Myspace, Blogs y otras plataformas que seguirán naciendo en los meses y años por venir.

Michel Brito, nos recuerda que a partir de la web 2.0, al conglomerado de redes y tecnologías creadas con esta versión del internet, se les denominó: Social Media. Las características que propone el autor para distinguir a las redes sociales detonadas por estas plataformas tecnológicas, de otras más convencionales, es que disponen de amplias vías para la participación, la conversación, la formación del sentido de comunidad y que, ello se debe a la amplia facilidad con la que se pueden crear nuevas redes, al tiempo que es posible conocer los criterios para lograr la incorporación o rechazo de nuevos integrantes (Brito, 2007).

Desde dicha óptica, por las características particulares que hemos abordado anteriormente, aquí optamos por usar la expresión: redes sociales virtuales. Hemos preferido, cuando menos con una categoría aditiva, distinguir a unas redes sociales de otras. Las que se tejen mediante el acceso y uso de

internet así como a través de las plataformas que diariamente se desarrollan son, a nuestra entender, redes sociales virtuales. Pero dicha virtualidad conlleva todo lo que hemos apuntado en los acápites previos: información digitalizada (datos, voz, imagen, movimientos, video); que corre a en la red de redes a gran velocidad; surcando las fibras ópticas y las señales telemáticas entre el orden y el caos; se trata de información despuntada desde las TIC y sus dispositivos tecnológicos; de un caudal informativo interconectado con otros medios electrónicos convencionales e incluso con medios alternos y, con una multiplicidad de centros y megacentros que tratan de dar cuenta de lo que hacen los consumidores conectados y los prosumidores que habitan y crecen aceleradamente en el ciberespacio.

Los impactos de distinta índole (inocuos, positivos o negativos) son generados después hacer clic para colocar la información en el ciberespacio a fin de hacerla circular a través de las TIC. Como nos ha llevado a pensar con claridad el investigador canadiense Reg Whitaker: vivimos en una sociedad que es vigilada y que vigila, como una suerte de Panóptico de Bentham omnipresente y virtual que es capaz de invadir nuestra privacidad e intimidad, a fuerza de una amplia red videotecnológica y telecomunicacional remota. Dicha cibernación puede concentrar y hacer circular a voluntad información circunscrita a personas, organizaciones, grupos, instituciones, gobiernos y regiones, en nombre de la era de la sociedad del conocimiento y del libre acceso a la información. La posición de Whitaker al respecto, es la siguiente: “Las nuevas tecnologías de la información son un arma de doble filo: aumentan nuestras capacidades y nuestro poder, pero



también hacen a sus usuarios más vulnerables a la vigilancia y a la manipulación” (Whitaker, 1999:128).

Debido a este conjunto de características que están presentando las TIC y al manejo que se les está dando en la vida político-electoral, nos parece que se han abierto diversos senderos que comienzan a dejar clara la urgencia de regular, para los procesos electorales, el uso, manejo y aplicación de estas herramientas digitales que forman parte constitutiva de la red (Guadarrama y Valero, 2010). Se trata de mega-información a gran velocidad; de prosumidores que ponen en operación sus capacidades, conocimientos y habilidades para el uso, manejo, apropiación y difusión de infografía; de la convivencia de las TIC con otros medios de comunicación convencionales y, desde luego, hablamos de la experimentación de mundos y redes sociales virtuales que, gradualmente y de manera irreversible, tendrán su peso en las justas electorales.

2.7 Plataformas de y para las TIC

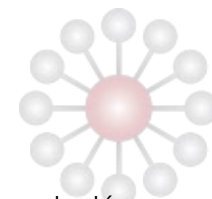
Cuando las personas hablan de las TIC, como lo hemos dicho líneas arriba, aluden a los dispositivos tecnológicos, aunque también suelen referir un conjunto de plataformas o herramientas desarrolladas sobre la base de la preexistencia del internet y las computadoras personales. Pero lo que ha quedado claro es que sobre dichos cimientos descansan y se desarrollan –mediante avanzados legajes de programación y uso de las nanociencias-- un amplio racimo de interfaces orientadas a usuarios con poca o casi nula formación en las ciencias computacionales. De ello, nos hemos beneficiado una gran cantidad

de prousuarios. Dichas plataformas presentan una serie de características que no deben ser pasadas por alto, especialmente cuando se usan con fines de apoyo a las campañas electorales. Enseguida, por razones de espacio, una apretada revisión de las principales.

2.7.1. Sitios o páginas en internet

Jeremy Rifkin nos recuerda que Internet fue creado por el Pentágono (EEUU) hacia finales de los años sesenta. Y que si bien el primer host fue puesto en operación hacia el año 1969, en apenas un poco más de una década los hosts conectados alcanzaban la nada despreciable cifra de 60,000. Para calibrar el impacto de Internet, a decir del mismo autor, hacia finales del siglo XX, el Ministerio de Comercio de los Estados Unidos de Norteamérica, calculaba que poco más de 200 millones de personas en todo el mundo estaban conectadas a Internet y se estimaba que para el año 2005 más de mil millones de individuos tendrían acceso a la red (Rifkin, 2002). A pesar de estas grandes cifras, el acceso a internet en el mundo ha excluido a la mayoría de la población. Y es así. Los cálculos oficiales en el ámbito internacional reportan que apenas la cuarta parte de la población mundial (25.6) tiene acceso a la red de redes. México no es la excepción pues bordeaba, en septiembre de 2009, los 26.7 millones de usuarios de internet, es decir, 24.8% del total de la población mexicana (Internet World Stats, 2009).

Quizá debido a estas cifras, en términos de acceso real y porque los temas electorales o las campañas para cargos públicos no viven su mejor época entre la ciudadanía ni en las aguas vertiginosas de los internautas, una gran cantidad de candidatos y



candidatas se han mostrado reacios a emplear más intensivamente sitios en internet para promocionar sus propuestas.

Sin embargo, entre aquellos candidatos a cargos públicos que se han animado a emplear esta TIC, han abierto la posibilidad para tratar de llegar a la población en general y a la ciudadanía en particular. Los propósitos y aplicaciones, hasta ahora, han sido disímolos en cada país, cultura y justa electoral. Aunque se trata de una opción todavía limitada en su uso y aprovechamiento, es importante resaltar que:

Internet puede contribuir, asimismo, a una necesaria diferenciación entre la información que proporciona un candidato, del candidato como fuente de información. Esta precisión es fundamental, porque podría constituir un primer paso para enseñar a audiencias y usuarios a distinguir entre el manejo de imagen que se realiza del político [...] de la información que proporciona un candidato (Crovi, 2004: 125).

Las herramientas con que se cuentan en cada momento, pueden ayudar de manera significativa a llegar a segmentos de la población que mantienen un perfil claramente diferenciado del resto de los votantes, pues regularmente se trata de ciudadanos ubicados en mejores estratos socioeconómicos, con mayor información y, quizá, con esquemas de participación más proactivos hacia la actividad político-electoral.

Por lo reportado en varios países, el uso de internet con fines de proselitismo electoral se ha enfocado a buscar alternativas para abrir otros canales de comunicación con la ciudadanía, a efecto de recibir propuestas para mejorar la oferta

política; buscar fuentes alternas de financiación y, desde luego, para edificar y desarrollar redes sociales virtuales, capaces de incentivar la activa participación a favor del candidato o candidata en cuestión. Desde esta óptica, como lo advierte Delia Crovi, es indispensable comprender que:

La aparición de Internet en el panorama complejo de las campañas políticas, permite también la posibilidad de una comunicación horizontal, tanto por el intercambio de roles entre emisor y receptor, como por la emergencia de fuentes alternativas, generalmente provenientes de la sociedad civil (Crovi, 2004: 123).

Sin embargo, en cada momento, país, entidad y municipio, debido a la gran velocidad que caracteriza al internet y el desarrollo de herramientas de aplicación para usos diversos, los partidos políticos, sus candidatos y los equipos de trabajo, se ven inmersos en condiciones particulares que les impelen a usar determinadas ventajas que ofrece tanto internet como esas herramientas con las que, al menos potencialmente, se cuentan para su aprovechamiento, uso y aplicación.

Como veremos más adelante, los usos que se han desarrollado en materia de campañas electorales, a través del internet, han presentado diversos enfoques y formas de aplicación. Hay partidos y candidatos que básicamente han colocado la misma información que difunden en otros medios de comunicación convencionales, mientras que otras experiencias dan cuenta de una visión más interactiva, dinámica y en pleno uso de las ventajas que se pueden obtener al aprovechar las plataformas que están a la mano desde el internet 1.0 e internet 2.0. Particularmente véanse –en esta



ponencia-- las experiencias reportadas en distintas campañas electorales vívidas en los últimos años en los Estados Unidos de Norteamérica.

2.7.2. Telefonía móvil

Hoy, el teléfono móvil es una TIC acentuadamente miniaturizada, altamente versátil para la intercomunicación interpersonal, con un generoso abanico de multifunciones, gracias a billones de transistores colocados en microchips. Quizá la mayoría de los usuarios han advertido que se trata de una computadora verdaderamente manual, de bolsillo. Este dispositivo tecnológico está sometido a una voraz obsolescencia e innovación; capaz de enviar y recibir llamadas; intercambiar mensajes de texto, almacenar música, video, fotografías digitales; establecer conexión a internet (con todas las bondades y riesgos que ello implica), más una serie de funciones que amplían la disponibilidad de recursos y tareas que puede realizar el usuario, en función de sus necesidades, conocimientos y habilidades. Se trata, nos parece, de una tecnología paradigmática de nuestra sociedad posmoderna.

Esencialmente, nuestra idea es que el dispositivo tecnológico al que aludimos mediante la expresión teléfono celular o teléfono móvil, ya no cabe en dichas expresiones sino que debemos proponer un término que dé cuenta de todo aquello que potencialmente somos capaces de realizar con este revolucionario y paradigmático artefacto³. Hemos de recordar, junto con el neurólogo clínico londinense Oliver Sacks, que el teléfono de Graham

3 En un trabajo más amplio glosamos algunas reflexiones al respecto y proponemos que –al menos en principio– debería ser denominado (MICOM) micro-computadora manual (Guadarrama y Valero, 2010^b).

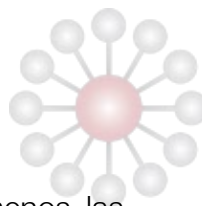
Bell, al menos en sus orígenes⁴, tuvo la intención de ayudar a los sordos, pues tanto la madre como la esposa del propio Graham Bell padecían de esta limitación o discapacidad sonora (Sacks, 2003). Desde luego, de aquellos comienzos e intenciones primigenias, poco queda. Pero ahora demos un vistazo a sus orígenes y veloz posicionamiento como una de las TIC más emblemáticas.

Corría el año de 1983 cuando la empresa Motorola dio a conocer su primer prototipo de teléfono celular, aunque la misma compañía había realizado un ensayo precedente con un dispositivo que presentaron una década anterior. Consideramos el año 1983 como el inicio de la telefonía celular, porque desde entonces inició la comercialización a gran escala⁵. Años más tarde, gracias a los históricos y robustos esfuerzos del matemático Thomas Kailath, en el Massachusetts Institute of Technology (MIT), quien lograría romper la barrera de los 100 nanómetros, fue posible que la telefonía celular fuese el dispositivo que hoy conoce un amplio porcentaje de personas del mundo urbano.

Poco más de una década después de la aparición de los primeros celulares, logramos apreciar que, gracias a la capacidad que brindan los satélites, la telemática, la computación, el desarrollo matemático y las nanotecnologías, en México,

4 Nos referimos al año 1863, un 14 de febrero, fecha en que el escocés Alexander Graham Bell solicitaba una patente para registrar su original invento, un teléfono electromagnético. No debemos pasar por alto que Thomas Alva Edison desarrolló el fonógrafo porque creía que el teléfono de Graham Bell era poco práctico, pues se trataba de un dispositivo tecnológico que podía llegar a unos cuantos usuarios, debido a su alto costo. A la distancia de poco de 130 años ¿qué le diríamos hoy a inventor de la bombilla eléctrica? Para mayores referencias e implicaciones en el campo de la comunicación, revisar los trabajos de: De Sola Pool (1992) y el texto de De Botton (2004).

5 Realmente en el año 1984 daría inicio la comercialización del primer teléfono celular. Un dispositivo que pesaba poco más de tres cuartos de kilo.



como en otros países, a partir de la segunda mitad de la década de los 90, se generó claramente la propagación de la telefonía móvil o, como usualmente se conoce «telefonía celular». Hacia el año 1996, cuando en nuestro país comenzó a tener relieve este tipo de servicio de comunicación a distancia, apenas había un poco más de un millón de dispositivos tecnológicos. El punto de inflexión que daría cuenta de su amplia expansión en el territorio nacional, fue el año 2000, pues pasó de casi ocho millones de teléfonos celulares registrados en 1999, a poco más de 14 millones unidades en el año que marcaría el amanecer del siglo XXI. De allí en adelante, el crecimiento sería considerablemente sostenido, al superar las cifra de los 83 millones de usuarios en el año 2009. Es decir, en prácticamente una década este dispositivo de comunicación móvil cubrió casi al 80 por ciento de la población en México (COFETEL, 2010).

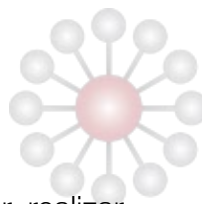
El despunte de la telefonía celular ha permitido que empresas de toda índole y partidos políticos comiencen a explorar las enormes «ventajas» que brinda el hecho de que un amplio segmento de la población disponga de este dispositivo tecnológico de intercomunicación que, sin más ni más, puede ser «invadido» desde la voluntad e interés del otro para hacerle llegar información y propuestas de contenido variopinto. Así, a pesar de que en medio de diversas justas electorales muchos candidatos y candidatas muestran resistencia para emplear abiertamente las TIC, muchos otros han fingido mirar hacia otro lado, mientras les ofrecen (y autorizan) —usando las respectivas bases de datos— enviar mensajes «gratuitamente» a radiolocalizadores y teléfonos celulares, para invitar a los poseedores de estos equipos móviles, que voten por el candidato o la fórmula política respectiva.

Puestos en este escenario, caben al menos las siguientes interrogantes básicas: ¿Cómo se hacen de bases de datos de usuarios que pagan, con su dinero, el servicio telefónico? ¿Qué costo económico o en especie le representa al candidato en cuestión, el uso y aprovechamiento de esas bases de datos, con fines electorales? ¿Cuánto y a quién o a quiénes les cuesta el envío de cada mensaje que «de manera gratuita e invasiva» llega a cada celular, sin pedirlo?

Desde luego, no tenemos interés en viajar por el tren de la especulación y por ello no ofrecemos ninguna respuesta. Pero el punto que por ahora nos ocupa es el siguiente: si los partidos y candidatos, para su labor, usan recursos públicos que aportamos los ciudadanos, a través de nuestros impuestos, al menos tenemos derecho —nos parece— a saber cuándo dinero destinan o se les autoriza para hacer proselitismo, a través del uso de TIC como el teléfono celular que contrata y paga el ciudadano.

Si hasta hace muy poco la cifra conservadora superaba ligeramente los 80 millones de usuarios de telefonía celular, entonces los partidos y candidatos, están en condiciones, como ya lo han demostrado en los hechos, de enviar mensajes a un amplio segmento de la ciudadanía y de invadir un dispositivo tecnológico, en principio, de uso privado. Consideramos que el uso de la telefonía celular ha comenzado a dar clara cuenta de amplias y profundas transformaciones en prácticamente todos los órdenes de la vida social, económica, educativa, cultural y, desde luego, política.

Podemos vislumbrar, con este ejemplo, que el aprovechamiento, uso y consumo de las TIC, en la atmósfera de las campañas electorales, podría estar apuntando hacia lo que Diane Michelfelder



señaló: que si bien «la tecnología ofrece crear más oportunidades y ampliar tanto la libertad como un cierto sentido de realización personal, debemos preguntarnos qué ganamos y qué perdemos en autonomía, participación, privacidad y libertad social (Michelfelder, 2000), como resultado de contar con la comodidad de acceder a información digital en línea y a la intercomunicación. Michel Power, con unas cuantas palabras pone el dedo en la llaga, cuando apunta: «Las tecnologías tienden a darle el poder a unos y a quitárselo a otros» (Power, 2000: 273). Y este es el aspecto, en nuestra opinión, es el que debemos revisar desde el campo de la comunicación y la política o, más específicamente, desde la campañas electorales.

2.7.3. MySpace

El surgimiento de herramientas videotecnológicas interactivas, procedentes del campo de las TIC, como en otros ámbitos de la vida, tienen trayectorias que las enlazan con otros proyectos que les han precedido y que pronto dejan de operar. Este fue el caso de Myspace. En el año 2003, Thomas Anderson, junto con Christopher DeWolfe, habían observado cómo desde el año 2002, había despuntado un sitio especializado – llamado Friendster—una herramienta capaz de ayudar a formar círculos sociales en la web.

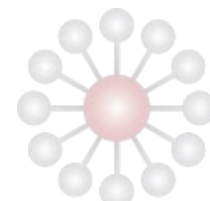
Esta idea básica de los círculos sociales fue desarrollada por Thomas Anderson y Christofer DeWolfe, en el año 2002, pues lograron que cada usuario contara con opciones adicionales para personalizar su propia página; incluir fotografías, colocar videos, subir la música de su preferencia y compartirla, además de poder conversar en línea (chatear); enviar mensajes instantáneos a uno o

varios amigos de su red social; intentar realizar negocios; crear blogs, así como invitar a otros amigos a participar, mediante un subsistema de invitación en línea.

Aunque inicialmente los principales usuarios pertenecían al grupo de adolescentes, Myspace pronto logró atraer a otros segmentos colocados en distintos rangos de edad. El crecimiento, la demanda y el crecimiento exponencial mostrado en Myspace hicieron que en el año 2005, sus creadores originales lo vendieran a News Corp., propiedad de uno de los magnates de mayor peso en el mundo de los medios de comunicación: Rupert Murdoch.

En el tema que nos ocupa, detengámonos un momento. Este tipo de plataformas que están colgadas en internet –y otras que continúan y seguirán perfeccionándose— ponen casi en estado de shock a los partidos políticos, a los candidatos/as a cargos públicos y a las «autoridades ciudadanas» que tratan de regular las campañas electorales.

Visto que la mayoría de ellos gustan del control vertical y de penalizar a quienes les reportan mejores dividendos ¿cómo es que un cibernauta (incluso imberbe) está en posibilidades de hacer de las suyas, para crear su propia página; colocar videos para incomodar a los candidatos (y gobernantes) en turno; al enviar mensajes a través de su teléfono celular o desde le mismo MySpace, multiplicando su resonancia? Y todo ello on line y sin previa «consulta ciudadana a la autoridad». Pues eso son las TIC y las redes sociales virtuales: interconexión, horizontalidad, multiplicación (de



opiniones políticas), intercambio y flexibilidad⁶. ¿No les gusta? Comiencen la historia nuevamente. A quienes incomode esta horizontalidad y libre intercambio que a borbotones surge y se recrea desde las TIC, convendría recordales lo que un día escribió el filósofo francés André Comte-Sponville «Si las libertades de creencia, de opinión, de expresión y de culto son un derecho, no tienen por qué ser toleradas, sino simplemente respetadas, protegidas y celebradas (Comte-Sponville, 2005: 179).

Es aquí donde nos encontramos y creemos que un largo tiempo estaremos en arenas movedizas. ¿Dónde está o estaría el punto de inflexión para redactar aquellas líneas regulatorias? ¿Que la libertad no se reglamenta porque sería cuento de nunca acabar? No planteamos reglamentar el uso de la libertad. No levantemos cortinas de humo. Creemos que la ciudadanía tiene derecho de saber en qué emplean y cuánto gastan de nuestros impuestos los partidos políticos y sus candidatos, para diseñar, mantener actualizada e interactuar virtualmente con los electores para intentar convencer a poco menos del 60% de ciudadanos --si bien les va-- que se animan a ir a las urnas porque todavía piensan que requerimos de un sistema de partidos para marcar el rumbo que ha de tomar un municipio, una entidad o un país. Desde luego, Fondo Monetario Internacional (FMI) y Banco Mundial (BM) mediante y, según los marque el dedo de la galopante e intocable globalización económica.

En medio de fuertes torrenciales que generan las recurrentes crisis económicas que nos han obsequiado una minoría que dirige el mundo en

⁶ María Elena Meneses y Jacob Bañuelos, elaboraron una tabla en la que dan cuenta de las características o atributos que pueden presentar las redes sociales virtuales (Meneses y Bañuelos, 2009).

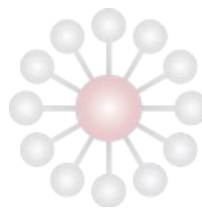
nuestro nombre, uno se pregunta cómo es que todavía se atreven los partidos políticos y sus candidatos, en todo el orbe, a pronunciar ofertas políticas sobre empleo, salud, educación, vivienda y desarrollo humano. Como gusta expresarlo Javier Armentia, astrofísico y director de la Sociedad para el Avance del Pensamiento Crítico: ¡Vaya timo! Pero volvamos a lo nuestro. Ofrecemos las disculpas correspondientes a los lectores y a los oyentes por este impúdico paréntesis.

2.7.4. Hi5 [Hi five]

En el año 2003, Ramun Yalamanchis creó una de las redes sociales virtuales, soportadas en el acceso a internet. Su centro de operaciones está afincado en San Francisco, California. La web, Hi5 ha sido reconocida como uno de los sitios de entretenimiento más grande del mundo y ostenta la etiqueta de ser una de las herramientas con el crecimiento más acelerado en el mundo. Para dar una idea del alto impacto que tiene entre las personas con acceso a internet, recientemente se reportó que está catalogado como el primer sitio, especializado en comunidades virtuales, más visitado en países latinoamericanos, europeos y asiáticos. Consecuentemente, se trata de una herramienta que permite su acceso en más de 50 idiomas⁷.

Esta herramienta dispone de motores de búsqueda y de enlace de avisos que les permiten a los usuarios realizar tres actividades o procesos de alto significado:

⁷ Como se sabe, en el orbe de hablan un total 6,912 lenguas. Sin embargo, el grueso de los hablantes se concentran en los siguientes cinco: Chino-Mandarín (más de 800 millones); Español (más de 350 millones); Inglés (poco más de 340 millones de personas); en cuarto lugar el Árabe (ligeramente arriba de 240 millones) y, el Hindi, con poco más de 250 millones de hablantes.



1). Búsqueda de personas que pueden ser de interés para el usuario en turno. Mediante avisos automatizados soportados en las direcciones electrónicas, Hi5 puede enviar mensajes electrónicos a un grupo de cibernautas para informarles que un «conocido» suyo les ha incluido como «amigo» en el Hi5 y que les invita, tanto a formar parte de su red social en esta herramienta, como a visitar el sitio individual que «ha creado» su contacto.

2). Información o reportes específicos acerca de los amigos que forman parte de la red cibernautas de una persona específica. Así, mediante ambos recursos, se trazan nuevos nodos interaccionales que pueden ampliar o limitar las llamadas «redes sociales» que se edifican con el apoyo de las TIC.

3). Cada vez que un usuario de Hi5 realiza un cambio significativo en su propia página o que se aproxima su cumpleaños, esta herramienta envía avisos a la red cibernautas del nodo respectivo, para tratar de generar nuevas interacciones apoyadas en este recurso que proveen las TIC.

Olvidémonos por un momento del Hi5 como tal. En todo caso, dentro de algún tiempo desaparecerá o mutará hacia otras plataformas más sofisticadas e interactiva en la red de redes. Nos parece que debemos colocar en la palestra algunos aspectos, en torno a las campañas electorales. Trataremos de escribirlos en el menor espacio posible, mediante el artificio de los siguientes dos acápites.

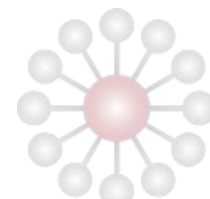
2.7.5. Facebook

Mark Elliot Zuckerberg, a inicios del año 2004, era un estudiante de la Universidad de Harvard; estando allí, le pasó la idea de hacer una red para compartirla con otros alumnos de la propia institución⁸. En unos cuantos meses, cuando vio que el número de compañeros que se adhería a la cibertrama crecía, entonces se propuso –y logró– expandir la malla internauta, logrando sumar a otros estudiantes de las universidades de Stanford, Columbia y Yale. Justo a la mitad de ese mismo año, debido al descomunal éxito que había registrado con la red «Facebook», Zuckerberg se vio impelido a la apertura de una oficina en el emblemático Palo Alto, California⁹. Actualmente, Zuckerberg es el jefe ejecutivo de Facebook. Tras doce meses de haber iniciado la ciber-experiencia, la red Facebook ya había alcanzado un millón de usuarios en el mundo.

Poco tiempo después, esta red alcanzaría la nada despreciable suma de 50 millones de usuarios y, hace apenas unos días, los cibernautas conectados a Facebook llegarían a casi 400 millones de personas en todo el orbe, es decir, casi cuatro veces el número de habitantes de nuestro

⁸ Mark Elliot Zuckerberg. Nació en White Plains, Estados Unidos de Norteamérica, el 14 de mayo de 1984. Reconocido programador y empresario. Para desarrollar facebook, Zuckerberg contó con la ayuda de sus compañeros de estudio Dustin Moskovitz y Chris Hughes, además de su coordinador de ciencias de la computación Andrew McCollum. Actualmente, Zuckerberg es el jefe ejecutivo de Facebook. Una nota periodística reciente, en la que se aborda el tema de Facebook, ha señalado que el joven Zuckerberg contó con la ayuda de los hermanos Cameron y Taylor Winklevoss, quienes fueron escindidos tempranamente por el propio Zickerberg (Galán, 2010).

⁹ Para el campo de los estudios de comunicación, Palo Alto, California, resulta emblemático porque allí surgió y se desarrolló la escuela denominada la «Nueva Comunicación», encabezada por Gregory Bateson, Paul Watzlawick y Donald D. Jackson. Es cierto que también fue identificada, por los aportes a la psiquiatría, como la «Escuela de Palo Alto California». Estos y otros autores aportaron nuevas categorías analíticas que se conocieron como: «doble vínculo», «interacción estratégica», «presentación de sí mismo», entre otras más. Cf. Winkin, Yves (1990). La nueva comunicación. España: Kairós.



país (Acosta, 2010). La cifra más fresca con la que contamos es que los usuarios de Facebook ya superaron los 500 millones de usuarios, mismos que centralmente se dedican a colocar y compartir en la red de redes fotografías, noticias y escuetas opiniones respecto a un alud de temas de lo más más variopinto (Galán, 2010).

Este tipo de redes sociales virtuales han favorecido la creación de nodos individuales y grupales, para quienes –desde la política y otros ámbitos de la vida— han logrado comprender rápidamente las ventajas de poner en marcha este tipo de vínculos on line que, luego generan actividades efectivas off line. Baste poner en claro la estructura de registro de información que solicitan este tipo de redes virtuales.

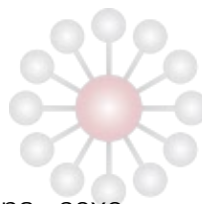
Después de solicitar los primeros datos personales: nombre, edad, sexo y los intereses del cibernauta, lo que sigue es que solicitan al usuario su posición partidista y la religión que profesa. Estas variables se convierten en indicadores clave para los motores de búsqueda y de control de información. Ciertamente es que en una amplia cantidad de casos, los usuarios suelen responder únicamente a las primeras variables, dejando en blanco o sin responder los rubros de posición partidista y de religión, pero existe otra porción de los prosumidores que inocente o intencionalmente aportan estos datos y, luego, el software con el que cuentan estas plataformas hacen filtros automáticos para buscar, por ejemplo, posibles votantes. Hemos de recordar que la religión y la política gozan de una fraternidad histórica.

A pesar de que el padre del Facebook advierte que dicha plataforma la creó para que los internautas se conectaran con sus «amigos»,

en realidad, como lo señala Juan Faerman, su principal objetivo es permitir que el prosumidor se exhiba en la red de redes, que «se muestre»; no hay sentido de privacidad y la intimidad suele desaparecer en varios sentidos (Faerman, 2009). Tal ha sido el crecimiento vertiginoso y resonancia de Facebook que recientemente su multimillonario inventor recientemente ha sido advertido que en la película que ya se estrenó en la Unión Americana, ponen al desnudo cómo se gestó el proyecto de esta red social virtual y cómo se comportó Mark Zuckerberg con sus compañeros y amigos que le acompañaron al inicio con la plataforma Facebook; amen de presentar episodios en los que ponen al descubierto las aficiones de su creador: sexo, drogas y amistades rotas (Galán, 2010). En menos palabras, el Panóptico creado por su inventor oficial, se le ha revertido y ahora sus detractores buscan hacerle daño a través de un filme.

En torno al tema electoral, hemos de poner de relieve que los usuarios de esta plataforma se convierten en nodos que van ligando cada día a más personas, incluidas un amplio segmento de desconocidos; ello se debe a que los prosumidores, cuando aceptan (haciendo clic) a un nuevo contacto o «amigo» el software del Facebook automáticamente le avisa qué otros cibercontactos tiene esa persona y cuáles resultan «conocidos» de ambos nodos. Así, la red social virtual se va ensanchando cada minuto, hora y día, según la frecuencia con la que los cibernautas ingresan al Facebook.

A su vez, para quienes disponen de modelos avanzados de microcomputadoras manuales (teléfonos celulares), constantemente dicha



plataforma les envía mensajes para indicar la actividad que está teniendo en su propia red virtual de contactos. Lo que básicamente colocan los prosumidores en esta plataforma son: mensajes (qué estás pensando), fotografías digitales y videos¹⁰. Aunque existe la posibilidad de intercambiar mensajes a través del chat, los usuarios tienden realizar fundamentalmente este tipo de actividades. Al tratarse de una red social virtual que va construyendo el mismo cibernauta, no dudamos que haya tenido y que tenga en los años por venir un alto potencial para ser aprovechado en las campañas electorales ¿Qué dividendos generará para los candidatos a cargos públicos? ¿Qué respuesta obtendrán en las urnas de este tipo de ciudadanos que están enganchados a la red de redes mediante el Facebook? ¿Estos nodos y sus redes estarán en el ánimo de pasar de lo lúdico o del aburrimiento para saltar a temas electorales? Ahora no tenemos en el bolsillo ninguna respuesta a estas interrogantes, pero consideramos que estarán en la palestra en un futuro próximo.

2.7.6. You Tube

En el mes de febrero de 2005, tres personas que habían trabajado para una empresa norteamericana que se dedicaba al comercio electrónico (PayPal), es decir, a la transferencia de dinero entre personas que disponían de correo electrónico, crearon un sitio web en el que los usuarios de internet podrían subir y compartir videos. Se trata de un sitio capaz de alojar videos sencillos y de reproducirlos en línea. El único criterio que «trata de cuidar» You Tube es que el material videográfico que se coloca en la red no sea obsceno o bien que no contenga

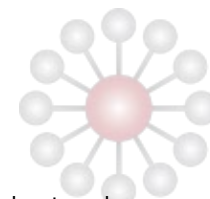
¹⁰ Faerman, en su trabajo, da cuenta de las siguientes cifras oficiales de Facebook: «Cada mes se publican 2.000 millones de fotos y 14 millones de videos [...] Existen más de 45 millones de grupos activos» (Faerman, 2009: 61).

escenas de lo que en el argot se denomina «sexo explícito».

Adicionalmente a este tipo de material, el sitio You Tube contiene clips sobre películas, programas televisivos, videomusicales y videoblogs. Usando blogs o sitios personales creados en la misma red, los internautas pueden hacer ligas (links) a videos You Tube. Debido a la gran popularidad que ha adquirido entre la mayoría de los usuarios en el mundo, una gran cantidad de material videográfico circula en la red de redes a través de este sitio. Hay que señalar también que no han sido pocos los personajes, de todos los ámbitos y órdenes, que se han visto sorprendidos al enterarse de que circulan escenas que contribuyen a dar cuenta de presuntos aspectos de su vida íntima, privada o pública.

Además de estas cualidades, el reproductor online lleva un registro tanto del número de visitantes como del material más «visto» por los internautas, sistema que le permite catalogar y recomendar el material que registra las más altas visitas. El posicionamiento de You Tube ha tenido tal magnitud en el mundo virtual que desde el año 2006 la empresa Google Inc., lo compró a sus dueños por la módica cantidad de 1.650 millones de dólares y ahora tiene este sitio como una de sus filiales.

Respecto a los usos que se han observado en el mundo de la política y de los procesos electorales en general, se aprecia una creciente tendencia entre los candidatos a cargos públicos, para colocar en You Tube, material videograbado, especialmente aquel relacionado con las jornadas proselitistas para buscar votos entre la ciudadanía.



Asimismo, no han sido pocos los casos en que en este sitio virtual se colocan videos que buscan poner en evidencia conductas ilícitas por parte de otros partidos y/o candidatos, a fin de poner en operación lo que se denomina como campaña negra.

Así, las TIC han abierto la posibilidad a los candidatos y partidos políticos para tratar de llegar a la población en general y a la ciudadanía en particular. Aunque se trata de una opción limitada, es importante resaltar que:

Internet puede contribuir, asimismo, a una necesaria diferenciación entre la información que proporciona un candidato, del candidato como fuente de información. Esta precisión es fundamental, porque podría constituir un primer paso para enseñar a audiencias y usuarios a distinguir entre el manejo de imagen que se realiza del político [...] de la información que proporciona un candidato (Crovi, 2004: 125).

3. Breve recuento de campañas electorales y uso de TIC

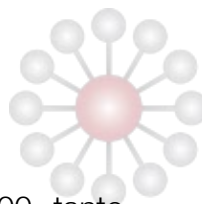
En primer término, habría que señalar que, comprensiblemente, los partidos políticos y sus candidatos a cargos de elección popular no podrían haber hecho uso de todas las TIC ni plataformas conocidas hasta ahora, debido a que su aparición y aplicación ha sido, --si bien vertiginoso--claramente gradual. Por ejemplo, antes 1997 habría sido difícil concebir el uso de sitios electrónicos en internet (páginas web) por la sencilla razón de que la propagación y uso de éste comenzaba a despuntar. Hacia el año 2000, ya

era razonable --con fines de proselitismo electoral-- el uso del teléfono celular (móvil), en tanto su expansión entre distintos segmentos de población era considerable, aunque no se disponía de todas las plataformas de aplicación que hoy nos parecen comunes, altamente interactivas y con sólidos enlaces a internet, al correo electrónico o bien a Facebook, por sólo citar los más emblemáticos.

Igualmente, como lo hemos apuntado, las plataformas Myspace y Hi five (Hi5), creadas en 2003; Facebook, inventada en el año 2004; el mega-sitio You Tube, puesto en la red de redes en 2005 y Twitter, establecido a fines de 2009, no podrían haber formado parte de las TIC disponibles, para uso de aspirantes cuyas candidaturas jugaron su futuro ante el electorado antes de esos años (Guadarrama y Valero, 2010). Lo que sí esperaríamos es que, cada campaña electoral, su candidato y el país o localidad en cuestión, hubiesen comenzado a explorar algunas de las funciones y ventajas que podrían retribuirles el uso de las TIC. Veamos los casos seleccionados.

En el año 1997, en Argentina, ubicamos un claro esfuerzo por emplear un sitio en internet (la página web) de lo que constituyó la Alianza, formada por el partido Unión Cívica Radical y el partido Frepaso, para dar visibilidad electrónica en la red de redes, a los candidatos que entonces contendían por una curul, a fin de representar a la ciudad de Buenos Aires en el Congreso Local. Se trató de un sitio, si bien del Partido Político en cuestión, parte de su diseño estuvo orientado a difundir el perfil de sus candidatos y sus propuestas (Lanza, 2007).

Un par de años después, nuestro colega Juan Rey, junto con un grupo de profesores y estudiantes, se dieron a la tarea de realizar un seguimiento a

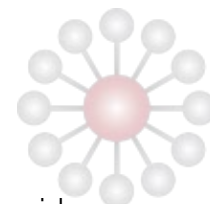


las campañas electorales que se vivieron entre mayo y junio de 1999, y que contendieron por el Ayuntamiento de Sevilla, España. Entre otros hallazgos, Juan Rey y cols., reportaron que las formaciones políticas que se «integraron» para conseguir la gestión del ayuntamiento en pugna, emplearon de manera diferenciada los recursos tecnológicos e interactivos que para esos años ofrecía el internet. La coalición formada por Izquierda Unida-Los Verdes-Convocatoria por Andalucía [IU-LVCA], aprovechó la existencia del sitio web que se había confeccionado desde el año 1997, para únicamente colocar información actualizada en torno al candidato y al programa electoral que se ofrecía al electorado andaluz.

Asimismo, dichos partidos decidieron colocar las fotografías digitalizadas de las diez personas que, en caso de ganar, integraban la lista de la colación. El Partido Andalucista –que había colocado en la red de redes su página electrónica desde un año anterior a las justas electorales-- se dio a la tarea de incluir una síntesis del programa; un video sobre los aspectos centrales de la campaña del candidato y, a decir del propio Juan Rey y sus colegas, «las vallas publicitarias [se convirtieron] en el eje central de esta web en la que predomina[ba] un exceso de información en detrimento de la información semántica» (Rey, 1999: 113). Las candidaturas enarboladas, respectivamente, por el Partido Socialista Obrero Español de Andalucía [PSOE-A] y el Partido Popular de Andalucía [PP-A] diseñaron y colocaron en internet, información que mediante otros canales de comunicación, podían tener los potenciales electores, es decir: programa de trabajo; currículum del candidato y los compromisos centrales que cada uno asumía frente a la ciudadanía (Rey, 1999).

Con el inicio del Siglo XXI, en el año 2000, tanto en los Estados Unidos de América (EUA) como en España, despuntaron con mayor claridad los sitios web de partidos y candidatos. En el primer caso, los partidos Republicano y Demócrata, crearon sus respectivos sitios para dar cuenta de su participación. Ese mismo año, en la contienda por la Casa Blanca, tanto George W. Bush como su adversario Al Gore, hicieron uso de correos electrónicos con fines proselitistas (Arrieta et al., 2004). Consecuentemente, debido a la tasa de usuarios de computadoras personales con acceso a internet (501 por cada mil habitantes), les permitió llegar a un considerable número de posibles votantes, digamos, invadiendo el buzón de los ciber-ciudadanos.

Por lo que toca al país ibérico, en marco de las elecciones para integrar la Asamblea de Madrid, el Parlamento de Cataluña y durante las elecciones generales de ese mismo año, los partidos participantes y sus candidatos se dieron a la tarea de crear sitios web, cuyos objetivo central era transmitir información y contenidos de las campañas electorales (2004). Lo que resulta de especial trascendencia en el caso español, es que dichos sitios fueron concebidos de manera más audaz, pues buscaban incentivar la interacción entre la ciudadanía, los partidos políticos y sus candidatos, al tiempo que invitaban a la movilización del mismo electorado para tomar parte en la misma campaña. He aquí otro punto de inflexión, en tanto que se puede considerar que comenzaban a despuntar las acciones online, con el evidente propósito de gestar la participación y el voto offline.



Desde luego, no debemos imaginar que el grueso de la ciudadanía estaba interconectado a los sitios de la web, puesto que para el naciente siglo XXI, el acceso a computadoras personales y los conectados a internet eran aún incipientes, pues en España reportaban una tasa de 168 usuarios de PC y de 182 de internet por cada mil habitantes. Para el mismo año 2000, los EUA tasaban 625, para el caso de las PC y de casi 501 usuarios de la red de redes, por cada mil habitantes (Banco Mundial, 2003).

En el marco de las elecciones primarias, celebradas por el Partido Demócrata de la Unión Americana en el año 2003, contendió Howard Dean, contra nueve aspirantes más, entre ellos, quien habría de vencerlo, John Kerry. A pesar de su dramática derrota, lo que resulta especialmente emblemático de la campaña desplegada por Dean es que transformó la visita de voluntarios, casa por casa, en la búsqueda de ciudadanos clic por clic; recaudó significativos fondos económicos para impulsar aún más su candidatura y, su portal electrónico en la web, mostró considerables avances y una nueva manera de emplear internet así como diversas de plataformas aplicadas de manera creativa. Enseguida, algunos botones de muestra.

Cuando los usuarios ingresaban a la página del candidato Howard Dean, no sólo podían conocer que se pronunciaba contra la guerra en Irak; que estaba a favor del derecho al aborto; de la utilización de drogas con fines terapéuticos; que apoyaba la unión civil entre homosexuales o que pugnaba por la creación de una seguridad social para jubilados (Sey y Castells, 2006). Además, los visitantes electrónicos podían participar en los foros de discusión; unirse a la campaña para recaudar

dinero e, incluso, convertirse en prosumidores, aportando argumentos para defender temas centrales del candidato como para generar ideas encaminadas a contrarrestar a quienes, desde muchos ámbitos, atacaban las propuestas y candidatura de Dean. Podemos decir que las cualidades centrales de esta campaña electrónica operada por el ex-aspirante a la Casa Blanca, fue su gran interactividad y la amplia autonomía con la que podía participar tanto su equipo de trabajo como los seguidores que, desde distintas latitudes, fueron sumándose a dicha campaña.

A partir de la experiencia exhibida por Dean, otros candidatos comenzaron a dirigir su atención hacia internet y el uso de las TIC, con fines electorales. Al mismo tiempo, debido al claro revés que vivió el candidato demócrata que nos ocupa, se comprendió, como lo señalan Sey y Castells, que:

Internet no genera por sí mismo una campaña política efectiva ni aumenta la mentalidad cívica [pues] En Lugar de provocar transformaciones radicales, su impacto en la política es gradual, contextual y amplificador [...] Por ello, [ha de entenderse que] la clave para la utilización de internet en la política nos es la tecnología per se, sino el uso de ésta para promover un mensaje y un estilo de participación política que sintonice con el electorado (2006: 454).

En el año 2006, en México, se vivió la contienda electoral más cerrada de nuestra historia reciente. El candidato de derecha, Felipe Calderón Hinojosa, superó apenas con 0.6% de los votos a su adversario más cercano, el perredista Andrés Manuel López Obrador. Las TIC que ambos contendientes usaron para tratar de conectar con un segmento de la ciudadanía fueron, como



lo reportan Meneses y Bañuelos, el envío de mensajes a través del correo electrónico y el uso de blogs (Meneses y Bañuelos, 2009). En torno a dichas estrategias, la empresa Consulta Mitofsky realizó una encuesta para tratar de estimar qué candidato había sido blanco de un mayor número de correos electrónicos favorables o en contra.

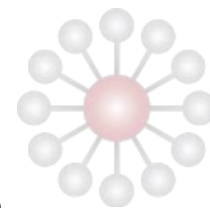
Las cifras dieron clara cuenta de que los internautas habían recibido en sus buzones un mayor porcentaje de mensajes desfavorables en torno al candidato López Obrador (32.4), seguido del priísta Roberto Madrazo Pintado (13.7). A decir de los mismos autores de referencia, parece que el uso de estos correos electrónicos no dio cuenta de un impacto sobre la decisión que ya tenían los electores cuando acudirían a las urnas (Meneses y Bañuelos, 2009).

Debido a lo cerrado de las votaciones, se presentó un conflicto poselectoral debido a que el candidato López Obrador aducía haber identificado anomalías en el conteo de votos. Para ello, apelaba al Tribunal Electoral con el propósito de que aprobara un nuevo conteo, voto por voto. Mientras ello sucedía, en YouTube se colocaba un video editado para hacer burla de su petición acerca de contar los votos emitidos en la jornada electoral del 2 de julio de 2006. Como podemos apreciar, plataformas digitales, altamente horizontales, difíciles de controlar como el YouTube, han llevado a la conclusión de que, en tanto no se puede adjudicar la autoría de este y otros materiales, resultaría infructuoso e imposible pretender regular su uso en las campañas electorales, mediante los partidos políticos y sus candidatos.

Como podemos cotejar, estas herramientas virtuales están al alcance de los partidos políticos y de sus candidatos. Sin lugar a dudas, van a ser usadas con mayor énfasis en los próximos procesos electorales que se vivan en los distintos países. Si bien está claro que actualmente en México el porcentaje de usuarios de internet apenas llega al 28.3% de la población, es decir, a 27.2 millones de personas y que, la gran mayoría de internautas son adolescentes y jóvenes (INEGI, 2009), debe considerarse que la brecha digital continuará cerrándose gradualmente pero de manera sostenida.

Con el advenimiento del internet 2.0, los candidatos norteamericanos, en el año 2007, hicieron gala de su cultura de la oportunidad. En dicho cometido, descollaron Hillary Clinton y Barack Obama, pues desde entonces se dieron a la tarea de emplear con gran ahínco las ventajas que ofrecían las TIC, para llegar a diferenciados sectores del electorado.

La estrategia empleada por el equipo de asesores de Barack Obama resulta especialmente interesante para analizar el papel que pueden desempeñar las TIC en los procesos electorales. El núcleo central en el empleo y buen desarrollo de materiales y estrategias de comunicaciones reside en la capacidad que se tenga para lograr que mediante el uso de las TIC se construyan y desarrollen redes sociales virtuales para, como se apunta en los estudios de comunicación política, las acciones online se trasladen a familiares, amigos y conocidos; en suma, hacer posible que se propague una diáspora de contactos personales (offline) capaces de realizar acciones, tareas y que, de ser posible, ideas, proyectos y, los nada despreciables, recursos económicos.



Los Estados Unidos de Norteamérica figuran entre los países reconocidos que muestran significativos accesos a las computadoras y al internet. Dicha condición, los ha colocado, junto con Japón, Reino Unido, Corea del Sur, Canadá, España y Alemania, entre los países con los mejores porcentajes de usuarios de internet, pues los indicadores de estos países se movían, para el año 2009, en rangos que iban del 60 al 77 por ciento (Internet World Stats, 2009).

En el mismo año 2007, Nicolas Sarkozy, candidato a la presidencia de la república francesa, sabedor de que una fracción ciudadana tiene acceso a una computadora y al internet 1.0 ó 2.0, también empleó todos los dispositivos que su equipo de asesores tenía a su alcance en las TIC, para convencer a un selecto grupo de electores, ubicados en su empleo, casa o en la empresa.

4. Balance

Con esta revisión sucinta y referida a los casos de Argentina, México, Estados Unidos de Norteamérica, España y Francia, podemos apreciar que la tendencia internacional, en materia de campañas electorales, apunta hacia un creciente e intensivo uso de las TIC, especialmente colocadas desde la venta de la web 2.0, debido a su gran capacidad para dar visibilidad e interactividad multidireccional a través de un conjunto de herramientas como: You Tube, Hi5, Facebook, Myspace, blogs, correos electrónicos y mensajes a teléfonos celulares, entre otras opciones. Este racimo de TIC, usado estratégicamente y con pleno conocimiento de sus ventajas para tratar de llegar a un segmento particular de los ciudadanos, ha sido capaz, no sin dificultades, de ampliar los

espacios de participación y colaboración.

¿Reglamentar o no el uso de las TIC en las campañas electorales? Al respecto, identificamos tres posiciones más o menos claras. A). Los que señalan que es infructuoso porque se trata de recursos interactivos que viajan en la red de redes y sobre los que resultaría imposible señalar autoría y costos. B). Los todavía no se detienen a pensar en las ventajas o inconvenientes de reglamentar su uso y aplicaciones en materia electoral y. C). Quienes sostenemos que, en tanto los partidos y candidatos emplean recursos públicos para invertir en este tipo de desarrollo y aplicaciones, debe intentarse al menos trazar un boceto para averiguar, en el camino, qué sucedería si en México se normara este tipo de artilugios que ofrecen las TIC para ampliar el impacto de las campañas electorales.

Mientras se han colocado estas tres grandes posiciones, los partidos políticos y los candidatos, en distintas campañas desplegadas en varios países, están empleando estos recursos que proveen las TIC. Crear un sitio en la web, emplear las bondades del internet 2.0 y «enganchar» plataformas como: buzón electrónico, Facebook, Twitter, You Tube; colocar información para recibir desde propuestas para mejorar el programa de trabajo del candidato en turno, hasta la invitación tanto al activismo partidista como a la aportación de fondos económicos a la campaña para encarar de mejor manera los gastos que representan las campañas, implica –por principio de cuentas– disponer de personal que esté al frente de este tipo de tecnologías interactivas, para monitorear y dar respuestas a los cibernautas. Ello implica el uso de recursos públicos ¿Por qué no se va a reglamentar?



Quienes se pronuncian por la invabilidad e impracticidad de regular este tipo de TIC en el ámbito de las campañas político-electorales, especialmente el uso de internet y sus plataformas, aducen dos cuestiones centrales: a). Que una ley o un reglamento debe tener posibilidades de observar su cumplimiento o incumplimiento y, b). Que, debido a las características de orden y caos que presenta la vida de la red de redes y un sinnúmero de plataformas o aplicaciones, resultaría muy difícil identificar cuándo la autoría de lo que está alojado en la web se debe a un partido y/o candidato y cuándo dicha información y aplicación proviene de simpatizantes voluntarios; de verdaderos activistas que viven del partido (es decir, que tienen salario o que están con el candidato en turno) y, cuándo dicha información ha sido colocada como parte de las nada infrecuentes «campañas negras» desplegadas por sus farragosos adversarios que luchan por llegar al mismo poder.

El abanico de plataformas que estamos viendo surgir por los cuatro costados y a cada paso, ya admiten y seguirán permitiendo crear redes sociales virtuales on line, off line y, viceversa. Dicho potencial y condición está siendo aprovechado por los partidos políticos y sus candidatos, aunque taimadamente, a la mayoría o bien a todos, les convenga apoyar la no regulación de la libertad.

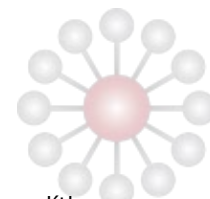
Desde una óptica sistémica, una de las operaciones que realiza toda organización (sistema) es que trata de distinguir qué está adentro y qué está afuera. Así, podríamos comenzar por reglamentar y monitorear exclusivamente los sitios oficiales que están acreditados como tales ante las autoridades electorales, por los propios partidos políticos, coaliciones y/o candidatos. Como se puede apreciar, no se trata de reglamentar el

orden-caos de You Tube como tal, el Facebook de un ciudadano en particular o su buzón electrónico. De hecho, se sabe que esta sociedad de la información avanza a pasos agigantados hacia la constitución del nuevo Gran Hermano Orwelliano¹¹. No comenzaríamos por buen camino si pretendiésemos la reglamentación de internet y sus plataformas. Veamos algunos ejemplos emblemáticos.

La particularidad que revisten TIC como You Tube es que se trata de información digitalizada que puede acampar largo tiempo en el sitio electrónico; que se pueden reenviar los videos a través del uso de correo electrónico, del Facebook y, actualmente del Twitter. Que tal vez se puede estimar su impacto al revisar el conteo que se registra cada ocasión que un cibernauta reproduce el material seleccionado. ¿Cómo podríamos pretender regular este tipo de tecnologías para, por ejemplo, acotarlas a los periodos oficiales marcados para el despliegue de cada campaña electoral? Simplemente no se podría porque los prosumidores que dan vida al You Tube emergen de un sinnúmero de lugares virtuales. Y precisamente esa forma de operación, de alimentación y de recreación es lo abre algunas arterias para ensanchar esquemas de participación más democráticos e incluso lúdicos.

Por lo que toca al caso mexicano, a pesar de que algunos partidos y candidatos han empleado el internet, también con distintos alcances y beneficios, nuestra legislación en la materia ha declarado que esta TIC forma parte de la categoría de «otros» y se ha optado por no incorporar normatividad o reglamentación para su uso en las campañas electorales. Nuestra posición al respecto es que si los partidos políticos

¹¹ Desde luego, aludimos a la interesantísima y vigente novela de Eric Arthur Blair, mejor conocido como George Orwell, cuyo título es: 1984.



y candidatos usan recursos públicos (es decir, el dinero de nuestros impuestos) para difundir lo que queda de sus plataformas ideológicas y sus respectivas propuestas de trabajo, debería ser analizada la conveniencia de generar, al menos, lineamientos que regularan su uso y la cantidad de recursos públicos, en pesos y centavos, que se pueden estar destinando «oficialmente» como parte de las estrategias proselitistas desplegadas en cada campaña.

A pesar de que llegásemos al mismo puerto, es decir, al «no se puede o no es viable», el ejercicio podría ser preparatorio para cuando el acceso a internet¹², los usos, las prácticas y la ciberparticipación ciudadana hayan alcanzado, en varios puntos del orbe, mayor acceso entre la ciudadanía.

Ante este comprensible remolino de aguas turbias que generan partidos políticos, candidatos y, en general, los prosumidores, la mejor alternativa que se les ha ocurrido a quienes se ocupan de legislar los asuntos político-electorales, en materia de uso de las TIC, ha sido –simplemente– cerrar la puerta, hasta nuevo aviso, es decir, hasta que la realidad nos rebase aun más. Nosotros consideramos que debería reabrirse el debate, para darnos a la tarea, desde la academia o como ciudadanos, de realizar los primeros bocetos para ver qué pasaría si tratásemos de regular algunos usos de las TIC en el ámbito de las campañas electorales y/o en torno

¹² Dicho acceso está creciendo a través de la propagación de computadoras personales afincadas en el empleo, en los hogares y en los cibercafés y mediante la microcomputadora manual, cuyo uso predominante, por ahora, es como teléfono móvil y en calidad de intercambio de mensajes escritos (chat). Como lo hemos señalado en otro trabajo, tal vez siempre será prematuro atisbar qué sucederá con la siguiente innovación en materia de las TIC, especialmente con lo que hoy conocemos como «teléfono celular», pero que dista mucho de ser solo un dispositivo para realizar y recibir llamadas (Guadarrama y Valero, 2010^b).

al uso que están realizando los partidos políticos, así como los fondos públicos que se destinan a este generoso rubro.

Este tipo de cibertecnología colocada en la web que llega a población escolarizada, urbana, con empleo, con acceso a una computadora y/o a una microcomputadora manual (MICOM), será de especial valía para los partidos y los candidatos que aprendan rápidamente a reconocer las enormes ventajas que tiene y que tendrá tratar de hacer llegar información –y tratar de convencer– a un segmento de la ciudadanía que se mantiene en contacto con un grupo de personas que trasciende su hogar, su escuela y su barrio o colonia. Ello no significará, en modo alguno, que aquellas propuestas político-electorales que viajen por banda ancha y a toda velocidad, provocarán un alto impacto en los electores y los llevarán a cambiar su posición electoral inicial. Lo que nos parece que debe estar en la mesa es si este tipo de formas de intercomunicación consumen fondos públicos y a cuánto asciende en cada caso y contienda.

Una óptica más ha tenido claro que las posibilidades que ofrece internet y las herramientas con que se cuentan en cada momento, pueden ayudar de manera significativa a llegar a segmentos de la población que mantienen un perfil claramente diferenciado del resto de los votantes, pues se trata de ciudadanos ubicados en mejores estratos socioeconómicos, con mayor información y, quizá, con esquemas de participación más proactivos hacia la actividad político-electoral.

Apreciamos un proceso en el que los candidatos y candidatas comienzan a valorar la importancia estratégica que podría representar el uso de las TIC,



como elementos constitutivos y complementarios en sus campañas. Sin embargo, el uso de las herramientas de información y comunicación está dejando a la vista variaciones que dan cuenta de un uso y aprovechamiento claramente diferenciado y desigual. De aquí que las TIC reclaman un espacio de reflexión, análisis y, para el caso de los procesos y campañas electorales, de una regulación urgente.

Referencias bibliográficas

Arrieta, Félix et al (2004): «Campaña electoral y Tecnologías de la Información y la Comunicación. E-imagen política en las elecciones generales españolas del 2004». Ponencia presentada en el VIII Congreso Español de Sociología: Grupo de trabajo 25. Sociología de la Comunicación y del Lenguaje. Alicante: España.

Banco Mundial (2003): Indicadores sobre Desarrollo Humano. USA, Banco Mundial.

Borgmann, Albert (2000): «Replay to my critics», en Higgs, Eric et al [editores]. *Technology and good life?* EUA: The University of Chicago Press.

Brito, Michael (2007): «5 distinct characteristics of Social Media», en <http://www.britopian.com/2007/03/16/5-distinct-characteristics-of-social-media/>. (Consultado: 19/01/2010).

Comte-Sponville, André (2005). *Pequeño tratado de las grandes virtudes*. Barcelona: Paidós.
CONAPO (2005): *Índice de Marginación, 2005*. México: CONAPO.

Crovi, Delia (2004): «Internet en las Elecciones de 2003», en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, año XLVI, núm. 190. México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales/Universidad Nacional Autónoma de México.

De Botton, Alain (2004). *Ansiedad por el estatus*. México: Taurus.

De Sola, Ithiel (1992). «Discursos y sonidos de largo alcance», en Williams, Raymond [ed.]. *Historia de la comunicación. De la imprenta a nuestros días*. Vol. 2. España: Bosch.

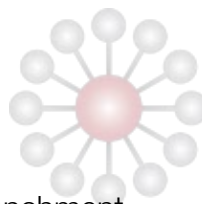
Faerman, Juan (2009). *Faceboom. Facebook, el nuevo fenómeno de masas*. Argentina: Alienta, editorial.

Galán, Lola (2010). «Cuidado, caen puñaladas por Facebook. Una agria película sobre la gestación de la red social obliga a su creador a dar la cara», en *El País*. Domingo 3 de octubre. Año XXXV, número 12.158. Edición internacional. España: El País.

Gitlin, Todd (2005): *Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*. España: Paidós.

Guadarrama, Luis Alfonso y Valero, Jannet (2010^a): «Emergencia de las TIC. Uso en las elecciones municipales del Estado de México, 2009». Ponencia presentada en el XXII Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). México: AMIC-IUA.

Guadarrama Rico, Luis Alfonso y Valero Vilchis, Jannet (2010^b). «¿Teléfono celular o microcomputadora manual?». Ponencia presentada en el marco de la IV Reunión de Redes



de Cuerpos Académicos, celebrada en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM.

INEGI (2009): Encuesta Nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares. ENDUTIH/México: INEGI.

Internet World Stats (2009): «Internet usage statistics for the Americas», en America Internet Usage Statistics, population and telecom reports, en <http://www.internetworldstats.com/stats2.htm> (consultado: 2/02/2010).

Lucas, Lanza (2007): «Política 2.0. Campañas políticas en la sociedad de la información», en Política 2.0. Campañas y acción política en la era de internet, en <http://epolitica.word.wordpress.com/> (consultado: 31/01/ 2010).

Meneses, María Elena y Bañuelos, Jacob (2009). Internet y campañas electorales en México. La oportunidad postergada. México: Instituto Electoral del Estado de México.

Michelfelder, Diane (2000): «Technological ethics in a different voice», en Higss, Eric et al., Technology and the good life? EUA: The University of Chicago Press.

Onfray, Michel (2002): Cinismos. Retrato de los filósofos llamados perros. Argentina: Paidós.

O'Reilly, T. (2005): «What is Web 2.0: Design patterns and Business models for the next generation of software», en <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html?page=1> (consultado: 25/01/ 2010).

Power, Michael (2000): «Trapped in consumption:

Modern social, structure and the entrenchment of the device», en Higss, Eric et al., Technology and the good life? EUA: The University of Chicago Press.

Quéau, Philippe (1995): Lo virtual. Virtudes y vértigos. España: Paidós.

Sacks, Oliver. 2003. Veo una voz. Viaje al mundo de los sordos. España: Anagrama.

Sey, Araba y Castells, Manuel (2006): «De la política en los medios a la política en la red: Internet y el proceso político», en Castells, Manuel (ed.): La sociedad red: Una visión global. Madrid: Alianza editorial.

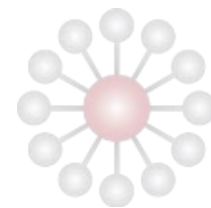
Ureña E., Fernando (2008): «La Web 2.0», en Revista Posgrado y Sociedad. Sistema de Estudios de Posgrado. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia, en <http://www.uned.ac.cr/SEP/recursos/revista/documents/Laweb2.0-FernandoUrena.pdf> (consultado: 31/01/2007).

Huizinga, Johan (1972): Homo ludens. España, Alianza Editorial/Emecé Editores.

Orwell, George (2002). 1984. México: Lectorum.

Rey, Juan [ed]. (1999). Comunicación Política electoral. Elecciones municipales de Sevilla en 1999. Questiones Publicitarias. Monografías No. 2. Sevilla: Facultad de Ciencias de la Información, Universidad de Sevilla.

Valero, Jannet (2002): «Surgimiento de los videojuegos. Inicios y despunte», en Revista Espacio Públicos No. 9. México: UAEM.

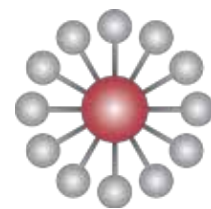


Whitaker, Reg (1999): El fin de la privacidad. Cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad. España: Paidós.

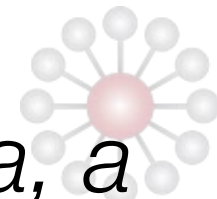
SOBRE LOS AUTORES

Luis Alfonso Guadarrama Rico. Doctor en Comunicación. Profesor de tiempo completo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM. Lidera el Cuerpo Académico: Estudios interdisciplinarios sobre planeación, desarrollo y calidad de vida. Integrante del Sistema Nacional de Investigadores. Autor de artículos y libros sobre comunicación, familia y uso de TIC.

Jannet Valero Vilchis. Maestra en Comunicación. Profesora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM. Integrante del Cuerpo Académico: Estudios interdisciplinarios sobre planeación, desarrollo y calidad de vida. Autora de textos sobre comunicación, sexualidad adolescente y uso de TIC en jóvenes escolarizados.



Capítulo 2. Comunicación Política y Legislación



Análisis de la opinión pública, a partir de la imagen proyectada por candidatos a gobernador de Puebla, México, durante el proceso electoral 2010

Ana Karen Márquez Castro
Alejandro Iván Vázquez Álvarez
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

Resumen

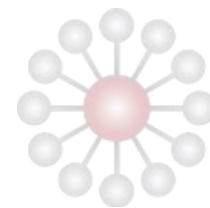
Durante el proceso electoral realizado en el mes de Julio de 2010 para la gubernatura en el estado de Puebla, México, el manejo de la imagen política implicó una relevancia especial para la generación de la opinión pública respecto a los candidatos de los dos partidos políticos de mayor presencia en la entidad, Partido Acción Nacional (PAN) que presentó una candidatura en alianza con los partidos de la Revolución Democrática (PRD), Nueva Alianza (PNA) y Convergencia (PC) bajo el nombre de “Compromiso por Puebla” y el Partido Revolucionario Institucional (PRI) que también presentó una candidatura común en alianza con el Partido Verde Ecologista Mexicano (PVEM) bajo el nombre de “Puebla Avanza”.

El manejo estratégico de campañas a partir de la imagen proyectada en medios impresos, aporta la posibilidad de realizar un análisis desde la perspectiva de los elementos que configuran una opinión respecto de los candidatos en el ánimo de los electores. Con base en lo anterior, se propone la aplicación de un modelo de análisis que permita discernir acerca del uso de los medios impresos en las campañas electorales, así como la incidencia del manejo de la imagen política como un factor que incide en los resultados de procesos electorales.

1. Introducción.

La prensa escrita en procesos electorales participa en dos maneras, en primer lugar realiza la labor de difundir información de interés público en relación al proceso, simultáneamente proyecta una imagen construida en función de objetivos políticos, que se refleja en la forma de presentar la información.

El presente trabajo propone analizar la imagen proyectada de los candidatos a partir del manejo de la información publicada en medios impresos, con la finalidad de identificar la relación que existe entre esa imagen y la generación de una opinión de parte de los electores y que puede reflejarse en los resultados electorales.



Para desarrollar este estudio es indispensable revisar conceptos fundamentales de incidencia en procesos políticos. En este sentido se propone como eje de análisis a la participación ciudadana y a la opinión pública por tratarse de conceptos relacionados con la influencia que tienen las personas en su entorno político.

A partir de su incorporación a los programas académicos relativos al estudio de las ciencias políticas y de la administración pública a mediados del decenio de 1990, el enfoque de políticas públicas se ha ido insertado con cada vez mayor incidencia en el lenguaje de los actores políticos en México, estando presente de manera preeminente en la forma en la que éstos se proponen describir la forma que ha adoptado su relación con los ciudadanos, enfatizando el hecho de que las decisiones públicas no son posibles si no cuentan con la participación ciudadana que las promueve, retroalimenta e incluso evalúa, favoreciendo su continuidad o en sentido inverso, propiciando su adecuación o modificación para responder a las expectativas reales de solución a los problemas para los cuales fueron gestadas e incluidas en la agenda pública.

2. Metodología

Para desarrollar esta investigación se realizó un análisis comparativo entre las dos principales fuerzas políticas de la ciudad de Puebla, por un lado el oficialista Partido Revolucionario Institucional (PRI) alianza “Puebla Avanza” y por el otro la oposición apoyada desde la presidencia de la república, el Partido Acción Nacional (PAN), alianza “Compromiso por Puebla”, los actores políticos que fueron considerados para hacer el análisis son:

Cuadro No. 2

Actores políticos

Partido	Actor político	Distrito
PRI	Alejandro Armenta Mier	Líder estatal del PRI
PAN	Rafael Micalco Méndez	Líder estatal del PAN
Alianza Puebla Avanza PRI- Verde Ecologista	Javier López Zavala	Candidato a la gubernatura por el estado de Puebla
Alianza Compromiso por Puebla PAN- PRD- Nueva Alianza- Convergencia	Rafael Moreno Valle	Candidato a la gubernatura del estado de Puebla

Es pertinente puntualizar que el Partido del Trabajo (PT) también está participando en la contienda electoral, pero debido al bajo porcentaje de votación que ha recibido históricamente, no se considera para el objeto de estudio del presente análisis, debido a que la competencia real se presenta entre las dos alianzas “Puebla avanza” y “Compromiso por Puebla”.

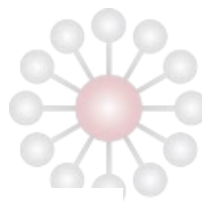
Se implementó una metodología de triangulación, combinando el análisis de discurso de las líneas de opinión reflejada en las primeras planas de los diarios metropolitanos y el número de menciones totales, identificando las variables de imagen política de los diferentes actores de la contienda electoral. Los diarios consultados durante este proceso fueron: El Sol de Puebla¹, Milenio², La Jornada de Oriente³.

Análisis de imagen política en campaña y opinión pública en campaña

1 El sol de Puebla, es un periódico perteneciente a la Organización Editorial Mexicana (OEM) que aparece en 1944 y cuenta con un tiraje de 45,000 ejemplares diarios, además de su versión en Internet.

2 El corporativo Milenio cuenta desde 1965 con su edición impresa que el día de hoy distribuye 13, 561 ejemplares, además de una versión on-line, también cuenta con Milenio TV.

3 La jornada de oriente desde hace 18 años se coloca como uno de los principales periódicos de la zona al contar con un tiraje diario de 14, 671 ejemplares.



La instrumentación de las variables de los elementos estructurales se describe en los cuadros 3 y 4.

Cuadro 3
Variables de Imagen Política en campaña

Variables	Descriptoros
Estímulos	físicos verbales profesionales institucionales

Cuadro 4
Actores de opinión pública en campaña

Variables	Descriptoros
Medios de difusión	Radio Televisión Internet Prensa en sus diferentes formas Publicidad política exterior (espectaculares, carteles, pendones, etc.)

Opi
polí

La instrumentación de las variables de los elementos funcionales se describe en los cuadros 5 y 6.

Agentes de influencia	Dependencias de gobierno Instituciones educativas Iglesias y congregaciones Asociaciones no gubernamentales y de la sociedad civil
Líderes de opinión	Jefes de familia Patrones y jefes de trabajo Líderes sociales Profesores Ministros religiosos
Estrategias	Marketing político tradicional Fórmula de Lasswell Agenda Setting Fórmula de Lazarsfeld Espiral del silencio Propaganda tradicional (Blanca, gris y negra) y contra propaganda Rumor Orquestación de Goebbels Movilización de la estructura, sobre la base de un trabajo domiciliario y de aseguramiento de sufragios a cambio de beneficios específicos Convenios y acuerdos con los medios

Cuadro 5
Variables de opinión publicada

Variables	Descriptoros
Prensa en sus diferentes formas (impresa, en radio, en televisión, en internet (periódicos en línea, blogs, twitter, noticias enviadas a móviles)	Entrevistas, reportajes, notas en base a declaraciones, coberturas de debates, giras y eventos masivos, recuperación de boletines

Cuadro 6
Dimensiones de la imagen política

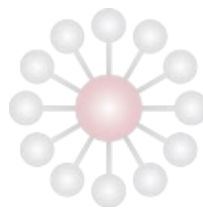
Variables	Descriptoros
Imagen física	Vestimenta Colores Actitudes Contacto visual
Imagen verbal	Lenguaje verbal Lenguaje escrito Ademanos Seguridad Dicción
Imagen institucional	Mensajes clave Plataforma institucional Manejo de crisis
Imagen profesional	Persuasión Credibilidad Confianza Manejo de crisis en comunicación política

Análisis de la imagen política y análisis de la opinión publicada en campaña.

La instrumentación de las variables de los elementos operativos se describe en los cuadros 7 y 8

Cuadro 7
Análisis de imagen política

Variables	Descriptoros
Vestimenta Colores Actitudes Contacto visual	Análisis de fotografías, anuncios espectaculares, pendones, carteles, videos.
Lenguaje verbal Lenguaje escrito Ademanos Seguridad Dicción	Análisis de audio, análisis de prensa escrita, análisis de video.
Mensajes clave Plataforma institucional Manejo de crisis	Análisis de discurso, análisis de prensa escrita
Persuasión Credibilidad Confianza Manejo de crisis en comunicación política	Análisis de discurso, análisis de videos, análisis de prensa escrita.



Cuadro 8

Variables de opinión publicada

Variables	Descriptores
Prensa escrita	Primeras plana Columnas Entrevistas Fotoperiodismo
Televisión	Entrevistas Declaraciones Tipo de imágenes empleadas Spots
Radio	Entrevistas Spots
Internet	Páginas oficiales Correos electrónicos Mensajería instantánea Blogs Twitter Videos Redes sociales Banners Contenidos móviles
Publicidad política	Espectaculares Pendones Carteles Publicidad móvil

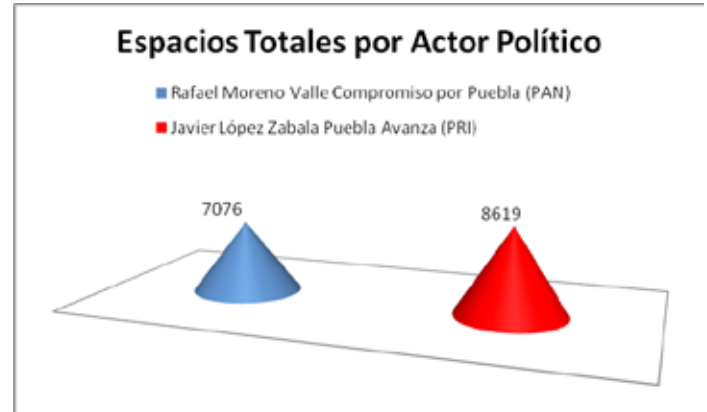
Percepción de la imagen política en campaña y resultado de las elecciones

La instrumentación de las variables de los elementos complementarios requiere que se implementen sondeos de opinión acerca de cómo son percibidos los candidatos en la contienda electoral.

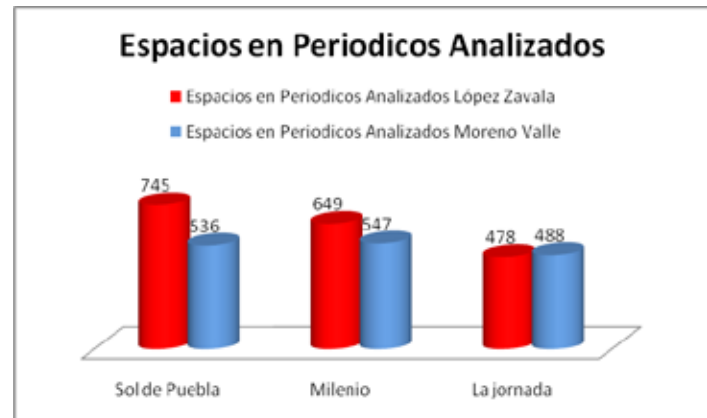
3. Análisis de resultados:

En primera instancia es importante hacer referencia de la cantidad de espacios que han tenido los partidos políticos analizados en la prensa escrita. En la gráfica que encontramos a continuación ubicamos a la alianza Puebla Avanza como la coalición que recibió un mayor seguimiento de la prensa en el estado, con un total de 8,619 impactos mediáticos contra 7,076 de la alianza Compromiso por Puebla.

El periódico El Sol de Puebla resulto ser el que público en más ocasiones a favor de la coalición Puebla Avanza.



A continuación se presenta una gráfica en donde se ilustra la cantidad de espacios que le dieron a cada candidato los tres periódicos que analizamos en este proyecto.



Líneas de opinión

Lo que se refleja en la línea de opinión, no es lo que la persona quiere mostrar, sino lo que los medios publican al darse algún hecho periodístico. Las ideas que se plasman a partir de una actividad de campaña se convierten en imaginarios que forman la opinión pública.

De acuerdo con esto, los temas más importantes para el ciudadano fueron ubicados en las plataformas políticas de cada partido.



Las plataformas de ambas coaliciones resultan similares, pues los temas de agenda para la sociedad poblana ya estaban establecidos en función de la plataforma utilizada por los partidos contendientes desde el proceso electoral federal del año 2009, siendo estos, la economía y el apoyo a la mujer, créditos y proyectos productivos; canasta básica a mejores precios; educación y becas para estudiantes, útiles escolares gratis, apoyo a sectores vulnerables y comunidades indígenas.

El tratamiento de los temas es más accesible, pero con mayor seriedad. El candidato de la alianza “Puebla avanza” en general, se ha visto preparado en cuanto a su discurso y la transmisión de sus propuestas centrándose en temas clave, proponiendo más que discutiendo. Lo anterior ha contribuido a impactar en los electores, teniendo una mayor identificación de su imagen como aspirante al cargo de representación.

A pesar de que ambos candidatos tuvieron temas en común en sus propuestas, fue el de la alianza “Puebla Avanza” quien encontró los puntos clave que eran del interés de la población. Esta alianza ha logrado hacer llegar a la población temas que eran parte de su preocupación cotidiana, que debían ser resueltos y que son atribuciones del gobernador, de tal manera que sus mensajes fueron mejor recibidos que los del candidato de la alianza “Compromiso por Puebla”.

La alianza “Compromiso por Puebla”, pese a la similitud de temas y propuestas, se distrajo en la campaña haciendo énfasis en los ataques y la respuesta de comentarios de ciertos actores políticos de la alianza adversaria. El trabajo del

candidato se dio más en reuniones con líderes sectoriales, organizaciones de trabajadores y otros tipos de agrupaciones que permiten pensar en un voto sectorial. De modo que el trabajo en tierra no fue tan notorio.

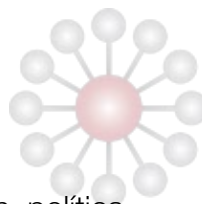
El cuadro No. 9 muestra algunas de las cabezas o titulares más importantes y que impactaron directamente en las preferencias de los electores sobre los candidatos.

Cuadro No. 9
Líneas de opinión manejados por los actores políticos

Partido	Actor político	Líneas de opinión
PRI	Alejandro Armenta Mier Presidente Estatal del PRI	Armenta descalifica encuestas; Nava dice que hay empate técnico. El PRI no le entrará a las descalificaciones: Armenta. Armenta: no permitiremos que se manipule la opinión pública.
	Juan Carlos Mondragón Quintana Presidente Estatal del PAN	Aboga Mondragón por una campaña menos violenta. PRI basa su campaña en ataques: Mondragón
PRI	Javier López Zavala Candidato a Gobernador Puebla Avanza (PRI)	Ofrece Zavala útiles y uniformes gratuitos y alimentos a bajo costo. La pobreza es consecuencia del gobierno federal. Zavala firma 12 compromisos con indígenas de la entidad. Da espaldarazo CANACINTRA a propuestas de Zavala. Realizó obras y servicios para acelerar progreso. Presenta Zavala programa "Pa" que te alcance"
	Rafael Moreno Valle Candidato a Gobernador Compromiso por Puebla (PAN)	Insiste Moreno Valle en debatir con López Zavala Desacredita Moreno Valle encuesta porque augura su inminente derrota Llama Moreno Valle a jóvenes a evitar el abstencionismo Propone Moreno Valle consejo de judicatura Rafael Moreno Valle omite dar su postura sobre bodas gay y aborto: "son asuntos del Legislativo, no del Ejecutivo"

Imagen política de los candidatos:

La imagen de los candidatos fue notoriamente institucional aunque con un cambio de imagen de los dos partidos mucho más fresco respecto al proceso electoral federal del año 2009, con lineamientos muy precisos sobre el uso de camisas, gorras y demás distintivos y publicidad.



El candidato de la alianza “Puebla avanza” se vio más cercano a la gente, el candidato y su equipo de trabajo visten pantalones de mezclilla y playeras en un rojo muy llamativo esto refleja dinamismo y energía. El uso de elementos promocionales es importante pues llama la atención del elector, así como el eslogan que maneja la campaña del candidato priista “Con Zavala Puebla gana” este eslogan ha permitido que él candidato tenga mayor contacto con las personas, logrando un posicionamiento más rápido entre la población.

El candidato de la alianza “Compromiso por Puebla” maneja una imagen más fresca comparada con la imagen que proyectaron en campañas anteriores sus compañeros de partido, su vestimenta es de pantalón de vestir y camisa azul cielo, esto refleja seriedad y compromiso. El uso de sus elementos promocionales es diferente a los que ha presentado el PAN en campañas anteriores, se muestran con más colores, a pesar de esto, el posicionamiento que tiene es menor comparado con el candidato de la otra alianza.

Con base al anterior análisis, se puede determinar que el candidato de la alianza “Compromiso por Puebla”, no ha logrado posicionarse estando a casi 5 días de la elección, obteniendo menor reconocimiento entre los electores que el candidato de la alianza Puebla avanza.

El candidato de la alianza “Puebla Avanza” ha logrado posicionarse de una manera más clara entre los electores tradicionales y contribuyó a generar un mayor grado de conocimiento por parte de la población.

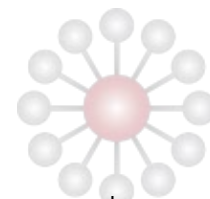
El análisis de las variables de imagen política permite obtener las siguientes conclusiones:

Cuadro No. 10
Análisis de la imagen proyectada:

Javier López Zavala Candidato de Puebla Avanza (PRI)	Rafael Moreno Valle Candidato de Compromiso por Puebla (PAN)
<p>Mensajes clave: En muchos aspectos las propuestas son similares para ambas alianzas, tanto en la presentación de ellas, como en el contenido, responden a las necesidades de la población.</p> <p>Imagen verbal: Buen manejo de temas de plataforma de campaña.</p> <p>Imagen física: Su imagen está muy vinculada con la gente, utiliza los colores institucionales que resultan ser llamativos, logotipos, y una amplia gama de elementos promocionales que han impactado en la población (mandiles, gorras, playeras, etc.)</p> <p>Persuasión: La propaganda roja se ubica muy fácilmente dándole mucha presencia al candidato, además, en cantidad es mucho mayor a la de su adversario. Empleo escaso de información de cómo llevar a cabo las propuestas, gran aceptación de las propuestas del candidato, programas como “pa’ que te alcance” y la banca de la mujer, son muy reconocidos.</p>	<p>Mensajes clave: La similitud de propuestas hace casi indistinguible la originalidad de alguna de ellas, su principal característica es el ataque y la respuesta continua.</p> <p>Imagen verbal: Empleo de acusaciones, denuncias y la plataforma de campaña es bien manejada.</p> <p>Imagen física: Proyecta una imagen apoyada en su personalidad y en su presencia física que corresponde con sectores muy centrados de la población. Se percibe poco uso de la imagen del partido.</p> <p>Persuasión: La imagen de su propaganda es fresca y atendiendo a la necesidad de ubicar al candidato con la gente. Empleo escaso de información de cómo llevar a cabo las propuestas. Su trabajo ha consistido en reuniones con sectores amplios (Gremios de la construcción, maestros, transportistas, grupos indígenas), sociedad organizada etc. no se muestra mucho trabajo expresado en el contacto con la gente.</p>

La imagen y las propuestas son importantes en su conjunto porque legitiman el quehacer del candidato, cuando no son congruentes en su interrelación, el candidato refleja desconfianza y es escasa la aceptación que recibe por parte de los electores.

En este análisis se identifica que la alianza “Puebla Avanza” proyectó una imagen sólida, dinámica y de compromiso; relacionada con una plataforma seria, transmitida puntualmente con temas de interés para la sociedad, lo que favoreció su aceptación y reconocimiento, así como la ampliación de propuestas plasmadas en la publicidad, que hizo más presente al candidato en toda la entidad. La imagen de la alianza “Compromiso por Puebla”



se apoyó en un cambio visual, ya que cada uno de los elementos que se hizo presente durante la elección cambiaron la percepción del electorado y propició que existiera más cercanía con los ciudadanos, también se vio más presente en cuanto a publicidad distribuida y la gama de colores que implementaron, esto ha contribuido a mejorar su posicionamiento al candidato preferentemente en la ciudad y en menor medida en las comunidades aledañas.

Consideraciones del entorno:

Alianza

En esta ocasión los candidatos a la gubernatura del estado de Puebla no fueron candidatos de un solo partido. A lo largo de la república se gestó una alianza opositora al PRI, que fue formada por el Partido Acción Nacional, conocido por su tendencia de derecha, el Partido de la Revolución Democrática, de izquierda, el Partido Convergencia y el Partido Nueva Alianza. De acuerdo a las ideologías de estos partidos la alianza resultó controversial y con escaso reconocimiento de parte de la sociedad.

Ataque a la campaña

El día 24 de mayo los medios de comunicación más importantes del estado de Puebla sacaron a la luz una noticia que ha afectado al candidato de la alianza “Compromiso por Puebla”, acusándolo de fraude durante su función como Secretario de Finanzas y Desarrollo Social, causando ataques constantes de los medios. Esto ha provocado una coyuntura entre el electorado y el candidato, que posiblemente se verá reflejada en las urnas.

El cambio en la imagen durante el último mes de campaña

A raíz de una actividad de campaña del candidato de la coalición “Compromiso por Puebla” Rafael Moreno Valle, se dio un cambio en toda la imagen de la publicidad que manejaba hasta el momento, esto sucede al empezar el mes de junio, último mes de campaña.

Dicha actividad fue la firma ante notario público de los compromisos de campaña que el candidato Rafael Moreno Valle hizo para legitimar su propuesta y generar empatía con las personas.

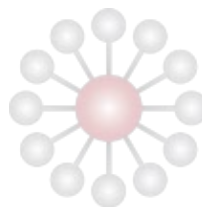
El cambio de imagen consistió en aparecer en la publicidad y en los medios, con una vestimenta formal, como lo es un traje y una camisa color azul cielo.

Acto seguido de la firma de compromisos, fue el aumento en la intención del voto a favor del candidato de “Compromiso por Puebla”.

Por otro lado Javier López Zabala, mantuvo una misma línea de imagen durante toda su campaña. Y si habláramos de algo que le haya dado un repunte a este candidato, esto puede ser la presencia de personas del medio artístico y político durante la recta final de la campaña, dichas personalidades fueron, entre otras, Angélica Rivero (Actriz), Joan Sebastián (Cantante), José Manuel de la Torre (Técnico de Fútbol) y Enrique Peña Nieto (Figura del partido PRI).

El debate

El 16 de junio se da el tan ansiado debate que “Compromiso por Puebla”, propuso y en el que esperaba lograr desvanecer los 7 puntos porcentuales que lo alejaban del candidato Javier López Zabala. El día posterior al debate los medios de comunicación, expresaron que el vencedor había sido el candidato de “Puebla Avanza” Javier



López Zavala, dejando muchas dudas y muy clara la tendencia que manejan.

El debate había sido acordado para ser limpio y de exposición de propuestas, pero terminó siendo un circo de acusaciones que no aportó nada a la sociedad más que chismes, chistes e imputaciones nada sanas, mucho menos cuando se está en la búsqueda de abatir el abstencionismo, no solo a nivel estatal, sino federal.

Sobre las Encuestas

Hablar sobre ventajas contundentes o puntos porcentuales específicos de diferencia entre un candidato y otro resulta muy complicado. Las encuestas de diferentes casas que se encargaron de medir la temperatura electoral en el estado son muy poco confiables, la mayoría fueron mandadas a hacer por uno u otro contendiente, arrojando resultados diversos y cambiantes. Un día los números podían estar a favor de un candidato y al día siguiente el contrario, podía tener una ventaja avasalladora.

De tal modo que fue complicado estimar una evolución real en la intención del voto del electorado poblano. Los medios impresos publicaban los cambios en los porcentajes y afirmaban tener en su poder las encuestas que avalaban los resultados, pero nunca fueron publicadas, solo mencionadas. Los únicos resultados que nos resultaron tangibles fueron los de la casa encuestadora “BEAP Estadística & Opinión Pública”. Resultando ser tendenciosos y no tan fidedignos. De tal modo que nos queda el análisis de la experiencia para afirmar la situación numérica en estas elecciones. Siendo que después de la consulta de diversos medios, a quince días de la elección Javier López Zavala, aventaja al candidato de “Compromiso por Puebla” Rafael Moreno Valle por entre 7 y 9 puntos porcentuales.

Conclusiones

La importancia de la imagen política en la estrategia de ambos candidatos, en su mayoría está basada en un adecuado diseño de imagen institucional que está permeando entre los electores.

Un punto importante que se observó en el desarrollo de la investigación fue el de la editorialización de las notas que favorecen al candidato de la alianza “Puebla Avanza”, ya que como resultado de este análisis, se identifica que se transmitieron una mayor cantidad de mensajes propagandísticos del Partido Revolucionario Institucional, en este sentido medios como El Sol de Puebla, funge como un órgano de comunicación con estrechos vínculos con el gobierno estatal, que se encarga de ampliar la cobertura mediática que se hace al candidato de la alianza “Puebla Avanza”, mientras que los espacios publicitarios del la alianza “Compromiso por Puebla” se centran en la presentación de propuestas, en el refuerzo de una imagen positiva y de compromiso y trabajo por parte del candidato, no obstante lo anterior los electores que tradicionalmente sufragaban por el PAN ahora integrado a la alianza “Compromiso por Puebla” no han sido disminuidos por la imagen proyectada por el candidato de la otra alianza.

Los eventos de campaña o mítines fueron eventos con mucha cobertura por parte de la prensa y sin duda grandes demostraciones del uso de mercadotecnia e imagen política de los candidatos. Los eventos de la alianza “Puebla Avanza” fueron muy concurridos, y el candidato trabajaba haciendo recorridos con los habitantes de las distintas zonas que visitaba. El voto tradicional priista ha sido una constante en las últimas elecciones y la



movilización de las bases del partido se ha hecho presente, dejando ver la aceptación del partido en la sociedad.

Mientras que el candidato Moreno Valle trabajo su campaña reuniendo a miembros de distintos sectores y su trabajo directo con las personas no fue tan notorio, reflejando una imagen alejada de la gente.

El voto de castigo a la alianza “Compromiso por Puebla” por los eventos suscitados a raíz de las acciones del gobierno federal, se ha intentado disminuir, evitando mostrar los logotipos de los partidos que conforman su coalición en toda su publicidad, por tanto la creación de un nuevo logo de la alianza fue importante para sacar del imaginario de las personas al PAN y PRD.

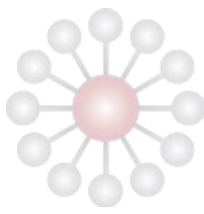
En correspondencia con lo propuesto a lo largo de este reporte de investigación, se identifica un control mediático de parte del gobierno del estado, que influye en la generación de opinión pública en el Estado de Puebla. Esta situación se presenta de manera preferente en épocas electorales.

A pesar de los resultados obtenidos en esta investigación, el resultado de la contienda electoral resulta contradictorio a lo esperado de acuerdo a la imagen y la opinión pública, es decir, no existe una correspondencia entre estos elementos y el resultado que señala a Rafael Moreno Valle como el vencedor con un total de 1, 111, 318 votos contra 883, 285 del candidato Javier López Zavala, los porqué de esta situación pueden ser investigados en otra momento y se deberán considerar factores además de los presentados en esta trabajo para llegar a conclusiones concretas del resultado.

Finalmente cabe señalar que la posibilidad de trascender éste hecho radica en la viabilidad de generar una ciudadanía crítica y participativa, sin embargo la apatía del ciudadano común, así como la búsqueda de beneficios directos en el corto plazo por parte de los escasos grupos organizados que existen en Puebla, implica la escasa expectativa de que esta situación sea superada y surja una ciudadanía efectiva y participativa que promueva la generación de condiciones que favorezcan el desarrollo político y social en Puebla.

Referencias

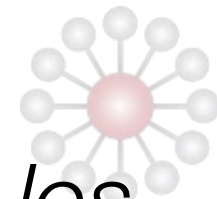
- Argueta, F. y Esparza J.(2009) La comunicación estratégica en el diseño e implementación de políticas públicas intermunicipales: caso Región Angelópolis, (documento en proceso de integración) BUAP, México.
- Arroyo, I. (2001) La legitimidad fragmentada, transición e institucionalidad en Puebla. BUAP, México.
- Fernández. C. (2007) Marketing político e imagen de gobierno en funciones, Mc Graw Hill, México.
- León, S. et al. (2008) Libertad Secuestrada. CIMAC y Fundación Friedrich Ebert. México.
- Martín. L. (2002) Marketing Político. Paidós. Barcelona, España.
- Masi, O. (2001) Comunicación gubernamental. Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Ochoa, O. (2000) Comunicación política y opinión pública. Mc. Graw Hill. México.



Paredes, A. (2005) Imagen Política, En Imagología.
Grijalbo. México.

SOBRE EL AUTOR

Ana Karen Márquez Castro y Alejandro Iván Vázquez Álvarez. Alumnos investigadores, estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.



Análisis del impacto de los procesos comunicativos en el interés ciudadano hacia la política en México

Carlos Muñiz

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Resumen

Son numerosos los estudios que en diversos países han analizado el interés demostrado hacia la política por parte de la población. Se ha constatado igualmente que uno de los factores explicativos de esta mayor o menor implicación en política puede venir dada por el consumo de noticias y programas que transmiten los medios de comunicación. En este contexto, el estudio analizó los datos ofrecidos por la cuarta Encuesta de Cultura Política (ENCUP) realizada en 2008 con una muestra representativa de México. Los resultados muestran una clara relación entre el desarrollo de comunicación interpersonal y el consumo de contenidos políticos con el interés hacia la política por parte de la población mexicana. Además, se constata cómo el desarrollo de conversaciones sobre esta temática generaba mayor implicación con el mundo político. Se discuten los resultados en el marco de los posibles efectos que estas estrategias tengan en la sofisticación política de la población mexicana.

Palabras clave

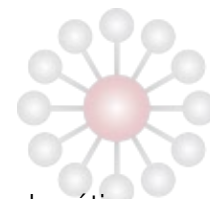
Consumo mediático, conversación política, interés político, implicación, encuesta

Marco teórico

Prácticas comunicativas y políticas en México

El papel que los medios de comunicación tienen en la conformación de democracias más estables es claro (Avery, 2009), estableciendo puentes entre el sector político y gran parte de la sociedad, la cual sin su labor no podría llegar a conocer o incluso entender los principales hechos acaecidos en la esfera política. En este sentido,

McCombs y Evatt (1995) proponen que los medios cumplen dos tipos de roles informativos: alertan al público acerca de los acontecimientos y cambios que están teniendo lugar en el entorno, cumpliendo así una función indicadora, pero también son traductores de los lenguajes, es decir, hacen comprensibles las noticias para una gran parte del público que la consume. Sin duda, los temas políticos constituyen un terreno donde estas



funciones de los medios tienen lugar, al traducir el lenguaje del discurso público, difícil y poco comprensible para la mayor parte de las personas al no estar familiarizadas con él.

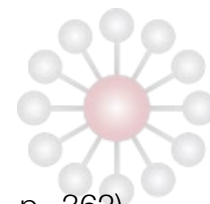
Es por tanto de esperar que para una gran parte de la sociedad, su único conocimiento político provenga de los contenidos que los medios de comunicación le transmiten sobre la actualidad, favoreciendo así su compromiso cívico. Pero, por desgracia, muchas veces los medios de comunicación realizan un tratamiento informativo pobre de la política, presentando el conflicto y la negatividad, lo que pueden implicar una disminución en los niveles de compromiso cívico, interés público y participación política de la sociedad, lo que conlleva una enfermedad democrática.

En períodos electorales, como el ocurrido en 2006 durante la elección presidencial, es esperable que el consumo mediático con fines informativos aumente. Así lo refleja Abundis (2007), quien señala que la televisión fue en ese período el medio más utilizado por los mexicanos para enterarse de las campañas políticas y elecciones, marcado así por el 58% de los encuestados. El segundo lugar lo ocuparon los periódicos y la radio con el 32% respectivamente, siendo Internet el medio menos utilizado, pues sólo un escaso 7% dijo haberse informado a través de sus contenidos. La conversación política con familiares (24%) o con amigos (22%) fue una práctica realizada por una buena parte de la población, si bien se observa que dista de ser el mecanismo principal de información. En cuanto al contenido específico visto en la televisión, destacaron las noticias (53%), si bien también fue importante la atención a otros

programas periodísticos (45%) o espacios de sátira política, como *El privilegio de mandar* seguido por el 30% para informarse durante las elecciones.

Teorías del impacto mediático sobre las actitudes políticas

Existe abundante evidencia empírica del impacto que el consumo de los medios de comunicación tiene sobre ciertas manifestaciones de la cultura política, tales como el interés, participación o implicación políticas (Avery, 2009; Cappella y Jamieson, 1997; Hollander, 2007; Rojas, 2006; Schreiber y García, 2004; Valentino, Matthew, Beckmann y Buhr, 2001). Los primeros estudios sobre la influencia mediática, en especial de la televisión, sobre los aspectos políticos plantearon un fuerte efecto negativo, que redundaba en generación de desconfianza, alienación y desinterés entre la audiencia con respecto a la política. Es en estos momentos cuando comienzan los postulados del malestar mediático (media malaise) (Rojas, 2006). En 1975 Robinson propone la tesis del videomalestar (Schreiber y García, 2004), señalando que la negatividad y conflicto con los que normalmente se presentan las noticias sobre política, especialmente en la televisión, menoscaban la confianza en los gobiernos, instituciones, sistema, etc. (Avery, 2009). Esta propuesta ha sido seguida, especialmente en el ámbito norteamericano por Cappella y Jamieson (1997), cuyos estudios han sido abordados por otros autores tanto en Norteamérica (Valentino et al., 2001) como en Europa (de Vreese, 2005; de Vreese y Elenbaas, 2008).



Desde la teoría del framing, Cappella y Jamieson (1997) plantearon que el tratamiento de la información política, especialmente durante campañas electorales, se realiza desde dos posibles enfoques: el estratégico, que conlleva enfocarse en los aspectos negativos, de enfrentamiento entre candidatos, los sondeos, etc., o el temático, que implica dar información sobre las propuestas de los candidatos y partidos. Los resultados de su estudio mostraron que el uso del enfoque estratégico genera en los ciudadanos desconfianza y cinismo político. Sin embargo, los resultados de éste y otros estudios posteriores no son del todo consistentes (Rojas, 2006), pues se ha detectado que el consumo mediático también puede conllevar efectos positivos a nivel político. Esta es la idea de Norris (2000), quien plantea la teoría del círculo virtuoso, rompiendo así con la noción lineal del efecto mediático sobre las actitudes políticas. De esta manera, se presupone que aquellas personas más activas políticamente hablando serán las que accederán en mayor medida a contenidos informativos para acrecentar su información sobre política, generando a su vez mayor activismo político en todas sus facetas: interés, confianza, participación, etc.

Pero, no sólo el consumo mediático provoca un efecto sobre las actitudes políticas, también se ha detectado que las prácticas conversacionales tienen impacto sobre el aumento del interés, el sentimiento de eficacia política y la participación cívica y, especialmente, política (Rojas, 2006; Shah, Cho, Nah, Gotlieb, Hwang, Leem, ... McLeod, 2007). Aunque la conversación política se desarrolla en el ámbito de la esfera privada, su influencia sobre la esfera pública es básica, llegándose a considerar como un “bloque constructivo fundamental de la

democracia” (Kim, Wyatt y Katz, 1999, p. 362). Ello se debe a que junto a la conversación política realizada con quienes tienen ideas similares, y que a priori puede producir mayor placer al confirmar las ideas previas, también se da con quienes piensan de forma diferente, estableciéndose así un diálogo público que promueve el aumento del conocimiento político, complejidad cognitiva e integración social (Rojas, 2006). En su estudio, Kim et al. (1999) detectaron que el consumo de los medios para buscar información temática genera mayor conversación política. Por su parte, esta conversación propiciaba, frente al consumo mediático, mayor participación política de los sujetos investigados.

Investigación sobre el impacto mediático en México

Como ocurre en otros terrenos de la investigación científica mexicana, las relaciones entre consumo de medios y actitudes políticas no han sido abordadas de forma empírica y sistemática anteriormente, constituyendo los únicos referentes encontrados varios estudios que han abordado el asunto de forma adyacente. Es el caso del estudio panel realizado por Moreno (2008) con motivo de las elecciones presidenciales de 2006, donde se evaluó el impacto que tuvo el seguimiento de noticias sobre la confianza en ciertos aspectos de índole político o electoral. El autor detectó que la búsqueda de información política a través de noticias en televisión, prensa y radio impactaba en la desconfianza con el proceso electoral de 2006 ($\beta = .02$, $p < .01$), generando mayor apoyo a medidas como la impugnación de los resultados ($\beta = .05$, $p < .01$), las movilizaciones ante los mismos



($\chi^2 = .05$, $p < .01$) o la creencia de que hubo un complot durante las elecciones de 2006 ($\chi^2 = .05$, $p < .01$). Pero, el mismo consumo también impactó positivamente en la confianza hacia las instituciones y los procesos democráticos ($\chi^2 = .02$, $p < .01$), observándose por tanto que las personas con implicación e interés político independientemente de su orientación ideológica buscaron en mayor medida los medios como factor de información para generar o reforzar sus ideas al respecto de los acontecimientos, ya estuvieran a favor o en contra de ellos.

Centrado en el análisis de la influencia del consumo mediático sobre la participación cívica, se sitúa el trabajo realizado por García Luengo y Ruiz (2007), quienes se basaron en datos obtenidos de la World Value Survey (WVS) realizada en el año 2000 para realizar su estudio. Los resultados mostraron cómo el mayor predictor del activismo político era el nivel educativo, seguido por la edad. Mientras que la exposición mediática se mostró como una variable no explicativa del modelo. Un análisis del consumo mediático y el desarrollo de una socialización política entre estudiantes de primaria y secundaria de la Ciudad de México, mostró que la exposición a la información política de los medios es baja (49.3%) o media (37.4%) y que sólo el 10% de los estudiantes mostraba un alto grado de consumo de esta información (Nateras, 2007). El estudio no arrojó datos al respecto de la relación existente entre las variables de consumo y las relativas al nivel de socialización política entre la muestra estudiada.

Tomando en cuenta la revisión de la literatura anterior, que marca el importante papel jugado por los medios en la generación de actitudes políticas, el presente trabajo se plantea como objetivo

principal conocer si en el contexto mexicano este proceso también se está produciendo. Y, más en concreto, saber cómo y en qué grado los hábitos comunicativos de la población mexicana, frente a otros factores posibles, están afectando en el interés hacia la política. Ello debido al importante papel que el interés juega en cualquier ámbito de la vida de las personas, y obviamente, también en el político. Es de esperar que las personas más interesadas sean también quienes busquen en mayor medida información en los medios, conversen sobre política más habitualmente con otras personas y tenga niveles mayores de participación cívica. Sin embargo, y siguiendo los postulados del círculo virtuoso, estas variables también pueden generar un aumento en el interés político y, por ende, en la sofisticación política. Por ello, el presente estudio se plantea las siguientes preguntas de investigación que se tratarán de responder a partir del análisis de los datos obtenidos sometidos a investigación:

PI1: ¿Existe un impacto de la exposición a los medios sobre el interés político y, en caso de darse, qué medio contribuye en mayor medida a este efecto?

PI2: ¿Qué hábito comunicativo tiene un mayor impacto en el interés político de las personas, la comunicación masiva o la comunicación interpersonal?

Metodología

Sujetos participantes en el estudio



Para la realización del estudio, se utilizaron los datos correspondientes a la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas, realizada por la Secretaría de Gobierno de México¹. Esta encuesta se viene aplicando desde 2001 y los datos utilizados en este trabajo corresponden a su cuarta aplicación, que tuvo lugar entre el 3 y el 28 de noviembre de 2008. El diseño de la muestra de la encuesta fue probabilístico, trietápico, estratificado y por conglomerados, constituyendo la unidad última de análisis la persona, siempre que tuviera al menos 18 años cumplidos al momento de realizar la entrevista. El tamaño de la muestra calculado para generar estimaciones a nivel nacional fue de cinco mil 46 viviendas. En total se entrevistó a 4383 personas de las 32 entidades federativas de la República, constituyendo la tasa de no respuesta un 13.1% del total de la muestra calculada. La media de edad global fue de 42.25 años (DE = 16.19), con un rango entre 18 y 96 años. El 56.4% de la muestra estaba constituida por mujeres (n = 2471), siendo el 43.6% restante hombres (n = 1912).

Instrumento y variables

La base total de la cuarta Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) estaba constituida por 324 reactivos. De entre ellos, se seleccionaron algunos a fin de crear nuevos indicadores que pudieran ser utilizados como variables del estudio. En concreto, se seleccionaron y crearon las siguientes:

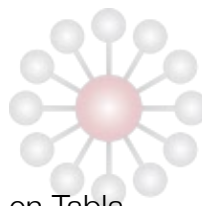
Variables de control: Un primer bloque de preguntas vino constituido por aquellas relativas

¹ Se pueden ver los datos completos del estudio en la página web de Encuesta de Cultura Política y Prácticas Ciudadanas: <http://www.encup.gob.mx/encup/>

a cuestiones de tipo socio-demográfico de los participantes en el estudio. En este sentido, se les preguntó al respecto de su sexo y edad, cuyas datos han sido aportados anteriormente. Además, se evaluó su nivel educativo, preguntándoles para ello “¿Hasta qué año o grado aprobó en la escuela?”. Se utilizó la escala ordinal utilizada por la ENCUP para medir este aspecto, que oscila entre ninguno hasta doctorado, con un total de 10 grados concluidos.

Exposición a medios de comunicación: Se evaluó el grado de exposición a los diferentes medios de comunicación con el objetivo de informarse sobre política. En todos los casos se utilizó una con una escala de Likert de 5 puntos, que oscilaba entre nunca y siempre. En concreto, se preguntó a los participantes qué tan se entera de política a través de las noticias en televisión (M = 3.72, DE = 1.36), las noticias de radio (M = 2.43, DE = 1.53) y de periódicos (M = 2.19, DE = 1.50). Se decidió utilizar los reactivos de forma independiente, a fin de poder evaluar el impacto de la exposición a cada medio con fines políticos, en vez de construir un único indicador de exposición. Además, al evaluar la consistencia interna del posible constructo creado por la adición de los tres reactivos, se detectó que ésta era baja ($\alpha = .59$), lo que abunda en la idea de que la exposición a diversos medios tipo efectos diferenciados.

Conversación política: Dentro de los reactivos de que se componía el cuestionario de la ENCUP, se seleccionaron los cinco que evaluaban el grado de conversación sobre política con diversas personas. Mediante una escala de Likert, se midió si los participantes hablaban con amigos, familiares, compañeros de trabajo, profesores y/o



sacerdotes nunca (1), cada dos meses o más (2), una vez al mes (3), una vez cada 15 días (4), una vez a la semana (5) o a diario (6). Con los cinco reactivos se construyó un indicador de conversación política, ($M = 1.74$, $DE = .86$, $\alpha = .66$), que mostró que este hábito era bajo entre los participantes. Aunque no se obtuvo una consistencia interna alta, se decidió mantener todos los componentes del indicador, debido a que un análisis factorial los unió en un único factor.

Interés en la política: Se les preguntó a los participantes acerca de su interés general por la política y todo lo relacionado con ella. Para ello se utilizó una escala de Likert de 4 puntos, que osciló entre nada y mucho ($M = 2.19$, $DE = .94$).

Resultados

Factores explicativos del interés hacia la política

Con el objetivo de explicar el interés demostrado hacia la política por parte de los encuestados, se realizó una regresión lineal jerárquica, introduciendo los diferentes bloques de variables independientes las relativas a los aspectos socio-demográficos (modelo 1), la exposición a las noticias de los medios de comunicación (modelo 2), y el mantenimiento de conversación política o comunicación interpersonal (modelo 3). Todas estas variables cumplieron el supuesto de independencia respecto de la variable dependiente, atendiendo al valor del test de Durbin-Watson que fue de 1.88, y por tanto superior al 1.5 e inferior al 2.5, límites máximos permitidos. A pesar de que el primer modelo tan sólo explicara el 1.7% de la varianza, el impacto de todas las variables incorporadas fue estadísticamente significativo, sin duda debido al

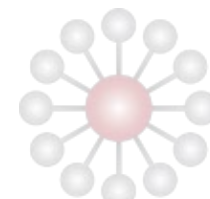
elevado tamaño de la muestra (Ver datos en Tabla 1). Los datos de este primer modelo revelaron que ser hombre, con poca edad y con nivel alto educativo serían las variables socio-demográficas que explicarían el interés en la política. Sin embargo, los resultados de los demás modelos calculados revelaron que con la inclusión de las restantes variables, el peso de las demo-gráficas disminuía hasta llegar a desaparecer en el modelo 3. Un resultado que se considera estimable, pues el objetivo final de la inclusión en el primer modelo de estas variables era poder controlar su impacto.

Tabla 1
Regresión jerárquica para predecir el interés hacia la política

	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3
<i>Variables socio-demográficas</i>			
Sexo ^a	-.083***	-.048***	.001
Edad	-.050**	-.032*	-.008
Año o grado aprobado en escuela	.078***	.037*	.006
Incremento de R^2	.017***		
<i>Comunicación masiva</i>			
Exposición a noticias de TV		.106***	.065***
Exposición a periódicos		.163***	.062***
Exposición a noticias de radio		.134***	.081***
Incremento de R^2		.086***	
<i>Comunicación Interpersonal</i>			
Índice de conversación política			.384***
Incremento de R^2			.117***
Total R^2			.219

Nota: $N = 4285$ ^a Se codificó la variable como *dummy*, donde 1 significa ser mujer. ^b Se recodificó la variable como *dummy*, donde 1 significaba identificarse algo o mucho con algún partido político. Los coeficientes reportados en la regresión son los tipificados (β). Las asociaciones fueron significativas a nivel estadístico * $p < .05$; *** $p < .001$

Al incorporar el bloque de variables relativas a la comunicación masiva, el porcentaje de varianza explicada aumentó, impactando el consumo de información política a través de los medios de comunicación estudiados el 8.6% del interés hacia la política. Los resultados reflejados en el modelo 2 (Ver datos en la Tabla 2) reflejan que la lectura de periódicos era el factor que en mayor medida explicaría el interés dentro de este bloque ($\beta = .163$, $p < .001$), seguido de la exposición a noticias de radio sobre política ($\beta = .134$, $p < .001$).



El medio que impactó en un menor nivel, aunque también lo hizo de forma significativa y positiva, fue la televisión ($\beta = .106$, $p < .001$). Por tanto, se observa que todos los hábitos de comunicación masiva seguidos para enterarse sobre política explicaban de forma positiva el aumento de interés hacia esta faceta de la vida del país.

Sin embargo, también era interesante para este estudio determinar el grado en que la conversación política, en tanto que hábito comunicativo seguido para la búsqueda de información política, impactaba sobre el interés y, además, moderaba el efecto de la comunicación masiva. El modelo 3 calculado introdujo el reactivo correspondiente a la conversación política, haciendo que la varianza explicada aumentara en un 11.7%, lo que constituyó el mayor cambio de R^2 detectado en el estudio (Ver datos en la Tabla 2). El principal resultado de este análisis es el importante impacto que tuvo el desarrollo de conversaciones con otras personas para informarse acerca de asuntos políticos sobre el interés demostrado por los mexicanos hacia todo lo relativo con la política ($\beta = .384$, $p < .001$). De esta manera, se constituía en el principal factor predictivo del interés.

Discusión y conclusiones

Al respecto de los resultados, parece muy importante discutir el grado de interés hacia la política detectado entre los mexicanos encuestados. Si bien este nivel no era alto, pues se situaba entre poco y algo, se presume como muy “aceptable” y separado a la tradicional idea de una falta de interés total en la política. Con todo, hay que seguir concluyendo con Crespo (2007) que es un círculo pequeño de la sociedad

el interesado realmente en todo lo que ocurre en torno a la cosa pública, debido a que como señala el autor, el interés político no es algo inherente a la naturaleza humana. Este interés relativamente bajo concuerda con los bajos niveles de conversación política detectados, y con la fuerte asociación entre ambas variables encontrada en el análisis de los datos de la ENCUP de 2008. A tenor de todos estos datos, se puede concluir que el grueso de la sociedad interesado en la política no es tan pequeño como se cree, pero el realmente informado y participativo sí.

En cuanto a los resultados sobre la influencia de las prácticas comunicativas en el interés hacia la política, se observa que mantener conversaciones sobre política constituye el factor más importante que explica el interés de los encuestados. Muy por encima del impacto que tienen las variables del consumo de medios. Con todo, es de destacar que el consumo de todos los medios de comunicación contribuyera de forma positiva a hacer aumentar el interés en la política. Unos resultados que parecen confirmar la tesis del círculo virtuoso (Crespo, 2007; Norris, 2000; Rojas, 2006), pues el desarrollo de prácticas comunicativas masivas explica un aumento en el grado de interés por la política, lo que debería llevar a que entre estas personas también aumentara la implicación y participación en todos los aspectos de índole cívico y social. Además, parece muy interesante destacar lo que parecen ser dos vías de impacto de los hábitos comunicativos en el interés. Por una parte, consumir televisión y radio explicaba de forma positiva esta actitud, aunque de forma moderada. Por la otra, pareciera que la exposición a la prensa generaba mayores niveles de conversación interpersonal, contribuyendo en conjunto a aumentar más fuertemente el interés por la política.



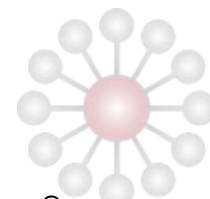
Todos estos datos parecen descartar la tesis del malestar mediático, del videomalestar o del cinismo (Avery, 2009; Cappella y Jamieson, 1997; Schreiber y García, 2004; Valentino et al., 2001). Todos los medios consiguieron acrecentar el interés de los mexicanos por la política, por lo que sería interesante seguir estudiando los procesos de adquisición de información y de generación de interés para detectar si realmente se está produciendo en México un círculo virtuoso en la línea de la tesis planteada por Norris (2000). De todos modos, hay que recordar que el estudio se realizó en 2008, momento en que la tensión poselectoral de 2006 había disminuido en parte y había una mayor tranquilidad política y social. Sería conveniente observar si en el contexto actual, de aumento de tensión por acontecimientos como el inicio de los movimientos de cara a las elecciones de 2012 en el terreno político o la lucha contra el narcotráfico en el social, los resultados serían similares.

A la vista de los resultados obtenidos, se considera muy importante destacar el resultado que parece aventurarse con respecto al impacto de la conversación política sobre el interés hacia la política. Lo que se podría esperar es que la conversación mediara el impacto de las noticias sobre las actitudes políticas: aquellos que más ven noticias, también hablan sobre lo que han visto en ellas y esto genera interés. Sin embargo los datos estadísticos relativos al interés indican que la conversación contribuye más bien a reducir el impacto de los medios. Ello puede llevar a pensar que las verdaderas fuentes informativas no son tanto los medios, sino más bien otras personas con quienes se habla habitualmente sobre política. Sin embargo, esta evidencia no es

del todo concluyente, por lo que se necesitarán más estudios que profundicen en el papel tan importante que juega la conversación para moldear las actitudes políticas.

Referencias

- Abundis, F. (2007). Los medios de comunicación en México. *AMAI*, 13, 42-45.
- Avery, J. M. (2009). Videomalaise or Virtuous Circle? The Influence of the News Media on Political Trust. *International Journal of Press/Politics*, 14(4), 410-433.
- Cappella, J. N., and K. H. Jamieson. 1997. *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Nueva York: Oxford University Press.
- Crespo, J. A. (2007). Cultura cívica y consolidación democrática bajo el gobierno de Fox. En Secretaría de Gobernación (Ed.), *Cultura política y participación ciudadana en México antes y después del 2006* (pp. 249-281). Ciudad de México: Secretaría de Gobernación.
- de Vreese, C. H. (2005). The spiral of cynicism reconsidered: the mobilizing function of news. *European Journal of Communication*, 20 (3), 283-301.
- de Vreese, C. H. y Elenbaas, M. (2008). Media in the game of politics: Effects of strategic metacoverage on political cynicism. *International Journal of Press/Politics*, 13(3), 285.
- García Luengo, Ó. y Ruiz, J. (2007, septiembre). Media and political disaffection in México and Spain. Comunicación presentada en el VIII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración Política, Valencia, España.
- Hollander, B. A. (2007). Media Use and Political Involvement. En R. W. Preiss, B. M. Gayle, N. Burrell, M. Allen y J. Bryant (Eds.). *Mass media*

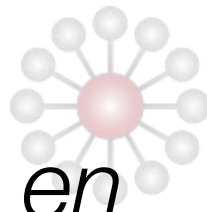


- research: Advances through meta-analysis (pp. 377-390). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kim, J., Wyatt, R. O. y Katz, E. (1999). News, Talk, Opinion, Participation: The Part Played by Conversation in Deliberative Democracy. *Political Communication*, 16(4), 361-385.
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.
- Moreno, A. (2008). La opinión pública mexicana en el contexto postelectoral de 2006. *Perfiles latinoamericanos*, 16(31), 39-63.
- Nateras, J. O. (2007). Información política en estudiantes de primaria y secundaria: Aspectos socioeconómicos y exposición a medios de comunicación: los inicios de la socialización política. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 12(35), 1357-1403.
- Norris P. 2000. *A Virtuous Circle: Political Communications in Post-Industrial Democracies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Rojas, H. (2006). Comunicación, participación y democracia. *Universitas Humanística*, 62, 109-142.
- Schreiber, D. y García, O. (2004). ¿Videomalestar o círculo virtuoso? Una aproximación empírica a la exposición mediática y el compromiso político en España y Alemania. *Política y Sociedad*, 41(1), 131-143.
- Shah, D. V., Cho, J., Nah, S., Gotlieb, M. R., Hwang, H., Leem, N., ... McLeod, D. M. (2007). Campaign Ads, Online Messaging, and Participation: Extending the Communication Mediation Model. *Journal of Communication*, 57(4), 676-703.
- Valentino, N., Matthew A., Beckmann, N. y Buhr,

T. A. (2001). A Spiral of Cynicism for Some. *Political Communication*, 18,

SOBRE LA PONENCIA

Este trabajo forma parte del proyecto de investigación titulado “Análisis del impacto de las prácticas comunicativas en las actitudes políticas de los estudiantes de bachillerato de la zona metropolitana de Monterrey”, que está financiado por la Secretaría de Educación Pública dentro del programa de apoyo a los nuevos profesores de tiempo completo (Referencia: PROMEP/103.5/10/3889).



Comunicación política en procesos electorales en el estado de Puebla. Una propuesta de análisis

Angélica Mendieta Ramírez

José de Jesús Esparza Bautista

BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

Introducción

La Comunicación Política Electoral en el contexto contemporáneo tiene una función sustancial en la conformación de la opinión pública de todos aquellos que aspiran a desempeñar un cargo de elección popular. Actualmente los candidatos que participan en contiendas políticas electorales necesitan desarrollar una comunicación efectiva para vincularse, interactuar y generar intercambios de información con sus diferentes públicos estratégicos. Una eficiente estrategia de comunicación incidirá en aspectos como la construcción de su imagen política en campaña (Paredes, A. 2005), lograr el respaldo de la opinión pública y legitimar sus acciones (Fernández, D. 2006), así como generar un entorno comunicacional favorable para lograr sus objetivos, entre otros aspectos. Podemos pues entender que en la era de la información y el conocimiento, la comunicación política es sustancial para edificar o derrumbar la imagen de los actores políticos. (Masi, 2001). Al respecto, en el estado de Puebla se vive un entorno de transición democrática que se caracteriza por tener una relativa participación ciudadana en la vida político-electoral; cuyo

momento climático consiste en acudir a votar y después desentenderse del asunto; entregando su corresponsabilidad en asuntos de gobierno a un sistema de partidos de baja competitividad. (Arroyo, 2001).

Para intentar incidir en esta fenomenología y elevar la cantidad y calidad de la participación ciudadana durante procesos electorales, es importante identificar, describir e interpretar los procesos de comunicación política electoral, para poder gestionar estrategias que estimulen el protagonismo real de la sociedad en la elección de sus autoridades. Para desarrollar esta investigación, se propone la articulación de las siguientes categorías de análisis: comunicación, comunicación política y procesos electorales a partir de la participación política.

Antecedentes

Los primeros estudios en el campo de la comunicación política iniciaron sus análisis con las revisiones críticas de los procesos electorales en Estados Unidos en 1940, enfocándose principalmente en el papel de los medios (radio, prensa, televisión) en las contiendas políticas.



Desde diversas perspectivas de análisis entre las cuales tenemos: persuasión, propaganda, preferencias electorales. Posteriormente en 1970 las investigaciones sobre los medios de comunicación adquieren mayor relevancia en términos de poder y discurso político en virtud de que se centran en el pensar y actuar de los ciudadanos, con ello se da paso a la teoría de usos y gratificaciones, en donde el individuo selecciona acorde a sus necesidades. La Asociación Internacional de Comunicación se crea en 1973 y dentro de su estructura la comunicación política, adquiriendo mayor presencia por los avances en las investigaciones y el involucramiento de académicos que van fortaleciendo sus niveles de análisis. En 1990 se van expandiendo y diversificándose las temáticas como lo es la democracia mediática, es decir las relaciones entre gobierno, ciudadanos y medios de comunicación en sus actividades políticas. Las decisiones políticas en México han estado de alguna manera influenciadas por los medios de comunicación, los cuales se han convertido en el escenario donde se definen tendencias, preferencias y comportamientos políticos.

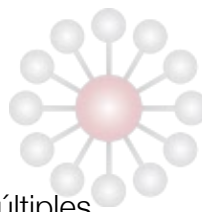
En situaciones electorales, los espacios informativos se diferencian de aquellos

explícitamente identificados como propagandísticos en razón de su contenido “objetivo”. Su aparente legitimidad se sustenta en el hecho de que los medios de comunicación masivos claman identificar y difundir los sucesos reales y relevantes de la contienda; prescindiendo en lo posible de factores subjetivos como podrían ser las inclinaciones y simpatías de los informadores. En 1972 McCombs y Shaw hacen un estudio sobre la influencia política de los medios donde señalan

que “los medios constituyen la principal fuente de conocimiento y contacto de los individuos con la vida política y su mayor potencial consiste en establecer los temas prioritarios del acontecer político, en resaltar ciertos aspectos o minimizar otros”. Para Castells, la política no se agota en los medios de comunicación, pero es la política que se expresa en los medios la que llega a los ciudadanos. En esta misma tónica la comunicación política se revela como el escenario donde se intercambian los argumentos, los pensamientos y las pasiones, a partir de los cuales los electores eligen (Reyes: 2007). Los tres actores de la comunicación política son: los políticos, los medios y la opinión pública. Los medios son organizaciones públicas o privadas con intereses, los cuales tiene un papel importante al fijar la agenda y comunicar a políticos diversos intereses, en relación con la opinión pública. Ésta proporciona información estratégica de hechos y acciones, por lo que también participa en el establecimiento de la agenda (Guerrero: 2003). “La comunicación política se vincula con cuatro aspectos esenciales: la obtención y el ejercicio del poder público, el establecimiento de las reglas del juego político, la atribución de los recursos estatales y de los espacios de participación y actuación cotidiana de los actores políticos (Guerrero. 2003)”.

Existen muchos factores que influyen en los niveles de participación electoral y para ello nos apoyamos al igual que Tagle (1997:48) en la postura de Didimo Castillo que menciona que:

“...la participación electoral tiene un significado social, que puede estar fundamentado en una suerte de cultura o arraigo en la tradición o por actitudes espontáneas, motivacionales,



influidas por las circunstancias del momento. Una misma población es susceptible de cambios eventuales dependiendo de la orientación política y del impacto publicitario de las opciones electorales en disputa.”

1) Comunicación y Cultura

Los antecedentes del estudio sistemático de la comunicación y la cultura se encuentran a mediados de 1950, período en el cual comenzó a explorarse la relación culturamedios de comunicación. De acuerdo con Mauro Wolf, la teoría mediológica conocida con el nombre de Cultural Studies se perfila en Inglaterra, en torno al Center for Contemporary, Cultural Studies, en Birmingham, con Raymond Williams y Richard Hoggart a la cabeza. Desde esta perspectiva, la cultura no es la descripción de los hábitos y costumbres de una sociedad: pasa a través de todas las prácticas sociales y es la conjunción de sus interrelaciones. En este sentido, el aporte de los Cultural Studies fue definir el estudio de la cultura en la sociedad contemporánea como terreno de análisis conceptualmente pertinente y teóricamente fundado (Cornejo y Castellanos, 2009: 197). En la cultura caben tanto los significados y valores que surgen y atraviesan los diferentes grupos sociales, como las prácticas a través de las que dichos significados y valores se expresan, mientras que los medios de comunicación participan en estas elaboraciones colectivas (Wolf, 1987).

En México, se ha abordado desde múltiples perspectivas y preguntas el análisis de la relación/ vinculación entre comunicación y cultura. En las últimas décadas, los estudiosos han estado atentos a la elaboración de respuestas confiables a preguntas específicas que consideren el acontecer cotidiano, institucional y social de los medios de comunicación tradicionales y nuevos (Cornejo y Castellanos, 2009: 198).

García Canclini (1990), en líneas paralelas a González, retomó autores como Gramsci y Bourdieu y desde la antropología social desarrolló estudios sobre las audiencias y las culturas populares que terminarían siendo muy influyentes en toda América Latina.

Orozco (1988a), por su parte, se apoyó en las bases teóricas del campo de la educación y en los desarrollos de la investigación internacional en comunicación sobre la actividad de las audiencias para aplicar el concepto de las mediaciones, incorporando preocupaciones sobre el papel mediador de los padres y los educadores en la apropiación de los mensajes televisivos, entre otros elementos importantes a considerar. Para principios de los noventa ya se producían algunas investigaciones empíricas en estas líneas adicionales a las de estos tres autores, como las de Reguillo (1994), Renero (1992) y Lozano (1990/91 y 1992).

Es necesario considerar que definir a la comunicación es un asunto complejo, entre otras cosas por la crisis actual que vive la academia al carecer de un marco disciplinario independiente de disciplinas como la antropología, sociología, psicología y filosofía, las cuales proponen enfoques consistentes para el estudio de la comunicación. (Macías y Cardona, 2009) Por otra parte se



percibe una tendencia, tanto de investigadores como de estudiantes a otorgar especial interés a los medios masivos de comunicación y sus efectos, lo cual representa un reduccionismo en los ámbitos académico y profesional. Por todo lo anterior, se decidió hacer un abordaje teórico de la comunicación desde el enfoque de Rafael Alberto Pérez (2001), quien propone la revisión del concepto desde tres miradas teóricas: la comunicación como proceso, como significación y como forma de acción social. El estudio de la comunicación como proceso surge como teoría en la obra de Shannon y Weaver: *The mathematical Theory of Communications* en la cual se describe un proceso lineal de transmisión de información para sistemas de telecomunicación, a pesar de ser una teoría matemática formulada para sistemas cerrados, puede tener aplicación en la comunicación entre actores humanos (Pérez, R.2001). A continuación se presenta el esquema del paradigma de Shannon y Weaver:

Diagrama 1 Paradigma de la Información de Shannon y Weaver



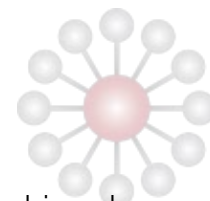
Fuente: Rafael, A. (2001)

Sus principales críticos evidenciaron que esta teoría no consideraba aspectos del contexto, así como cuestiones psicológicas de los actores de la comunicación, sin embargo es una base sólida para iniciar el estudio del fenómeno (Macías, N.2009). El elemento central de esta teoría es el flujo de unidades de información entre actores intervinientes, lo cual tiene aplicación directa en

nuestro proyecto ya que la información resulta necesaria en entornos sociales complejos para lograr un aumento de libertad en los actores y evitar la desorganización del sistema: la información y retroalimentación tendrá repercusión en el margen de libertad en la toma de decisiones por parte los electores. (Piñuel,J.2009). Derivado de lo anterior los conceptos de fuente de información, medio o canal transmisor, receptor o destinatario, retroalimentación y ruido o interferencia entre actores intervinientes en aquellos procesos de interacción entre actores políticos en un sistema social determinado, serán considerados como temas de investigación. Otro concepto a considerar es el de campo semántico, el cual tiene relación directa con la connotación que pueden proyectar los actores intervinientes en procesos electorales. Por campo semántico se entiende:

“Las palabras, y, por extensión las imágenes, que se relacionan con un sector conceptual del entendimiento, constituyendo un conjunto estructurado en cuyo interior cada una está bajo la dependencia de las otras”. (Pérez,R.,2001,p.427)

En este sentido los actores que interactúan en diversos procesos de comunicación política, representan sendos campos de significación, lo que incide en la interacción social, ya que en este caso, la comunicación se convierte en un proceso social en el cual interactúan las palabras, los gestos, las miradas y los espacios, rompiendo la división entre comunicación verbal y no verbal, convirtiéndose en un todo integrado. (Watzlawick, 1977), por lo anterior se puede afirmar que los actores políticos pueden llegar a inclusive a representar en si mismos sendos campos de significación



integrados, dependiendo del grado de complejidad en la articulación de su imagen política. Lo anterior se puede apreciar en casos tan significativos como los que se presentan en el llamado populismo y neo populismo, como botón de muestra podemos mencionar el campo semántico representado por las imágenes políticas del ex presidente mexicano Vicente Fox Quesada o el presidente venezolano Hugo Chávez. Finalmente y de acuerdo con Rafael Alberto Pérez (2001) entenderemos a la comunicación como una acción de participación e intercambio social en la cual se articulan elementos de interacción simbólica, así como de la teoría de la información (modelo de Shannon), tales como actores, flujos y barreras o diferentes tipos de ruidos comunicacionales. Aunado a lo anterior hay que añadir que al ser acción social, se involucra la participación de actores capaces de confrontarse y/o cooperar para lograr sus objetivos de tipo político.

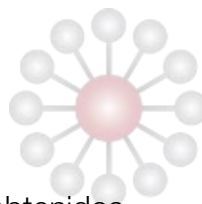
2) Comunicación Política

Adoptar la Comunicación Política como perspectiva teórica, requiere realizar un acercamiento a los conceptos de política y comunicación para llegar a una noción de la cual partir para construir una propuesta de investigación. La Comunicación Política es un paradigma que muchas veces es empleado como sinónimo de Marketing Político, pensar así es adoptar un enfoque reduccionista del fenómeno. Profundizar en el estudio de la Comunicación Política en su sentido más amplio, implica identificar a los diversos sistemas sociales que intervienen en su fenomenología y su interacción desde la mirada de la comunicación como proceso. En forma colateral es preciso indagar las diversas significaciones que configuran la interacción

simbólica en la que se dan los intercambios de información política y en un tercer momento, analizar la interacción social que involucra a actores, redes e instituciones. Acercarnos al fenómeno de la comunicación política desde diversos enfoques teóricos nos permitirá superar la tendencia a centralizar la investigación en el ya desgastado enfoque centrado en los medios masivos y sus efectos sociales durante procesos electorales. De entre muchas definiciones de comunicación política partiremos de la siguiente para desarrollar nuestro apartado teórico:

“Definiéremos a la comunicación política como el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del sistema político”
(Ochoa, 2001)

4) En esta definición está implícito el concepto de la comunicación como proceso, sin embargo es necesario complementarla con la mirada de la comunicación como interacción simbólica y social, analizando las formas en que se confrontan las voluntades para interpretar disensos, acuerdos, alianzas y desencuentros de los actores políticos, considerando a la complejidad y a la incertidumbre como elementos inherentes a los sistemas sociales. (Macias y Cardona, 2009). Ante tal diversidad y complejidad teórica conceptual, se decidió analizar la relación entre los conceptos de política y Comunicación para llegar, en este caso, a una noción de lo que se puede entender por comunicación política para los efectos y alcances del presente proyecto. Al respecto podemos decir que los conceptos de Política y Comunicación están íntimamente relacionados, en virtud de que la política es una actividad subjetiva



y compleja que en su desarrollo se ha apoyado en la comunicación para desempeñar sus funciones centrales en la vida social. (Ochoa, 2001) El estudio de la política desde sus inicios hasta la época actual mantiene como constante el análisis de las relaciones entre los ciudadanos y el poder, en este caso representado por el Estado (Seldon, 1986) Lo anterior es pertinente para nuestro estudio ya que otorga peso específico al aspecto de las relaciones entre actores políticos, siendo estas el escenario en donde se presentan los procesos de comunicación para lograr objetivos políticos que incidan en la vida y organización social.

Modelo de análisis de la comunicación política (caso de estudio)

Las unidades de análisis se centran en los sujetos, objetos, sucesos o comunidades de estudio (Hernández, 2006). En este caso en particular se derivarán directamente de la pregunta de investigación que genera el proyecto. Lo anterior se ilustra de la siguiente manera:

Pregunta de investigación	Unidades de análisis
	<ul style="list-style-type: none"> • Interacciones • Actores intervinientes • Flujos de comunicación política • Cultura política. • Participación política ciudadana

Plan de análisis

El diseño de investigación-acción plantea que en forma colateral a las entrevistas realizadas a expertos, se desarrollen las siguientes acciones. (Stringer, 1999): -Observación de acontecimientos relacionados con el tema -Investigación documental en registros, bibliografía y materiales pertinentes. -Consulta de estadísticas en caso de ser necesario. Una vez que se han desarrollado estas actividades del diseño de investigación-

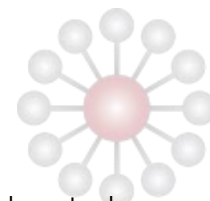
acción, se procede a analizar los datos obtenidos mediante la construcción de los siguientes insumos (Stringer, 1999): -Mapas conceptuales. -Diagramas causa-efecto. -Análisis de problemas: problema, antecedente, consecuencia. -Matrices de categorías, temas, causas y los cruces correspondientes entra cada aspecto. -Jerarquización de temas o identificación de prioridades

Organigramas de las estructuras formal e informal. -Análisis de redes (entre grupos e individuos) -Redes conceptuales. La interpretación de los insumos de investigación considerados en el análisis, nos otorgará la información suficiente para diseñar estrategias de comunicación focalizadas a incrementar la participación y cultura política de la sociedad durante procesos electorales en un contexto regional determinado.

3) Participación política electoral

El análisis de la relación entre medios de comunicación y la participación política de las mujeres en el municipio de Puebla, desde la perspectiva teórica de la cultura política, resulta relevante en el sentido de que prácticamente no existe literatura que analice desde esta perspectiva el impacto de los medios de comunicación en el Estado de Puebla, por lo cual diseñar un modelo explicativo del fenómeno desde este enfoque resulta conveniente para el desarrollo de la investigación.

La actualidad de nuestro trabajo se manifiesta ante una cierta apatía e inmovilidad en la participación política del sector más desprotegido de las mujeres en el municipio de Puebla que cuentan con menos ingresos y más baja escolaridad; mientras que el



grupo de mujeres con mayor escolaridad y mejores ingresos, resulta muy individualista, independiente y con más participación política formal (emitir sufragio en elecciones). Mas sin embargo, no existe en ambos grupos una tendencia hacia la vinculación social. Es donde entendemos que la televisión y demás medios de comunicación han contribuido en cierta medida al desarrollo del fenómeno a través de la escasa cultura capacitación cívica ofertada dentro de sus productos.

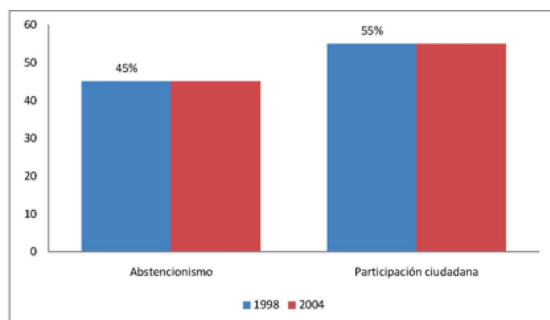
La pertinencia del trabajo se incrementa al saber que las mujeres, según datos del IFE, representan desde las elecciones federales del 2009, el 53% de la lista nominal en prácticamente todo el país, lógica que se presenta en el estado de Puebla y en el municipio de Puebla. Por tanto, este campo tan representativo en la dinámica de la producción y reproducción social, así como en términos numéricos de la población requiere de análisis de esta naturaleza que permitan la comprensión y el estudio de su problemática. Ante tales premisas este trabajo resulta necesario tanto en el plano teórico como en el empírico para aportar elementos que ayuden a esclarecer el impacto de la televisión en la cultura política de las mujeres del municipio de Puebla. De acuerdo a una revisión de literatura sobre el tema, se ha encontrado:

- Falta de contextualización histórica en el estudio de los medios de comunicación y la participación política de las mujeres desarrollado desde la perspectiva de la cultura política
- Falta de una claridad teórica en el análisis de los medios de comunicación y la participación política.
- Los trabajos actuales son excesivamente empíricos La comunicación política en procesos

electorales en el estado de Puebla, sobre todo en la capital del estado, se caracteriza por una estrecha relación entre los sistemas político y económico, este último representado por los medios masivos de comunicación quienes operan en apoyo a la fuerza política que más favorece a su desarrollo como empresas. Síntoma de lo anterior es el control ejercido por el gobierno del estado en gran parte de los medios de comunicación escritos y que se traduce en el desigual número de menciones que, en temporada electoral se publican a favor de los candidatos oficialistas por encima de sus contrapartes de oposición, lo cual al ser retomado por los medios electrónicos favorece a la construcción de la imagen y opinión pública de los candidatos emanados del partido en el poder. (Castillo et Al, 2010). Como ya se mencionó, la participación política en el estado es incipiente (Gráfica 1), lo cual propicia prácticas como el corporativismo, la compra de votos y la movilización de la estructura partidista, entre otros manejos deshonestos, que inciden en el resultado de las elecciones. No debemos soslayar que el estado de Puebla es un reservorio del Partido Revolucionario Institucional, instancia política que gobernó a la entidad por más de 80 años (Gráfica 2 y 3), y de la cual diversos actores han denunciado prácticas políticas poco legítimas en comicios locales (Ruiz, 2001). Influencia del gobierno del estado en la determinación de los contenidos que se difunden a través de los medios masivos de comunicación, incipiente participación ciudadana y una dinámica mercantilista en la difusión de mensajes políticos; aunado a la estela de más de 80 años de hegemonía priista en la entidad, son el contexto a considerar para el estudio de la comunicación política en el estado de Puebla.

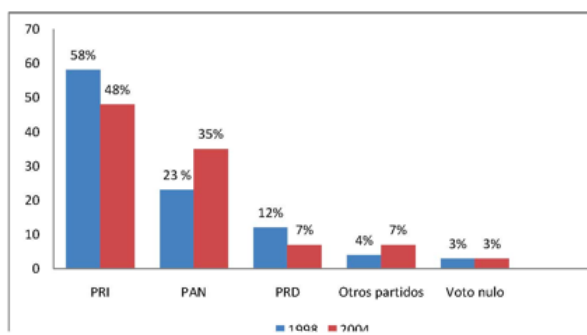


GRÁFICA 1. PARTICIPACIÓN Y ABSTENCIÓN EN LOS PROCESOS ELECTORALES PARA GOBERNADOR DEL ESTADO DE PUEBLA: 1998 Y 2004



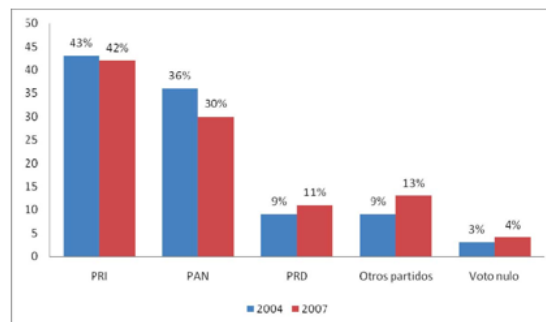
Fuente: Mendieta, 2010; IFE: 1998 y 2004.

GRÁFICA 2. PREFERENCIAS ELECTORALES PARA GOBERNADOR DEL ESTADO DE PUEBLA: 1998 Y 2004



Fuente: Mendieta, 2010; IFE: 1998 y 2004.

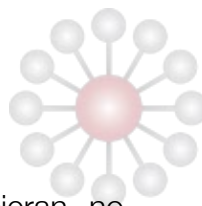
GRÁFICA 3. PREFERENCIAS ELECTORALES PARA AYUNTAMIENTOS MUNICIPALES DE LOS 26 DISTRITOS DE PUEBLA: 2004 Y 2007



LOS 26 DISTRITOS DE PUEBLA: 2004 Y 2007

Fuente: Mendieta, 2010; IFE: 1998 y 2004.

El momento político que vive la ciudadanía, en la que se hacen cuestionamientos a la autoridad, en cuanto a su capacidad en la toma de decisiones y la legalidad y legitimidad de éstas, hace propicio el replanteamiento de los mecanismos para la elección de nuestros gobernantes. Una serie de diversos factores como son la crisis económica, la incidencia sobre la población de las acusaciones de corrupción, la inseguridad pública intensificada, pudieran explicar el fuerte deterioro del rendimiento electoral en las elecciones de 2007 donde la participación ciudadana decreció cuatro puntos porcentuales, es decir, de 55% (2004) a 51% y el abstencionismo aumentó de un 45% (2004) a 49% (Mendieta, 2010). La encuesta cuyos resultados se muestran en este ensayo pretende establecer un diagnóstico sobre el estado actual de la cultura política de las mujeres en el estado de Puebla, a través de sus percepciones de las reglas, los valores y las instituciones de la democracia. Cabe aclarar que se parte de la idea de que no es posible definir la cultura política como un conjunto de patrones



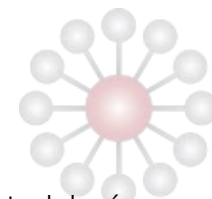
generalizados de comportamiento, cuyo grado de alcance puede medirse a partir de los datos que proporciona una encuesta, sino que ésta debe ser definida a partir de una serie de matices: el de las dimensiones de tiempo y espacio que permiten ubicar la medición en un contexto de cambio de reglas y valores, y resaltar las distinciones regionales: el de la pluralidad de percepciones rescatar la riqueza de las personalidades políticas, a través de la conjunción de actitudes y opiniones sobre los diversos elementos que constituyen a la democracia; y el enfoque politológico, que se distingue de las posturas que analizan a la cultura política desde perspectivas sociológicas, antropológicas y psicológicas en la medida que circundan al gran tema de la atribución del poder. Los resultados electorales de 2004 y 2007 no son más que una consecuencia lógica, porque desde 1970 el PRI ha ido en descenso tanto en términos porcentuales como en absolutos de acuerdo con los resultados oficiales, en cambio el PAN ha incrementado sus preferencias electorales pasando de un 23% (1998) en las elecciones para gobernador a un 35% (2004) es decir aumento doce puntos porcentuales. En lo que respecta a las elecciones para presidente municipal decreció seis puntos porcentuales

en 2007 (Mendieta, 2010).

Cabe señalar que a pesar de ello éste partido había ido consolidándose aunque lentamente, en ninguna elección de acuerdo a los resultados oficiales y la encuesta ya que siempre se mantuvo con un porcentaje de preferencia partidista estable y en términos absolutos llegó incluso hasta triplicarla, lo cual no ocurrió con el PRI, esto puede explicarse porque la estrategia gubernamental no fue suficiente y tuvieron que abrirse puertas,

es decir reformas electorales que hicieran no solo legalizar sino hacer legítima una elección, y con ello se lograron cambios importantes en la política electoral, pero se incrementó de manera sorprendente el abstencionismo propiciando la incredulidad ciudadana, la poca confianza y alejamiento entre Partido y Elector que es lo que preocupa principalmente a esta investigación.

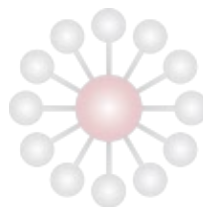
El contexto actual caracterizado por la globalización, la revolución tecnológica y las constantes crisis económicas tiene una repercusión en la configuración de la sociedad posmoderna (Lipovetsky, G. 2000) lo que representa nuevos retos para que los gobiernos desarrollen su acción a través del diseño e implementación de las políticas públicas. En este sentido, el estudio de la comunicación como forma en que la política cumple sus funciones en la vida social, representa una oportunidad para elevar el nivel de cultura y participación de la sociedad en la vida política. Propiciar ambientes ricos en información útil para el electorado repercutirá en el nivel de libertad con el que las personas tomen decisiones de orden político electoral. En este caso, en un nivel de libertad informada para la elección de sus autoridades.



Bibliografía

Arroyo, I. y Ruiz, R. (2001) La legitimidad fragmentada, transición e institucionalidad en Puebla. México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Castillo Durán, J. y Esparza, J. (2009, octubre) Análisis de la opinión pública, a partir de la imagen proyectada en medios impresos por candidatos a diputados federales en los distritos del municipio de Puebla, México, durante el proceso electoral 2009. Ponencia presentada en el III Congreso Internacional de Estudios Electorales Partidos, Elecciones y Calidad de la Democracia en la Globalización, Somee. Salamanca, España. Castillo Durán, Jorge, et al (2010) Análisis de la opinión pública, a partir de la imagen proyectada en medios impresos por candidatos a diputados federales en los distritos del municipio de Puebla, México, durante el proceso electoral 2009 [en línea]. Razón y Palabra disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/Varia73/11Castillo_V73.pdf [Agosto 2010] Danhke, G., (1989) Investigación y Comunicación, McGraw Hill, México, D.F. De la Cuesta, Marta ,(2008) , El papel del tercer sector, revista Austrina de economía – Rae, 41. Esteinou, J. (1982). “Los medios de comunicación y la transformación de la sociedad civil”, México: Universidad Iberoamericana. Fernández, D.(2006), La construcción del consenso de la comunicación gubernamental. Buenos Aires: La Crujía ediciones. Fukuyama, F. (1994) El fin de la historia y el último hombre. México: Planeta De Agostini. García Canclini, N. (1989). “Culturas híbridas. El espacio comunicacional como problema interdisciplinario”. Telos. Giddens, A.,(2000) Un Mundo Desbocado: Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Barcelona: Taurus. Guerrero Manuel (2003), “¿Qué es la comunicación política? Ensayo de un modelo”, en Revista Iberoamericana de Comunicación, No.

5, México. Hernández, R. et al (2006) Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill. Kreuzsch, G. (2006) Ciudadano. México: Versus editores S.A. de C.V. Koontz, H. (2004) Administración: una perspectiva global. México: Mc Graw Hill, Lasswell H. D (1984), “Estructura y función de la comunicación en la Sociedad”, Moragas, Sociología de la comunicación de masas, Gustavo Gili, 2ª. Edición, Barcelona. Lazarsfeld P. F (1948), “El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una Campaña Electoral”, Ediciones 3, Buenos Aires. Lipovetsky, G. (2000) El crepúsculo del deber: la ética indolora de los nuevos tiempos democráticos. Barcelona: Anagrama. Lozano, J. C. (2003a). “Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México: entre la liberalización y la intervención del estado en las estructuras de propiedad y control”. Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, Madrid, España. Luhmann (2000), “La realidad de los medios de masas” Anthropos/ Universidad Iberoamericana, Barcelona. Macias, N. y Cardona, D. (2009) Comunicología, Intervención Social Estratégica. México: Universidad Intercontinental, Martín Barbero, J. (1987). “De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía”, Gustavo Gili, México. Martín Barbero, J. (1988). “Procesos de comunicación y matrices de cultura: itinerario para salir de la razón dualista”, Gustavo Gili – FELAFACS, México. Masi, O. (2001) Comunicación gubernamental. Buenos Aires: Paidós. Mattelart Armand (1998), “La comunicación masiva en el proceso de liberación”, Siglo XXI, México. Ochoa, O. (2000) Comunicación política y opinión pública. México: Mc. Graw Hill. Pérez, R. (2001) Estrategias de Comunicación. Barcelona: Ariel Comunicación. Paredes, A. (2005) Imagen Política, en Imagología. Grijalbo. México. Piñuel, J. (2006) Ensayo general



sobre la Comunicación. Barcelona: Paidós Papeles de Comunicación. Rivera, P. (2009, febrero) El estudio del poder. Trabajo presentado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. Sandín, M. (2003) Investigación cualitativa en educación: fundamentos y tradiciones. México: Mc Graw-Hill-Interamericana. Saussure, F. (1916) en Pérez, R. Estrategias de Comunicación, pag. 426, 1era. Edición. Barcelona: Ariel Comunicación. Sánchez, A. (2003) El proceso de investigación de tesis, un enfoque contextual. Puebla, México: Universidad Iberoamericana. Stringer, E. (1999) Action Research: A Handbook for practitioners. Newbury Park, E.U.A.: Sage. Seldon, A. y Pennance, F. (1986) Diccionario de economía. Barcelona: Dikos-Tau. Todd, B. Nerlich et al, (2004) Mixing methods in psychology, New York, E.U.A.: Psychology Press, Watzlawick, P.(1997) Teoría de la Comunicación Humana, Barcelona: Herder. Wright, Ch.(1959) Comunicación de Masas. Buenos Aires: Paidós. Wolf, Mauro (1985), “La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas”, Paidós, Barcelona. Wolf Mauro (1997), “Los emisores de noticias en la investigación sobre comunicación”, Zer Revista de Estudios de Comunicación.

SOBRE LOS AUTORES

Angélica Mendieta Ramírez. Doctora en Sociología por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México), Estancia Posdoctoral: Educación (CONACYT), Miembro del SNI (Sistema Nacional de Investigadores), Profesora-Investigadora de la BUAP-Facultad de Ciencias de la Comunicación, Miembro del Cuerpo Académico: Comunicación Política.

José de Jesús Esparza Bautista. Lic. en Comunicación, Maestría en Comunicación Estratégica (proceso), y Capitán 1º. Periodista Retirado, Profesor-Investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación-Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y Colaborador del Cuerpo Académico: Comunicación Política.



Democratización y esfera pública. Análisis de la prensa política en la Ciudad de Querétaro

Gabriel A. Corral Velázquez
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO

Resumen

El trabajo que se presenta ofrece un análisis sobre la esfera pública y el proceso de democratización en Querétaro, México. En primer lugar, plantea una discusión sobre la esfera pública, definida como el espacio de deliberación en las democracias. A partir de esto se plantea, con ejemplos de casos concretos, cómo el proceso de democratización de la esfera pública en México, puede ser cuestionado debido al poco espacio que encuentran los discursos provenientes de actores que pertenecen a grupos contrarios a las instancias gubernamentales principalmente. Para ello se presenta una discusión en torno a la esfera pública. Concepto que si bien es de uso cotidiano al momento de referirnos a los espacios de deliberación en democracias consolidadas; es evidente que un proceso de democratización, como el que vive México, ofrece la posibilidad de cuestionarlo.

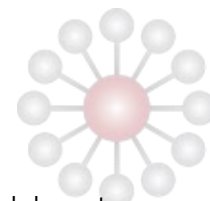
Planteamiento conceptual

Hoy en día la esfera pública representa el espacio en donde la acción de los actores de la sociedad disputan la visibilidad y la influencia en los procesos de constitución de la agenda pública y de las decisiones colectivas. En la esfera pública se manifiesta la fuerza o debilidad de los actores y la capacidad de los ciudadanos para interactuar y participar en la definición de los asuntos públicos. Habermas (1981) sostiene que la esfera pública no está reducida, como se ha planteado en los últimos años, a los medios; sino que abarca distintos ámbitos de acción de los sujetos.

Al hacer referencia al proceso de democratización que vive el país, se debe hablar de la esfera pública como parte de esos espacios que se han venido

consolidando para la discusión de los asuntos públicos, entre ellos los medios. Si bien se puede argumentar que siempre ha existido esfera pública, (en el régimen priista de los años sesenta o setenta, por señalar una época donde había un control más fuerte por parte del estado había informaciones que circulaban, se discutía con limitaciones.) Sólo algunos agentes tenían acceso a los espacios de deliberación.

La democratización, señala Whitehead, consiste en el sostenimiento constante de mayor consenso y participación de todo tipo en la política (Whitehead, 2002:27) Tras el final de la guerra fría sostiene Whitehead (2002) la democratización se ha convertido en uno de los temas más cruciales en la escena política internacional. Un gran número



de estados están experimentando una transición extraordinaria y difícil hacia la democracia. Dichas transiciones están profundamente influenciadas por el nuevo contexto internacional surgido con la apertura de los mercados internacionales.

Al relacionar el proceso de democratización con la esfera pública se puede argumentar, de acuerdo con Habermas(1981) que una esfera pública, representa el espacio donde la acción de agentes de la sociedad compiten por la visibilidad e influencia en el proceso de incorporación de la agenda pública y las decisiones colectivas. Es en la esfera pública donde se pone de manifiesto la fortaleza o debilidad de los actores y la capacidad de los ciudadanos para interactuar y participar en la definición de los asuntos públicos. Sin embargo, hay elementos que permiten señalar que en los procesos actuales, la esfera pública posee todavía características que la alejan de los espacios democratizados.

A partir del proceso de democratización y con la apertura y las reformas posteriores que ha habido en el país desde los años noventa, en la prensa se ha producido una serie de cambios, tanto a nivel nacional y local. Este es un ingrediente que teóricamente puede ser establecido como parte del proceso de democratización. Sin embargo, la evidencia empírica muestra que esta apertura no ha permitido a algunos sectores de la población el acceso a la esfera pública y a los medios de comunicación.

Querétaro y sus particularidades. Un recorrido sociohistórico.

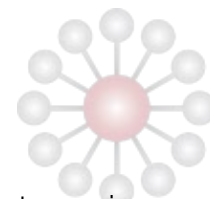
El estado de Querétaro presenta una ubicación geográfica particular. Localizado en el centro geográfico de México, se encuentra conectado al resto del país por la carretera panamericana que cruza el estado y que la comunica con la

ciudad de México y con las ciudades del norte. Esto ha beneficiado de manera importante el flujo demográfico y el establecimiento de la industria a partir de los impulsos de industrialización emanados de las políticas económicas nacionales. Desde el punto de vista histórico ha desempeñado un papel importante desde la colonia y en momentos importantes como el inicio de la lucha de independencia en 1810, la caída del imperio de Maximiliano en 1867 y la promulgación de la vigente constitución de 1917. Más allá de la importancia a nivel histórico Querétaro ha sido una entidad que ha permanecido siempre dentro de la dinámica económica y con una vocación de paz social y orden.

Recuento de la historia política de Querétaro. La configuración del discurso hegemónico.

Desde el punto de vista social y político el éxito de las continuidades en Querétaro ha sido la capacidad que han tenido las élites a centralizar las actividades productivas en la capital del estado. En otro sentido, Díaz (2004) explica que otro de los puntos fue la articulación que fueron logrando desde la colonia las élites económicas con los poderes políticos y el clero.

A nivel discursivo, la construcción del discurso hegemónico en estos años se construía a partir de la desvinculación de las nociones de política y gobierno. Las discusiones ideológicas se disolvían puesto que el origen partidario del gobernador en turno no era lo importante para la élite. Las ideas políticas se disolvían puesto que lo importante no era “hacer política” sino “administrar los intereses de Querétaro”. (García Ugarte, 1992) La búsqueda de la soberanía estatal fue la forma en la que los hacendados y la aristocracia queretana buscaron sortear los vaivenes políticos. A partir de este momento la idea siempre fue “buscar” el



equilibrio y la paz social aprendiendo a controlar el territorio; siendo la principal la capital del estado. La cual además de ser la sede de los poderes es el símbolo de la capacidad de organización y bienestar económico y político.

La relación entre el desarrollo económico – industrial de la entidad y su desenvolvimiento político no es lineal. Sin embargo, expresa con claridad cómo se han desarrollado las tensiones y las articulaciones entre los grupos políticos tradicionales, herederos de los acuerdos sostenidos desde la colonia (burguesía agrícola, comercial, etc.) y los nuevos grupos políticos (burguesía industrial, así como los grupos migrantes y los universitarios.) La nueva realidad nacional abrió oportunidades a la participación de estos grupos en la transformación económica social y política.

Las legislaciones electorales de la entidad son un elemento considerado por Morales (1998) y Espino (2003) permite comprender las tensiones y las articulaciones entre los distintos grupos políticos, revisar la autonomía de las élites políticas y económicas frente a los poderes nacionales.

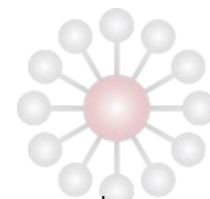
Entre 1962 y 1982 Querétaro se muestra totalmente aletargado, sin participación política o partidaria. Durante estos veinte años la oposición se mantuvo ausente de los procesos electorales. Esta época permite observar como la población mayoritariamente se envuelve dentro de la estructura establecida desde las elites mayoritariamente conservadoras.

El predominio del partido oficial en la entidad es producto de una fusión de la burguesía local (hacendaria, comercial, industrial e inmobiliaria) con la élite política. Aunque en la década de los cuarenta y cincuenta fueron escenario de una presencia opositora panista, esta disidencia se fue poco a poco absorbiendo por el PRI. Con lo cual

el predominio del partido oficial se mantuvo sin alteraciones hasta la década de los ochenta. Así el proceso de industrialización presenta un impacto político doble. En su inicio se manifestó a partir de la disminución de espacios electorales a la oposición y cuando el proyecto se consolidó hacia la década de los ochenta y los nuevos actores producto de la expansión industrial tomaron fuerza entraron de lleno en la búsqueda de espacios de control político al amparo de la reforma electoral de 1977.

Esta etapa de la vida política queretana adquiere características regionales y políticas relevantes. Por un lado la tensión provocada entre el poder local y nacional que parece haber provocado la generación de espacios plurales al interior del estado y por otro lado el conflicto que se generó por el mantenimiento del control político entre los grupos internos del PRI. Los cambios en la sociedad queretana a partir de este tiempo se pueden observar a partir de la forma en como cambió el voto.

Esta retrospectiva es relevante para comprender la configuración social y política del estado. En primer lugar conviene situar la configuración geográfica para entender que en buena medida el desarrollo de la entidad está centralizado en los grupos de poder asentados en Querétaro capital. Los grupos hegemónicos configuran sus redes a partir del establecimiento de articulaciones entre los distintos sectores que conforman la sociedad queretana, a decir, la clase política, el sector económico y la iglesia. El resto de la población legitima ese discurso bajo el establecimiento del orden y la paz social. Esta estabilidad ha servido como “carta de presentación” y discurso legitimador en distintos momentos históricos. Conviene señalar de igual forma que los cambios que ha habido en la entidad



producto del proceso de democratización se han producido sin mayores sobresaltos. Sin embargo habrá que conocer en voz de los propios actores cuáles han sido las estrategias discursivas que han permitido mantener el equilibrio de fuerzas a pesar de los esfuerzos opositores. Siguiendo la ruta propuesta conocer Qué ha cambiado y que ha permanecido en este proceso de democratización.

Esfera Pública y Democratización

Democratización

Señala Whitehead (2002) que el término democratización es la mejor manera para entender un largo proceso de construcción social. El proceso de democratización consiste en el sostenimiento constante de mayor consenso y participación de todo tipo en la política (Whitehead, 2002:27)

Tras el final de la guerra fría sostiene Whitehead (2002) la democratización se ha convertido en uno de los temas más cruciales en la escena política internacional. Un gran número de estados están experimentando una transición extraordinaria y difícil hacia la democracia. Dichas transiciones están profundamente influenciadas por el nuevo contexto internacional surgido con la apertura de los mercados internacionales.

El proceso de democratización alcanza su punto importante, según escribe Dahl (1993), cuando existe debate público y derecho a participar. En la poliarquía, como parte del proceso de democratización, el intercambio de puntos de vista sobre los tópicos públicos y la participación civil de las resoluciones son una práctica cotidiana.

La democratización es un proceso de desarrollo de las instituciones sociales que conducen a fortalecer la sociedad civil. Mediante el resguardo de los derechos humanos y la disminución de las desigualdades, la democratización fortalece la estructura social que se va constituyendo en

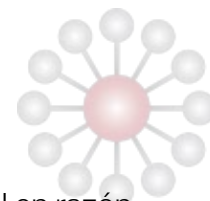
los regímenes que transitan hacia la democracia. Señala Morlino (1987) que este es un proceso que conduce de una situación autoritaria a una democracia pluralista. La democratización, refiere un reconocimiento real de los derechos civiles y políticos, creando condiciones para el pluralismo y la participación.

Y en este sentido refuerzan O'Donnell y Schmitter (1994) quienes afirman que para que se pueda hablar de democratización, el estado debe ser capaz mantener, en los diversos grupos, el interés en el diálogo sobre las estrategias y fortalecimiento de las instituciones. Para el caso de México, poco a poco estos intereses se han ido perdiendo. La sociedad civil que en un principio participó de manera activa en el proceso que abrió las puertas a la democratización del país ha ido alejándose de las actividades de participación cívica que supone la democracia, más allá del ejercicio del voto en una jornada electoral.

Para Dahl (1993) el pluralismo político es fundamental para la democratización. Para ello debe existir una oposición competitiva capaz de asegurar la transparencia de elecciones, la igualdad de derechos y un marco normativo que represente a todos los sectores sociales. Dahl (1993) sostiene que para entender un proceso de democratización deben existir tres aspectos centrales:

1. Libertad de expresión.
2. Igualdad de derechos y representatividad.
3. Estructuras sociales sólidas y legitimadas.

O'Donnell y Schmitter (1994) refieren, sobre las transiciones de regímenes autoritarios, que lo que caracteriza este proceso es que las reglas no son claras puesto que el régimen democrático aún está en ciernes, por lo que hay una ambigüedad, no se es del todo autoritario pero tampoco del todo democrático.



La democratización es un proceso mediante el cual se amplían las normas y procedimientos democráticos. Apoyando esta afirmación con lo referido por Dahl (1993), en las democracias actuales las normas electorales son claras y existe el gobierno de muchos en donde los actores, en el espacio público discuten lo de interés colectivo y existe tolerancia por la argumentación del otro. La participación de la sociedad civil es activa y proactiva al momento de las tomas de decisiones. Estas redes han puesto en común la discusión que enfrenta la sociedad respecto de los procesos socio – históricos en los que estamos inmersos: nuevos derechos, nuevas obligaciones y una nueva ciudadanía que abarca estos conceptos, resultante de una globalización económica – cultural.

La participación de la sociedad civil en el espacio público, ha permitido que se establezcan formas propias de diálogo, de puesta en común con otros actores socio – políticos. La discusión colectiva ha permitido entre otros aspectos democratizar espacios por medio de su colaboración.

Esfera Pública

La esfera pública es el lugar donde se construye el consenso y el disenso en una democracia. Al hablar del discurso que la prensa construye y de las relaciones que inciden en dicha construcción, es inevitable establecer que es en la esfera pública donde convergen los distintos actores sociales que inciden en la construcción democrática. Habermas (1981) plantea que con la extensión de las relaciones del mercado surge la esfera de lo social que rompe las limitaciones del dominio sensorial – estamental obligado a la adopción de formas de administración pública.

La formación de la “esfera pública burguesa” es planteada por Habermas (1981) al configurarse un nuevo modo de asociación, en el que se traduce

de alguna u otra forma la voluntad general en razón universal.

La esfera pública, se puede entender hoy en día tanto como el espacio audiovisual que se puede asociar al de los medios de comunicación (electrónicos, impresos¹) como el ámbito de interacción social (asociaciones sindicales, civiles, movimientos sociales).

La conceptualización de esfera pública remite a la idea de un campo de deliberación y actuación colectiva, a un lugar donde los ciudadanos se sitúan en la acción común destinada a discutir sobre aquellos bienes y valores que inciden en la vida colectiva.

Más que a un espacio físico, concreto, la esfera pública es un espacio simbólico de deliberación y acción colectiva en donde los ciudadanos interesados por los asuntos públicos se presentan. Al ser este un espacio colectivo, la discusión se lleva a cabo de manera abierta, prohíbe el anonimato. Sin ser la esfera pública un ámbito de decisión, en ocasiones representa un paso previo hacia la toma de decisiones.

La idea de esfera pública en el sentido que le confiere Habermas en su trabajo es el escenario en el que las sociedades modernas se da la participación política a partir de diálogo. Es un escenario institucionalizado a partir de la interacción discursiva. Este escenario es un sitio para la producción y circulación de discursos que pueden ser críticos del estado.

En los términos en que se aborda este trabajo se puede pensar que el concepto esfera pública, es central en el sentido de que no hay un

¹ En la revisión realizada para este debate, existen autores que empiezan a incluir en este escenario a la Internet y más concretamente a la web 2.0. Sin embargo para efectos de este trabajo y de la discusión que se pretende realizar, sin olvidar que está presente se tomará como parte de los medios de comunicación en general.



proceso de democratización sin esfera pública. Conceptualizando a la esfera pública como lo sostiene Habermas, no circunscribiéndola a los medios de comunicación.

La importancia de la socialización de la información en la construcción de espacios públicos, fue fundamental dado que permitió a grupos cada vez más amplios de la sociedad, gozar de formas novedosas de acceso a múltiples espacios de discusión entre ciudadanos, hasta el momento ajenos a la educación, reservada para la nobleza. Sostiene Habermas, que las transformaciones del capitalismo y sus múltiples efectos en la vida social, propiciaron la aparición de la burguesía², cada vez más ilustrada y del espacio que fueron desarrollando para discutir sus asuntos.

La relación entre lo público y lo privado comprende tanto el dominio en expansión de las relaciones económicas como la esfera íntima de las relaciones personales. Entre la esfera de la autoridad pública o el Estado y la esfera privada de la sociedad civil y las relaciones personales, emergió una nueva esfera de lo público: una nueva esfera pública burguesa cuyos individuos particulares se reunían para discutir entre ellos la regulación de la sociedad civil.

Con el desarrollo de los medios, la “esfera pública” ha sido replanteada por la presencia de masas urbanas en la escena social. La visibilidad de estas plantea transformaciones en la política pública, que de ser un asunto meramente del estado se convierte en un asunto de comunidad, en un asunto público.

Esta visibilidad de los grandes grupos va a ² Habermas denomina, burguesía ilustrada al grupo de profesionales integrados por la alta burocracia, letrados, médicos, clero, intelectuales, etc. Que constituían el conjunto reflexivo de las sociedades de los siglos XVIII y XIX. El autor sostiene que este grupo de individuos abrieron los espacios para la discusión de los asuntos que les interesaban sobre la administración de lo público: así como la difusión de las ideas de la época.

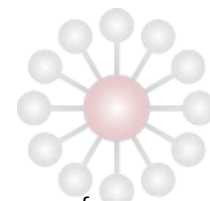
plantear un nuevo escenario en la esfera pública. La conformación de espacios en donde la cultura de masas articula los movimientos de lo político – público con la cobertura principalmente de la prensa.

Con el surgimiento de esta esfera pública burguesa, y con la llegada de estos grandes grupos al escenario, Thompson (1998) retoma a Habermas(1981) para establecer que al surgimiento de ésta se da especial importancia a la aparición de la prensa periódica; esta prensa brindó un nuevo foro, afirma Thompson (1998), para el debate público.

Es en esta lógica, en la que Habermas (1981) plantea que, con la prensa en la “esfera pública” se van a conectar dos discursos: el privado y el público por medio del debate entre ideología, la lucha por la hegemonía y la propaganda que “cubre” como si fueran de interés público los intereses privados.

Entre el dominio de la autoridad pública o el Estado, de un lado, y el dominio privado de la sociedad civil y de la familia, del otro, surgió una nueva esfera de “lo público”: una esfera pública burguesa integrada por individuos privados que se reunían para debatir entre sí sobre la regulación de la administración civil y la administración del Estado (Thompson, 1996: 84).

La esfera pública burguesa, de acuerdo con Habermas (1981) se asentó en una red de cafés y salones en donde la clase social emergente se reunía a discutir sobre política y economía, así como de ciencia y filosofía. Y es que en este espacio público burgués la discusión racional de los asuntos públicos fue la marca distintiva, discusión apuntalada y alimentada por los periódicos ideológicos que incluían comentarios políticos y sátiras. Para Habermas, la forma en



que se fue dando la discusión en esta esfera fue condicionando paulatinamente la misma constitución de los Estados burgueses, que siguió durante todo el s. XIX

Sin embargo, la esfera pública (en sus características específicas) no perduraría más allá del siglo XIX. La creciente intervención del Estado buscó llegar con su poder a cada parte del tejido social y al mismo tiempo reguló la vida social en su conjunto y la mercantilización de los periódicos. Sólo quedará, en la concepción de Habermas, la publicidad como principio crítico, como lugar en el que las opiniones personales de individuos privados pueden desarrollarse en un espacio público.

Algunos autores (Thompson, 1996) han sugerido, a diferencia de Habermas, la existencia de un espacio público de otro tipo que no puede subsumirse en una esfera burguesa vaciada de contenido, sino que posee una identidad propia.

En esta lucha surge la figura de la opinión pública, entendida por Habermas (1981) como la acción que se oponía a la práctica del secreto, referente del Estado absolutista. La opinión pública será después un derecho del público a debatir las decisiones políticas, construyendo el debate ciudadano. Es esta figura, el espacio, en donde se articula la sociedad civil y la sociedad política, forma la base para el conflicto y el consenso, pieza fundamental del planteamiento de Habermas (1981) al referirse a la conformación de la esfera pública.

El “espacio público”, que con mucho desborda el campo de interacción definido por la comunicación política, es el marco “mediático” gracias al cual el conglomerado institucional y la parte tecnológica, propia de las sociedades contemporáneas, son capaces de presentar a un “público” los múltiples

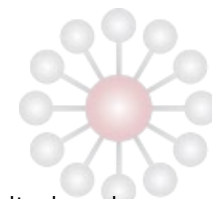
aspectos de la vida social.
XV ENCUENTRO NACIONAL CONEICC

El nuevo espacio público sería así una esfera definida en parte por la mediatización. Lo que trae como consecuencia que la audiencia y los espacios sean cada vez más difíciles de limitar y delimitar. Esto quiere decir que, un tema determinado cobra carácter público, a partir de su colocación en la prensa.

En este sentido, es evidente que la concepción de espacio público defendida por Habermas (1981), centrada en el diálogo racional de los actores, en igualdad de condiciones de reciprocidad, no se ajusta a este nuevo espacio público mediático. Sostiene Thompson (1996) que: con el desarrollo de los medios de comunicación, el fenómeno de la publicidad se ha desvinculado del hecho de la participación en un espacio común. Se ha des-espacializado y ha devenido en concebirse como no-dialógica, a la vez que se ha vinculado crecientemente a la clase específica de visibilidad producida por los medios de comunicación y factible a través de ellos (Thompson, 1996: 95).

Habermas (1981) por su parte observa que aquella esfera pública que surgió con la entrada en la política de los grandes grupos, se han ido, borrando los límites entre el Estado y sociedad. Por tal motivo, ha entrado en crisis la esfera pública y es necesario rediscutirla, argumentar cuál ha sido el motivo de este rompimiento de los límites y hacia dónde se ha dirigido el debate sobre lo público y sus fronteras con lo privado. Esto es, quién lleva la pauta en la construcción del discurso que se debate en las instancias lo público.

La crisis de la esfera pública, ha sido el detonante para que los individuos regresen a sus espacios de privacidad, esta crisis apunta hacia una transformación de las relaciones sociales. Beck (1998) plantea que estas transformaciones han llevado a configurar una sociedad en la que



dicha transformación amenaza a las grandes instituciones que la modernidad convirtió en la fuente del sentido de lo público.

Esfera pública y democratización en Querétaro.

Para el análisis, se trabajaron notas informativas que constituyen los discursos que son reproducidos por la prensa de la ciudad de Querétaro. Estas ideas que están en circulación permiten ubicar quienes son los actores que dominan el discurso que circula en la esfera pública de Querétaro. Esto es relevante pues lo que se pretende analizar es como está configurada la esfera pública y que actores construyen el discurso hegemónico que no ha permitido la democratización de la esfera pública queretana.

Para realizar el análisis se eligieron los cuatro periódicos de circulación diaria en la entidad. La elección de la prensa como marco de referencia obedeció a la composición de las notas. En la estructura del texto escrito y en la posibilidad de que en las notas de prensa puede ser más claramente observada los actores y la orientación editorial que pudiera existir en un momento dado por parte del medio.

El análisis se está concentrando en la primera plana e interiores de la sección de información política de los cuatro diarios que circulan con información local en la ciudad de Querétaro.

El periodo de análisis está comprendido desde marzo a agosto de 2009. Para realizar la recuperación de las noticias se empleó en primer momento un calendario aleatorio de lunes a viernes en la modalidad de semana compuesta (lunes de una semana, martes de la siguiente, etc.) esto debido a que aún no arrancaba propiamente el calendario electoral. Una vez que este inició con los procesos de selección de candidatos se recuperaron los diarios de lunes a viernes hasta que finalizó el proceso electoral.

Adicional a esto se estableció el criterio de “acontecimientos especiales” para fechas fuera del calendario establecido. Principalmente para noticias que fueran relevantes principalmente en fines de semana.

Para el análisis es necesario establecer quiénes son los actores que aparecen como protagonistas de las noticias. Quienes producen la información seleccionan a quienes son las fuentes y éstas son las que formulan una parte del discurso publicado, la otra parte es la interpretación (tratamiento informativo) que el medio realiza de lo señalado por el sujeto – fuente o el hecho que es relatado. Por tal situación en un apartado se destacará quién es el origen o el actor que protagoniza la información analizada.

Para hacer representativo el análisis se estableció una agenda de temas concretos que refieran en el discurso periodístico analizado a asuntos relevantes de la agenda pública y que fueran de importancia en el contenido de las noticias.

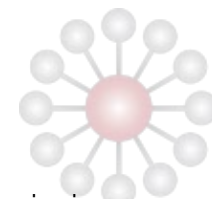
Temas establecidos:

- a) Desarrollo de Infraestructura
- b) Participación social
- c) Manejo de los recursos públicos

Desglose por temas.

Desarrollo de Infraestructura. En este tema se eligieron todas las notas en donde se hablara de desarrollo urbano, vivienda, caminos, obra pública. No solamente que los actores políticos refirieran discursivamente sobre el tema; sino también otros actores de la sociedad civil expusieran demandas respecto de la necesidad de obras.

Participación Social. Aquí se eligieron las noticias que hablaran principalmente de la sociedad civil o que invitaran a la toma de decisiones. Durante el proceso electoral el principal tema en donde se aludía a la participación social fue el llamado al “voto nulo”.



Manejo de los Recursos Públicos. Fue tema de debate durante el proceso electoral y en las semanas posteriores. Principalmente en el gasto de los partidos políticos durante las elecciones que tuvieron lugar en julio.

Con estos tres temas se puede sostener la idea de que la práctica del discurso en la prensa implica transformaciones de textos originales, una conferencia de prensa, una entrevista, un mitin; en un artículo. El texto es probable que haya pasado por una serie de versiones y revisiones. En este sentido, es un discurso reproducido ya que se transformó en una cadena de acontecimientos vinculados a un proceso institucional. La práctica del discurso periodístico, bajo esta idea, es compleja, en el sentido de que articula características del discurso de la fuente con las características del discurso “objetivo” de la prensa y el discurso del consumo.

Con esta separación se obtuvo el siguiente corpus de noticias:

Tabla 1
Número de noticias para el análisis

Periódico	Número de noticias
Diario de Querétaro	150
Noticias	129
AM	60
El Corregidor	42
Total	381

Fuente: Elaboración Propia

periodo seleccionado, esto se realizó para ubicar quienes son los actores que reciben más cobertura y establecer una primera aproximación a quienes dominan los espacios noticiosos en la prensa local. Para ello se dividió por meses la siguiente tabla en el espacio menciones se contabilizó las veces que aparecía el actor y en espacio, si era interiores o en primera plana. La cobertura al gobierno (estatal o municipal) y la legislatura decrecieron

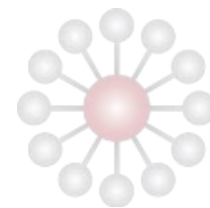
considerablemente en los meses de mayo y junio en tanto que la información relacionada con partidos políticos y organismos públicos autónomos creció en este periodo.

El conteo es un promedio de menciones en función de las notas publicadas. De acuerdo a como se realizó la selección de las notas aparece una nota diaria de los actores gubernamentales, en tanto que de organismos de la sociedad civil y ciudadanos no identificados con partidos o con ONG son realmente escasas. Esto puede dar una idea de cómo está desequilibrada la cobertura de noticias. Y ayuda para sostener el argumento de que los medios, en este caso la prensa escrita de la ciudad de Querétaro, solo cubre una parte de los debates que se generan en la esfera pública.

Al ser un periodo electoral, y a pesar de no ser objetivo de la investigación conocer a qué candidato se le otorgó mayor espacio en la prensa de la ciudad de Querétaro, se realizó el conteo relacionado con este tema, solo para tener un dato extra entorno a quién se reunía la mayor cantidad de espacios noticiosos. Las prácticas a las cuales hace referencia el discurso. Los actores siempre aparecen en las notas con la posición que manejan. “candidato a...”; “presidente de...”; “secretario de...” Y bajo esta lógica utilizan todos los recursos discursivos para sostener sus argumentos.

Queda de manifiesto en las notas que esta posición es importante al momento de enfatizar la información. Es decir, no es lo mismo que la referencia se haga al candidato o al gobernador que a un miembro de la sociedad civil.

En la noticia simplemente se reproduce lo que el actor político dice. Los periódicos intervienen en la ubicación de la nota en el cuerpo del periódico.



Que si bien dice mucho, el protagonista es el mensaje y quien lo dice.

Cada actor político establece las estrategias discursivas sobre las cuales construye los mensajes. Es significativo leer en la notas los posicionamientos desde donde se lleva a cabo la lucha por la hegemonía.

En las notas revisadas es evidente que la lucha se da en la búsqueda por las posiciones de gobierno y encontrar en la población legitimidad a sus prácticas. Cada actor al momento de hacer referencia a sus perspectivas, utiliza argumentaciones para hacerse con el control del discurso. Sin embargo llama la atención que son los argumentos semejantes. Solo que dichos de diferente manera; y ubicados en distintas páginas de los periódicos.

El peso de la lucha por la hegemonía se lo llevan los actores políticos. Es poco común que la sociedad civil organizada o dependencias públicas autónomas establezcan temas de discusión.

Se considera que la prensa tiene muy claro a quien dar espacio y qué tipos de espacio dar a cada uno de los actores sociales. Esto es significativo porque si estamos hablando de proceso de democratización, la prensa debiera ser uno de los espacios más abiertos al debate, e incluso promoverlo. Sin embargo, a pesar del ímpetu de apertura de los años noventa e inicios del S. XXI, hoy en día es cada vez más difícil encontrar un espacio para debates más allá de los actores políticos. La negociación de los significados, en este sentido, queda claro que se da entre los actores políticos y la prensa. A partir de ellos se construye el discurso que se publica en la prensa.

Conclusiones

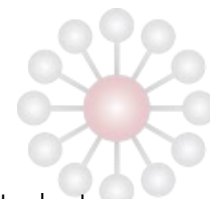
Comprender los procesos de democratización en las regiones del país supone en principio analizar los cambios que ha supuesto en México el tener elecciones competidas por un lado y por otro la necesidad de los nuevos gobiernos de diferenciarse de los gobiernos del PRI.

México hoy en día presenta mayor pluralidad política. Aunque esta no parezca haberse traducido aún en una democratización real toda vez que los patrones imperantes históricamente persisten sobretodo en prácticas políticas, económicas o sociales.

La ciudad de Querétaro es actualmente una de las ciudades con índices de crecimiento económico y de población más altos del país. A lo largo de distintos momentos históricos la sociedad queretana ha sufrido cambios, sin embargo hay aspectos que al parecer han quedado inmóviles no obstante la serie de transformaciones que son visibles.

A nivel político el cambio más importante de los últimos años tuvo lugar en 1997 cuando un partido político de oposición ganó la alcaldía y el gobierno del estado. Este hecho consolidó una serie de cambios que ya venían de tiempo atrás con la llegada de organismos y personalidades a la vida política y económica tanto de la ciudad como del estado.

Pero aún quedan sectores en los cuales pareciera que estos cambios no hubieran tenido lugar. La prensa es uno de ellos. Con una ciudad en constante crecimiento económico y de población. La oferta periodística continuaba siendo la misma que en los años setenta. En la revisión hecha para el contexto sociohistórico se encuentra que la colusión entre la prensa y los poderes han pasado



de acuerdos políticos a una subordinación a los intereses económicos. Esto pone de manifiesto que, a pesar de la apertura política, del proceso de democratización en el cual se encuentra el país, la prensa escrita continúa siendo un sector rezagado. Señala Lawson (2002) que existe una apertura paulatina que ha modificado el quehacer de los medios. A nivel nacional hay muestras de ello. En el caso de Querétaro también hay aspectos a destacar como el de las coberturas en las campañas electorales o los espacios partidos de oposición u organismos de la sociedad civil. Sin embargo, la forma en como es cubierta esta información y en como es reproducida, interpretada y publicada esta información permite observar que todavía queda camino por recorrer para hablar de una auténtica democratización en la prensa.

Cuando se llevó a cabo el análisis de la información se encontró que existen en ocasiones los mismos discursos en diferentes prensas. Es decir notas informativas, casi iguales, relatando los mismos hechos, con casi los mismos énfasis. Cuando el lector se imaginaria encontrar lecturas diferenciadas de un mismo hecho, se lleva la sorpresa de que la información es la misma o casi la misma. En este sentido se puede sostener la idea de que la prensa en la ciudad de Querétaro reproduce el discurso de las fuentes, sirve de vehículo para la consolidación del discurso hegemónico.

En lo que respecta a la forma de las notas, es prácticamente un relato de lo que señalan los actores. Lo que se puede leer es una reproducción discursiva. El periodista recoge lo que su fuente declara y lo expone en el formato de nota informativa. Los periódicos ofrecen a sus lectores una serie de notas construidas acríticamente. Dando más espacio a actores miembros de partidos políticos o de funcionarios gubernamentales y menos

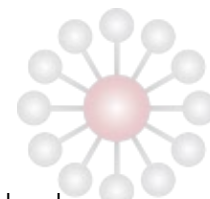
espacio para organizaciones civiles. Esta lectura que se ha adjetivado como acrítica, refiere a la falta de claridad en las líneas editoriales. En los cuatro periódicos no se puede establecer claramente a partir del discurso publicado en sus notas cuál es la línea editorial del periódico.

Esto no es nuevo si revisamos la historia de la prensa en la ciudad de Querétaro. En el anecdotario de las fundaciones de los diarios en Querétaro, casi todos han surgido en procesos electorales o para apoyar la candidatura de algún personaje de la política a algún cargo de elección popular, casi siempre gobernador del estado.

En este sentido, puede establecerse como una línea de debate el posicionamiento entorno a afirmar que los medios son el área más atrasada del proceso de democratización. Esto puede argumentarse señalando que en la prensa de la ciudad de Querétaro, hay una discusión parcial respecto de los asuntos públicos. El discurso hegemónico, puesto en común por los poderes político y económico, es el que domina las páginas de los diarios. Si regresamos a los planteamientos de Dahl, O'donnell y Schmitter, los medios, en particular la prensa queretana, no otorga los espacios, ni permite la apertura a negociar otras significaciones en sus páginas. La prensa refleja un pequeñísimo espacio de los debates que tienen lugar en la esfera pública.

Respecto a los temas seleccionados efectivamente aluden a democracia, son el pretexto, al menos durante procesos electorales, para hacer mención a los ofrecimientos de los candidatos que buscan el voto o buscar cargos de elección popular. Aspectos distantes del significado a nivel normativo que tiene el concepto democracia.

Si bien, no se buscaba que existieran señalamientos a nivel normativo. A partir del proceso de democratización se pensaría que la



prensa destinara espacios a otros grupos de tal forma que se enriqueciera el debate público. De esta manera al hablar de democracia existieran distintas voces que ampliaran la discusión respecto de determinados temas.

Al momento de hacer la revisión de los textos periodísticos, establecidos en esta investigación como discursos, se establecieron los actores más mencionados en las notas. Al estar inmersos dentro del inicio de un periodo electoral y durante el periodo electoral, la mayoría de las notas estaba enfocada hacia procesos de elecciones y ofertas de campaña. Esto de alguna manera pudo sesgar los discursos, sin embargo se considera una ventaja puesto que en el común de la lectura cotidiana, el concepto democracia está asociado a elecciones. En la teoría evidentemente esto no es así. Partiendo de este punto se leyeron los discursos con esta claridad. No se trató de asociar elecciones – democracia – discurso. Sino analizar la negociación que se establece en el producto informativo de la forma en cómo, a partir de los temas establecidos, se conforma un significado de democracia.

La construcción discursiva y la articulación de los discursos, se puede analizar el papel del lenguaje en los procesos sociales. Las noticias analizadas permiten conocer las articulaciones hegemónicas que se dan continuamente en las publicaciones de prensa. Los discursos que la prensa reproduce han permitido la consolidación de ciertas prácticas sociales y la conformación de poderes hegemónicos que, a partir del discurso logran sostenimiento y legitimación. En los años del PRI se legitimaban las prácticas políticas y ahora, a partir de los acuerdos económicos, se legitiman procesos de otro tipo. Pero lo que prevalece es el discurso hegemónico.

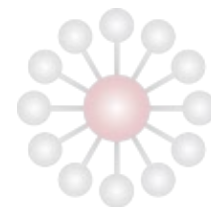
Como señala Lawson (2002) en México ha habido

una paulatina apertura en los medios. De hecho en Querétaro, como se ha señalado, la prensa creció pasando de dos a cuatro diarios, llegaron en 2002 AM y en 2003 El corregidor. Lo que en un momento pudo significar más espacios para otros actores sociales. Pero, salvo el caso de AM que en algún momento tuvo roces con los poderes político y económico. Ambos casos se han ido adecuando a reproducir las prácticas de producción informativa y de reproducción discursiva.

Finalmente quienes siguen teniendo el control de debate, al menos en la prensa local de la ciudad de Querétaro, son los poderes económico – político. Si Querétaro como se piensa es un botón de muestra del entorno nacional, se puede suponer que en el proceso de democratización del país, sigue como agenda pendiente la apertura de espacios en los medios de difusión. Lo que se ve publicado son sólo reproducciones de un discurso producido por otros y no se lee en ningún espacio de prensa debates que se pudiera pensar enriquezcan a la esfera pública. El discurso de la prensa sigue en buena medida supeditado a negociaciones de poder. Lo cual se refleja en los textos periodísticos.

Referencias Bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt (2002) En busca de la Política, México: FCE
- BAZ, Margarita (1999) La entrevista de Investigación en el campo de las subjetividades en Jaidar, Isabel (comp.) Caleidoscopio de subjetividades. México: UAM - Xochimilco
- BECK, U., (1998) La sociedad del riesgo. Barcelona: Paidós
- BERKOWITZ, Dan (ed.) (1997) Social meanings of news. A text reader. California, USA, SAGE.



BOBBIO, Norberto (1997) Diccionario de Política, México: Siglo XXI

BOURDIEU, Pierre (1984) Sociología y Cultura, México: Grijalbo - CONACULTA

_____ (1997) Sobre la Televisión, Madrid: Anagrama

BORRAT, Héctor (1989) El periódico, actor político. Barcelona: Gustavo Gili.

CHALABY, Jean, K. (1998) Political communication in presidential regimes in non-consolidated democracies, en Gazette, Vol. 60 n. 5

CORRAL, Gabriel A. (2006) Análisis de las prácticas periodísticas en la ciudad de Querétaro. Tesis de Maestría en Comunicación UDG

CRICK, Bernard (2002) Democracy. A very short introduction. Oxford, UK: OUP

CURRAN, James (et. al) (2009) Media System, Public Knowledge and Democracy. European journal of communication Vol 24(1): 5–26. SAGE Publications.

DALH, Robert (1993) La democracia y sus críticos, Barcelona: Paidós

_____ (1989) La Poliarquía. Participación y oposición. Madrid: Tecnos.

DÍAZ, Ana (2002) Democratización y Alternancia. Encuesta de actitudes y orientaciones políticas de los ciudadanos en Querétaro, México: UAQ, UDG, IEQ

DUQUETTE, Michel (1999) Building new democracies. Toronto. University of Toronto Press

DUVERGER, Maurice. (1996). Métodos de las Ciencias Sociales. Ed. Ariel Sociología, Barcelona
 ERMAN, Eva (2009) What is wrong with agonistic pluralism? Reflections on conflict in democratic theory. Philosophy & social criticism. vol 35 no 9.

Sage publications

ESCOBEDO, Juan Francisco (coord.) (2001) El cambio en la comunicación, los medios y la política. México: Fundación Manuel Buendía.

ESPINO, Germán (2003) El Crack del 97. Querétaro: UAQ - IEQ

FUENTES, Raúl, (2007) La investigación sobre comunicación y democracia en México: Algunas reflexiones en busca de las Claves, en Vega, Montiel, Repoll (coords.) Las claves necesarias de una comunicación para la democracia, AMIC - UJAT

DE LEÓN, Salvador. (2003). La construcción del acontecer. Análisis de las prácticas periodísticas. México: UAA, U. de G., CONEICC.

DEMERS, Francois & Lavigne, A. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. En Comunicación y Sociedad, No. 7, nueva época.

FAIRCLOUGH, Norman (1995) Media discourse. London, UK. Hodder Arnold.

FINLAYSON, James Gordon (2005) Habermas. A very short introduction. Oxford, UK: OUP

FREEDEN, Michael (1996) Ideologies and political theory: a conceptual approach. Oxford, UK: OUP

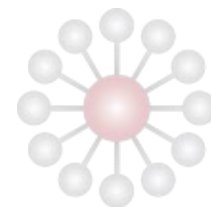
GASCA Martín y Ma. Eugenia Gómez Vargas (comps) (2007) Análisis del discurso. Perspectivas diversas. México: CELE - UNAM

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999) Imaginarios Urbanos. Buenos Aires, EUDEBA

GRAMSCI, Antonio (1971) Cuadernos de la Cárcel. México: ERA

CHAM Gerardo (2003) Teoría del Discurso (estrategias periodísticas) Guadalajara: UDG

HABERMAS, J. (1981) Historia y crítica de la



opinión pública. La transformación estructural de la vida pública, México: Gustavo Gili

_____ (1996) *Between facts and norms*. Boston: MIT

_____ (2006) *Political Communication in Media Society: does Democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research*.

HERNÁNDEZ Ma. Elena (1992) ¿Qué son las noticias? en *Comunicación y Sociedad* enero – agosto 1992 Guadalajara: UDG

_____ (2006) La Permanente reinención del Periodismo. En *Comunicación y Sociedad* No. 6, nueva época.

IBAÑEZ, Jesús. (1986). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnica y crítica*. Madrid: Siglo XXI

IDOIAGA, Petxo, et.al (2002) *Al filo de la (in) comunicación. Prensa y conflicto Vasco*. Madrid: Ed. Fundamentos.

KRIPPENDORF, Klaus (1997) *Metodología del análisis de Contenido. Teoría y Práctica*. Barcelona. Paidós

LACLAU, Ernesto y Chantal Mouffe (1985) *Hegemony and Socialist Strategy*. London, UK: Verso.

LACLAU, Ernesto (1990): *New Reflections on the Revolution of Our Time*. London, UK: Verso.

_____ (ed.) (1994) *The Making of Political Identities*. London, UK: Verso.

_____ (1996): *Emancipation(s)*. London, UK: Verso.

LAWSON, Chappel H. (2002) *Building the fourth estate. Democratization and the rise of a free press in México*. California, US: University of California Press.

LEMIEUX, Vincent (1998) *Un modelo comunicativo de la política en Gauthier Gilles et. al. (comps) comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.

LEÓN y Ramírez, Juan Carlos (2004) *La construcción de espacios públicos en la democracia*. México: UAEM

LÖFFELHOLZ, Martin and David Weaver (eds.) *Global journalism research*. Oxford, UK. Blackwell publishing.

MIDDELEBROOK, KEVIN (2004) *Dilemmas of political change in Mexico*. London, UK: Institute of Latin American Studies

MILLER David (2003) *Political philosophy. A very short introduction*. Oxford, UK: OUP

MINOGUE Kenneth (1995) *Politics. A very short introduction*. Oxford, UK: OUP

MONGIN, Oliver (2006) *La condición urbana*, Buenos Aires: Paidós

MORLINO, Leonardo (2005) *Democracias y democratizaciones*, México: Cepcom.

MOUFFE, Chantal (ed.) (1992) *Dimensions of radical democracy: pluralism, citizenship, community*. London: Verso.

_____ (2002) *Politics and passions. The stakes of democracy*. London: Centre for the study of democracy. University of Westminster.

_____ (2009) *Democracy in a multipolar world*. Millennium - Journal of International Studies 2009; 37; 549 SAGE publications.

NEGRINE Ralph y James Stanyer (eds) (2007) *The political communication reader*. Oxford, UK: Routledge.

NORRIS, Pippa (2000) *The news media and democracy & a virtuous circle?* en *ibid. A virtuous circle. Political Communications in Post Industrial Societies* Cambridge University Press. Cambridge

O'DONNELL, Guillermo, Schmitter, Philippe



(1994) Transiciones desde un gobierno autoritario, Barcelona: Paidós

RONCAGLILOLO, R. (2005) La democratización de la democracia, en Álvarez (ed.) Comunicación, Democracia y ciudadanía, CICOM, Escuela de Comunicación, Universidad de Puerto Rico, San Juan (Río Piedras)

ROSITI F. (1981) La investigación sobre la información periodística, en Derecho a la información y manipulación televisiva. Trieste: Cosul Trieste.

ROSPIR, Juan Ignacio (1999) La globalización de las campañas electorales, en Muñoz Alonzo, Alejandro y Rospir, Juan Ignacio (eds.) Democracia Mediática y campañas electorales, Barcelona: Ariel

SARTORI, Giovanni (1988) Teoría de la democracia, Madrid: Alianza

_____ (1998) Homo Videns La sociedad Teledirigida. Madrid: Taurus

SIERRA, F. (1998). Función y sentido de la entrevista cualitativa en investigación social. en J. Galindo (coord) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación, Addison Wesley Longman, México.

SINGER, Jane B. (2009) Separate Spaces. Discourse about the 2007 Scottish elections on a national newspaper web site. International Journal of press/politics V.14 n. 4 October 2009

THOMPSON, John B. (1993) Ideología y Cultura Moderna. México: UAM

_____ (1998) Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

TORFING, Jacob (1999) New Theories of Discourse: Laclau, Mouffe and Žižek. Oxford UK: Blackwell Publishers.

TUCHMAN, G (1972) Objectivity as strategic ritual: An examination of newsman notions of objectivity, American Journal of sociology Chicago: The University of Chicago Press

_____ (1978) Making news: A study in the construction of reality. New York: The Free press.

VAN DIJK, Teun (comp.) (2000) El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso. Una introducción multidisciplinaria. Barcelona: Gedisa

VON SCHOMBERG, Rene and Kenneth Baynes (eds) (2002) Discourse and democracy. Seáis on Habermas's between facts and norms. New York, USA. SUNY.

WETHERELL, M, Taylor, S, Yates S. (2001) Discourse as data. A guide for analysis. London, UK. Sage publications; The Open University.

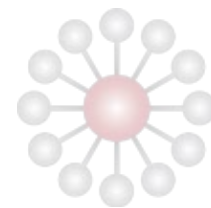
WIMMER y Dominick (2001) Introducción a la investigación de los medios masivos de comunicación. México: Thompson

WHITEHEAD, Laurence (1997) The vexed issue of the meaning of "democracy" in Journal of political ideologies. Volume 2 number 2 june 1997. Oxford, UK: Carfax

_____ (2003) Democratization Theory and Practice. Oxford, UK: OUP.

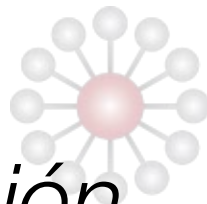
WOLDENBERG, José (2004) La Calidad de la Democracia en www.javiercorral.org

WOLTON Dominique. (1998). La comunicación política: construcción de un modelo. En Ferry et al, El nuevo espacio público. Barcelona: Gedisa.



SOBRE EL AUTOR

Gabriel A. Corral Velázquez. Profesor de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Querétaro. Licenciado en Periodismo por la Universidad Autónoma de Querétaro (México). Maestro en Comunicación por la Universidad de Guadalajara (México) Realizó estancia de investigación como Recognised Student en el Latin American Centre (University of Oxford. UK) Actualmente realiza estudios de Doctorado en Estudios Científico Sociales en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (Guadalajara, México)



Estrategia de comunicación para fomentar el derecho de acceso a la información

Miriam Carrillo Ruiz
Santa Isabel Camarillo Reyes
BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

Resumen

Hablar de Transparencia y Acceso a la Información Pública, es hacer alusión a un derecho ciudadano, a un derecho humano; a un derecho democrático por excelencia, que puede ser ejercido por cualquier persona.

Actualmente en las Leyes de Acceso a la Información Pública Gubernamental, tanto en el ámbito federal como en el estatal, se establecen entre sus objetivos: “contribuir a la democratización de la sociedad y a la plena vigencia del Estado de Derecho”. ¿Cómo un instrumento jurídico per se puede contribuir a la democratización de este país? Invariablemente esto no sucedería si no existe el conocimiento, la difusión necesaria y sobre todo si no se convierte justamente, en eso, en una herramienta en beneficio de la utilización y la materialización del ejercicio del derecho de acceso a la información.

La presente ponencia tiene como objetivo dar a conocer los resultados de una investigación, en la cual se diseñó una estrategia de comunicación para fomentar el derecho de acceso a la información, integrada por una serie de herramientas de comunicación y mensajes clave. Siendo el público meta los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP).

Palabras clave:

Estrategia - Comunicación - Derecho - Información - Democratización.

1. Las leyes de acceso a la información pública gubernamental

1.1 Instrumentos democratizadores de la sociedad mexicana

Actualmente en las Leyes de Acceso a la Información Pública Gubernamental, tanto en el ámbito federal como en el estatal, se establecen como objetivos

de las mismas. “Contribuir a la democratización de la sociedad mexicana y la plena vigencia del Estado de derecho”, concretamente en los artículos 4 fracción VI, y 1 fracción III; respectivamente.

Si bien es cierto, el proceso de liberalización política iniciado en México, desde hace más de veinticinco años, no ha logrado concluir en la instrumentación



normativa e institucional claramente democrática sí generó un aumento significativo en la contestación y en la participación política y social.

Uno de los primeros cambios a las reglas formales del juego político desde los años 40, se introdujo con la reforma política de diciembre de 1977. Ésta se convirtió en la primera respuesta correspondiente al nuevo diseño institucional y político para liberalizar al régimen, pero sin exponerlo al riesgo de la democratización intensiva. No obstante que desde 1977 se agregó al artículo 6 constitucional el apartado siguiente: “el derecho a la información será garantizado por el Estado”; en el curso de un cuarto de siglo no cambiaron de manera significativa las relaciones entre los ciudadanos, los medios y el Estado. La adición constitucional no modificó las relaciones de poder y el despliegue de las pautas autoritarias en el campo de los medios y el ejercicio de las libertades de expresión, prensa e información.

Sin embargo, el proceso del cambio político del país ha generado un nuevo horizonte de acción y participación, hasta hace muy poco impredecible y poco probable, como aquellas que implicaron la articulación del Grupo Oaxaca, y en consecuencia el surgimiento de las Leyes de Acceso a la Información Pública Gubernamental en nuestro país.

Pues aún, no se han desterrado la existencia de ciertas pautas autoritarias de la sociedad mexicana.

La emergencia de una ciudadanía crítica, vigilante y participativa es una buena señal, pero aún débil. La cultura democrática se abre paso con dificultad porque su expresión y socialización requiere de ciudadanos bien

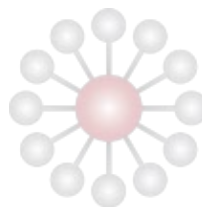
informados, autoridades cuyas acciones y decisiones se hagan públicas, poderes que se encuentren limitados por la legalidad, respeto a los derechos humanos y libertades públicas. (Escobedo 2001:26)

Y entonces, nos cuestionamos ¿Cómo un instrumento jurídico per se puede contribuir a la democratización de este país? Invariablemente esto no sucedería si no existe el conocimiento, la difusión necesaria de dicho instrumento jurídico y sobre todo si no se convierte justamente en eso, en una herramienta en beneficio de la utilización y la materialización de nuestro ejercicio del derecho de acceso a la información.

Si esto no se logra, entonces las leyes de acceso a la información pública gubernamental se convertirían en letra muerta, pues sólo un porcentaje mínimo de la población, podría tener acceso a la información y en consecuencia la toma de decisiones sustentada en información fidedigna se vería muy limitada o sería casi nula.

Si bien es cierto, no podemos negar que los instrumentos jurídicos, como cualquier acto humano siempre serán perfectibles, y que en algunas ocasiones ha habido notorias resistencias porque en esencia sus disposiciones recojan el ánimo y el espíritu de ser reales instrumentos que prioricen el principio de máxima publicidad, también lo es, que la existencia de las leyes de transparencia en nuestro país implica un avance significativo.

Ahora lo que hace falta, es que la sociedad conozcamos dichas leyes, las utilicemos, las hagamos nuestras, que dimensionemos la importancia de tomar decisiones sustentadas



en información fidedigna, que aquilatemos los beneficios obtenidos por la utilización de estas, logrando una participación efectiva en donde como sociedad seamos capaces de dialogar, cuestionar y aportar soluciones a la construcción democrática de nuestro país.

Es en este contexto donde halla importancia el diseño de una estrategia como la que se presenta, pues los estudiantes universitarios son un sector que puede contribuir desde diferentes trincheras a fortalecer la vida democrática de nuestro país.

2. La estrategia de comunicación

2.1 De la metodología

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo Generar una estrategia de comunicación, encaminada a fomentar el ejercicio del Derecho de Acceso a la Información Pública en los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación de la BUAP.

Para lograr dicho cometido, se realizaron una serie de procedimientos que permitieron acercarnos al objeto de estudio. Para ello, de una población de 784 alumnos de la generación 2005 a la 2009, incluyendo la modalidad del sistema escolarizado y semiescolarizado, se seleccionó una muestra representativa, que se determinó mediante la siguiente fórmula tomada en Hernández, R., Fernández, C. & Baptista P. (2004):

$$n = \frac{n'}{1 + n'/N}$$

$$n' = \frac{s^2}{\sigma^2}$$

Entendiéndose que:

σ^2 es la varianza de la población respecto a determinadas variables.

s^2 es la varianza de la muestra, la cual podrá determinarse en términos de probabilidad como $s^2 = p(1 - p)$

se es error estándar que está dado por la diferencia entre $(\mu - \bar{x})$ la media poblacional y la media muestral.

$(se)^2$ es el error estándar al cuadrado, que nos servirá para determinar σ^2 , por lo que $\sigma^2 = (se)^2$ es la varianza poblacional.

Con una población de 784 alumnos de la FCC de la BUAP, se estableció un error menor de 0.015, y el 90% de confiabilidad, se desprende lo siguiente:

$$N = 784$$

$$se = 0.015$$

$$\sigma^2 = (se)^2 = (0.015)^2 = 0.000225$$

$$s^2 = p(1 - p) = 0.9(1 - 0.9) = 0.09$$

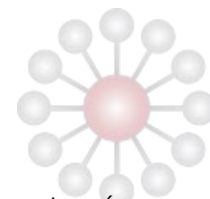
$$\text{por lo que } n' = \frac{s^2}{\sigma^2} = \frac{0.09}{0.000225} = 400$$

$$n = \frac{n'}{1 + n'/N} = \frac{400}{1 + 400/784} = \frac{400}{1.510204082} = 264.8648648$$

En consecuencia, se aplicaron 265 encuestas en la licenciatura de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP. El cuestionario incluyó un total de 33 preguntas, de las cuales 28 preguntas fueron cerradas y 5 abiertas.

Para la decodificación de las preguntas cerradas se les asignó un valor en la siguiente escala Likert:

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Medianamente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
5	4	3	2	1



Cabe señalar que en las preguntas abiertas hubo palabras que se repitieron por orden de mención, por lo que se le asignó un valor y un color (subrayado en cada pregunta) esto con la finalidad de identificarlas rápidamente y para mayor practicidad a la hora de efectuar el vaciado de datos.

Ejemplo:

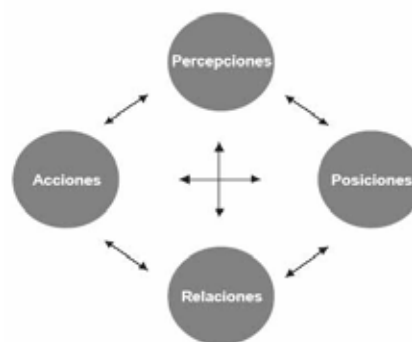
¿Qué otros medios alternativos sugerirías para difundir las acciones que formarían parte de la estrategia de comunicación?

- Medios visuales: Televisión, carteles(1)
- Medios escritos: Prensa escrita, periódicos, gacetas, boletín, revistas (2)
- Medios auditivos: Radio, (3)
- Medios electrónicos: Internet, correo, blog, facebook, redes sociales, twitter, etc. (4)
- Medios alternativos: Obras de teatro, representaciones en clase, cómics, tareas(5)

En términos generales para el análisis de resultados, se empleó el programa estadístico Excel o también conocido como “hojas de cálculo”, asimismo el programa denominado Megastat, los cuales permitieron la creación de gráficos, histogramas, frecuencias, ojivas, etc.

Una vez analizados los datos, se procedió al diseño de la estrategia de comunicación. Tomándose en cuenta una de las herramientas de gestión estratégica planteada por Manucci (2008: 3-43), el Modelo de los cuatro círculos, que permite mantener una dinámica en el abordaje de los problemas sin perder un orden metodológico en el proceso. El esquema está conformado por cuatro círculos que asemejan a un rompecabezas dinámico, lo que trae consigo que se busque redefinir una mirada del contexto ampliando la identificación de actores y condicionantes del proceso, definir perspectivas de intervención que trasciendan la proyección lineal del pasado,

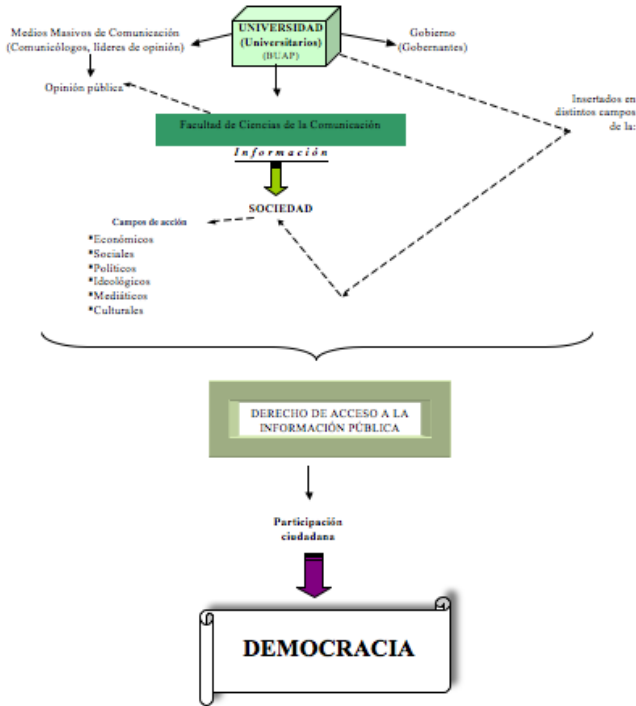
integrar recursos actuales y potenciales a través de una red operativa y generar alternativas de acción, optando por aquellas que más valor tienen para el contexto en el que se están formulando las acciones.



En el gráfico se pueden observar 4 círculos, los cuales se complementaron de la siguiente manera:

Percepciones: (Límites de espacio de intervención). El espacio de intervención en el presente trabajo de investigación fue la licenciatura de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), específicamente los estudiantes de dicha licenciatura.

Posiciones: (Proceso donde se definen las perspectivas de intervención). Lo que se pretendió al generar dicha estrategia, fue fomentar el ejercicio del DAIP en los estudiantes de la FCC de la BUAP, logrando que se dimensionará la importancia de este derecho en los distintos campos de acción en los cuales los comunicólogos tendrán injerencia a través de su quehacer profesional, convirtiéndose a su vez en agentes de cambio inmersos en distintos ámbitos de la sociedad.



Relaciones: (Proceso donde se define una red de recursos).

2.2 De los resultados

De los 265 estudiantes encuestados, el 60% corresponde al género femenino con 159, mientras que el 40% está representado por el sector masculino con 106 alumnos. En cuanto a la generación escolar, la mayoría de los encuestados se ubicó en la generación 2008 con 59 personas, le sigue la generación 2006 con 58 estudiantes, posteriormente la 2007 con 50 alumnos, para continuar con la 2009 con 52 estudiantes y por último la generación 2005 con 46 alumnos.

La edad de la muestra estudiada presenta un mayor repunte en el intervalo que abarca de los 19 a los 22 años de edad, es decir más del 50% se encuentra en este rango de edad, lo cual habla de

una población netamente juvenil, con la excepción de estudiantes con edades que van de los 23 a los 42 años de edad, pero con la precisión que dichos universitarios pertenecen a la modalidad semiescolarizada.

Al cuestionarles sobre ¿cuáles consideraban que eran las herramientas más adecuadas para fomentar el ejercicio del DAI?, señalaron que podrían realizarse actividades en las que se les enseñara cómo elaborar una solicitud de acceso a la información. Realizar periódicamente jornadas de transparencia, otra de ellas consistió en la asistencia a foros que se realizaran de manera externa sobre este tema. Asimismo refirieron como una herramienta importante la creación de seminarios para empezar a formar en ellos una cultura de la transparencia. Expresaron que los diferentes maestros sin importar la materia deberían invitar a personas expertas en la materia para que les resolvieran dudas que pudieran tener con respecto a este tema, también que se distribuyera un boletín impreso con aspectos de interés: pláticas, cursos, cómo buscar información, etc. y la de incluir algún reportaje, un espacio etc. en los distintos medios internos de la FCC.

En cuanto a los mensajes éstos deberán llevar un estilo juvenil, contar con características como: ser creativos, concisos y convincentes. Las palabras que se pueden incluir en dichos mensajes fueron: participación, derecho de acceso a la información, sociedad, jóvenes y democracia que fueron las preferidas por los estudiantes.



2.3 Diseño de la estrategia

Con los datos obtenidos se procedió al diseño de la estrategia de comunicación en la cual se establecen un conjunto de herramientas, las cuales gozaron de la aceptación y consenso de los estudiantes, así como también algunas de ellas fueron propuestas por los jóvenes, es decir, en esta estrategia se incluyen sus opiniones, esto con la finalidad de que goce con la aceptación y cumpla con los requerimientos y las necesidades de los estudiantes de la licenciatura de esta facultad.

La estrategia va encaminada en 5 vertientes:

1. Capacitación
2. Vinculación
3. Difusión
4. Aspecto Alternativo
5. La creación de una cultura de transparencia

En el apartado de capacitación, se propone un conjunto de acciones como la ejecución de talleres, jornadas de transparencia y cursos, en este sentido cabe resaltar que lo que se busca es que los jóvenes conozcan y practiquen su derecho de acceso a la información, se trata de capacitaciones interactivas, mediante las cuales ellos sepan cómo hacer una solicitud de información, cómo ingresar a los portales de las dependencias de gobierno, qué pueden preguntar, cómo buscar si la información que solicitan ya se encuentra disponible, etc. esto con la finalidad de acercarlos y que ellos conozcan el cómo ejercer este derecho.

En cuanto al apartado de Vinculación lo que se busca es acercar a los estudiantes y a las personas que conocen sobre este tema, pero de

una manera más cercana, pues entre las acciones propuestas destaca hacer invitaciones a personas expertas en el tema, para que acudan a las aulas y tengan una charla más amena con los jóvenes y de esta manera haya mayor confianza y acercamiento con este derecho; otra de ellas, es que los maestros dejen a los jóvenes hacer solicitudes de información esto con la finalidad de darle mayor seriedad a los trabajos y también contribuir a que los estudiantes se acerquen más a este derecho y vean las enormes posibilidades que ofrece.

El punto que se refiere a la difusión es muy importante en esta estrategia, puesto que se propone dar a conocer las distintas actividades de ésta estrategia a través de algunos medios internos con los que ya cuenta la facultad, es de destacar algunos de ellos como: Teip, Lado B, Magazine, programas de radio, etc. así como también la creación de un boletín impreso, que sea atractivo y que contenga información útil y sobre todo de interés para los jóvenes en torno a este derecho.

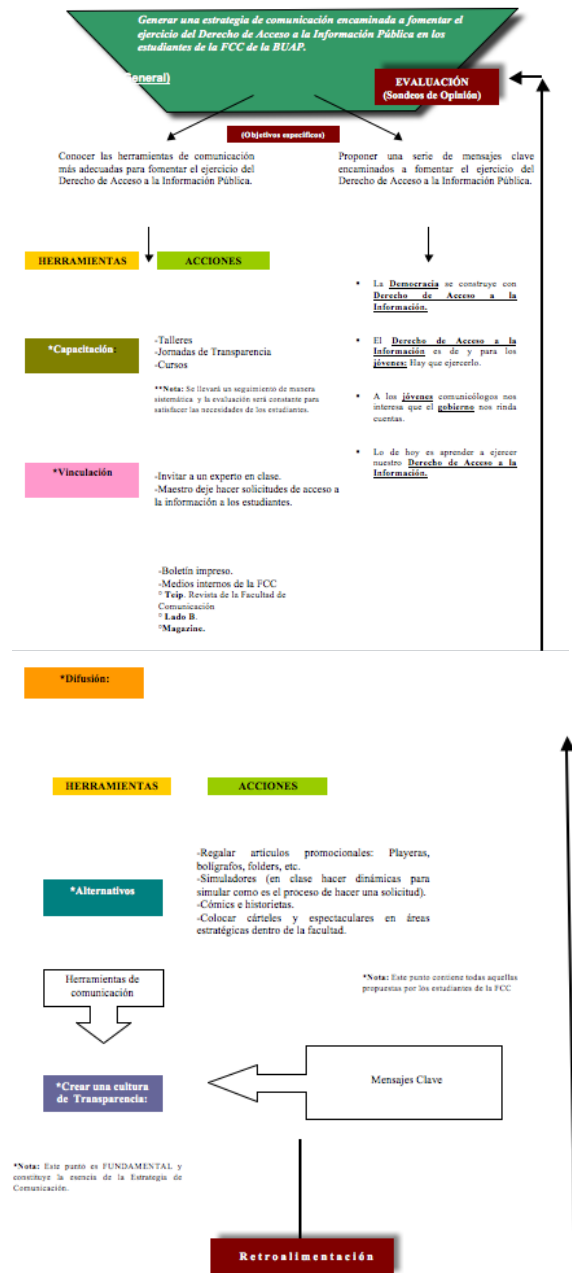
Uno de los puntos que mayor peso tiene en esta estrategia, es lo referente a este apartado denominado Alternativo, en cuanto a que en él se incluyen las propuestas hechas por los estudiantes, de ahí su importancia, en cuanto a que responde a las necesidades y opiniones de ellos. Es justamente el apartado donde mayor número de actividades se incluyen: regalar artículos promocionales (playeras, bolígrafos, folders, etc.), simuladores (representaciones en clase para simular el proceso de cómo efectuar una solicitud de información), comics e historietas que ilustren nociones básicas sobre el ejercicio de este derecho, así como también la colocación de carteles y espectaculares en áreas estratégicas de la facultad.



El punto que se refiere a la difusión es muy importante en esta estrategia, puesto que se propone dar a conocer las distintas actividades de ésta estrategia a través de algunos medios internos con los que ya cuenta la facultad, es de destacar algunos de ellos como: Teip, Lado B, Magazine, programas de radio, etc. así como también la creación de un boletín impreso, que sea atractivo y que contenga información útil y sobre todo de interés para los jóvenes en torno a este derecho. Y la última vertiente, la cual, es un punto bastante ambicioso pero que cada uno de los apartados está encaminado a fortalecer, la creación de una cultura de transparencia, puesto al fomentar el conocimiento del cómo ejercer el derecho de acceso a la información, va más lejos en cuanto a busca que los estudiantes no sólo conozcan cómo se usa, sino que lo ejerzan, que lo usen, que comprueben sus beneficios no sólo en su quehacer profesional sino en su vida cotidiana, que se cree efectivamente una cultura en este sentido.

y la cual se plantea que se lleva a cabo una vez que la estrategia se haya cumplido, para esta retroalimentación se propone una evaluación a través de sondeos de opinión, que midan qué fue lo que les gustó a los estudiantes de la estrategia, que no les gustó, en qué se puede mejorar, tomar sus sugerencias, así como valorar otras áreas de oportunidad, etc.

Acciones: (Proceso donde se definen alternativas y se deciden las acciones)



La estrategia de comunicación propuesta en la presente investigación se apoya también en una serie de mensajes clave que corresponden a las características elegidas por los estudiantes, éstos fueron:

- La Democracia se construye con Derecho de Acceso a la Información.
- El Derecho de Acceso a la Información es de y para los jóvenes: Hay que ejercerlo.
- A los jóvenes comunicólogos nos interesa que el gobierno nos rinda cuentas.
- Lo de hoy es aprender a ejercer nuestro Derecho de Acceso a la Información.

Por último se incorpora un elemento fundamental en todo proceso comunicativo, la Retroalimentación



Es importante señalar que en este esquema se incluyeron tanto las herramientas de comunicación, las acciones y los mensajes clave. Desde un aspecto social se puede mencionar que los medios tienen un papel fundamental ante la sociedad, para ello, en el presente trabajo de investigación se retoma a unos de los principales teóricos de la comunicación, McQuail (1997: 149) quien plantea seis teorías normativas en relación a los medios de comunicación, para el presente trabajo se consideraron las más adecuadas, siendo las siguientes:

Teoría de la responsabilidad social: La afirmación de que los medios masivos de comunicación (MMC) desempeñan funciones esenciales en la sociedad, sobre todo en relación con la política democrática; el énfasis puesto en la máxima independencia de los medios de comunicación, en consonancia con sus obligaciones ante la sociedad. Otra de las premisas importantes que se mencionan en esta teoría es que la comunicación no debe considerarse como una propiedad privada, sino como un servicio público que traerá consigo un <<mercado libre de ideas>>, puesto que los medios de comunicación no sólo se deben al consumidor o accionista, sino también a la sociedad.

Teoría democrático-participativa de los medios de comunicación: Esta teoría es propia de sociedades liberales desarrolladas, pero no por esto se va a dejar a un lado, por el contrario es necesario considerarla debido a que el derecho a la información tiene como objetivo formar sociedades

más avanzadas, pues la premisa básica de esta teoría es que las necesidades, intereses, aspiraciones, inquietudes de un “receptor activo” en una sociedad que constantemente se está transformando, es precisamente el que tiene que ver con el derecho a la información pertinente, el derecho a responder, el derecho a emplear los medios de comunicación para la interacción organizativa a nivel micro, para la comunidad, los grupos de interés y las subculturas. Esta teoría se opone a medios de comunicación centralizada, uniformes y de élite y que son controlados por el estado, pues por el contrario señala que son controlados por la audiencia activa.

En este sentido, los medios de comunicación funge un papel protagónico en la vida social, convirtiéndose en espacios incluyentes que fomentarían el ejercicio del Derecho de Acceso a la Información, logrando con esto incidir en la construcción de un ambiente y una cultura democrática, y es precisamente en este contexto que los estudiantes de la licenciatura en Comunicación de la BUAP como agentes de cambio, constituyen una pieza clave en los distintos escenarios sociales. Aún más, si consideramos su intervención en los diversos campos de acción; uno de ellos, los medios de comunicación, en los cuales se convierten en portavoces de la sociedad.

3. Consideraciones finales

La implementación de una estrategia de comunicación como la propuesta en este trabajo, garantizaría no sólo el conocimiento de los instrumentos jurídicos sino como lo planteamos



coadyuvaría a la construcción de una cultura de la transparencia, la rendición de cuentas y el acceso a la información pública, ya que se lograría que los estudiantes de la licenciatura en comunicación de la BUAP dimensionen la importancia y trascendencia de ejercer de manera permanente y sistemática su derecho de acceso a la información pública.

Además sería deseable que este tipo de estrategias se diseñaran y se implementaran en un plano superior; es decir, se reprodujeran en ámbitos de mayor impacto social, tales como: El resto de las unidades académicas universitarias, o bien por los propios órganos garantes del derecho de acceso a la información, llámense IFAI o Comisiones Estatales de Acceso a la Información Pública, pues con ello estaríamos contribuyendo a la construcción de una sociedad no sólo más democrática, entendida ésta como la participación consciente en la toma de decisiones por la mayoría, sino en un país más justo, equitativo e incluyente.

Referencias

Escobedo, Juan (2001) .Información Pública y Cultura Democrática en Villanueva & Luna, el derecho de acceso a la información México: Fundación Konrad Adenauer Stiftung.

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista P. (2004). Metodología de la investigación. Chile.: Mc Graw Hill.

Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (2010)

Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Puebla (2008)

Marcelo, Manucci (2008). “Complejidad, incertidumbre y estrategia. Hipótesis y desafíos

para transitar la inestabilidad del contexto actual” en FISEC-Estrategias Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, núm. 10. Extraído el 14 de abril de 2009 de:

[http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/656/fisec_estrategias_n10_pp3_43.pdf].

Mc Quail, Denis (1997). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. México: Paidós Comunicación.

SOBRE LOS AUTORES

Miriam Carrillo Ruiz. Abogada por la UAP, pasante de Maestría en Sociología por el ICSyH de la BUAP, en curso Maestría en Ciencias de la Educación ETAC-BUAP, docente desde hace nueve años de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP, impartiendo las asignaturas de Legislación y Medios de Comunicación, Derecho de la Información y Sistemas Políticos.

Santa Isabel Camarillo Reyes. Alumna de la Licenciatura de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP, en proceso de titulación. Diplomado en “Transparencia y Acceso a la Información Pública” coordinado por la BUAP y la CAIP. Colaborando actualmente en el área de Comunicación Social de la Procuraduría General de la República (PGR) Delegación Puebla.



La comunicación desde los ojos del Derecho

R. Margarita Puente Munguía
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Resumen

Desde la Escuela de Chicago, pasando por la Escuela de Palo Alto, la Escuela de Frankfurt y la Escuela Francesa, los estudiosos de la Comunicación hemos escuchado mucho sobre la comunicación física, la biológica, la animal, la humana; la información desde los puntos de vista matemático, biológico, semiológico y sociológico, y muy poco hemos escuchado sobre la información desde el punto de vista jurídico, o de la Comunicación desde el punto de vista del Derecho. Si bien, ya existe una importante cantidad de literatura que relaciona ambos campos de estudio, el espacio resulta aún vasto y las posibilidades se antojan más profundas de lo que parecerían a simple vista.

Con esta ponencia no pretendo iniciar discusiones sobre la importancia de lo jurídico o de lo comunicativo dentro de cada uno de los temas que involucran a ambas disciplinas. Los estudiosos del campo de la comunicación tendemos a dedicar numerosas páginas a justificar objetos de estudio y la existencia o la inexistencia de la disciplina, por lo que yo me limitaré a definir al binomio Comunicación-Derecho como el fenómeno donde un fenómeno jurídico y uno comunicativo interactúan en un nivel similar de importancia, y conectaré esa noción con el tema que hoy nos ocupa que es el de políticas públicas en materia de Comunicación. Finalmente abordaré los casos particulares de la radio y la televisión en México que son mis objetos particulares de estudio en mi investigación doctoral.

Este texto contiene aspectos teóricos que aproximan el Derecho a la comunicación colectiva y sugiere que las políticas públicas de comunicación son en sí un resultado tangible de tal aproximación. Por el momento, no se trata del análisis formal de ninguna política de comunicación desde el punto de vista jurídico, pero invita a reflexionar y a discutir cómo cada uno de los recientes cambios en materia de radio y televisión tienen una conexión entre Comunicación y Derecho.

Cabe destacar que en esta ponencia pondré especial énfasis en el caso mexicano. En los apartados relacionados con cuestiones académicas, me enfocaré en la situación del estudio de fenómenos relacionados con la Comunicación y el Derecho, principalmente dentro de mi institución de adscripción. En una última nota aclaratoria, me referiré a los medios de comunicación como medios de comunicación social, pues aunque el concepto no es perfecto desde la teoría, resulta el más operacional, pues es el utilizado por nuestra Constitución Política.



I. La comunicación desde los ojos de diversas disciplinas

Armand Mattelart (1997, p.44) afirma que “situados en la confluencia de varias disciplinas, los procesos de comunicación han suscitado el interés de ciencias tan diversas como la filosofía, la historia, la geografía, la psicología, la sociología, las ciencias políticas, la biología, la cibernética o las ciencias del conocimiento”.

El entendimiento de la comunicación como disciplina de estudio nos remite a los llamados padres de la Comunicación, quienes—desde diversas disciplinas—abordaron la comunicación como objeto de estudio sentando las bases de la construcción de un cuerpo teórico que ha llevado a la Comunicación a convertirse en una de las principales disciplinas sociales no sólo en México y en América Latina, sino también en lejanas latitudes como Oceanía y el Reino Unido, donde el campo de estudio de la Comunicación cobra importancia que no sólo se refleja en el claro incremento del número de estudiantes de programas en la materia, sino en la cantidad y calidad de publicaciones y organizaciones gremiales en el ramo.

Para cualquier estudioso de la Comunicación, el fenómeno interdisciplinar es bien conocido. De vuelta a los llamados padres de la Comunicación, Paul Lazarsfeld tuvo una formación matemática y sociológica; Kurt Lewin, psicosociológica; Carl Hovland, psicológica; y Laswell, politológica. En esta línea de ideas, en la actualidad la interacción entre Comunicación y Ciencia Política, Comunicación y Sociología, Comunicación y Psicología, Comunicación y Antropología, o

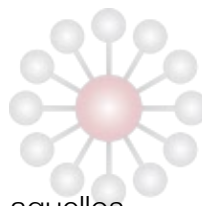
incluso entre Comunicación y Ciencias Exactas, no es nueva. Gran parte de los estudiosos más reconocidos en el campo de la Comunicación tienen formación en estas áreas y en gran medida las teorías fundadoras del campo de estudios de la Comunicación interactúan con estas disciplinas. Por supuesto, el binomio entre Comunicación y Filosofía ha sido también abordado desde su “deber ser”, donde aparece necesaria la interacción de la Filosofía prácticamente con cualquier cuerpo de conocimiento.

Respecto de la relación de la Comunicación con la Ciencia Política, Mattelart (p.44) nos dice que “las ciencias políticas constituyen uno de los primeros campos de aplicación del sistemismo a las problemáticas de la comunicación”. El mismo autor (p.45) incluso vincula a la Comunicación con las Relaciones Internacionales al firmar que Karl Deutch—desde los años cincuenta—analizaba el asunto de la información y lo aplicaba al campo internacional.

Guillermo Tenorio (1994, p.19) nos dice que “para los semiólogos o los lingüistas, por ejemplo, la comunicación humana vendría siendo el uso de un código, mientras que para el sociólogo correspondería a una interacción social”. Y todo lo anterior nos lleva a la pregunta: ¿dónde está el Derecho en esta historia de la Comunicación?

II. La influencia del Derecho en el campo de estudio social

Según Eduardo García Maynez (p.13) “el Derecho es un sistema normativo de regulación de la conducta social, producido y garantizado coactivamente por



el orden político de autoridad soberana, que facilita y asegura la convivencia o cooperación social”. Esta definición destaca tres componentes que son la base de la intensa colaboración del Derecho con prácticamente todas las demás disciplinas sociales: su fundamento en las normas, el papel garante del Estado, y su énfasis en la convivencia social. Luego entonces, cualquier disciplina que intersekte con alguno de estos tres elementos puede ser analizada desde una óptica jurídica.

En el apartado anterior señalé claramente la interacción entre la Comunicación con disciplinas como la Sociología, la Ciencia Política y las Relaciones internacionales, mismas que guardan una clara conexión con el Derecho. El texto *Abrir las Ciencias Sociales* coordinado por Emanuel Wallerstein (Foucault, 1996) sugiere que del Derecho emanaron diversas disciplinas sociales, lo que históricamente ha mantenido (o debiera mantener) a los juristas en constante intercambio de ideas y metodologías con diversos científicos sociales.

En el caso de la UNAM, es en la Facultad de Derecho donde se diseñan los primeros programas en Ciencia Política y las entonces llamadas Ciencias Diplomáticas. Si la línea entre estas disciplinas con el Derecho es tan clara, igualmente lo debe ser la línea entre Derecho y Comunicación, pues afirmar que un estudioso de la Comunicación requiere de conocimientos en Ciencia Política es una carretera que lleva a afirmar que también requiere de conocimientos en Derecho. Luego entonces, no es una carretera cognitiva de una sola vía.

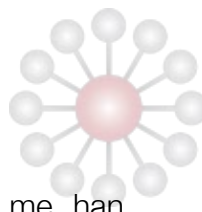
De acuerdo con Alejandro Gallardo Cano (1991, p.30), “el objeto del estudio de la Comunicación

[es] comprender y explicar todos aquellos procesos de índole comunicativa que tienen lugar en la sociedad”, definición que necesariamente se relaciona con el elemento de convivencia social destacado por Eduardo García Máynez, pero también con los otros dos respecto al papel garante del Estado y el fundamento en las normas como lo abordaré más adelante.

III. Derecho y Comunicación

El binomio Comunicación-Derecho es sin duda existente, pero es mucho más nuevo que todos los referidos anteriormente, y la interacción entre ambas disciplinas se encuentra en un proceso de definición que representa un reto para ambos campos de conocimiento, pues el binomio no se limita al Derecho a la Información o al Derecho de la Información, que es la rama del Derecho donde más claramente se unen ambos campos de conocimiento.

Trabajos de clasificación de literatura en materia de comunicación, como el de María de los Ángeles Huerta del Río (2004), quien asigna una de diez categorías de análisis al tema del marco jurídico de los medios de comunicación social, reflejan que existen áreas de oportunidad dentro de este binomio, pues tal como ella lo señala (p.24), en México la mayoría de trabajos en esta materia corresponden a Ernesto Villanueva, del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM; y por mi propia experiencia, en la revisión de literatura en la materia destacan también los trabajos de Javier Esteinou, Jorge Carpizo, Miguel Carbonell, Jaime Cárdenas, Juan Francisco Escobedo y de nuevas generaciones de profesionales en la materia como Perla Gómez Gallardo.



En este sentido, debo subrayar el fomento que la actual administración de la Facultad de Derecho de la UNAM le ha dado al fenómeno comunicativo, pues el actual Director cuenta con una visión integradora de varias disciplinas que busca que profesionales de diversos campos de estudio puedan contar con herramientas jurídicas para el análisis de sus objetos de estudio. Destaca en este sentido la Especialidad en Derecho de la Información iniciada hace apenas tres años en el Posgrado de la Facultad, programa en el que Ernesto Villanueva tiene una importante participación. Cabe destacar que muchos de los actuales estudiantes de esta Especialidad tienen formación como comunicólogos, situación que sucede no sólo en este programa académico, sino en otros de los más de 20 ofertados por la División de Estudios de Posgrado.

IV. Aspectos jurídicos en la Comunicación humana

La tipología básica de los niveles de la comunicación humana nos establece la diferencia entre comunicación intrapersonal, comunicación interpersonal (verbal y no verbal), comunicación intragrupal, comunicación intergrupala y comunicación colectiva (Lozano Rendón, 1997). Esta tabla nos ofrece la primera aproximación para estudiar la relación entre la Comunicación y el Derecho. Para operacionalizar esta aproximación, arbitrariamente he asignado tres niveles de interacción entre Comunicación y Derecho: Nula,

Nivel de Comunicación Humana	Interacción con el Derecho
Comunicación intrapersonal	Nula
Comunicación interpersonal (no verbal)	Nula
Comunicación interpersonal (verbal)	Moderada
Comunicación intragrupal	Moderada
Comunicación intergrupala	Moderada
Comunicación colectiva	Alta

Imagen 1: Niveles de Comunicación humana y su interacción con el Derecho

Antes de explicar los elementos que me han llevado a tan arbitraria clasificación, tomemos otra tipología—ésta más tangible—para analizar más de cerca la interacción entre la Comunicación y el Derecho. La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación ofrecida por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM es el programa de Comunicación con mayor matrícula en el país y ha influido los diseños curriculares de muchos otros. En este sentido, el siguiente cuadro de sus opciones terminales nos aproxima un nivel más a la relación que analizo en esta ponencia:

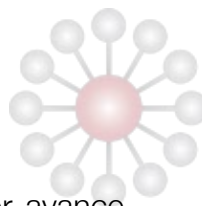
Opción Terminal	Interacción con el Derecho	Ejemplo de rama del Derecho que se relaciona
Comunicación Organizacional	Moderada	Derecho Empresarial
Comunicación Política	Alta	Derecho Electoral
Periodismo	Alta	Derecho de la Información
Producción de Medios	Alta	Propiedad Intelectual
Publicidad	Alta	Propiedad Intelectual

Imagen 2: Opciones terminales de plan de estudios en Comunicación y su interacción con el Derecho

Este cuadro revela de nuevo la necesidad de interacción entre los profesionales de la Comunicación y del Derecho, misma que ha sido limitada, al menos en comparación con la interacción de profesionales del Derecho con otras disciplinas sociales como anteriormente expliqué.

No pretendo ahondar para diseccionar los niveles de interacción con el Derecho o las ramas del Derecho mencionadas, pues ello me alejaría del tema central de esta ponencia en torno a la comunicación colectiva. Sin embargo, del breve análisis de los dos cuadros anteriores, podemos captar dos elementos comunes que convierten a ciertos procesos de Comunicación en objetos de estudio del Derecho:

- 1) El proceso de Comunicación demanda la participación de más de un sujeto de Derecho.



2) El proceso de Comunicación debe circunscribirse en la esfera pública. Por ello, la comunicación intrapersonal y la no verbal no pueden ser de interés del Derecho, pues no deja registro y, por ende, elementos de prueba y de estudio jurídico.

Importante notar que se puede percibir una diferencia entre aquellos procesos que involucran comunicaciones privadas y comunicaciones públicas. El artículo 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos indica—respecto de las comunicaciones privadas—que éstas “...son inviolables. La ley sancionará penalmente cualquier acto que atente contra la libertad y privacidad de las mismas, excepto cuando sean aportadas de forma voluntaria por alguno de los particulares que participen en ellas. El juez valorará el alcance de éstas siempre y cuando contengan información relacionada con la comisión de un delito...”

Es por ello que la comunicación colectiva es el nivel de la comunicación humana donde los procesos de comunicación cobran más importancia para el Derecho. El tipo de comunicación de mi interés es aquélla que se da en la esfera pública y cuyas intenciones tienen una repercusión social que no puede pasar por alto una evaluación con lentes jurídicos. Este tipo de comunicación necesariamente involucra políticas públicas como explicaré en breve.

v. Comunicación colectiva y Derecho

La comunicación colectiva ha sido resultado del avance de las telecomunicaciones y en ese

sentido se puede proponer que a mayor avance tecnológico mayor es el impacto social de este tipo de Comunicación, momento en el que se intensifica el aspecto de convivencia social estudiado por el Derecho de acuerdo con García Máynez. En ese sentido, la relevancia de la comunicación colectiva para el Derecho se intensifica día a día.

El clásico modelo de comunicación colectiva (La Tuba) de Wilbur Schramm nos ofrece un interesante esquema para poner en un primer nivel de aplicación los aspectos hasta ahora explicados en torno a la interrelación entre Comunicación y Derecho:

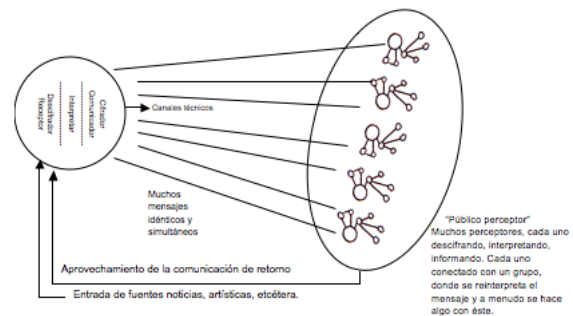


Imagen 3: Modelo de Comunicación colectiva. Fuente: Schramm en: Gallardo Cano (2002, p.145)

Los elementos de la segunda mitad derecha de este esquema son los que reflejan el impacto que en la sociedad tiene la comunicación masiva, pues representan a las audiencias y nos hablan de un proceso de desciframiento, interpretación e información que indican el primer punto de intersección de la Comunicación con la políticas públicas que garanticen que este proceso suceda de una manera favorable para la sociedad.

También destacando la posición del público, nuestro amigo Roberto Sánchez (2004) nos dice que “los medios de comunicación son organizaciones mediadoras entre un gran emisor (empresa o institución pública) y un público o auditorio de la



información o mensajes, del dominio público o del privado.”

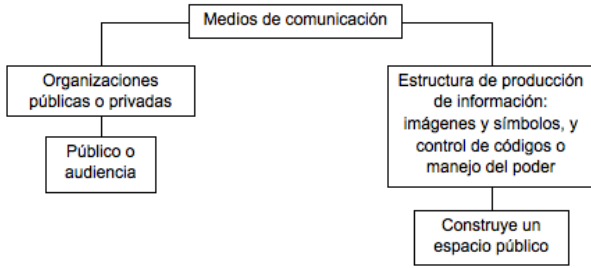


Imagen 4: Inserción de los medios de comunicación en el espacio público.
Fuente: Sánchez (2004, p.92)

Desde esta perspectiva—como mediadores entre las esferas privada y pública—los medios de comunicación social no pueden escapar de la aplicación del Derecho, de la regulación del Estado. Y justamente el tema de las políticas de comunicación nos ayuda a comprender la dimensión política del asunto, pues no se trata simplemente de aplicar normas, sino de tener una política integral que dirija dichas normas efectivamente.

vi. Políticas públicas y Derecho

Como Edith Kauffer señala (2002, p.2), el idioma español traduce los vocablos ingleses *policy* y *politics* de la misma manera: política. El tema de la política (*politics*) entendida como la lucha por el poder y su relación con la Comunicación ha sido bien abordado por estudiosos de la Comunicación, especialmente en la línea de investigación de Economía Política de la Comunicación.

El vocablo de interés en esta ocasión, política o *policy* guarda por supuesto relación con política o *politics*, pero tiene también una dimensión más formal y un proceso de creación que puede ser estudiado a detalle por el Derecho. En síntesis, la política (*de politics*) sucede en teoría por debajo

de la mesa y es generalmente analizada con lentes politológicos. En contraste, la política (*de policy*) o las políticas públicas se signan sobre la mesa de gobierno y envuelven un proceso de creación que puede ser estudiado también por el Derecho. Cabe destacar que el término política (*de policy*) fue creado por uno de los padres de la Comunicación: Lasswell.

Edith Kauffer (p.2) define a políticas públicas como el “conjunto de decisiones cuyo objeto es la distribución de determinados bienes o recursos. En este proceso se encuentran en juego bienes o recursos que pueden afectar o privilegiar a determinados individuos y grupos.” Siguiendo esta definición, las políticas públicas en materia de comunicación pueden entenderse como el conjunto de decisiones formales cuyo objeto es la distribución y el acceso a la información colectiva, proceso en el que se encuentra en juego insumos comunicacionales que potencialmente influyen la dinámica social”.

Las políticas públicas—como se puede ver en el siguiente esquema—se inscriben en una política de gobierno. La última se fundamenta en argumentos normativos, pues en el caso de México—como lo indica el artículo 26 de nuestra Constitución Política—habrá un plan nacional de desarrollo al que se sujetarán obligatoriamente los programas de la Administración Pública Federal. Es decir, la política general puede ser entendida como la plasmada en el plan nacional de desarrollo, y las políticas públicas se refieren a los programas y criterios en particular tomados por la Administración Pública Federal en determinadas materias. Estos últimos tienen una dimensión cognitiva, pues buscan ser aplicables a casos concretos:

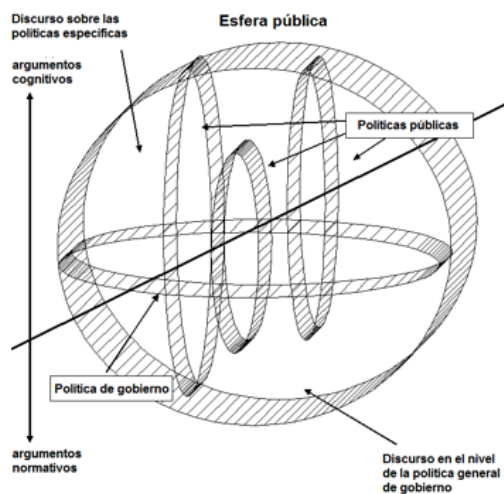
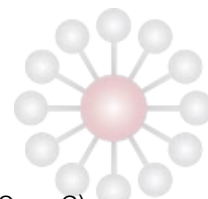


Imagen 5: Inserción de las políticas públicas dentro de la política de gobierno
Fuente: European Integration Online Papers (2010) [adaptación]

Las políticas públicas en materia de comunicación nos ofrecen una importante unidad de análisis para entender cómo se aplica lo jurídico en busca del bienestar de la sociedad en el campo de la información y la comunicación pública. Incluso, en el caso de México, dicho análisis se puede hacer en materia sexenal, pues el plan nacional de desarrollo es un documento jurídico de periodicidad sexenal y las políticas que de éste emanan suelen ir en la misma línea de argumentos normativos y cognitivos.

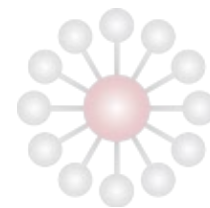
VII. La Radio y la Televisión en México como objetos de estudio

Hablar de comunicación colectiva en México aún nos remite a la radio y la televisión. De acuerdo con el INEGI (2010), 90 de cada 100 hogares mexicanos cuentan con al menos una televisión, y se puede asumir que el número de aparatos radiofónicos es aún mayor. Si bien el número de usuarios de nuevas tecnologías como Internet en México va en aumento, en nuestro país siguen siendo la radio y la televisión los medios de comunicación social por excelencia.

Hace diez años, Ernesto Villanueva (2000, p.9) se refería así a la radio y a la televisión en México: “Para nadie escapa que en la sociedad de fin de siglo el derecho a saber, y el derecho a participar en la toma pública de decisiones, pasa por el entero a través de los medios de información, particularmente de la radio y la televisión. En efecto, la democracia representativa y, por ende, indirecta requiere para su ejercicio de la radio y la televisión que hacen las veces de intermediación entre el Estado, la sociedad y los ciudadanos en los más distintos aspectos de la vida: la información de interés público, educación, entretenimiento y publicidad justa. La radio y la televisión juegan, por tanto, un papel de importancia capital en la calidad de vida comunitaria.”

Diez años después seguramente todos nosotros estamos en Facebook—red social con más de 400 millones de usuarios a nivel global donde cada usuario tiene en promedio 130 amigos (Facebook, 2010)— pero la realidad en México no se acerca al 90% de usuarios con acceso a la red de redes que sucede en países como Canadá u Holanda. En México, las cifras optimistas se acercan apenas al 25% (NationMaster & Internet World Stats, 2010). De ahí que mi interés se centre en las tecnologías tradicionales que ya son una realidad para la mayoría de los mexicanos y, respecto de las cuales, aún se tiene mucho por hacer desde el mundo académico.

Asimismo, la legislación mexicana ofrece una unidad de análisis para este tema, en específico: la llamada Ley Federal de Radio y Televisión, misma que apareciera en 1960 y cuya cadena de reformas tiene una historia lógica por sexenio, en línea con las políticas generales sexenales.



VIII. El Derecho de la Información como la plataforma de estudio

Ernesto Villanueva (2006, p.10) define al Derecho de la Información como “la rama del derecho público que tiene por objeto el estudio de las normas jurídicas que regulan, lato sensu, las relaciones entre Estado, medios y sociedad, así como, stricto sensu, los alcances y los límites del ejercicio de las libertades de expresión y de información y el derecho a la información a través de cualquier medio”.

En este sentido, el llamado Derecho de la Información parece ser la más próxima rama del conocimiento al entendimiento de la relación entre Estado, medios de comunicación social y sociedad, aunque en la práctica los profesionales de este tema se han destacado por su incursión en áreas como Transparencia, Acceso a la Información Pública y Rendición de Cuentas, aspectos que a pesar de guardar relevancia con el tema, se desvían de la cuestión central de la comunicación colectiva a través de los dos medios que más impactan a los mexicanos: radio y televisión.

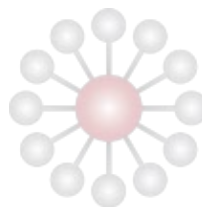
Si bien la relación entre Comunicación y Derecho es más extensa que el Derecho de la Información, esta rama del conocimiento ofrece —en materia de literatura y expertiz disponible— la primera puerta para que los estudiosos del Derecho se introduzcan al fenómeno de la comunicación colectiva, y para que los estudiosos de la Comunicación se introduzcan al fenómeno jurídico.

IX. Conclusiones

Para los estudiosos de la Comunicación el fenómeno jurídico resulta desconocido la mayoría de las veces, sin embargo como lo comenté a lo largo de esta ponencia la única manera en que los profesionales de la Comunicación pueden participar de las políticas públicas en nuestra materia de estudio es conociendo los fundamentos del Derecho, en particular los aplicables a la comunicación colectiva y más precisamente los que intersectan con la radio y la televisión.

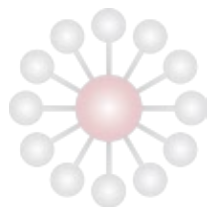
La ética de la comunicación pública no es un tema nuevo y es el que en un primer plano nos aproxima al Derecho. Como sugiere Loum (2004, p.309) existe una triada llamada Ética-Deontología-Derecho aplicable a los medios de comunicación social. La ética es el primer paso donde se actúa “correctamente” de manera individual; la deontología (o autorregulación) es un segundo paso donde existen ya criterios no coercitivos respecto de cómo actuar “correctamente”; y ambas se diferencian del Derecho “en el que el proceso de encauzamiento, cuando resulta necesario, pasa por mecanismos (procedimientos) pesados, a menudo lentos y duros de realizar”. Precisamente por esta aparente dureza, la Comunicación reflexiona más sobre su ética y su deontología y se deja el aspecto del Derecho de lado.

En síntesis, los procesos de comunicación colectiva no son sólo potencialmente analizables por el Derecho, sino que en estricto sentido deben de ser analizados por éste para generar instrumentos particulares que generen una virtuosa relación entre Estado, medios de comunicación y sociedad, por ejemplo políticas públicas en materia de Comunicación.



Referencias

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- European Integration Online Papers (2010) Policy programs and political program in coordinative and communicative discourse in the public sphere [Disponible en: <http://eiop.or.at/eiop/texte/2005-008t.htm>; consultado en diciembre 12 de 2009]
- Facebook (2010) Sala de Prensa – Estadísticas [Disponible en: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>; consultado el 19 de mayo de 2010]
- Foucault, Michel (1996) 'Debates en las Ciencias Sociales de 1945 hasta el presente', en *Abrir las Ciencias Sociales*, ed. I. Wallerstein. Siglo XXI: Mexico.
- Gallardo, Alejandro (2002) *Curso de teorías de la comunicación*. Cromocolor: México.
- García Máynez, Eduardo (1969). *Introducción al Estudio del Derecho*. Porrúa: México.
- Huerta del Río, María de los Ángeles (2004) 'Análisis de la investigación académica sobre medios de comunicación - estudios de recepción y apropiación y estudios sobre procesos y condicionantes en la producción de los mensajes- realizada en México de 1994 a 2003', en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, ed. Lenin Martell. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación: México.
- INEGI (2010) *Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos*. Edición 2009.
- INEGI: México.
- Internet World Stats (2010) *Latin America Internet Population and Telecommunication Statistics* [Disponible en: <http://www.internetworldstats.com/stats10.htm>; consultado en abril 30 de 2010]
- Kauffer, Edith (2002) 'Las políticas públicas: algunos apuntes generales', en *Ecofronteras*, no. 16, Colegio de la Frontera Sur; México.
- Loum, Ndiaga (2004) 'Internet y regulación: la ética y la deontología prevalecen sobre el derecho', en *Sociedad de la Información y el conocimiento, entre lo falaz y lo posible*, ed. Delia Crovi. La Crujía: Argentina.
- Lozano Rendón, José Carlos (1996) *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Pearson: México.
- Mattelart, Armand (1997) *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Paidós: España.
- NationMaster (2010) *Users (per capita) Statistics - countries compared* [Disponible en: http://www.nationmaster.com/graph/int_use_percap-internet-users-per-capita; consultado el 18 de abril de 2010]
- Sánchez, Roberto (2004) 'La comunicación política', en *Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*, ed. Lenin Martell. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación: México.
- UNAM (2010) *Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación* [Disponible en http://www.dgae-siae.unam.mx/www_pde.php?acc=pde&plt=004&crr=302;



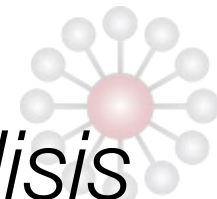
consultado el 13 de abril de 2010]

- Villanueva, Ernesto (2000) *Ética de la radio y la televisión. Reglas para una calidad de vida mediática*. Universidad Iberoamericana: México.
- Villanueva, Ernesto (2006) *Derecho de la Información*. Porrúa: México.

SOBRE EL AUTOR

R. Margarita Puente Munguía. Profesora de Tiempo Completo, Facultad de Derecho, Universidad Nacional Autónoma de México.

Email: mpuentem@correo.unam.mx, mpuentem@hotmail.com



Hacia un modelo de análisis sobre transparencia y acceso a la información a partir de indicadores

José Antonio Meyer Rodríguez

María Josefina Rivero Villar

Tania Yasmine Dominguez López

UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA DEL ESTADO DE PUEBLA

Resumen

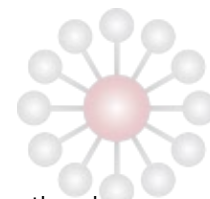
Pese a que el Ayuntamiento de Puebla ha sido bien evaluado por distintos estudios comparativos en materia de transparencia e indicadores de desempeño, una evaluación más detallada del portal web manifiesta carencias en la información y muy variadas inconsistencias que hacen cuestionar el rigor metodológico con el que han actuado las organizaciones. En ese sentido, esta ponencia reporta los primeros resultados de un estudio integral que busca evaluar tanto el cumplimiento integral de los indicadores de transparencia por parte del Ayuntamiento, como la atención eficiente y de calidad de las solicitudes de información por parte de la ciudadanía. La metodología utilizada considera la evaluación de los 80 indicadores que debe cumplir un Ayuntamiento, a partir de las recomendaciones de Transparencia Internacional.

Palabras clave: Transparencia, acceso a la información, indicadores de gestión, cultura cívica e información pública.

1. Introducción

En México el derecho a la información es una garantía constitucional desde 1977, año en que el Congreso federal adicionó al texto original del artículo 6º. la oración: “El derecho a la información será garantizado por el Estado”. Luego de diversos intentos, iniciativas y propuestas, se emitió en 2002 la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental que definió

la obligación de los tres niveles y órdenes de gobiernos para que toda aquella información no reservada que posee en sus archivos se difunda en forma veraz, oportuna y suficiente, al tiempo de instrumentar procedimientos ágiles y sencillos para otorgar a costos mínimos la reproducción de los documentos. En ella se determinaron las excepciones jurídicas a dicho acceso, relacionadas con la vida privada, la seguridad nacional, la seguridad pública, la política exterior y los secretos



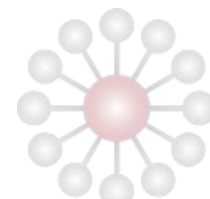
científicos, industriales y bancarios, al igual que los plazos para la entrega de la información. La verificación de su cumplimiento se encomendó a un organismo autónomo denominado Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) que, además de promover la apertura informativa y la cultura de la transparencia, puede resolver controversias. Para López-Ayllón y Arellano (2008, p.42), esta ley puede ser considerada como un referente en el país, “primero porque reconoce el acceso a la información como un instrumento fundamental para la consolidación de la democracia. Segundo porque define a la información pública como un derecho humano universal de las personas, a quienes corresponde decidir sobre la información que requieren y la forma cómo la usarán”.

Adicionalmente, en los últimos años el pleno de la Suprema Corte de Justicia ha emitido algunas resoluciones que han conformado jurisprudencia y orientado el alcance mismo del derecho a la información. De esta manera, como lo han expresado Becerra, Dada, Deceano, Martínez, Solís, López-Ayllón y Marván (2007, p.16), la Corte amplió los alcances de la referida garantía al establecer que “el derecho a la información, estrechamente vinculado con el derecho a conocer la verdad, exige que las autoridades se abstengan de dar a la comunidad información manipulada, incompleta o falsa, so pena de incurrir en violación grave a las garantías individuales en términos del artículo 97 constitucional”. También en otros casos el Tribunal “amplió la comprensión de ese derecho, entendiéndolo como una garantía individual limitada por los intereses nacionales y de la sociedad, así como por el respeto a los derechos de terceros”. Para ello, ponderó la inobservancia de esa reserva al señalar que “por lo que hace al

interés social se cuenta con normas que tienden a proteger la averiguación de los delitos, la salud y la moral públicas, mientras que en lo respectivo a la protección de la persona existen normas que protegen el derecho a la vida o a la privacidad de los gobernados”.

Entre 2004 y 2007 prácticamente todos los estados del país, incluyendo el Distrito Federal, expidieron a través de sus congresos locales leyes de Transparencia y Acceso a la Información Pública que buscaron hacer cumplir en sus territorios la máxima constitucional. En ellas los destinatarios principales fueron los órganos ejecutivos del nivel estatal y municipal, así como aquellas entidades privadas y sociales que son corresponsables del gasto público. Sin embargo, según lo reveló una primera evaluación de Libertad de Información México, A. C. (LIMAC, 2006), “el proceso de promulgación de leyes en las distintas entidades federativas fue demasiado lento y, en algunos casos, su contribución a la consolidación del sistema democrático bastante precario”. Asimismo, en otro estudio comparativo del IFAI (2007) se encontró también “gran dispersión entre las entidades federativas y la injerencia evidente de varios ejecutivos estatales para controlar los procesos e inhibir en la práctica el ejercicio de un derecho sustantivamente ciudadano”. Ante ello, el Congreso federal realizó nuevamente una reforma constitucional al artículo 6°. (2007) que buscó fortalecer el proceso de rendición de cuentas y garantizar su aplicación plena mediante el establecimiento de una base mínima de garantías sobre transparencia y derecho a la información.

La reforma se fundamentó en la propuesta de diversos comisionados de Transparencia



en los estados, interesados en extender la aplicación de buenas prácticas en toda la república y promover gestiones gubernamentales mayormente transparentes (IFAI, 2007). En ella se hicieron explícitos distintos conceptos sobre el irrestricto derecho ciudadano a la información pública y la inalienable responsabilidad del estado para asegurar el cumplimiento de esa garantía fundamental. Las adiciones al texto constitucional no manifiestas en la enmienda anterior fueron las siguientes (2007):

- Toda la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo federal, estatal y municipal, es pública y sólo podrá ser reservada temporalmente por razones de interés público en los términos que fijen las leyes. En la interpretación de este derecho deberá prevalecer el principio de máxima publicidad.
- La información que se refiere a la vida privada y los datos personales será protegida en los términos y con las excepciones que fijen las leyes.
- Toda persona, sin necesidad de acreditar interés alguno o justificar su utilización, tendrá acceso gratuito a la información pública, a sus datos personales o a la rectificación de éstos.
- Se establecerán mecanismos de acceso a la información y procedimientos de revisión expeditos. Estos procedimientos se sustanciarán ante órganos u organismos especializados e imparciales, y con autonomía operativa, de gestión y de decisión.

- Los sujetos obligados deberán preservar sus documentos en archivos administrativos actualizados y publicarán a través de los medios electrónicos disponibles, la información completa y actualizada sobre sus indicadores de gestión y el ejercicio de los recursos públicos.
- Las leyes determinarán la manera en que los sujetos obligados deberán hacer pública la información relativa a los recursos públicos que entreguen a personas físicas o morales.
- La inobservancia de las disposiciones en materia de acceso a la información pública será sancionada en los términos que dispongan las leyes.

Ante ello, los congresos locales asumieron el compromiso de incorporar los términos de ese cambio conceptual en sus legislaciones a fin de reducir la dispersión e incrementar el ejercicio de buenas prácticas sobre transparencia gubernamental en todo el territorio nacional. El hecho es de la mayor relevancia para la calidad democrática del país y la construcción de una cultura de transparencia, toda vez que a partir de la década de los noventa del siglo pasado -con la descentralización de los servicios educativos y de salud, el incremento de los programas sociales (Procampo y Seguro Popular), de combate a la pobreza (Oportunidades), la ampliación de infraestructura, la distribución de los excedentes petroleros, la seguridad pública y la lucha contra la delincuencia organizada y otras transferencias federales especiales a los gobiernos estatales y municipales-, los recursos financieros se han multiplicado. Ello exige de eficientes y confiables sistemas de rendición de cuentas, el fomento de



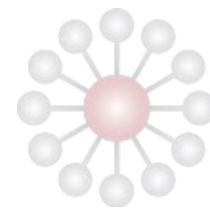
una mayor transparencia en los servidores públicos y la estructuración adecuada de procedimientos de acceso ciudadano a la información gubernamental, así como una acción más comprometida por parte de los medios de comunicación para funcionar como mecanismos de vigilancia y, sobre todo, de una mayor participación social mediante la demanda constante de información pública.

La reforma constitucional estableció la obligación de todos los estados de la República y el Distrito Federal de adecuar o reestructurar sus leyes de Transparencia y Acceso a la Información Pública antes del 20 de julio de 2008. En el Estado de Puebla, esa responsabilidad correspondió al congreso local para adaptar la ley vigente (2004) a los términos de la reforma constitucional y dotar a la sociedad de mayores garantías para la transparencia gubernamental, la rendición de cuentas y el acceso ciudadano a la información pública. Esta ley, que es de observancia general en todo el Estado, establece obligaciones para el Ejecutivo y los 217 ayuntamientos de la entidad (sujetos obligados) y obliga a la creación de comisiones de Acceso a la Información Pública en cada una de las jurisdicciones de gobierno (órganos garantes). Para el caso de los municipios, si bien el artículo No. 115 constitucional los faculta para emitir normas de observancia general y disposiciones administrativas internas para su funcionamiento, existe la necesidad de que sus normas se adecuen a las leyes emitidas por las legislaturas correspondientes y ajusten a sus criterios y disposiciones.

Alonso (2007, p.13) reconoce que a pesar de sus limitaciones normativas “muchos ayuntamientos del país realizan verdaderos esfuerzos de transparencia

y rendición de cuentas superando con mucho a los ejecutivos estatales”. En el caso del Ayuntamiento de Puebla, desde 2005 sus administraciones han manifestado interés por cumplir eficazmente sus responsabilidades en materia de transparencia y acceso a la información pública. Ello quedó de manifiesto con su incorporación al sistema nacional Infomex (Secretaría de la Función Pública, 2003), el cual efficientiza el proceso de atención de solicitudes de información por medios electrónicos para que el ciudadano ejerza su derecho, tanto en lo concerniente a la administración pública federal como a la de los estados y municipios. Hasta este momento el Ayuntamiento de Puebla es la única instancia gubernamental en el Estado al que puede accederse mediante ese sistema. En igual sentido, la transparencia en este municipio ha sido evaluada en tres ocasiones por el organismo social denominado Ciudadanos por Municipios Transparentes (CIMTRA), obteniendo los siguientes resultados:

- En un estudio nacional (2009) donde se evaluaron los indicadores de distintas ciudades sobre gasto gubernamental, obra pública, cabildo municipal, atención al ciudadano y participación ciudadana. El primer lugar lo ocupó el municipio de Chihuahua, el segundo lugar Puebla, el tercero Tamazula, el cuarto Zapopan, el quinto Zapotlanejo y el sexto Tlaquepaque (éstos últimos pertenecientes al estado de Jalisco). Anteriormente (2008) Puebla se había ubicado en el lugar número 15 con un resultado del 69.20, muy por debajo de los municipios de San Pedro Garza García, Monterrey, Chihuahua, Guadalajara, Zapopan, Aguascalientes, Tijuana y Ensenada.



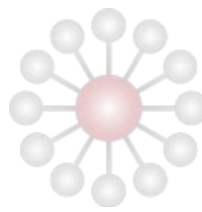
Municipio	Estado	Calif. (%)	Fecha	Vuelta	Lugar
Chihuahua	Chih.	92.5	oct-09	2a	1
Puebla	Pue.	81.5	ago-09	2a	2
Tamazula de G.	Jal.	71.2	oct-09	1a	3
Zapopan	Jal.	70.7	oct-09	2a	4
Zapotlanejo	Jal.	68.6	oct-09	2a	5
Tlaquepaque	Jal.	68.4	oct-09	2a	6
Guadalajara	Jal.	57.7	oct-09	2a	7
Xalapa	Ver.	57.3	sep-09	1a	8
Ciudad Juárez	Chih.	55.4	oct-09	2a	9
San Martín	Pue.	48.3	ago-09	1a	10
Cuernavaca	Mor.	47	oct-09	1a	11
Oaxaca	Oax.	46.2	nov-09	1a	12
Veracruz	Ver.	44.9	sep-09	1a	13
Cordoba	Ver.	42	sep-09	1a	14
Querétaro	Qro.	38.5	oct-09	1a	15
Tehuacán	Pue.	38.2	ago-09	2a	16
Apizaco	Tlax.	35.4	ago-09	2a	17
Acapulco	Gro.	35.2	nov-09	1a	18
Tlajomulco	Jal.	34.2	oct-09	2a	19
Boca del Río	Ver.	30.7	sep-09	1a	20
Orizaba	Ver.	30.7	sep-09	1a	21
Corregidora	Qro.	29.9	oct-09	1a	22
Tonalá	Jal.	29.3	oct-09	2a	23
Santa Cruz Xoxo.	Oax.	28.2	oct-09	1a	24
Zihuatanejo de A.	Gro.	28.1	nov-09	1a	25
Taxco	Gro.	27.6	nov-09	1a	26
Tlaxcala	Tlax.	25.9	ago-09	2a	27
Chilpancingo	Gro.	25	nov-09	1a	28
Puerto Vallarta	Jal.	24.6	oct-09	3a	29
El Marqués	Qro.	24	oct-09	1a	30

Fuente: Ciudadanos por Municipios Transparentes. Estudio en Ciudades <http://www.cimtra.org.mx> . Consultado el 9 de mayo de 2010.

- En el último informe (2010), CIMTRA ha reportado ya a Puebla como el municipio más transparente del país al superar a 65 ayuntamientos y alcanzar una calificación de 91.7 puntos. Puebla superó a otras ciudades como Chihuahua, Oaxaca, Tabasco, Cuernavaca y Querétaro.
- En un estudio estatal (2009-2010) donde CIMTRA realizó entre tres y dos evaluaciones por cada uno de los 217 municipios de la entidad, Puebla capital alcanzó el primer lugar con un resultado del 81.5. Le siguió Tehuacán

con 38.2, San Martín Texmelucan con 28.2, San Pedro Cholula con 22 y Xoxtla con 21.4. En el último reporte (2010), CIMTRA ubica nuevamente a Puebla con 91.7, Tehuacán con 25.0, San Pedro Cholula con 13.4 y Xoxtla con 8.1.

- Por otra parte, en los Resultados del Sistema de Indicadores de Desempeño (SINDES, 2008), que coordina la Asociación de Municipios de México A. C. (AMMAC) con la asistencia técnica de la Asociación Internacional de Administradores y Gerentes de Ciudades (ICMA-Latinoamérica, por sus siglas en inglés), el área mejor evaluada en el Ayuntamiento de Puebla durante 2007 fue la de “Servicios públicos” y la peor la de infraestructura. En hacienda pública, gobierno y administración y



seguridad pública, mantuvo un estándar similar al promedio. En los resultados de 2009, Puebla recibió un alto reconocimiento al cumplir con un alto nivel en Vinculación e Institucionalización.

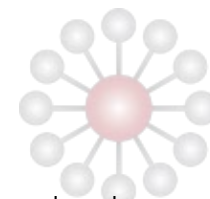
Sin embargo, las solicitudes de información por parte de los ciudadanos residentes en este territorio son todavía muy escasas, producto de los bajos niveles de participación cívica y escaso involucramiento en el quehacer institucional, las decisiones y el gasto público en el municipio. Ello demuestra tres aspectos sustantivos que es pertinente señalar:

- La entidad pública no solamente debe cumplir con sus obligaciones de desempeño, transparencia y rendición de cuentas, sino que requiere hacer accesible esa información a la ciudadanía para que esta conozca, analice y evalúe la gestión municipal en razón de sus necesidades presentes y futuras.
- La entidad pública no debe confundir como garantía del derecho a saber del ciudadano como una actividad más de la comunicación gubernamental, toda vez que no se trata de persuadir o convencer a los ciudadanos del buen desempeño municipal sino de generar participación y mayor involucramiento en las decisiones.
- Al evaluar la transparencia de un portal web deben definirse indicadores objetivos y medibles, así como validar la existencia, suficiencia, relevancia, pertinencia y trascendencia de la información pública que se produce y hace del conocimiento social.

2. Fundamentación teórica

La transparencia, la rendición de cuentas y el derecho ciudadano a la información pública son elementos fundamentales de cualquier sistema democrático. En tal forma, constituyen un componente jurídico y político que responsabiliza a los servidores públicos para gestionar los recursos encomendados con estricto apego a la ley, así como cumplir con los programas establecidos para salvaguardar los intereses de la sociedad a la que sirven y representan. Loreti (1997, p.18) estableció en su momento que “corresponde a los medios de comunicación realizar funciones de vigilancia del quehacer gubernamental y brindar a la diversidad social la información necesaria para sus actividades, decisiones y perspectivas de vida”. No obstante, como lo han referido Villanueva y Luna (2001, p.16), estos fundamentos constituyen en sentido estricto una demanda civil de la moderna sociedad democrática que, es “mayormente deliberativa y mucho más comprometida con la dinámica de la vida pública a fin de atender sus distintas necesidades”.

Para Lozano (2003, p.90), desde la Declaración de los Derechos del Hombre y el Ciudadano (1789) se precisó que “la libre comunicación de pensamientos y opiniones constituye uno de las prerrogativas más preciadas del hombre. Este consenso internacional refiere a la información o el flujo de intercambios entre los hombres, sus pensamientos y saberes para que se transforme en un conocimiento compartido”. Esta definición de la Asamblea Francesa Constituyente fue inspirada en la Declaración de Independencia de Estados Unidos (1776) y el pensamiento filosófico del siglo XVIII que precedió a su constitución general (1791). Del mismo modo, en la Declaración



Universal de los Derechos Humanos (ONU, 1948) se señaló la garantía fundamental de toda persona para acceder a la información pública, informarse y ser informada. El primer aspecto incluye, a juicio del autor (2003, p.91) “la facultad de acceder a los archivos, registros y documentos públicos, así como a la decisión individual de que medio de comunicación leer, escuchar o contemplar. El segundo considera las libertades de expresión e imprenta, al igual que la constitución de sociedades y empresas informativas. El tercero afirma la libertad de recibir información objetiva, oportuna y completa con carácter universal y sin exclusión alguna. Esta resolución fue adoptada y ratificada por los congresos de todos los estados miembros e integrada a las constituciones nacionales”.

Adicionalmente, el propio Lozano (2003) junto a Anguita (2003) y Ruiz Eldredge (1979) han señalado la existencia de otras disposiciones internacionales que reconocen el derecho fundamental de los ciudadanos a saber y garantizar su cumplimiento en distintos espacios y territorios. Tal es el caso del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966), El Pacto de San José de Costa Rica (1969) y La Carta de Derechos y Libertades (2000), entre varios más. Como resultado de ellas, se ha reconocido el derecho a la información como una condición del ejercicio democrático y el acceso a la información pública como una responsabilidad de las legislaciones nacionales y locales. Así, en los países europeos hacia finales del siglo XX se adoptó el concepto de sociedad de la información, al reconocerse que la dinámica tecnológica es una de las características distintivas de la sociedad global y constituye una condición necesaria para el desarrollo económico y cultural de las naciones. Esta sociedad se identifica

porque la creación, distribución y manejo de información significativa forman parte importante de sus actividades culturales y económicas, además de que se concibe como la sucesora de la sociedad industrial y paralela a otros conceptos como el de sociedad post-industrial (Bell, 1973) o sociedad del conocimiento (Machlup, 1973). Este último desarrolló esta perspectiva al concluir que “el número de empleos basados en el manejo y procesamiento de información es mayor a los relacionados con algún tipo de esfuerzo físico” (Machlup, 1973, p.17). No obstante, la concepción más actual de sociedad del conocimiento fue elaborada por Masuda (1980, p.53) quien identificó la década de los setentas “como el inicio de un cambio en la manera de funcionar de las sociedades para paulatinamente trasladar los medios de generación de riqueza de los sectores industriales a los de servicios”. En ese sentido, dijo, “en las sociedades modernas la mayor parte de los empleos ya no se asocian a las fábricas de productos tangibles, sino a la generación, almacenamiento y procesamiento de todo tipo de información”.

Los sectores relacionados con las tecnologías de información y comunicación desempeñan un papel particularmente importante dentro de este esquema donde, desde la perspectiva de la economía globalizada contemporánea, se concede a las TIC's (tecnologías de información y comunicación) el poder de convertirse en los nuevos motores del desarrollo y el progreso. La noción de sociedad de conocimiento fue utilizada primeramente por Drucker (1968), aunque años después fue profundizado y ampliado por otros autores como Stehr (1994) y Credé y Mansel (1998). Como manifestación de esa nueva visión de

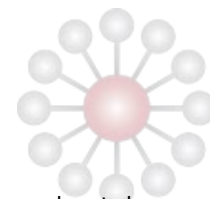


la economía y la democracia en el entorno global, Ackermann y Sandoval (2005) explican que en el mundo existen leyes de acceso a la información pública y/o códigos sobre la materia en Bélgica, Dinamarca, Grecia, España, Francia, Irlanda, Italia, Austria, Portugal, Finlandia, Suecia, Reino Unido y los Países Bajos. Alemania no dispone de una ley general, pero sí cuenta con normas que garantizan el acceso a tipos concretos de información, como las quejas administrativas o la información del medio ambiente. En Estados Unidos, la Ley de Libertad de Acceso a la Información (FOIA, 1966), busca garantizar el acceso del público a la información gubernamental. Sin embargo, pese a su reconocida funcionalidad, Doyle (2001, p.46) señala que el texto original debió ser reformado para obligar a las dependencias federales a producir los datos disponibles para su consulta o copia por parte del público. En ese sentido, las reformas de 1994 y 2007 exigieron la publicación de datos y reportes finales sobre acuerdos, regulaciones y manuales del personal administrativo. En ese país existen leyes estatales en la materia, como la Ley de Información Pública del Gobierno de Texas, que garantiza el acceso a los expedientes del gobierno y prohíbe a los oficiales de información pública o sus agentes preguntar por qué o para qué se requiere la información de los archivos. Esta ley adopta, de acuerdo con Gidiere (2004), el principio de máxima publicidad en toda la información en posesión del gobierno, lo que implica una disposición permanente hacia el público como una garantía de transparencia y rendición de cuentas.

A ese respecto, Salazar (2008, p.65) precisa que “transparentar los procedimientos, procesos y resultados de la gestión gubernamental y favorecer los cauces para un acceso amplio y permanente

de distintos individuos a la información pública no constituye un acto de complacencia política, sino una obligación explícitamente definida en la Constitución General de la República y las diversas legislaciones estatales”. Por tanto, de acuerdo a Elizalde, Fernández y Riorda (2006, p.32), “en la transparencia y la rendición de cuentas se encuentra el sustento básico para la construcción de consensos y la ampliación de la credibilidad ciudadana”. Para avanzar en esa dirección, López-Ayllón y Marván (2007, p.6) han planteado que México requiere “de la necesaria conjugación de buenas leyes, buenas prácticas gubernamentales y amplia participación ciudadana”. Esta transformación política habrá de modificar de manera definitiva y positiva la relación entre gobernantes y gobernados y la manera como los diferentes niveles de gobierno actúan entre sí para llevar a cabo una modificación sustantiva en la cultura política en el país. De esta forma, los autores (2007, p.7) insisten en que:

“(…) la obligación constitucional del estado de informar a sus ciudadanos con información veraz, oportuna, comprensible y comparable es, sin lugar a dudas, un paso firme para el diseño e implementación de políticas públicas susceptibles de ser evaluadas y modificadas con base en resultados. Es de capital importancia que tanto la recaudación como el presupuesto y gasto público puedan ser comparables en

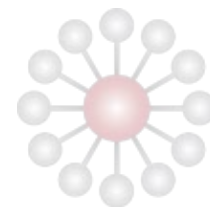


todos los niveles de gobierno y cualquier persona pueda darle seguimiento tanto al quehacer gubernamental como al ejercicio del presupuesto desde su municipio o entidad, hasta la federación. Pueden variar las formas, los procesos y adecuarse a las necesidades específicas de los gobiernos y las propias instituciones; pero lo que no puede variar es la convicción de que la información que maneja el gobierno es pública por naturaleza y reservada sólo por excepción”.

En esa misma dimensión, Carbonell (2007, p.8) plantea la necesidad de “profesionalizar y especializar a las instituciones para consolidar el derecho y la práctica ciudadana de requerir documentos al gobierno. Sin embargo, la variedad de las leyes mexicanas (una federal, 31 estatales y otra del Distrito Federal) constituye un abanico de interpretaciones que atienden una diversidad de intereses y compromisos -que va de los 12 hasta los 90 rubros temáticos-, lo que provoca dispersión y poca objetividad en la comparación de la información”. Excederse en la información puesta en Internet, dice el autor, sin precisar formas, grado de desarrollo, unidades de medida y tiempos puede provocar que la información sea inútil por excesiva, incomprensible y hasta descontextualizada. Ante ello, enfatiza, “resulta indispensable la reflexión sobre lo que debe constituir una obligación de transparencia y la

forma más apropiada de presentación, de tal manera que resulte clara, veraz y verificable a los ojos de cualquiera y no solamente de los expertos”. Ante ello, es menester preguntarse: ¿hasta dónde la cultura cívica ciudadana comprende realmente la significación política de este derecho y cuáles son las razones por las que el asunto, más que provocar acciones de debate público tendientes a poner límites al poder establecido y cerrar las puertas a la impunidad y la discrecionalidad en el ejercicio de la ley, no se ejerce y desarrolla y en el imaginario figura como una aspiración más del escenario político mexicano? Algunas de las razones pueden encontrarse, en primera instancia, en los resultados de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (2006) que destaca el gran desconocimiento que muchos mexicanos tienen de sus derechos y obligaciones y la permanencia de una cultura política de tipo clientelar hacia el poder en vez de relaciones ciudadanas modernas entre el poder público y la sociedad.

Aunque el país ha cambiado en términos de pluralidad política se identifica, como establece Peshard (2002, p.6), que “actualmente no existe todavía un ciudadano participante y consciente de la acción cívica sino un conglomerado de prácticas comunitarias vinculadas con identidades y solidaridades muy inmediatas -como el barrio o la familia-, que difícilmente articulan sus reclamos con base en intereses más generales”. En ese sentido, dice la autora, hay poca evidencia empírica sobre la existencia de prácticas ciudadanas favorables para la consolidación democrática, toda vez que existe una gran diversidad de comunidades más o menos fragmentadas y atomizadas poco capaces de imaginarse un bienestar general más allá de



la preservación de relaciones clientelares hacia el poder. Guerrero (2004, p. 139) manifiesta por su parte, que la “participación en la vida pública más que activa es reactiva y más que propositiva es de protesta. Es justamente ese pobre perfil de la cultura cívica en México, que exige tan poco de sus elites políticas en términos de responsabilidad, transparencia, rendición de cuentas y acciones efectivas para solucionar los problemas más apremiantes, lo que favorece la autonomía e impunidad de todas ellas y les permite ocuparse de sus propios intereses y competencias por el poder antes que solucionar los problemas y demandas sociales”. Por lo anterior, las acciones de transparencia y rendición de cuentas del poder público deben ser evaluadas de manera sistemática para asegurar tanto el cumplimiento eficiente de un derecho individual, su significación política y dimensión social, como la identificación de las distintas necesidades ciudadanas. Ello exige precisión para conocer el nivel de pertinencia, suficiencia, relevancia, sustentabilidad y contribución al desarrollo democrático, por lo que es imprescindible contar con instrumentos confiables que, soportados en categorías e indicadores sustantivos, permitan evidenciar las posibilidades y carencias, fortalezas y debilidades, suficiencias o inconsistencias de un proyecto de intervención pública. Cualquier política trasciende su funcionamiento cuando se precisan con claridad en sus objetivos los derechos públicos e individuales que buscan garantizarse, los aspectos que requieren mayor procesamiento y los temas que deben ser instrumentados. De esta manera, como en cualquier proceso de intervención política y social, la congruencia general entre los objetivos y los métodos, los fines, medios y procedimientos resulta fundamental.

3. Metodología de investigación

A nivel internacional y nacional existen diversas experiencias de evaluación de la transparencia gubernamental, como los trabajos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Transparencia Internacional (TI), el Centro de Investigación y Docencia Económica (CIDE), el Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI), Libertad de Información México, A. C. (LIMAC), Ciudadanos por Municipios Transparentes (CIMTRA) y el Centro de Estudios Espinosa Yglesias (CEEY). La experiencia de los análisis realizados demuestra que las evaluaciones deben ser constantes, a fin de generar un historial confiable de las acciones al respecto. Asimismo, que es importante validar si la información pública que ellas proporcionan es congruente con las necesidades ciudadanas y responden cabalmente al cumplimiento del derecho a saber.

En ese sentido, con el propósito de evaluar, desde el punto de vista de las necesidades ciudadanas si el Ayuntamiento de Puebla cumple con los indicadores de transparencia definidos por Transparencia Internacional (2008), se realizó una auditoría al portal institucional donde se midieron las cinco variables, 14 dimensiones y 80 indicadores que cubren los aspectos más determinantes de una gestión municipal:

1. Información sobre el gobierno Municipal
Información sobre los cargos electos del Ayuntamiento
Información sobre la organización del Ayuntamiento



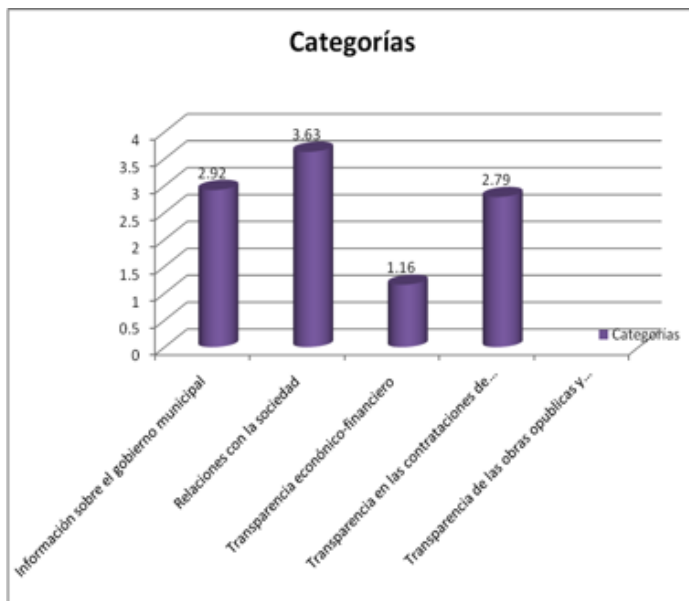
Información sobre normas y reglamentaciones municipales.

2. Relaciones con la sociedad
Características de la página web del Ayuntamiento
Información y atención al ciudadano.
3. Transparencia económico-financiera
Información contable y presupuestaria
Transparencia en los ingresos y gastos municipales
4. Transparencia en las contrataciones de servicio
Relaciones y operaciones con proveedores y contratistas.
5. Transparencia en urbanismo y obras públicas
Decisiones sobre recalificaciones y adjudicaciones urbanísticas
Licitaciones de obras públicas
Información sobre participantes
Ofertas y resoluciones
Seguimiento y control de la ejecución de obras
Indicadores sobre urbanismo y obras públicas.

Es de destacar que en una evaluación general del cumplimiento de las categorías, el Ayuntamiento de Puebla cumple más que satisfactoriamente con los indicadores de Relación con la sociedad e incluso con la información sobre el gobierno municipal y la información sobre compras, licitaciones y convocatorias públicas. Sin embargo, adolece gravemente de una transparencia en los estados financieros del Ayuntamiento y, sobre todo, en materia de obras públicas. Ello manifiesta que existen graves omisiones no consideradas en las evaluaciones realizadas por otros organismos.



4. Resultados de la investigación

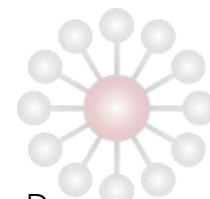


Referencias

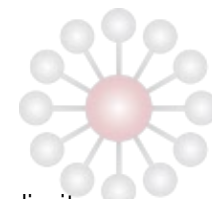
Ackermann, J. M. (2007). El Instituto Federal de Acceso a la Información Pública: Diseño, desempeño y sociedad civil. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Ackermann, J. y Sandoval, I. (2005). Leyes de acceso a la información en el mundo. México: Instituto Federal de Acceso a la Información.

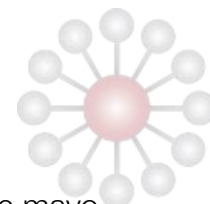
Alonso, R. (2007). Leyes de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental locales: La emergencia del derecho a la información. Xalapa: Universidad Veracruzana.



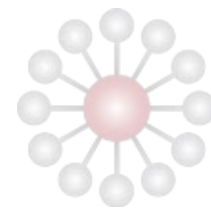
- Anguita, P. (2003). El derecho a la información en América, en I. Bel Mallen, y L. Corredoira. Derecho de la información. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Audiffred, M. (2006). Testimonios del derecho a saber. Monterrey: Libertad de información-México, A. C. y Comisión de Acceso a la Información Pública del Estado de Nuevo León.
- Autores varios. (2008). Propuesta ciudadana de iniciativas de Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública para el Estado de Puebla. Puebla: Ciudadanos por Municipios Transparentes, México Abierto, Fundación para el Desarrollo Municipal Sustentable, A. C. y Universidad Iberoamericana, Puebla.
- Autores varios. (2007). Estudio comparativo de leyes de Acceso a la Información Pública. México: Instituto Federal de Acceso a la Información.
- Autores varios. (2007). Métrica en la transparencia. México: Centro de Investigación y Docencia Económica y Conferencia Mexicana para el Acceso a la Información Pública.
- Becerra, R., Dada, J., Deceano, F., Martínez, F., Solís, F., López-Ayllón, S. y Marván, M. (Coordinadores). (2007). La transparencia en la República: un recuento de buenas prácticas. México: Instituto Federal de Acceso a la Información Pública.
- Bell, D. (1973). El advenimiento de la sociedad postindustrial. Madrid: Alianza Editorial.
- Buendía, J., Carbonell, M., Corro, L., Davara, I., López-Ayllón, S., Meyer, J. A., Ojeda, J., Reynoso, V., Santiago, M. y Valdivieso, R. (2008). Evaluación de las reformas y adiciones a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Puebla. México: Centro de Estudios Espinosa Yglesias. Recuperado el 4 de agosto de 2008 de www.ceey.org
- Carbonell, M. (2007). Hacia una democracia de contenidos: la reforma constitucional en materia de transparencia. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Carpizo, J. y Carbonell, M. (2003). Derecho a la información y derechos humanos. México: Miguel Ángel Porrúa y Universidad Nacional Autónoma de México.
- Credé, A. y Mansell, R. (1998). Las sociedades de conocimiento en síntesis. La tecnología de la información para un desarrollo sustentable. Paris: Comisión de las Naciones Unidas sobre Ciencia y Tecnología para el Desarrollo.
- Crovi, D. (2004). Sociedad de la información y el conocimiento: Entre lo falaz y lo posible. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Doyle, K. (2001). El acceso a la información en Estados Unidos. Balance y perspectivas, en E. Villanueva e I. Luna. El derecho de acceso a la información. Visiones desde México y la experiencia comparada. México: Universidad Iberoamericana de la ciudad de México y Fundación Konrad Adenauer Stiftung.



- Drucker, P. (1992). *The age of discontinuity: Guidelines to our changing society*. New Jersey: Harper & Row.
- Elizalde, L., Fernández, D. y Riorda, M. (2006). *La construcción del consenso: La gestión de la comunicación gubernamental*. Buenos Aires. La Crujía Ediciones.
- Escobedo, J. F. (2002). Movilización de opinión pública en México: El caso del Grupo Oaxaca y la Ley Federal de Acceso a la Información Pública. *Revista de Derecho Comparado de la Información*, 2. Madrid, julio-diciembre.
- García, I. y Abascal, E. (2003). Una metodología para el estudio de la evolución de variables latentes. *Análisis de las infraestructuras de carreteras de las comunidades autónomas (1975-2000)*. *Estadística Española*, 45(153), 193-210. Instituto Nacional de Estadística
- Gidiere, P. (2006). *The federal information manual: How the government collects, manages, and discloses information under FOIA and other statutes*. Chicago: American Bar Association.
- Guerrero, M. (2004). *México, la paradoja de su democracia*. México: Universidad Iberoamericana.
- Hernández, M. (2008). Beneplácito de Montero por la reforma a la Ley de Transparencia, en *Periódico La Jornada de Oriente*. Puebla, 20 de agosto.
- Hernández, M. (2008). La reforma debe limitarse a incorporar los términos constitucionales: Bailleres, en *Periódico La Jornada de Oriente*. Puebla, 6 de agosto.
- Hernández R., Fernández-Collado, R. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- López-Ayllón, S. y Arellano, D. (2008). Estudio en materia de transparencia de otros sujetos obligados por la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. México: Centro de Investigación y Docencia Económica. Recuperado el 6 de agosto de 2008 de <http://hdl.handle.net/10089/16074>
- López-Ayllón, S. y Marván, M. (2007). *La transparencia en la República: Un recuento de buenas prácticas*. México: Centro de Investigación y Docencia Económica e Instituto Federal de Acceso a la Información.
- Loreti, D. (1997). *El derecho a la información. Relación entre medios, público y periodistas*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Lozano, P. (2003). El derecho a la información en los textos universales, en I. Bel Mallen y L. Corredoira. *Derecho de la información*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Machlup, F. (1973). *The production and distribution of knowledge in the United States*. New Jersey: Princeton University Press.
- Machuca, J. (2007). Plantea Olivares una consulta pública para reformar la ley, en *Periódico Milenio Diario*. Puebla, 14 de octubre.



- Masuda, Y. (1980). The information society as post-industrial society. Tokyo: Institute for the Information Society.
- Meyer, J. A. (1984). Políticas de comunicación y derecho a la información en México. México: Secretaría de Gobernación.
- Peshard, J. (2002). Cultura política democrática. Cuaderno de Divulgación de la Cultura Política.2. México: Instituto Federal Electoral.
- Poder Ejecutivo Estatal. (2008). Decreto que reforma y adiciones diversas disposiciones de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información del Estado de Puebla. Periódico Oficial del Estado. Puebla, 18 de junio.
- Poder Ejecutivo Estatal.(2004). Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Puebla. Periódico Oficial del Estado. Puebla, 16 de agosto.
- Poder Ejecutivo Federal. (2007). Decreto por el que se adiciona un segundo párrafo con siete fracciones al Artículo 6o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Diario Oficial de la Federación. México, 20 de julio.
- Poder Ejecutivo Federal. (2006). Reformas a Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. Diario Oficial de la Federación, México, 6 de junio.
- Poder Ejecutivo Federal. (2004). Reformas a Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. Diario Oficial de la Federación, México, 11 de mayo.
- Poder Ejecutivo Federal. (2003). Reglamento de la Ley Federal de Acceso a la Información Pública Gubernamental. Diario Oficial de la Federación. México, 11 de junio.
- Poder Ejecutivo Federal. (2002). Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental. Diario Oficial de la Federación. México, 11 de junio.
- Poder Ejecutivo Federal. (1977). Decreto que adiciona un párrafo al artículo 6º. de la Constitución Política de los Estados Mexicanos. Diario Oficial de la Federación. México, 6 de diciembre.
- Poder Legislativo Estatal. (2010). Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional. Iniciativa de decreto por el que se reforma la fracción VII del artículo 12 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano del Estado de Puebla. Puebla, 10 de marzo.
- Reyes Heróles, F. (2004). Entre las bestias y los dioses. Del espíritu de las leyes y de los valores políticos. México: Editorial Océano.
- Ríos, S. (2008). El proceso de reforma se postergará un mes más, en Periódico El Sol de Puebla. Puebla, 29 de marzo.
- Ruiz Eldredge, A. (1979). El desafío jurídico de la comunicación internacional. México: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales y Nueva Imagen.



Stehr, N. (1994). Zur Theorie von Wissensgesellschaften. Frankfurt: Suhrkamp.

Villanueva, E. (2007). Construcción de indicadores internacionales para la evaluación de leyes de acceso a la información pública. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Villanueva, E. y Luna, I. (2006). Dictamen sobre las leyes de transparencia. México: Libertad de información-México A. C.

Villanueva, E. y Luna, I. (2001). El derecho de acceso a la información. Visiones desde México y la experiencia comparada. México: Universidad Iberoamericana de la ciudad de México y Fundación Konrad Adenauer Stiftung.

U.S. Department of State. (2007). The freedom of information act as amended by public law. Washington, D. C. Recuperado el 2 de agosto de 2010 de <http://www.usdoj.gov/oip/amendment-s2488.pdf>

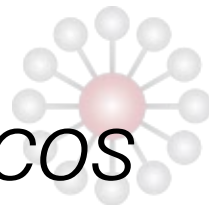
U.S. Department of State. (1994). The Freedom of Information Act. Washington, D. C. Recuperado el 3 de agosto de 2010 de http://www.usembassy-mexico.gov/bfdossier_FOIA_acta.pdf

SOBRE LOS AUTORES:

José Antonio Meyer Rodríguez. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna (España). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 1. Autor de libros y artículos especializados sobre comunicación. Sus líneas de investigación se centran en la comunicación política, la comunicación para el desarrollo y la comunicación estratégica. Miembro de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación y las asociaciones Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación y Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Evaluador del Consejo de Acreditación de la Comunicación y dictaminador de revistas especializadas sobre Comunicación tanto de México como del exterior. Actualmente coordina el cuerpo académico Comunicación, Democracia y Desarrollo y la academia de Comunicación en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (México).

María Josefina Rivero Villar. Doctora en Administración por la Universidad La Salle (México). Autora de libros y artículos especializados sobre comportamiento organizacional y creación del conocimiento. Actualmente coordina el cuerpo académico Competitividad y generación del conocimiento en la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (México).

Tania Yasmine Dominguez López. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Actualmente participa como ayudante de investigación en el cuerpo académico Comunicación, Democracia y Desarrollo de la primera institución.



Los procesos sociopolíticos en la prensa bajacaliforniana (2009-2010) desde la perspectiva del Observatorio Global Mediático de la Frontera Norte: El caso de La Crónica de Mexicali y El Mexicano de Tijuana

Dr. Manuel Ortiz Marín
Eddy Meza Díaz, Angélica Labrada, Víctor Ferrel,
Karla L. Barajas y Melissa Anguiano
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Resumen

El trabajo expone un ejercicio de análisis de la realidad mediática en torno a las condiciones en las que se expresa la democracia a partir de dos categorías seminales: ciudadanía y género y sus problemáticas inherentes. Dicho ejercicio se conformó desde la perspectiva de la teoría de la Agenda Setting (McCombs y Edwards, 2002) que indica que los medios de difusión masiva asumen para determinados temas su propia agenda de acuerdo con los intereses dominantes desde los centros de poder. Para ello, se utilizó la metodología del análisis de contenido con enfoque cuantitativo para estudiar las representaciones mediáticas en dos diarios de dos estados fronterizos diferentes: El Mexicano de Tijuana y La Crónica de Mexicali, ambos de Baja California. Los resultados obtenidos fueron: para los temas de democracia y ciudadanía estudiados, éstos son representados de manera visible sólo en tiempos de procesos electorales y en su expresión mediática es notoria la preferencia por dar la voz a las instancias gubernamentales, Para el caso de género, siendo relevante dicha condición en la sociedad moderna, no es objeto de atención ni marcada como agenda y menos como incidencia de las problemáticas referidas a ello. Es decir, la mujer no es sujeto de voz pública para los temas políticos, ni en espacios otorgados a los sectores sociales o en la agenda de medios.

Una hipótesis que se desprende es que pareciera existir razones para mantener parcelada la problemática y su realidad. Aunado a la escasa posibilidad de actuación e inserción de políticas públicas como respuesta institucionalizada para la resolución de las problemáticas particulares en escenarios posibles pero distantes como son dos entidades con historia y contextos diferentes pero que les une ser parte de la región fronteriza del norte de México.

Palabras Claves:

Periodismo, ciudadanía, género, democracia y agenda setting.



1. ENTENDER A LOS MEDIOS DESDE SU AGENDA

Abordar la condición mediática de los procesos periodísticos posibilita su explicación a partir de varias teorías, una de las más representativas para ello es la Agenda Setting desarrollada ya hace varias décadas por McCombs y Shaw (1972) y continuada por diversos especialistas como Rogers y Dearing (1988); Shaw y Martin (1992) y Scheufele (2000), entre otros.

El postulado central de la Agenda Setting es que “the mass media set the agenda for each political campaign, influencing the salience of attitudes toward the political issues” (McCombs y Shaw, 1972: 177), de ahí que es notorio que los medios, ya fueran electrónicos o impresos, a partir de las temáticas y de los propios actores que se visibilizan en el espacio público, asumen sus posiciones acorde a las perspectivas de los acontecimientos que promueven.

Por otra parte, las agendas de los medios pueden componerse de un conjunto igual de amplio que la propia actividad social, política, económica o cultural puesta en marcha durante amplios períodos de producción noticiosa. Sin embargo, es notorio que el énfasis de los estudios relacionados con la agenda setting, demuestran la preferencia de los medios por destacar los grandes temas públicos.

La evidencia que demuestra tal acentuación es que en la medida en que dichos temas sean lo suficientemente notorios mediáticamente, existe la posibilidad de que los mismos sean priorizados por las audiencias (McCombs y Bell, 1996 y McCombs y Reynolds, 2002). Igual subrayado ocurre con los propios actores públicos cuyos valores que representan suelen ser sobredimensionados con la finalidad de destacar sus virtudes o defectos,

según sea el caso.
XV ENCUENTRO NACIONAL CONEICC

Otro rasgo significativo de la teoría de la Agenda Setting, ocurre cuando los medios al presentar un objeto suelen acentuar, ya sea positiva o negativamente, los atributos del mismo. Para los efectos de la visibilidad mediática (Thompson, 1993), es notoria la forma en que se destacan los atributos de los actores y/o instituciones a las que se adscriben como estrategia de promoción, pero también de denostación del adversario político.

En estos dos ámbitos, de los más representativos de la teoría de la Agenda Setting, se evidencia los dos niveles en que opera la misma. El primer nivel, acontece mediante la prominencia del objeto. El segundo nivel es la prominencia del atributo de dicho objeto (Shaw y McCombs, 1977).

Este último nivel de la agenda setting, se le ha vinculado fuertemente con otro concepto teórico del análisis de los medios, se trata del “framing” propuesto por McCombs y Evatt, 1995, Scheufele, 1999 y Reese, 2001.

En síntesis, la Agenda Setting se refiere a ordenar o dar prioridad a algo más que a los simples temas. Incluye los aspectos de los temas, las ideas y los candidatos. De este modo la aplicación más amplia del modelo de la agenda setting se vincula con la noción de encuadre. Independientemente del nombre, se trata de un proceso de selección y prominencia.

Al prestar atención a ciertos aspectos, a expensas de otros, y al sugerir ciertas soluciones o respuestas en lugar de otras, los mensajes de los medios de difusión influyen en algo más que en los temas, influyen en el modo en que la gente piensa sobre esos temas,

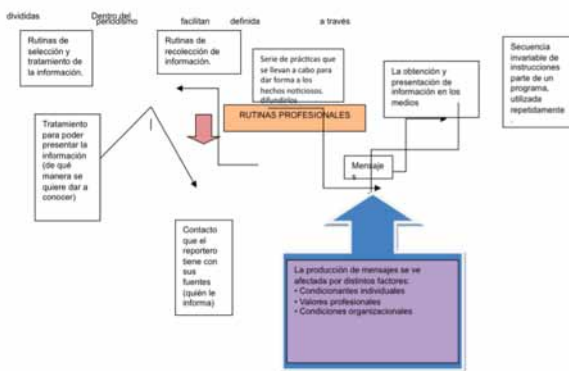
El proceso es semejante en lo que se refiere a otros aspectos de la agenda noticiosa (McCombs and Evatt, 1995). Para los efectos del estudio que se propone, el nivel utilizado



será abordado por los temas más sobresalientes junto con otros componentes como el género periodístico preferentemente utilizado, las fuentes informativas utilizadas y la frecuencia de las notas en cada diario.

Además de ello, se han clasificado a las rutinas profesionales como: Rutinas de Selección y Tratamiento de la Información y Rutinas de Recolección, esto ha sido con la finalidad de facilitar la obtención y presentación de datos, que luego serán transmitidos como información y reconstrucción de la realidad o acontecer acerca de lo comunicado. Véase la gráfica alusiva a las rutinas profesionales:

Gráfica No. 1 Rutinas profesionales



Implica observarles desde terrenos o esferas de lo político, ideológico y sociocultural que conlleva.

2. CONTEXTO GEOGRÁFICO FRONTERIZO DE LOS DIARIOS ESTUDIADOS.

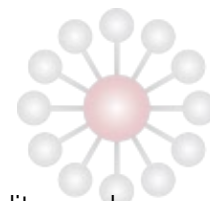
La frontera

Referir el espacio que ocupa la frontera norte de México es tratar de representar poco más de tres mil kilómetros que van desde Tijuana, Baja

California, hasta Matamoros, Tamaulipas; lo cual comprende a siete estados fronterizos, por la parte de México (Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas) y por Estados Unidos de América a cuatro entidades (California, Arizona, Nuevo México y Texas). Los diarios seleccionados para el estudio se ubican en las ciudades de Mexicali, y Tijuana, Baja California. La primera es una población fronteriza que colinda con su gemela Calexico, California, EUA. Mexicali, es la capital del estado de Baja California, y es la más septentrional de América Latina, y cuenta con una población de 855,962 habitantes. Tijuana por su parte cuenta con una población de 1,410.700 habitantes (<http://cuentame.inegi.org.mx>) y es una de las fronteras más transitadas del país y puerta de entrada para el tránsito comercial con California, EUA, colindando con la vecina ciudad de San Diego, California.

EL DIARISMO EN BAJA CALIFORNIA. UN BREVE BOSQUEJO

Una de las características de los medios de comunicación masiva en México proviene de una añeja relación de subordinación al poder público. A esta composición, le corresponden los grandes rezagos y vicios pasados y actuales del periodismo mexicano, como: la falta de desarrollo de sus patrones de rigor profesional, de objetividad y de valores éticos, así como su ausencia de reglas a favor de los particulares afectados y su proclividad a privilegiar los requerimientos de control social y los ajustes de cuentas de las élites políticas y empresariales sobre las necesidades informativas de la gente común. Dicho modelo ha sufrido algunos cambios en razón de las nuevas leyes e instituciones electorales que sustentan el proceso mexicano de modernización política reforzado a



lo largo de la última década del siglo pasado y a la insistencia de algunos, primero pocos, luego muchos más, periodistas obstinados en probar que hay vida más allá del modelo tradicional de control (Carreño, 2000; Lawson, 2000).

Los inicios del periodismo bajacaliforniano aparecen registrados en el siglo XIX con la publicación de El Fronterizo en marzo de 1873 editado por Eliseo Schieroni en Real del Castillo, en ese entonces capital del Territorio Norte de la Baja California (Lelevier, 1943). A principios del siglo XX, en Ensenada se publicó nuevamente El Fronterizo, pero ahora bajo la dirección de Isabel Macías en 1903. En Mexicali, el primer periódico fue “El Noticioso, editado por Gustavo Becerra en 1915 y en Tijuana, La Voz de Tijuana, en 1925 por Alberto Bernal como director” (Lelevier, 1943, p. 24). La gran mayoría de estos periódicos, en realidad eran semanarios con escasa circulación, dados los problemas de las comunicaciones y también la poca población lectora de esos tiempos.

Periódico La Crónica (Mexicali, Baja California)

Los antecedentes de La Crónica se remontan al surgimiento de El Novedades de Baja California, cuyo primer ejemplar se publicó el 2 de marzo de 1982, siendo su propietario el ex gobernador Milton Castellanos y otros socios capitalistas. El primer director es Rafael Martínez Retes, un viejo periodista de La Voz de la Frontera, y su editorial de apertura refiere que su objetivo es informar y encabezar la opinión pública con un alto sentido de responsabilidad (Trujillo, 2000).

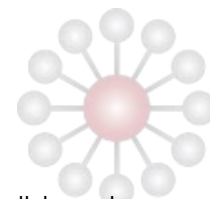
Surge La Crónica de Baja California el 7 de noviembre de 1990, en un principio con un formato tipo periódico. Pertenece a la Sociedad Interamericana de Prensa y a Socios de Las

Américas, así como a la Asociación de Editores de los Estados; recientemente éste diario local cambió su formato, pasando a un tipo tabloide pero más pequeño y redujo su precio que actualmente es de \$5.00. El periódico La Crónica no sólo utiliza el formato impreso como la mayoría de los periódicos en la actualidad, también agrega el formato digital, vía Internet. La presentación del diario, en cuanto a diseño, no cambia mucho de un formato a otro, sin embargo en cuanto ha contenido, la página de Internet de La Crónica (<http://www.lacronica.com/>) ofrece más espacios y sobre todo actualización constante de la información cada que se requiera. El diario está compuesto por información general, deportiva, sociales y espectáculos. En información general se cuenta con secciones como Mexicali, Comunidad, Nacional, Internacional, Mercados, San Luis, Editorial, Policiaca y Policiaca regional, de vez en cuando se dedica una página a Especiales, una sección con alguna información del momento y en ocasiones se dedica una o dos páginas a la información de Reporte Índigo, una revista electrónica.

La Crónica produce alrededor de 42 páginas diarias de información, 32 para información general y deportes y 12 para sociales y entretenimiento y tiene un tiraje diario de 16 mil ejemplares, con devoluciones (www.aee.com.mx).

El Mexicano (Tijuana, Baja California)

Uno de los más importantes periódicos del Baja California es El Mexicano cuyo primer ejemplar fue publicado el 21 de septiembre de 1958, gracias al apoyo del entonces candidato a la presidencia de la república, Adolfo López Mateos y a un préstamo del Banco Mexicano de Comercio Exterior. En 1982 este diario se convertiría en una sociedad cooperativa denominada Cooperativa de Participación social adscrita a la Confederación



de Trabajadores de México (CTM), cuyo actual director Eligio Valencia Roque, fue trabajador de los talleres y más tarde elevado a la dirección por los trabajadores del diario (Méndez, 2004).

Cuenta con tres ediciones: Ensenada, Mexicali y Tijuana. Para su análisis se tomaron en cuenta estas tres ediciones, aunque la edición Tijuana es la más completa ya que contempla información de todo el estado, mientras que la edición Mexicali y Ensenada se centran principalmente en lo local y se complementa con información de la edición Tijuana.

El Mexicano maneja muy pocos espacios publicitarios en su primera página, ya sea en cualquiera de sus tres ediciones, a diferencia de La Crónica y Frontera de Tijuana. La edición de Tijuana está compuesto por información local y estatal, deportes, internacionales, policíaca, sociales y fama. La información local y estatal tiene secciones como Rosarito, Tecate, Editoriales y San Diego. Algunas veces aparecen “Los especiales”, que son reportajes sobre algún hecho de mayor relevancia.

Se produce aproximadamente 24 páginas en información local y estatal, seis internacional, seis sociales y seis de fama. Aunque en ocasiones la cantidad mencionada varía dependiendo la información del día, pero es lo que regularmente se publica.

3. METODOLOGÍA UTILIZADA PARA EL ANÁLISIS DE LOS DIARIOS

Metodología de investigación que mantiene como objeto central el reconocer la importancia del estudio de las temáticas: democracia y calidad de vida con énfasis en el género y su transversalidad en sus constructos más amplios,

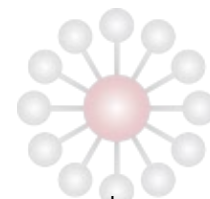
desde la información y sus formas posibles de comunicación; en sus aspectos desde lo científico, cultural y técnico.

Se reconoce que los medios de comunicación masiva (MMC) no solo reflejan el acontecer sino que plasman y construyen realidad referente a la problemática relacionada y es a través del análisis en la prensa escrita, ex profeso en este caso de los diarios La Crónica de Mexicali y El Mexicano de Tijuana como medios de comunicación fronterizos que se destacan por la incidente problemática relacionada en las esferas tanto políticas, como económicas y sociales de relación para practicar un análisis de contenido y su discurso de la producción de mensajes, representa el dar a luz a una línea de estudio aplicada a la realidad, tanto en lo referente a la mediación en los emisores (producción), como a los receptores de mensajes, en un nivel cognitivo (constructo-instrumental) y técnico (instrumental-producción) en una constante búsqueda de mejorarla.

Integración o construcción de lo comunicado-representado en estos espacios públicos, desde la óptica de los MMC fronterizos que el presente trabajo da cuenta de ellos, desde el mismo momento que deciden qué agenda proponer y del narrar al argumentar sobre los procesos sociales relacionados en sus instrumentos técnicos y cognitivos, cual apelación posible de constructos de realidad fronteriza.

Aplicado a través de reconocer sus rutinas profesionales como aquellas que se emplean para poder dar a conocer los hechos noticiosos sobre los cuales se comunica o refiere a realidad que ocurre dentro de una sociedad.

Para el proceso instrumental y el diseño del protocolo instrumental de investigación, como objeto de estudio, en una primera instancia



se procedió a elaborar un marco referencial que diera cuenta de las principales características de los dos diarios fronterizos referidos, La Crónica y El Mexicano que se utilizaron para el análisis periodístico. En un segundo momento, se aplicó la metodología tanto cuantitativa del análisis de contenido (Krippendorff, 1990) a las notas periodísticas de la primera sección para el caso de La Crónica y en el caso de El Mexicano, las secciones: general y nacional, que contuviesen información sobre las temáticas ciudadanía, género, y democracia, con lo cual se tenía una base suficiente de universo de análisis de un año de muestra, por menciones referentes a temáticas inferidas. Al respecto también habrá que referir que el estudio se ha realizado en los soportes técnicos mediáticos específicos, pues para el análisis de La Crónica y El Mexicano se tomaron sus páginas on-line, las cuales en poco difieren de la impresa.

LA PREMISA DE INVESTIGACIÓN

Los diarios La Crónica de Mexicali y El Mexicano de Tijuana, en los temas sociopolíticos reproducen las agendas nacionales y los fenómenos políticos locales, y se asumen como portavoces de los intereses de los grupos de poder en los ámbitos económicos y/o políticos.

CORPUS DEL ANÁLISIS

Para el caso del diario La Crónica y El Mexicano, el método de análisis se sustentó en los siguientes parámetros: a) Utilización del método de análisis de contenido propuesto por autores como Berelson (1952), Bardin (1977), Krippendorff (1990), entre otros. En particular se prefirió el modelo de Laurence Bardin para tal ambos modelos de análisis; b) Determinación de una muestra aleatoria de 187 días para análisis de los diarios seleccionado; c)

Capacitación a un grupo de estudiantes acerca de la técnica de análisis de contenido y e) Elaboración de diferentes instrumentos y apoyos tecnológicos para la captura y codificación de la información periodística.

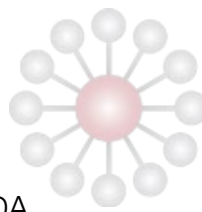
Instrumentos de análisis: Se diseñaron y aplicaron varios instrumentos para el análisis de la información periodística como fueron: manual de análisis; una plantilla de codificación; la captura de notas se realizó mediante la consulta de las páginas on-line e impresas del diario seleccionado en los días preestablecidos y se utilizó el programa de captura Laser Ficher para integrar la información.

Algunos de los criterios de captura fueron: a) se consideró como objeto de la análisis la nota periodística que tuviera más de tres párrafos; b) se analizaron los géneros de opinión, interpretativos e informativos; c) se contabilizó las fotos que a cada nota se le añadían; d) se codificó en número de fuentes que cada información utilizaba como declarantes y e) se asignó una ponderación valoral a cada información analizada.

También se identificaron otros rasgos de las informaciones periodísticas codificadas como procedencia de la nota, lugar de origen de la misma, personaje a quién se le adjudica la información, número de los párrafos asignados a cada fuente declarativa y número de las fuentes que los reporteros entrevistaron por nota.

DESCRIPCIÓN DEL ANÁLISIS

Para el análisis de las representaciones mediáticas, el propósito fue documentar los temas sociales y políticos más importantes que refieren los medios, en particular la prensa escrita acerca de la problemática social, cultural y política en Baja California en las siguientes dimensiones: calidad de vida, género y democracia, como parte de los



derechos políticos de la sociedad bajacaliforniana. Por tal razón se determinaron como unidades de análisis las siguientes categorías:

- Calidad de vida (comprendiendo tanto el bienestar social como el político y económico)
- Género (expresión de la presencia de la mujer en el espacio mediático en los diferentes referentes temáticos)
- Democracia (comprensión de la expresión de las diferentes libertades ciudadanas como el acceso a la educación, salud, libertades políticas, etc.)

4. RESULTADOS DE LOS DIARIOS Y CATEGORÍAS ANALIZADAS

LA CRÓNICA DE MEXICALI Y EL MEXICANO DE TIJUANA

A continuación se expresan las categorías analizadas en estos diarios así como otros elementos de análisis que contribuyen a ampliar el panorama de la producción de la información en estos medios de comunicación fronterizos. Antes de ello habrá que precisar que de la muestra de 187 ejemplares (días) analizados sólo se encontró información para el caso de La Crónica, sobre las categorías propuestas en 71 notas, que no necesariamente representan ejemplares, pues en algunos de ellos en ocasiones hubo dos o tres notas publicadas. Para el caso de El Mexicano, el total de notas del 2009 fueron 105 capturadas y codificadas en las tres categorías ya indicadas y en la misma cantidad de días de muestra.

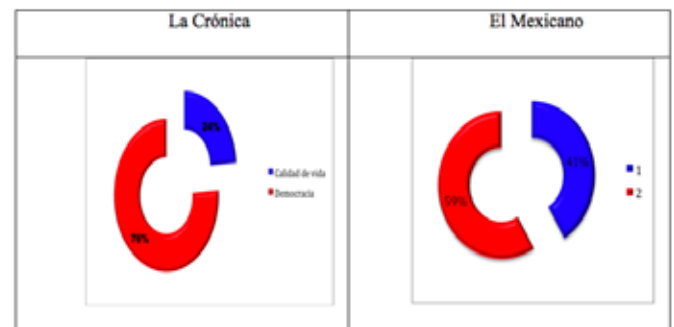
Tomando en consideración que corresponden a las secciones de Tijuana, Mexicali y Ensenada. En algunos casos las notas se repetían en cada sección, pero sólo se tomó en consideración una presencia. De ahí que los resultados que se muestran corresponden a las menciones referencias y la frecuencia del tratamiento de información periodística.

DEMOCRACIA Y CALIDAD DE VIDA

La Crónica.- En este rubro, del total de la muestra anual seleccionada, de la suma de 71 notas codificadas, 17 corresponden a calidad de vida y 54 a democracia.

El Mexicano.- De los 105 registros, 24 notas refiere a calidad de vida y 34 a democracia (hay 40 notas que corresponden a distintos valores diferentes no considerados para las categorías indicadas) y los porcentajes se representan así:

Gráfico No. 2 Categorías temáticas



Cómo se observa en la siguiente distribución de las notas de La Crónica y El Mexicano, el tema de la democracia es sustancialmente mayoritario. Esto tendría una posible hipótesis. Durante 21 años Baja California ha sido gobernada por el Partido Acción Nacional (PAN), justamente en esta entidad en 1989 se rompe la hegemonía que había mantenido el Partido Revolucionario Institucional (PRI) por casi 70 años.

De ahí que las acciones sociopolíticas relacionadas con la democracia como son las libertades ciudadanas, el derecho al acceso a la educación y salud y las libertades políticas como el votar o la manifestación pública de las ideas son fundamentales para la agenda del diario.

El periodismo como expresión del poder simbólico suele estar representado por agentes



de capital que poseen los medios de producción de información, controlan el conocimiento colectivo y participan de un orden social desigual, de concentración y distribución fuertemente inequitativa de la riqueza (Kendall, 2005; Martín Serrano, 1994).

En consecuencia, su interés es más por mantener el status quo modulando las formas en que éste se representa. Evidentemente que en ello contribuyen el actuar de los actores políticos (Wolton, 1998) y su expresión mediática corresponde a la postura hacia el tema que se manifiesta en la actividad político-electoral que tiene la entidad y también por la manifestación de las diversas corrientes políticas y grupos sociales existentes en la entidad.

GÉNERO

La Crónica.- En el tema de género, en las notas recopiladas (hay 12 en las cuales se expresa la presencia femenina y 59 corresponden a hombres); destacan preferentemente mujeres que participan en la política en la figura de lideresas, pero eventualmente hay voces femeninas de ciudadanas y hay una sola nota de una funcionaria del IFE en el estado.

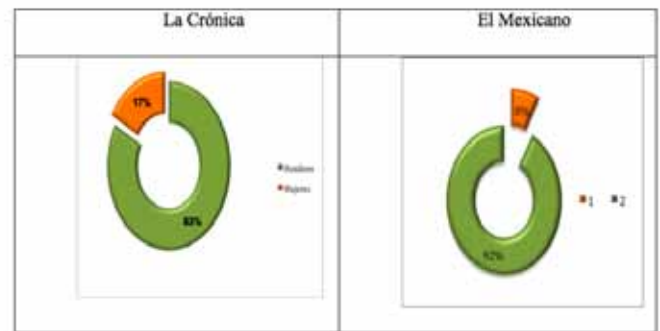
El Mexicano.- Del total de las notas en las cuales aparece una fuente declarante (86), hay sólo siete mujeres que son fuente de información y 79 son hombres los que son objeto de entrevista por reporteros de este diario. Es abrumadora la presencia masculina (92%), pero también lamentable que la mujer no sea considerada como sujeto de declaración noticiosa (8%).

Evidentemente que en las 71 notas analizadas de La Crónica y las 105 de El Mexicano, correspondientes a las categorías seleccionadas, la expresión de la participación femenina no es visibilizada mediáticamente y el porcentaje es

notoriamente superior para la figura masculina. Es interesante agregar al análisis de estos datos que generalmente en los cuerpos reporteriles de ambos diarios, está la presencia de la mujer en la labor periodística; aunque no siempre en las fuentes políticas o económicas. Sin embargo, en la dirección de ambos diarios y en las jefaturas de información o redacción no está presente la mujer en dichos cargos directivos.

Su representación porcentual se expresa en la gráfica siguiente:

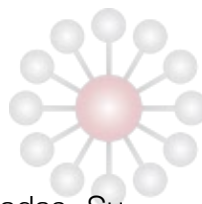
Gráfico No. 3 Presencia femenina en la información



GÉNERO PERIODÍSTICO

Las 71 notas de La Crónica y las 105 de El Mexicano refieren el 100% asignado al género informativo. Lo cual indica, que para los temas de democracia, calidad de vida y género, sólo son expresados mediante la tarea del reportero y pudieran no ser objeto de opinión de articulistas, ni reportajes o crónicas periodísticas (por lo menos en la muestra analizada). Este dato se explica en parte por la forma en que suele desempeñar su labor el reportero, pues su labor se concreta en cumplir con la cantidad de notas asignadas y no necesariamente con la calidad de la información.

De ahí la importancia de la reflexión sobre las rutinas profesionales del reportero para la construcción de la noticia, en la cual influyen factores o condicionantes como los propios valores del reportero, la formación profesional

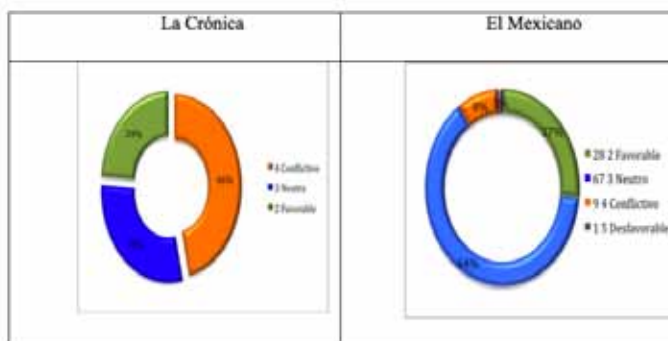


del periodista y las políticas editoriales del medio de comunicación. El abordar géneros como el reportaje o la crónica, le implican al reportero dos condiciones sustanciales. Una, tiempo para poder construir una información a partir de un acontecer relevante y la otra condición, proviene de dos factores, la valoración a la capacidad de ofrecer alternativas informativas y al espacio dentro del diario para abordar temas como las categorías referidas.

Al respecto, pareciera contradictorio en el caso de La Crónica que si el 76% del total las notas (54 de 71) y en El Mexicano 34 de las 105 notas (59%) abordan la temática de la democracia no se le destine otro tipo de posibilidades de generar opinión pública.

MATIZ DE VALORACIÓN DEL TEMA

En este rubro el objetivo era otorgar una valoración que permitiera reconocer el tratamiento que se le otorga a la información así como a los personajes que se citan en la información, los resultados se expresan en la siguiente gráfica.



Como la gráfica lo muestra, de las 71 notas codificadas, la valoración conflictiva (46%) es casi el doble de la favorable (24%). La hipótesis que se puede deducir es que el periodismo que practica La Crónica en los temas analizados se inclina por la presunción del conflicto como objeto de atención. Para El Mexicano, la expresión del matiz de valoración indica que se prefiere asumir una postura

neutral en relación a las temáticas analizadas. Su postura hacia el conflicto es menor que el otro diario y no deja de ser significativo que un 27% de las 105 notas (28) son calificadas favorablemente para el tratamiento de los temas democracia, ciudadanía y género

FUENTES INSTITUCIONALES UTILIZADAS

Uno de los aspectos sobresalientes del periodismo, es la referencia de quiénes son las fuentes que usualmente declaran a partir de la naturaleza de la noticia. Este aspecto es significativo dadas las condiciones en que operan las rutinas del trabajo del reportero y por otra parte, que los centros de poder se manifiestan de manera más visible según la temática, el contexto histórico, pero también la agenda temática del diario en cuestión.

A continuación se ilustran a los actores sociales, políticos y económicos que tuvieron cabida en las páginas de La Crónica en el conjunto de las categorías: calidad de vida y democracia. La condición del tipo de fuentes utilizadas plantea aspectos como la pluralidad de voces que puede otorgar un periodista a la información. Esta práctica también tiene que ver con las características y formato del diario. Habrá que hacer la observación que sólo están referidos las instituciones a las cuales están adscritos los actores (y no sus nombres, pues resulta irrelevante para el contexto en que se presenta este trabajo) y también que sólo se representan aquellos a los cuales se denominan en primera instancia o como primera fuente informativa declarante.

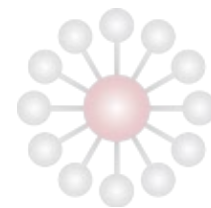
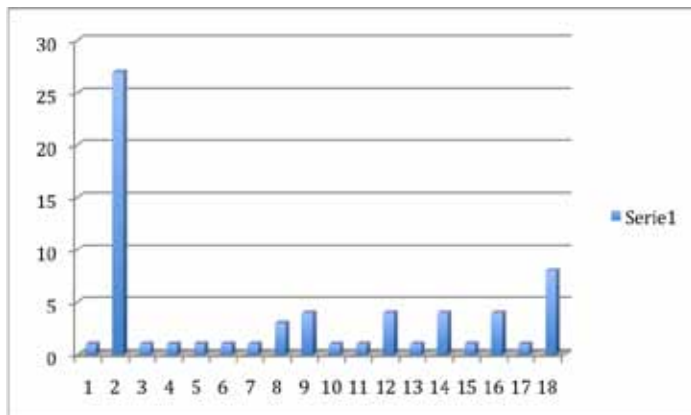


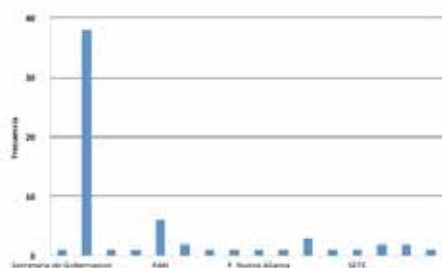
Tabla No. 1 Fuentes informativas. La Crónica



Fuentes informantes: 1. Secr. de Estado Federales. 2. IFE. 3. Secretarías de Edo. de BC. 4. Congreso Estatal. 5. Pres. Mpal. Mexicali 6. Direcciones o departamentos municipales Mxli. 7. PAN. 8. PRI. 9. PRD. 10. Representantes de la industria nacional 11. Empresarios estatales. 12. Representantes de Cámaras de organizaciones empresariales estatales. 13. Representantes de Organizaciones agrícolas y ganaderas. 14. Sindicatos oficiales 15. Manifestantes. 16. Representantes de grupos indígenas, burócratas, trabajadores, campesinos 17. Representantes de la Iglesia católica. 18. Público en general.

Por su parte El Mexicano, en las 105 notas registradas sus fuentes o proveedores de información se organizaron de la siguiente manera:

Tabla No. 2 Fuentes informativas. El Mexicano



Fuentes informantes: 1. Secr. De Estado Federales, 2. IFE, 3. Secretarías de Edo de BC, 4. Pres. Mpal. Mexicali, 5. PAN, 6. PRI, 7. PRD, 8. Empresarios estatales, 9. Cámaras empresariales, 10. Org. Campesinas, 11. Sindicatos oficiales estatales, 12. Manifestantes, 13. Raper Sociedad Civil, 14. Raper Iglesia católica, 15. Ciudadanía, 16. Ninguna fuente 17. Total de notas.

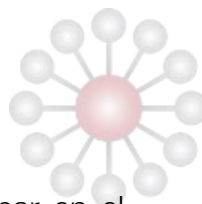
Destacan dos actores sociales en este rubro. El Instituto Federal Electoral (38 notas) el cual a través de sus funcionarios fue entrevistado con frecuencia, dada la ocurrencia de la organización de procesos electorales y la ciudadanía (6), expresada por diferentes voces recogidas por el reporte. Igual puede llamar la atención el que 13 notas no tengan fuente, esto se explica por la recurrencia de boletines que suelen ser publicados por el diario.

Una de las razones por la cual se puede explicar este proceder, es que los reporteros se desempeñan en una organización diseñada para dar cuenta, a una gran velocidad, de tipificaciones de acontecimientos (no sucesos espontáneos) para lo cual dependen de la estabilidad de fuentes que les provean de información preelaborada y adecuada a su ritmo de producción (Tuchman, 1983).

SISTEMA SIMBÓLICO

Para La Crónica, la capacidad de graficar mediante fotografías las notas periodísticas indica el uso o abuso de la fotografía como ilustrador de la nota, en el caso es evidente el equilibrio en este sentido, 32 notas sin apoyo gráfico (45%) por 39 con soporte visual y textual (55%). En este aspecto se vuelve a recordar que el formato tabloide de La Crónica no ayuda mucho en este aspecto.

Para El Mexicano, la proporción tampoco difiere, de las 105 notas analizadas, el 38% de las notas no tienen un soporte visual y 62% si lo poseen. La explicación también se refiere a las características estructurales del diario, pues su formato facilita el acompañamiento de la información con una fotografía ilustradora.



Gráfica No. 5 Sistema simbólico



REFLEXIONES FINALES

La aproximación al estudio de los MMC, para el caso de la prensa de Mexicali y Tijuana, Baja California y conlleva a reflexionar de la importancia, en la sociedad global, de la tarea de construcción del imaginario que los lectores van conformando según la agenda de los medios. Sin dejar de examinar que la recepción de los mensajes también es cognitiva y crítica, y para ello, los sujetos receptores pretenden reconformar su propia construcción de la realidad social, lo cierto es que en la sociedad de la información, son las ideas y el conocimiento lo que constituye la premisa sustancial sobre la cual se sustentan la labor noticiosa (Castells, 2009). Por tal motivo, el estudio de la prensa, por sus características estructurales, facilita el reconocer que su labor informativa permite una mayor capacidad de criticidad del lector al poder, cognitivamente, reconstruir la realidad a partir de sus propios marcos contextuales, lo cual en los medios electrónicos y digitales, dada la velocidad e inmediatez de la información, esta acción se dificulta para la capacidad de cognición individual y con mayor razón la colectiva.

En su mayor parte, cabe hacer notar que es importante dejar claro, que hay una agenda

pendiente, y por ello necesario incursionar en el cómo se plasma la realidad a través de los MMC y de la responsabilidad que estos tienen desde la óptica del cómo construyen realidad; en este caso, en la importancia en del cómo plasman las temáticas de calidad de vida, genero y democracia. En el presente trabajo se muestra a través de un ejercicio de análisis periodístico de dos medios impresos fronterizos La Crónica de Baja California y El Mexicano de Tijuana, sustenta de manera general como premisa indispensable que cuando se construye realidad de hombres y mujeres sobre hechos humanos que se refiere a sociedad y problemas sociales y de formas posibles de entendimiento sobre la participación política, dan cuenta de la relación de poder entre instituciones, organizaciones (sean estas gubernamentales o no gubernamentales), refieren a identidades de género y dan cuenta de un acontecer o una realidad de la sociedad y sus problemas, por lo que el presente reporte de investigación espera contribuir a hacer un llamado a trabajar de manera conjunta para lograr una mayor equidad entre una ciudadanía más plena a través de la misma responsabilidad social de los MMC.

De tal forma que participar en la formación de constructos de realidad, significa construir realidad/conocimiento y habilidades cognitivas, emocionales y comunicativas que hacen posible que las personas participen en la formación y desarrollo de una sociedad democrática, pacífica e independientemente

FUENTES REFERENCIALES

- Asociación de Editores de los Estados. Perfil de La Crónica, (www.aee.com.mx) Consultado 10 de julio de 2010.
- Bardin, Laurence (1977) Análisis de contenido, Akal Universitaria, España.



Berelson, Bernard (1952) *Content Analysis in Communications Research*, New York: Free Press, USA.

Carreño Carlón, José (2000) *Cien años de subordinación. Un modelo histórico de la relación entre prensa y poder en México en el siglo XX*. Sala de prensa No 16, Año. III, Castells, Manuel (2009) *Comunicación y poder*, Alianza Editorial, España.

Krippendorff, Klaus (1990) *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Paidós, España.

Healy L. Luis Alberto (2009) *Entrevista en la reunión del Consejo Editorial La Crónica*, Mexicali, s/f, México.

Kendall, D. A. (2005). *Framing Class. Media representations of wealth and poverty in America*. Rowman and Littlefield. Oxford, USA.

Krippendorff, Klaus (1990) *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós, España.

Lawson, Chappell, (2000), *Building the Fourth Power. Democratization and the rise*, University of California Press, USA.

Lelevier, Armando I. (1943) *Historia del periodismo y la imprenta en el Territorio Norte de la Baja California*. S/e, México.

Martín Serrano, Manuel (1994). *La producción social de la comunicación (Segunda edición ed.)*. Alianza Editorial, México.

McCombs, M. E. and Shaw, D.L. (1972) *The agenda-setting function of mass media*. *Public Opinion Quarterly*, 36, U.S.A., pp.176-187.

_____ and Evatt, D. (1995) *Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting*, *Comunicación y sociedad*, Vol. VIII, 1, Universidad de Navarra, España, pp. 7-32.

_____ and Bell, T. (1996) *The agenda setting role of mass communication in Salween, M. and Stacks. D. An integrated approach to*

communication theory and research, Erlbaum, Mahwah, N.J, U.S.A. pp. 93-110.

_____ and Reynolds, A. (2002) *News influence on our pictures of the world*. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.). *Media effects. Advances in theory and research* Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ. U.S.A. pp. 1-18.

Méndez Fierros, Hugo E. (2004) *Ética y periodismo en Mexicali*. Tesis para obtener el grado de maestro en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana, Cuba.

Reese, S. D., Gandy, O. H. and Grant, A. E. (2001) *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ. U.S.A.

Rogers, E.M. and Martin, S.E. (1988) *Agenda setting research: where has it been? Where is it going?* in J.A. Anderson, *Communication Yearbook*, 11, Sage, Newbury Park, Cal., U.S.A. pp. 555-594.

Scheufele, D. (1999) *Framing as a theory of media effects*. *Journal of Communication*, 49 (1) International Communication Association, U.S.A., pp. 103-122.

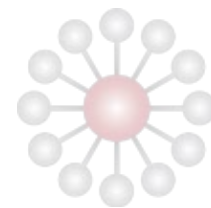
_____. (2000) *Agenda-setting, priming and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication*. *Mass Communication and Society*, 3 (2-3) U.S.A., pp. 297-316.

Shaw, D.L. and McCombs, M. (1977) *The emergence of American political issues*, West, St. Paul. M.N. U.S.A.

_____ and Martin, S.E. (1992) *The function of mass media agenda setting*, *Journalims Quartely*, 69, U.S.A. pp. 902-920.

Thompson, John, (1993) *Ideología y cultura moderna*, UAM-Xochimilco, México.

Trujillo Muñoz, Gabriel (2000) *La canción del progreso*, Larva e Instituto Municipal de Arte y Cultura de Tijuana. México.



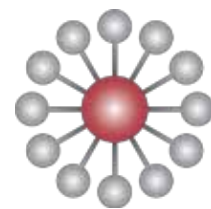
Tuchman, G. A. (1983). La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad. Gustavo Gili, Barcelona.

Wolton, Dominique (1998) Las contradicciones de la comunicación política en Comunicación y política de Gauthier, Gilles et al, Gedisa, 1998, España, pp. 110-130.

SOBRE LOS AUTORES

Dr. Manuel Ortiz Marín . Profesor de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California-Campus Mexicali. Correo electrónico: mortiz@uabc.edu.mx

Eddy Meza Díaz; Angélica Labrada, Víctor Ferrel; Karla L. Barajas; y Melissa Anguiano. Estudiantes de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California-Campus Mexicali. Correos: eddym13@hotmail.com, anyi_13_31@hotmail.com, sky_vm@hotmail.com, barmoli_86@hotmail.com, mia_24_42@hotmail.com



Capítulo 3. Estudios sobre Prensa y Periodismo



A 200 años de la libertad de imprenta: perspectivas y balance

Mtra. Elba Chávez Lomelí

Introducción

El 10 de noviembre de 2010, se cumplieron 200 años de que por primera vez se permitió la libertad de prensa en México. Aunque el ejercicio periodístico de principios del siglo XIX dista mucho del actual, encontramos constantes que han permeado a la profesión: persecución a los periodistas, censura y una legislación empleada por la autoridad política para silenciar a los informadores, pero además, y sobre todo en lo que a la prensa escrita se refiere, una normatividad que ya no responde al desarrollo periodístico actual.

Este trabajo pretende ofrecer un balance sobre la práctica del periodismo nacional, bajo dos ángulos: la construcción de la profesión (desde que a los primeros hombres que comenzaron a emitir sus ideas en los impresos se les denominaba escritores públicos, hasta el periodista digital) y el análisis de las diferentes legislaciones que han normado la libertad de expresión, y con ella, las diversas formas que ha adquirido la censura y condicionamiento de la libertad de expresión de los periodistas.

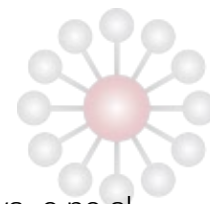
En lo relacionado al primer aspecto, se analizará cómo se fue conformando el perfil del profesional que primero saltó a la palestra pública para opinar, después incorporó la crónica dentro de sus

publicaciones, para después recorrer las calles en busca de información que “reportar”, incorporando la entrevista y los testimonios, y llegar a principios del siglo XXI a una nueva etapa en la que se incorpora al mundo de la comunicación digital en tiempo real.

En cuanto al segundo punto, se observará el camino seguido desde 1810, con énfasis en el tipo de multas y penas con las que castigaban a los periodistas del siglo XIX, además de otras formas de persecución; en la centuria vigésima, con las modificaciones en las relaciones prensa-gobierno, las luchas por la libertad de expresión y, en lo que va del siglo XXI, las nuevas maneras de censura y riesgos en el ejercicio periodístico ante el recrudecimiento de la delincuencia organizada y el narcotráfico.

El andar inicial de la escritura pública

Recorrer la historia de 200 años del ejercicio periodístico en México no es tarea fácil, sin embargo, con el riesgo que implica caer en generalidades, en este trabajo tratamos de extraer las características más importantes del quehacer periodístico y de sus hacedores, en los dos rasgos que nos interesan: la práctica de la libertad de



imprensa o de prensa y los cambios registrados en el perfil de los periodistas.

Como antecedente de la actividad periodística, señalaremos brevemente que hasta el siglo XVIII e inicios del XIX, nadie podía imprimir sin poseer el privilegio del rey ni contar con una licencia previa, es decir, sin tener una concesión exclusiva otorgada al impresor ni un permiso que señalara que el escrito en cuestión había sido previamente revisado y autorizada su publicación.

Las Cortes reunidas en Cádiz para hacer frente a las tropas de Napoleón que habían invadido a España desde 1808, emitieron uno de los decretos que reconfigurarían el espacio público: la libertad de imprenta que en su primer ordenamiento estableció que todos tenían derecho a imprimir sus ideas políticas sin previa censura (Dublán y Lozano, 1876, p. 338).

¿Quiénes fueron los primeros en hacer suyo este derecho? Para este ensayo analicé la autoría de los impresos emitidos en cinco momentos, desde mi óptica, claves en el desarrollo del periodismo en el siglo XIX: 1810, el primer decenio de la independencia, la década de los 50 y de los 80 decimonónicos, para encontrar lo siguiente:

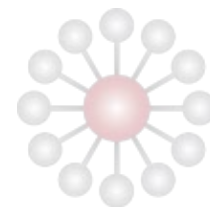
En el primer año de libertad de imprenta escribieron personajes cuya profesión u ocupación estaba vinculada mayoritariamente a la clerecía o a la abogacía, como fue el caso del cura Francisco Severo Maldonado en el periódico insurgente *El Despertador Americano*, o en la segunda, Carlos María de Bustamante ex director de *El Diario de México* y autor de otras publicaciones como *El Centzontle*, *La Abeja de Chilpancingo* y *La Voz de la Patria*.

En 1812, luego que se decretara en Nueva España la libertad de imprenta, surge un tipo de escritor que no estaba relacionado con la Iglesia ni tampoco

inscrito en alguna otra actividad productiva, o no al menos de manera profesional, como los anteriores, al que se le comienza a denominar “escritor público”, entre ellos, José Joaquín Fernández de Lizardi, *El Pensador Mexicano*, término que se extendería de manera indistinta en el siguiente decenio a quien hiciera públicos sus escritos.

La emergencia de este tipo de escritores públicos registrará una actividad importante en la primera década de independencia; la mayoría de ellos publicó en papeles sueltos (impresos sin periodicidad y cuyo título cambiaba de acuerdo con la temática abordada). A *El pensador mexicano* se suman, Rafael Dávila, Francisco Ibar, Pablo de Villavicencio, *El Payo del Rosario*, Luis Espino, *Spes in Livo*, Telésforo José de Urbina, Francisco Santoyo, por citar a quienes lo hicieron de manera frecuente, porque el espacio público de la época fue poblado con múltiples voces que usaban el pseudónimo o escribían desde el anonimato.

Pero también a las publicaciones periódicas de los dos primeros tercios del siglo XIX se asomaron además de los clérigos y abogados, los políticos, es decir, personajes que participaban en la vida pública, ya sea desde la trinchera de la Cámara de Diputados o que tenían un cargo en la administración estatal o federal y que, de manera, adicional escribían sobre asuntos de la vida pública. José María Luis Mora, sacerdote, abogado y diputado, dirige *El Observador de la República Mexicana*, Lorenzo de Zavala participa con Isidro Gondra, en la redacción de *El Correo de la Federación*; más tarde, Guillermo Prieto, Francisco Zarco, Juan Bautista Morales, *El Gallo Pitagórico*, combinaban su actividad periodística en *El Siglo Diez y Nueve*, con la tribuna del Congreso. El contenido de sus textos era fundamentalmente opinativo más que informativo y predominaban



los temas políticos por encima de los literarios o económicos, ya fueran publicados en papeles sueltos o en periódicos. Aunque es en estos últimos donde se aprecia un esfuerzo por incluir otros rubros, entre ellos información religiosa, mercantil y los remitidos, o escritos enviados por los lectores.

En cuanto a la forma, empleaban géneros literarios y estructuras discursivas heredadas del mundo colonial español, en concreto, la sátira, la fábula y el diálogo, éste, utilizado entre personajes imaginarios que abordaban asuntos de la realidad; el diálogo en estos escritos se constituye en el discurso imitado, el estilo de la presentación o representación escénica, que ofrece un máximo de información mediante un mínimo de informante y produce la ilusión que muestra los hechos.

Aunque el concepto “periodista” es usado de cuando en cuando, esta nominación hacia quienes escribían en las publicaciones periódicas comienza asentarse después de mediados del siglo XIX. Tanto en las distintas leyes de imprenta, como en las referencias en los periódicos y papeles sueltos, cuando se habla del periodismo, se hace referencia a los términos “prensa”, y a los que participan en estos impresos como ya se anotó líneas arriba, “escritores públicos”, “escritores”, “autores” y “redactores”.

Francisco Zarco es uno de los escritores que comienza a introducir el concepto de “periodista”, como sinónimo de escritor de una publicación periódica, pero además con agudeza percibe un cambio en quienes participan en la prensa: los que intervienen con sus opiniones sustentados en “principios fijos” y energía “para sostener una opinión” y aquellos que escriben a sueldo “sin más obligación que servir a quien les paga, sufriendo su previa censura y expresando opiniones ajenas”

(1991, p. 176).

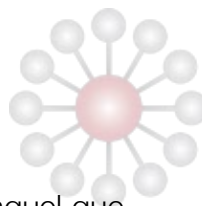
Si bien el contenido de los escritos continúa dentro de las fronteras de la opinión, la crónica, como el relato de lo acontecido toma fuerza, sobre todo entre quienes narran los debates de la Cámara de Diputados, ejemplo de ellos, son las narraciones de los trabajos de los Congresos Constituyentes de 1824 y 1857, publicados en el primer caso por Carlos María de Bustamante, en *La Abeja de Chilpancingo*, y en el segundo, por Francisco Zarco en *El Siglo Diez y Nueve*.

De escritores públicos a reporteros

Lo mismo sucede en la reglamentación en la materia: en los seis ordenamientos expedidos de 1810 a 1882, los términos empleados para referirse a quienes desempeñan esta actividad son: “responsable del impreso”, “autor”, escritor”; a los dueños de las imprentas “impresores”, y a los encargados del proceso de manufactura del periódico, “editor”, “redactor” o en su caso, “director”.

Aunque para algunos historiadores de la prensa, la fundación de *El Imparcial* en 1896 (Reed y Ruiz, 1998; Castillo, 1997) fue el parteaguas en la forma de hacer periodismo en México, al incorporarse por primera vez en la producción de un diario los adelantos tecnológicos de la época, abaratar sus costos e impulsar el periodismo noticioso por encima del opinativo, en el desarrollo de la prensa mexicana, igual que en otros procesos históricos, los cambios no fueron súbitos, sino producto del transcurrir del tiempo que va modificar casi imperceptiblemente la práctica periodística.

De acuerdo con Laura Edith Bonilla (2003), a finales de 1870 se registran los primeros indicios de la transformación en la prensa mexicana, uno de los exponentes del cambio fue Manuel Caballero, quien



después de haber hecho periodismo de opinión, destacó la noticia de opiniones personales, “esto resultó una novedad, ya que fue la noticia la que fundamentó las bases del trabajo del reportero y alrededor de ella se realizaron investigaciones para ampliarla y realizar otras formas de presentación escrita que después fueron plasmadas en el reportaje” (p. 286); en este sentido, la entrevista fue otra de las formas que empleó para complementar sus trabajos periodísticos.

De tal forma que El Imparcial de Rafael Reyes Spíndola integró los elementos que ya se venían experimentando en el quehacer periodístico nacional de forma aislada o como producto de iniciativas más particulares que empresariales, a procesos de producción más rápidos y baratos gracias a su prensa rotativa de tiro rápido y al linotipo. Los acontecimientos del día llegaban a la redacción y se publicaban al día siguiente; este novel método de trabajo en el periodismo además se nutrió con el servicio de la agencia Cablegráfica y Telegráfica de Leopoldo Batres y el servicio de la noche de The New York Herald (García, 2003), que implicó tener información actual de otras latitudes. Los primeros reporteros en México, definidos con ese término, hacen su aparición en este diario al llevar a su redacción “reportazgos”, como se referían a la información que el reporter salía a buscar, según refiere García (2003) en su estudio sobre este periódico. A la creación de El Imparcial, en plena Revolución, surgirían otros diarios, dos de los cuales aún se encuentran en el espacio público El Universal, fundado en 1916 y Excélsior, en 1917. A pesar de que esta nueva forma de hacer periodismo y el repórter fue criticado acremente y visto como “el yankee que trae dinero a los editores”, cuya principal ocupación es la de “averiguar vidas ajenas” (Lombardo, 1992, p. 191),

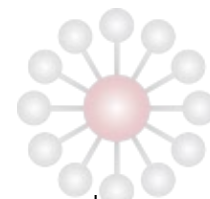
la noticia y el oficio del reportero, como aquel que trae noticias a la redacción, ya se habían instalado en la prensa mexicana.

Pero, ¿quiénes eran estos noveles reporteros? De nueva cuenta volvemos a encontrar como periodistas a hombres cuya primera profesión o actividad se encuentra en la abogacía, en el derecho, o en las letras, pero cuyo carácter avezado rayando en la intrepidez, los hace aventurarse en el camino del periodismo.

La experiencia de los primeros reporteros del siglo XX se transmitió en las redacciones de los diarios, donde uno de los pasos obligados era comenzar como redactor, en el mejor de los casos, o como “hueso” o “cortacables”. Los géneros periodísticos como los conocemos hoy en día, también se perfilan en las primeras décadas de ese siglo. De 1900 a 1930, la prensa competía con la prensa escrita: en esas tres décadas en la ciudad de México se editaron al menos 41 periódicos; salvo Excélsior, El Universal, La Prensa y El Nacional, los restantes desaparecerían al cabo de unos años. Sin embargo a partir de 1930, la radio y la creación de Radio Noticias, una estación que por primera vez en México transmite información de manera continua, serían otra de las marcas que comenzaría a modificar tanto el oficio periodístico como el perfil de los informadores; dos décadas después, haría lo mismo la televisión y el primer programa noticioso, con Jacobo Zabłudovksy al frente.

Profesionalización periodística. ¿Rumbo al periodismo digital?

Con más espacios informativos, incrementados por los medios electrónicos, para mediados del siglo XX por primera vez en México se abre una escuela que enseña periodismo, la Carlos Septién García en 1949, a nivel técnico, y a nivel licenciatura, la



UNAM funda la carrera dos años después, seguida de la Universidad Veracruzana en 1954 y en 1960 la Universidad Iberoamericana, institución en la que Raúl Fuentes Navarro (1991, p. 168) advierte en su plan de estudios una ruptura con el modelo de formación periodística e “inaugura un abordaje académico más amplio sobre la comunicación social”.

No obstante la preparación de los informadores en las aulas universitarias, en las redacciones de los prensa escrita y de la electrónica el grueso de la plantilla de periodistas continuó comprendido por quienes aprendieron el oficio en la práctica. Sería hasta la década de los 80, 30 años después que egresaron las primeras generaciones de licenciados en periodismo, que las publicaciones periódicas estarían conformadas con egresados de instituciones de educación superior.

En los estudios de Sánchez (1992), Islas, Gutiérrez y CampoGarrido (2002) hay un amplio debate sobre qué tipo de profesionistas se están preparando en las universidades en donde se coincide que, tras la apertura de la licenciatura en periodismo con un enfoque práctico, la mayoría de las instituciones de educación superior adoptó el denominado “modelo polivalente”, el cual, de acuerdo con Islas et al:

Partía del propósito de trascender la autonomía relativa de las profesiones independientes en la comunicación, tales como: publicidad, relaciones públicas, periodismo, fotografía, etc., subordinándolas a la perspectiva aglutinante e integradora de la licenciatura en ciencias y técnicas de la información (2002, p. 3).

Pese a este interés académico en la

profesionalización del comunicador y de que los planes y programas de estudio de la mayor parte de las universidades incorporaron materias que pretendían dotar al alumno de un espectro integral de la comunicación, en estos albores del siglo XXI continúa abierto el reto de crear un marco disciplinario que permita afirmar la existencia de las ciencias de la comunicación (Sánchez, 1997, p. 6), definir qué sitio ocupa el periodismo dentro la enseñanza de este campo académico e incorporar nuevos saberes que permitan al profesional de los medios de comunicación hacer frente a los recientes retos de la era digital.

Según el Catálogo de carreras y licenciatura en universidades e institutos tecnológicos (ANUIES, 2007), en todo el país existen 377 instituciones de educación superior que imparten la carrera de Comunicación o Ciencias de la Comunicación¹, en tanto que 20 tienen la denominación de Comunicación y Periodismo y 38 más, sólo Periodismo.

En estos albores del siglo XXI, la práctica periodística registra otra de sus modificaciones sustanciales, cambios que aún no se alcanza a percibir con exactitud hacia dónde conducen, pues están implicando para el periodista de los medios tradicionales, radio, prensa y televisión, no sólo actualizarse lo más rápido posible al vertiginoso desarrollo tecnológico y desarrollar otras habilidades para trabajar en salas de redacción digitales.

Este periodista está en construcción en nuestro país; las universidades apenas comienzan a incorporar en sus planes de estudio asignaturas relacionadas, pero todavía esto no es suficiente

¹ En algunos casos se registran como licenciaturas en Comunicación Organizacional, en Comunicación Social o en Comunicación corporativa, pero proporcionalmente no son representativas.



para dotar a los alumnos de las herramientas suficientes y entrar de lleno al mundo digital.

¿Y las libertades para ejercer la profesión?

Aunque pareciera que en materia de libertad de expresión se avanzó mucho en estos dos siglos de prensa en México, lo cierto es que muchas de las prácticas para coartar la libertad de expresión se han repetido en el transcurrir del tiempo y surgido otras que atentan no sólo contra esta garantía constitucional sino contra la propia integridad del periodista, contexto que ha llevado a organismos internacionales como la ONU a ubicar a México como el quinto país a nivel mundial donde más agresiones a periodistas se registran (Becerril y Ballinas, 2010).

En estos albores del siglo XXI, a casi un siglo de que se emitiera la Ley de Impresión que nos rige, en materia legislativa de la prensa escrita en particular se observa un atraso enorme: su normatividad se encuentra a todas luces rebasada, anquilosada, incapaz de responder a las nuevas realidades del ejercicio periodístico y sin intención hasta el momento de modificarla.

La libertad de impresión sería una de las libertades que más incidiría en la reconfiguración del espacio público, crearían opinión pública e impulsarían nuevas formas de sociabilidad y cultura política (Chávez, 2009), pero desde que se permitió por primera vez en la entonces Nueva España, este derecho fue normado con el objetivo de impedir el “abuso” de quienes manifestaran sus ideas a través de los impresos.

En su primer reglamento, de veinte artículos, se establecieron las responsabilidades de los autores y de los impresores; asimismo, para asegurar su cumplimiento y “contener al mismo tiempo su abuso”, se determinó la creación de una Junta

Suprema de Censura, que se encargaría de examinar las obras denunciadas y fallar sobre las faltas observadas, la cual debería residir “cerca del gobierno” (Dublán y Lozano, 1987, p. 337).

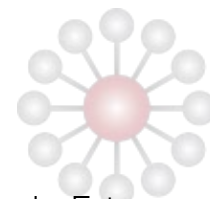
Para los inicios del siglo XIX, eran calificados como abusos de la libertad de impresión los libelos infamatorios, los escritos calumniosos, los subversivos de las leyes fundamentales de la monarquía, los licenciosos y contrarios a la decencia pública y buena costumbres.

Aunque en el decenio de los 30 se realizaron modificaciones a esta primera normatividad, es hasta 1848 que se registra un cambio trascendental en la percepción de la época, motivado por la escalada de impresos que abordaban la vida privada de los personajes públicos. En la llamada ley Otero se enfatizaba sobre los abusos de impresión relativos a la vida privada, pero se subrayaba que la forma de proceder contra los escritos difamatorios y calumniosos no sería en menoscabo del uso “saludable” de la libertad de impresión.

Sin embargo, según lo indican los casos presentados durante el tiempo que fue aplicado este reglamento, los denunciantes, en su mayoría políticos u hombres constituidos en autoridad pública, encontraron en las nuevas normas la forma de perseguir a los periodistas de oposición o críticos, bajo el argumento de que infamaban a la nación, a las instituciones o a las personalidades públicas.

Cinco años más tarde, Antonio López de Santa Anna impulsa en 1853 otra reglamentación en la que se estableció la obligación de los impresores de registrarse en el padrón de impresiones, identificar su establecimiento con un letrado, entregar un ejemplar de su edición al gobierno y otro a los fiscales de impresión antes de que aquel saliera a la luz pública.

Conocida como ley Lares, esta normatividad



calificaría como subversivos a los impresos contrarios a la religión católica, que hicieran “mofa” de sus dogmas, de su culto y del carácter sagrado de sus ministros; atacaran o pretendieran destruir las bases de la administración de la República, al supremo gobierno, sus facultades y actos, así como los que insultaran su decoro o de cualquier autoridad superior o inferior.

Los escritos sediciosos se definían por contener máximas, doctrinas o noticias falsas que tendieran a trastornar el orden o perturbar la tranquilidad pública o incitaran a la desobediencia de las leyes o autoridades; a los autores subversivos y sediciosos se les imponía una multa de 300 a 500 pesos y aquellos reincidentes por más de una ocasión, sus publicaciones eran suspendidas por espacio de dos meses.

Asimismo, “un periódico podrá ser suprimido, por medida de seguridad general, por un decreto del presidente de la República” (Dublán y Lozano, 1876, p. 373). Otra de las medidas que mayor reacción causó y que condujo a la desaparición de diversos periódicos fue la obligación de los dueños de las imprentas de realizar un depósito de tres a seis mil pesos, en el Montepío, para que las autoridades tomaran de ahí el monto de las multas y asegurar su pago.

En diciembre de 1855, se restablece la ley Lafragua, que antes estuvo vigente de 1846 a 1848, la cual es modificada en algunos de sus artículos e innova en lo referente a la obligatoriedad de los autores de asentar su firma en todos sus escritos. Este periodo marcado sólo por unos meses, se caracterizaría por la libertad irrestricta que vivieron las publicaciones.

Restablecida la República, el 4 de febrero de 1968, se declaró vigente la ley Zarco al tiempo que es elevada a rango de ley orgánica, reglamentaria

de los artículos 6° y 7° constitucional. Esta normatividad incorpora los jurados de imprenta integrados por ciudadanos, quienes por 20 años serían los encargados de calificar y sentenciar los impresos que abusaran de la libertad de imprenta. Las modificaciones a la Constitución en materia de imprenta que el presidente Manuel González realizara en 1882, marcan el preámbulo de una serie de cambios que se verificaron no sólo en las relaciones entre la prensa y el poder, sino en el ejercicio del periodismo mismo, el cual para estas fechas empieza a mostrar una inclinación mercantilista.

Las autoridades políticas comienzan a observar que el silenciamiento de la prensa opositora se puede realizar por otros medios muchísimo más efectivos que los otorgados por la ley, entre ellos, la persecución arbitraria, el consecuente encarcelamiento de los periodistas y el incremento de las subvenciones, ya no bajo la figura de “fomento a periódicos”, sino como una forma de cooptar la opinión de las publicaciones y acallar sus críticas, encanto gubernamental ante el cual sucumbieron la mayoría de los periódicos durante el porfiriato.

En 1882, el artículo referente a la libertad de imprenta es modificado en una parte sustancial al abolir los jurados de imprenta, bajo el argumento de que nadie podía ser juzgado por tribunales especiales, y se concebía a los jurados populares como tales, por contravenir lo dictado en el artículo 13 de la Carta Magna; los periodistas a partir de entonces serían juzgados y condenados por los tribunales ordinarios.

La prensa, normada por una ley obsoleta



No se observaría otra modificación importante a la libertad de imprenta, sino hasta que se convocó al Congreso Constituyente en 1916 para crear una nueva Carta Magna. Según podemos apreciar, el artículo 7° es respetado casi en su totalidad y pasa a la Constitución de 1917 como fue concebido por los constituyentes de 1857, salvo por aquella reforma que se le hizo en 1882, en donde se deroga la constitución de los jurados para juzgar los delitos cometidos por la prensa.

Según podemos apreciar, el artículo 7° que a la letra dice: es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquiera materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública”, se retomó de manera íntegra de la Constitución de 1857, exceptuando los juzgados especiales de imprenta, derogados ya en 1882

El presidente Venustiano Carranza decretó la Ley de Imprenta el 12 de abril de 1917, “entre tanto el Congreso de la Unión reglamente los artículos 6° y 7° de la Constitución General de la República”; y aunque para muchos estudiosos de las leyes fundamentales de México esta legislación es preconstitucional, en la práctica es la normatividad que desde entonces ha regido a la prensa escrita, pues ésta no ha vuelto a ser reglamentada o su contenido modificado o actualizado, y pese a su inaplicabilidad y obsolescencia, tampoco derogada.

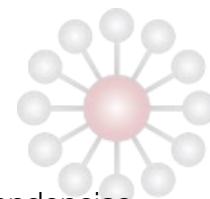
En tanto, el desarrollo de la radio y televisión en suelo mexicano orillaron la creación de una legislación que normara a estos medios de comunicación, dado que la prensa escrita contaba con un instrumento legal que garantizaba su vigilancia; así nació la Ley de Radio y Televisión

(1960) que en el 2006 fue reformada en contra de la opinión pública que observaba en los nuevos cambios el acrecentamiento del poder del “duopolio televisivo”, Televisa y Televisión Azteca; un año después, en un hecho sin precedentes, la Suprema Corte de Justicia de la Nación echó para atrás la novel legislación, por calificar de inconstitucionales algunas de las reformas aprobadas por el Congreso de la Unión.

A principios de 2007, un nuevo párrafo con siete fracciones se adiciona al artículo 6° Constitucional, en el que se garantiza que “toda información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo federal, estatal y municipal, es pública y sólo podrá ser reservada temporalmente por razones de interés público en los términos que fijen las leyes. En la interpretación de este derecho deberá prevalecer el principio de máxima publicidad”.

Asimismo, se expresa que los datos referentes a la vida privada y personal serán protegidos; que toda persona tendrá acceso gratuito a la información pública, a sus datos personales o a la rectificación de éstos, además de que los sujetos obligados deberán preservar sus documentos en archivos administrativos actualizados y publicarán a través de los medios electrónicos disponibles, la información completa y actualizada sobre sus indicadores de gestión y el ejercicio de los recursos públicos, entre otros aspectos contenidos en esta legislación.

Sin embargo, en las acaloradas discusiones que se dieron en 1977 (cuando se adiciona al artículo 6° constitucional que todos tienen derecho a la información) y en los años previos a la expedición de la Ley Federal de Acceso a la Información Pública, no aparece, ni por parte de la prensa, ni por parte de la autoridad gubernamental, ni de



los legisladores, una sola idea, propuesta o crítica referente a la obsolescencia de la Ley de Imprenta, cuando ambos momentos eran propicios para analizarla y empujar la creación de una nueva normatividad, acorde a los tiempos actuales, que incluyera no sólo el libre ejercicio de la prensa escrita, sino además la aplicación de este derecho al periodismo radiofónico y televisivo.

Se insiste, la normatividad en la materia responde más a la visión del mundo decimonónico, en el que las ideas eran dadas a conocer al público sólo a través de la imprenta, que a la del siglo XX y de este XXI, con todo su adelanto tecnológico, con las nuevas formas de practicar el periodismo y de darlo a conocer (radio, televisión, internet) y con el amplio reconocimiento que se le ha dado a la libertad de expresión a nivel mundial.

En cambio, la historia del periodismo mexicano tiene registradas un sinnúmero de persecuciones a los periodistas, ya sea con “fundamento” en la ley y sin él, a través de mecanismos legales o por medio de nuevas formas que se desarrollaron desde el Porfiriato y fueron abonados a lo largo del siglo pasado, entre ellas, el condicionamiento del suministro de papel en el que se mantuvo a la prensa durante más de 50 años, tiempo en el cual el Estado controló esta materia prima por medio de la Productora e Importadora de Papel (PIPSA); la “institucionalización” del embute o “chayo” que encuentra su máximo periodo de corrupción de la década de los 50 a los 90 y con él, una práctica que correría desde el siglo XIX y se afianzaría en el XX, primero con la subvención a las publicaciones periódicas² y después con la compra de espacio

² En el siglo XIX era una obligación gubernamental comprar parte del tiraje de los periódicos con el fin de que todas las oficinas públicas y ministerios contaran con un ejemplar de los mismos; estas ventas garantizaban a muchas de las publicaciones decimonónicas su subsistencia dado que sus tirajes eran muy bajos y el hábito de lectura se hallaba concentrada en una población minoritaria que

en los periódicos por parte de las dependencias gubernamentales.

Insuficiente la eliminación de la cárcel por difamación

Esta características en las relaciones de la prensa con el Estado, arrinconaron al periodismo mexicano, frenaron la libre evolución del derecho a la expresión y condujeron el ejercicio periodístico hacia uno donde la crítica se sustituyó por las loas y alabanzas a los mandatarios en turno, donde la reflexión, el análisis y la denuncia estaban ausentes y cuando ésta lograba brincar los cercos impuestos y autoimpuestos, la Ley de Imprenta y los castigos por supuestas difamaciones y calumnias hacían su aparición en el escenario para silenciar a esas escasas voces.

En abril de 2006, la Cámara de Diputados aprobó las reformas a los códigos federales Penal y Civil y un año después lo hace la de Senadores; del primero cuerpo de leyes deroga los artículos referidos a los delitos de difamación y calumnias (del 350 al 363), para incorporarlos al segundo en sus artículos 1916 y 1916 bis. En resumen, al pasar de un código a otro, se eliminó el castigo a los periodistas con la cárcel, quienes ahora responden a las imputaciones que hagan a otros, acusados por esos delitos, con penas pecuniarias, esto por el daño moral infligido.

El camino que ha seguido la libertad de imprenta en México ha sido sinuoso, lleno de aristas; desde que este derecho fue reconocido en nuestro país, los periodistas han sido objeto de persecuciones, ya sea apoyadas en la interpretación laxa o rigurosa de la normatividad en la materia. En la mayor parte de esos casos encontramos que la causa por la que han sido condenados o sentenciados no ha tenido un fundamento claro y real y, a cambio, se

sabía leer y escribir.



observa la molestia por la crítica y el rechazo al análisis de los actos del gobierno y/o a la denuncia de los abusos del poder.

A manera de colofón a este balance sobre la práctica del periodismo mexicano en sus 200 años de intentar ejercer la libertad de expresión, sólo agregaremos una última reflexión en torno a una de las amenazas en la prensa mexicana: las amenazas y desaparición de los informadores por parte del narcotráfico, la que, sin lugar a dudas, también se ha convertido en un elemento más que niega el pleno derecho de la libertad de imprenta.

Bibliografía

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2007), Catálogo de carreras y licenciaturas en universidades e institutos tecnológicos 2007. México, ANUIES.

Castillo A. (1997). Prensa, poder y criminalidad en la ciudad de México a finales del siglo XIX. En Pérez-Montfort (coord.) Hábitos, normas y escándalo. Prensa, criminalidad y drogas durante el porfiriato tardío. (pp. 15-69) México. Plaza y Valdés.

Becerri, A. y Ballinas, V. (12 de agosto de 2010). México, quinto lugar mundial en violencia contra periodistas: relator. La Jornada. México. Recuperado 30 de agosto de 2010 en <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2010/08/12/mexico-quinto-lugar-mundial-en-violencia-contra-periodistas-relator>

Bonilla L. E. (2003). Manuel Caballero, un periodista moderno del siglo XIX. En Del Palacio C. Prensa decimonónica en México (pp. 273-293). México. Universidad de Guadalajara-Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo-Conacyt.

Chávez, E. (2009). Lo público y lo privado en los impresos decimonónicos. Libertad de imprenta (1810-1882). México. UNAM-Porrúa.

Dublán M. y Lozano J. M., (1876), Legislación mexicana. Colección completa de las disposiciones legislativas expedidas desde la independencia de la República, México, Edición Oficial.

Fuentes R. (1991), La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la Comunicación en México, ITESO-CONEICC.

Lombardo I. (1992). De la opinión a la noticia. México. Kiosko.

Reed L. y Ruiz M. C (1998). El periodismo en México. 500 años de historia. México. Edamex.

Zarco F. (1991). Influencia de la prensa. En Boris Rosen Jelomer, (comp. y rev.). Periodismo político y social, [T. II]. México. Centro de Investigación Científica Jorge L. Tamayo.

Sánchez E. (1992). Medios de difusión y sociedad. México. Centro de Estudios de la Información y la Comunicación.

Islas, O., Gutiérrez F. y CampoGarrido N. (2002). Por el accidentado sendero de la comunicación productiva en México. Razón y palabra. Enero. No. 24. Recuperado 18 de agosto de 2010 en <http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/2002/enero.html>



Ampliación del espacio público y rudimentos de la actividad periodística en la Gaceta de México y Noticias de Nueva España (1722)

Dr. Armín Gómez Barrios

TECNOLÓGICO DE MONTERREY CAMPUS CIUDAD DE MÉXICO

Resumen

Juan Ignacio Castorena y Ursúa, denominado “primer periodista mexicano”, publicó en 1722 la primera gaceta con periodicidad regular del territorio nacional, un órgano informativo mensual elaborado conforme a los estándares de la prensa europea de su época, pero con el propósito de estimular el “orgullo criollo” y el hábito de la lectura en la Nueva España. Sin embargo, la publicación dio origen a un fenómeno de opinión pública inesperado para el editor: la ampliación del espacio público, hasta entonces limitado por los rígidos estamentos coloniales. Para Castorena, clérigo ilustrado y vocero del poder virreinal, abrir un espacio a la discusión o la crítica de la audiencia representaba un riesgo, mismo que zanjó con la desaparición de la gaceta tras dar a conocer su sexta edición. Pero el modelo había quedado establecido y sirvió como pauta para elaborar subsiguientes gacetas.

Introducción

El propósito fundamental de la actividad periodística moderna es ofrecer a los individuos de la sociedad civil “información para tomar decisiones¹. En una sociedad libre, las personas informadas pueden ejercer influencia sobre sus representantes políticos e instituciones públicas, basándose en datos veraces, recibidos oportunamente y desde una óptica objetiva e imparcial. Se ha precisado que el cometido periodístico es “facilitar a la sociedad un

mejor conocimiento de sí misma”² al denunciar los problemas y dar a conocer los avances sociales. Finalmente, en el siglo XXI, la multifuncionalidad de Internet y los medios digitales han convertido a la información en un bien público mundial, un servicio inmediato y un medio de expresión ciudadana que ha vencido, en ocasiones, todo tipo de censura. Los medios tradicionales se encuentran aprendiendo nuevas formas de dirigirse a una audiencia saturada de información y embelesada por los desarrollos tecnológicos interactivos,

¹ Cita tomada del curso de redacción periodística dictado por la Dra. Mary A. Gardner en el periódico El Norte, de Monterrey, N.L. junio de 1986.

² Miguel Ángel Bastenier, El blanco móvil, curso de periodismo, México, Aguilar, Ediciones El País, 2001, p. 27.



mientras afrontan la pérdida de anunciantes y recursos económicos que se dirigen hacia los nuevos medios. Más grave aún, enfrentan la competencia de sitios no especializados en noticias, redes sociales, “blogs” e individuos que no son periodistas profesionales, quienes también emiten información, ganan credibilidad y se consolidan como instituciones sociales –como ya lo es Facebook– en detrimento de lo que ha sido la industria periodística tradicional³. La transición de los medios masivos a los medios individualizados con mayores gratificaciones para el consumidor, es ya irreversible⁴.

La relectura de “Gaceta de México y Noticias de Nueva España”, editada por el clérigo Juan Ignacio Castorena y Ursúa en 1722, considerada el primer periódico mexicano, permite apreciar algunos aspectos relacionados con la práctica de divulgar información que no han cambiado en más de dos siglos: (1) Desde el punto de vista del emisor, la necesidad de articular representaciones de la actividad humana por medio de la palabra escrita o hablada y de las imágenes (fijas o en movimiento) desde un punto de vista predeterminado por ciertos actores sociales, especialmente aquellos que detentan el poder, (2) desde el punto de vista del receptor, monitorear el entorno y conocer el mundo donde está situado, además de expresarse y dar a conocer su propia versión de los hechos, (3) finalmente, el medio de comunicación cobra importancia como actor social y deviene institución de la sociedad al ser tribuna de expresión, fiscal que sanciona o premia, y fuente de creación de estereotipos culturales y sociales.

3 Jean Francois Fogel, Bruno Patiño La prensa sin Gutemberg, Madrid, Punto de Lectura, 2008, p.27-28.

4 Roman Gubern, El eros electrónico, México, Taurus, 2000, p. 31.

Esta relectura de la primera gaceta también me permitió revisar las características del espacio público en la Nueva España y establecer un inesperado paralelo con el fenómeno de opinión pública actual. Lo ocurrido con el órgano informativo creado por Juan Ignacio Castorena cuya apelación al público provocó comentarios, cartas aclaratorias y hasta gacetas satíricas de la audiencia, lectores y periodistas no profesionales que hicieron eco de la información publicada. En la actualidad, el mismo fenómeno de ampliación del espacio público lo están generando los medios digitales, que permiten respuestas inmediatas a la información. Esta liberación de la información de sus soportes tradicionales (el papel, la película fotográfica o las ondas electromagnéticas) ha ocasionado como principal resultado la escisión de la opinión pública. Ya no existe un “grupo conformado en torno a un tema”⁵ posible de medir, localizar o manipular, sino individuos que eligen aleatoriamente los contenidos que consumen, sin importar su lugar de residencia, nacionalidad, edad o nivel de ingresos; y que forman grupos virtuales, amorfos y subversivos. Aunque el ejercicio profesional del periodismo sigue requiriendo una formación académica y ética e implica una responsabilidad social, cualquier persona puede ejercer hoy día su derecho de expresión gracias a las facilidades tecnológicas de los medios digitales. Esto representa un logro para la sociedad diría Jack Dorsey, fundador de Twitter. Volver la mirada al pasado, en un momento en que la vorágine social privilegia la inmediatez, los goces estéticos y la multifuncionalidad de los medios, permite cobrar conciencia del papel central que ocupa la comunicación en la civilización humana, y que sean cuales fueren sus modos de expresión, la esencia se mantiene al proporcionar

5 Bernard C. Hennessy, Public Opinion, Belmont, Wadsworth, 1965, p. 21.



la representación del otro y de lo otro como forma de conocimiento del propio individuo.

1. Edición del primer periódico

Formalmente, la introducción de la imprenta en América inició con el contrato firmado el 12 de junio de 1539 por el italiano Giovanni Paoli y el impresor alemán Hans Cromberger, establecido en Sevilla. Juan Pablos llegó a la Nueva España, con su mujer Gerónima Gutiérrez y dos empleados, entre septiembre y octubre de 1539; se estableció en las cercanías del palacio arzobispal y su prensa comenzó a trabajar en abril de 1540. La filial novohispana de Cromberger imprimió algunos de los primeros incunables “de los que se conocen ocho títulos realizados en el periodo 1539-44, y otros seis entre 1546 y 1548”⁶.

Además de la impresión de libros, comienza la elaboración de las primeras sueltas u hojas volantes con carácter informativo. La crónica más antigua que se conserva, producto de la imprenta de Juan Pablos, data de 1541 y lleva el título de “Relación del espantable terremoto que agora nuevamente ha acontecido en las Indias en una ciudad llamada Guatemala...”⁷ Se trata de un reportaje primigenio cuyo autor, el escribano Juan Rodríguez, reúne los testimonios de distintas fuentes de información y los combina en una narración objetiva aunque con fuerte carga emocional. Constituyó un verdadero ejercicio periodístico puesto que plasmó la experiencia traumática de una comunidad y la dio a conocer

con oportunidad, ya que el terremoto ocurrió en Guatemala el 10 de septiembre de 1541 y se imprimió ese mismo año en la Ciudad de México. Las hojas volantes como ésta marcan el origen del periodismo en nuestro territorio aunque, en aquél momento, carecían de periodicidad o institucionalidad.

A partir de entonces, la divulgación informativa en la Nueva España trascendió las esferas de las clases educadas y las estrategias didácticas formalizadas (como la enseñanza en iglesias y escuelas) para dirigirse al pueblo de manera esporádica, con un lenguaje sencillo, informándole de eventos fuera de lo común como crímenes y desastres. La dosis de rareza, misterio y superstición, que hoy llamaríamos “amarillismo”, presente en los múltiples asuntos reportados, llamó la atención general y sirvió como estímulo para construir una audiencia que consumiera y pagara la edición de las sueltas, que más bien eran “folletos de 8 o más fojas”⁸. En el caso de la gente que no sabía leer, se adoptó la práctica de reunirse en grupos para escuchar la lectura de las hojas volantes en voz alta, por parte de algún vecino instruido⁹.

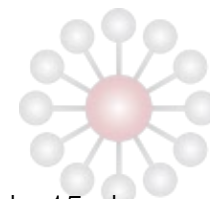
La información devino, entonces, mercancía popular y las imprentas que se establecieron después también incursionaron en la publicación de hojas volantes, tituladas relaciones, nuevas, noticias, sucesos o traslados. Durante la segunda mitad del siglo XVI funcionaron, además del de Juan Pablos y sus herederos, los talleres de Antonio de Espinosa (español), Pedro Ocharte (francés), Pedro

6 Stella María González Cícero, “Juan Pablos, primer impresor en México y en América”, en México en el tiempo, Revista de historia y conservación, Año 4, No. 29, marzo-abril de 1999, México Desconocido, INAH, p. 13.

7 Ma. del Carmen Ruiz de Castañeda, Luis Reed y Enrique Cordero, El periodismo en México, 450 años de historia, México, UNAM, 1980 (Primera edición: 1974 con prólogo de Salvador Novo), pp.48-53. La crónica del “Espantable terremoto...” se reproduce aquí completa.

8 Ma. del Carmen Ruiz de Castañeda, Op.cit. p. 42

9 Roger Chartier, “Lecturas y lectores populares desde el Renacimiento a la época clásica”, en Historia de la lectura en el mundo occidental, Madrid, Santillana Taurus, 1998, p. 425. Chartier consigna que ya Cervantes dirigía su obra “a quien la leyere o quien la escuchare leer”.



Balli (español de ascendencia francesa), Antonio Ricardo (italiano), la viuda de Pedro de Ocharte, Melchor Ocharte y Enrico Martínez (alemán)¹⁰.

En el siglo XVII, continuó la edición de libros de gramática en lenguas indígenas, crónicas de órdenes religiosas, textos de las cátedras de la Real y Pontificia Universidad de México, libros de medicina y obras literarias como “Grandeza mexicana” de Bernardo de Balbuena, “Primavera indiana” de Carlos de Sigüenza y Góngora, o “Neptuno alegórico” de sor Juana Inés de la Cruz. Entre los impresores y tipógrafos en activo, destacaban Melchor Ocharte, Blanco de Alcázar y Juan Ruiz (hijo del cosmógrafo e impresor Enrico Martínez). Sin embargo, fue la familia de impresores Calderón Benavides la que cobró mayor importancia por la calidad de sus publicaciones, entre ellas, la producción de sueltas. El fundador de esta familia fue Bernardo Calderón, natural de Alcalá de Henares, quien inició sus tareas en México en 1631 y falleció entre 1640 y 1641; “al morir, su viuda, Paula de Benavides, siguió al frente del taller y fue la que imprimió por primera vez en México unas hojas volantes con el título de Gazetas, que contenían noticias variadas de interés general.”¹¹ La primera de estas gacetas se imprimió en 1666 y se tituló “Gazeta general. Sucesos de este año de 1666. Provisiones y Mercedes, en los Reynos de España, Portugal y Nueva España”¹². A partir de entonces, la misma casa editorial elaboró gacetas en años subsiguientes, las cuales comenzó a numerar, aproximándose así a la periodicidad. Por

ejemplo, la “Primera Gazeta de aviso de 15 de julio” (1677), “2ª. Gazeta y 3ª.” (1679), “Gazeta 1ª. de Enero de 1686”, entre muchas otras.

Tras la muerte de Paula de Benavides, continuó con el trabajo editorial su hija María Calderón, hasta el año de 1700; luego, prosiguieron la labor los hijos de esta última y Juan de Rivera: Miguel y Francisco de Rivera Calderón. A la muerte de Miguel, su viuda Gertrudis de Escobar y Vera, fue quien se hizo cargo de la imprenta, entre 1707 y 1714¹³, y sus herederos fueron los encargados de imprimir la primera gaceta con periodicidad en México durante el año de 1722, en la imprenta ubicada en la calle del Empedradillo (hoy Monte de Piedad, al costado poniente de la Catedral). Entre dichos herederos de la viuda de Miguel de Rivera Calderón estaría su hija, María de Rivera Calderón y Benavides, quien se hizo cargo de la imprenta a partir de 1732. Esta familia de impresores dio a la estampa la “Gaceta de México y Noticias de Nueva España”, editada por el clérigo Juan Ignacio Castorena y Ursúa, quien ya contaba con amplia experiencia en la edición de libros y conocía la influencia que podían lograr las sueltas en la incipiente opinión pública del virreinato. A continuación, revisaré sus principales datos biográficos antes de incursionar en la descripción de la gaceta.

2. Juan Ignacio Castorena, editor y periodista

Don Juan Ignacio María de Castorena y Ursúa Goyeneche Villarreal nació en la ciudad de Nuestra Señora de los Zacatecas, provincia de la Nueva

¹⁰ Carmen Castañeda, “Importación, producción, censura y circulación de libros en la Nueva España en el siglo XVI”, en Casa de la primera imprenta en América, X aniversario, México, UAM, 2004, p.46

¹¹ Luisa Martínez Leal, Treinta siglos de tipos y letras, México, UAM, Tilde Editores, 1990, pp.157-158.

¹² Ma. del Carmen Ruiz de Castañeda, Op.cit, p.41

¹³ Marina Garone Gravier, “Herederas de la letra: mujeres y tipografía en la Nueva España”, en Casa de la primera imprenta en América, X aniversario, México, UAM, 2004, p. 74. En este capítulo se consigna la genealogía de los primeros tipógrafos e impresores mexicanos.



Galicia, el 31 de julio de 1668. Su padre fue el capitán de origen vasco Juan de Castorena y Ursúa Goyeneche, oriundo del Valle de Baztán, comarca situada a 58 kilómetros de Pamplona, en Navarra. Su madre fue doña Teresa de Villarreal, originaria de Zacatecas. Se trataba de una familia acaudalada y noble, con familiares ilustrados como Juan de Goyeneche y Gastón (1656-1735), distinguido periodista y político navarro. Juan Ignacio realizó sus primeros estudios en su ciudad natal y, posteriormente, su vocación eclesiástica lo impulsó a matricularse en el Real Colegio de San Ildefonso de la Ciudad de México, a cargo de sacerdotes jesuitas, donde primero fue seminarista y luego obtuvo una beca real durante doce años. Se afirma que “por ser un estudiante sobresaliente, obtuvo el honor de que su retrato elaborado a pincel se colocara en la galería de los alumnos más adelantados de la institución.”¹⁴ Estudió filosofía, teología y sagrados cánones hasta obtener el grado mayor de Doctor en Cánones por la Real y Pontificia Universidad de México.

Además de su formación eclesiástica y educación superior, Juan Ignacio recibió la influencia intelectual y literaria de la poetisa sor Juana Inés de la Cruz, a quien conoció en las tertulias realizadas en el locutorio del convento de San Jerónimo, que congregaban a escritores, científicos y matemáticos de la Ciudad de México. En el prólogo de “Fama y obras póstumas”, libro que imprimió en 1700 en Madrid, Castorena recuerda con admiración a la poetisa cuya fama literaria “abonan tantos testigos, como lectores, y más feliceslos que merecimos ser sus oyentes”¹⁵.

14 Rocío Elena Hamue Medina, “Biografía de Juan Ignacio Castorena” en el sitio Sistema Nacional e-México, http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/eMex/eMex_Juan_Ignacio_Castorena Recuperado el 14 de marzo de 2010.

15 Juan Ignacio Castorena (editor) Fama y obras póstumas del Fénix de México, Décima Musa, Poetisa Americana, Sor Juana Inés de la Cruz, Madrid, imprenta de

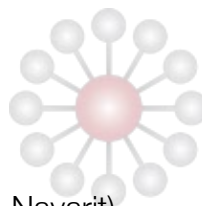
A finales de 1690, cuando Castorena tenía 22 años, el obispo de Puebla, Manuel Fernández de Santa Cruz, dio a la estampa la célebre “Carta Atenagórica”, disertación teológica que desató una controversia pública en contra de sor Juana como ella misma lo consigna en su “Respuesta a sor Filotea”. Se difundieron papeles y hojas volantes con críticas agresivas hacia la poetisa, pero también circularon textos en su defensa como un poema satírico titulado “Carta de Serafina de Cristo”, fechado el primero de febrero de 1691, cuya autoría se atribuye a Juan Ignacio Castorena. Ésta habría constituido una primera experiencia del joven clérigo en relación a las publicaciones populares ya que la “Carta de Serafina de Cristo” circuló en formato de hoja suelta manuscrita¹⁶. El interés que suscitó en la audiencia no sería poco, puesto que la propia sor Juana dedicó una décima (también satírica) para agradecer a Castorena su apoyo en la controversia, diciéndole que: “debéis a mi defensa / lucir vuestro entendimiento.”¹⁷

En 1697, Castorena se trasladó a España para realizar un segundo doctorado en la Universidad de Ávila. Tras graduarse como Doctor en Teología, se desempeñó en Madrid como apoderado del Colegio de Santa María de Todos Santos (fundado en México en 1573) para el cual consiguió el título de “Mayor”. En la portada de “Fama y obras póstumas”, se consigna que Castorena era también capellán de honor de su majestad

Manuel Ruiz de Murga, 1700. Libro digitalizado en el sitio Cervantes virtual, <http://www.cervantesvirtual.com> Recuperado el 17 de abril de 2003.

16 Antonio Alatorre, Martha Lilia Tenorio, Serafina y Sor Juana, México, El Colegio de México, 1998. En esta obra se analizan las posibilidades de que fuese Castorena el autor del poema satírico inédito, localizado en 1995 por el investigador Elías Trabulse.

17 Sor Juana Inés de la Cruz, Obras completas, Volumen I, México, FCE, 1997, p. 249. El encabezado de esta décima (número 112) consigna la dedicatoria a Castorena.



(Carlos II), “protonotario juez apostólico por su santidad” (Inocencio XII), teólogo, examinador de la nunciatura de España y cura prebendado de la Iglesia Metropolitana de México.

A Castorena se debe el rescate de las últimas obras literarias de sor Juana (quien murió en 1695), reunidas en el volumen publicado en 1700, sin embargo, se ha criticado su intención de restituir para la Iglesia Católica la memoria de la monja jerónima con hechos como el incluir en la edición la obligada protesta de fe de sor Juana, o matizar la requisición de su biblioteca por el arzobispo diciendo que se debía a una “piadosa demostración o caridad excesiva” de la escritora el desprenderse de sus libros¹⁸. También se ha acusado al clérigo zacatecano por aprovechar esta publicación para impulsar en Europa a escritores novohispanos desconocidos (dejando fuera a otros ya conocidos), a quienes designó como la riqueza intelectual de América, en un acto de “triumfalismo criollo”¹⁹.

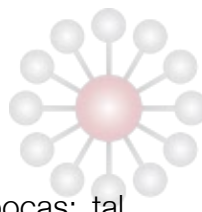
A su regreso a México, antes de 1703, Castorena se desempeñó como cura prebendado de la Catedral de México y ocupó cargos como: racionero, examinador sinodal, vicario general de los conventos de religiosas, tesorero, chantre, abad de la Congregación de San Pedro, provisor y vicario general de los naturales del Arzobispado

18 Alatorre, Op.cit. La estrategia de restaurar la imagen de sor Juana, empañada por las críticas eclesiásticas a su “Carta Atenagórica”, habría sido planeada por el arzobispo Francisco de Aguiar y Seijas, quien obligó a la monja a renovar sus votos y a “donar” para los pobres su extensa biblioteca. El investigador Antonio Alatorre no duda en calificar de “perverso” a Castorena por haber secundado al prelado en su propósito, además de aprovechar la edición de las obras póstumas de sor Juana para el beneficio personal y el de sus amistades.

19 Margo Echenberg, “Versos viajeros: La Fama de Juan Ignacio de Castorena y Ursúa y Sor Juana Inés de la Cruz” en Viajes y viajeros, Monterrey, Tecnológico de Monterrey, 2006, p. 112.

de México (entre ellos, los indígenas de Nayarit), capellán y predicador, además de Comisario de la Santa Cruzada y calificador del tribunal de la Inquisición durante tres años, siendo juez ordinario del tribunal para los obispados de Michoacán, Guadalajara, Durango y Yucatán²⁰. Finalmente, como miembro más antiguo del claustro, desempeñó la presidencia del Cabildo de Sede Vacante hasta el nombramiento de Juan Antonio Vizarrón y Eguiarreta como arzobispo de México.

También impartió la cátedra de Sagrada Escritura en la Real y Pontificia Universidad de México, institución de la cual llegó a ser rector y de la que se jubiló tras de veinte años de trabajo continuo. A lo largo de su trayectoria religiosa y académica, Castorena escribió textos de doctrina y liturgia católica, entre cuyos títulos se cuentan: Abraham académico (1696), Fruto de bendición de la rosa de Castilla y la flor de lis francesa (1700), Elogio de la Inmaculada Concepción (1700), Cíngulos del espíritu con que se ciñen, pero no se atan los sacerdotes de la Sagrada Congregación de Nuestro Padre San Felipe Neri (1703), Parabién de las letras a las armas (1712), El predicador convertido (1719), Ocupación angélica dolorosa de los mil ángeles marianos y el Arcángel San Miguel que asistieron a la guarda a María Santísima (1720), Apología litúrgica de la nueva fiesta de la conversión de San Ignacio (1724), El congregante prevenido en el compendio y suma de las reglas y constituciones de la sagrada, venerable y muy ilustre Congregación de el príncipe de los apóstoles, nuestro señor San Pedro (1725), El minero más feliz que halló el tesoro escondido de la virtud en el campo florido de la religión (1728), y Escuela mística de María Santísima en la mística
²⁰ Francisco González de Cossío (editor), Gacetas de México, México, SEP, 1949, p. XX.



Ciudad de Dios, en las doctrinas que dictó la V.M. María de Jesús de Agreda (1731).

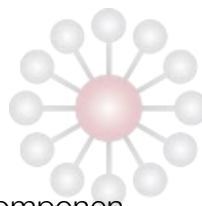
Quizá por encargo del virrey Baltasar de Zúñiga Guzmán Sotomayor y Mendoza, marqués de Valero; por indicación del arzobispo, fray Joseph Lanciego y Eguilaz, o tal vez por propia iniciativa, Juan Ignacio Castorena emprendió en enero de 1722 el proyecto de editar una gaceta con información general, al estilo de las que ya circulaban en metrópolis europeas. El distintivo principal de la “Gaceta de México y noticias de Nueva España” fue el precisar la periodicidad de la publicación (mensual) con lo que estableció el concepto de “periódico” y regularizó el compromiso de aparecer ante el lector cada cierto periodo de tiempo. Otras características de la publicación fueron: el dividir las noticias en apartados según la ciudad de origen de la información (como se hacía en las gacetas europeas), la mención de las fuentes (cartas, testigos oculares, documentos religiosos), la consignación de datos duros (pesos, medidas, costos, fechas) y la reseña de libros recién publicados. Por medio de un lenguaje literario, cargado de hipérboles, Castorena continuó impulsando el orgullo criollo, como hiciera en la “Fama y obras póstumas”, pues pregonaba la riqueza de la historia de México, “cabeza de la Nueva España y corazón de la América”, cuyas novedades serían de interés universal y que contribuirían a divulgar el “conocimiento de su grandeza.” Sin embargo, este lenguaje, más literario que periodístico, aportaba numerosos detalles de los acontecimientos y permitía visualizar personas, vestimentas, edificios, altares y ceremonias. Finalmente, Castorena anticipó la trascendencia atemporal de la gaceta, más allá de su oportunidad periodística, al decir que serviría como base para elaborar la historia de México y

que se divulgaría en otros lugares y épocas; tal previsión se puede confirmar 288 años después, ya que la gaceta es hoy un documento histórico. Se dice también que el zacatecano fue “precursor de la libertad de prensa en América pues publicó un proyecto para la ley de Libertad de Imprenta que contiene las bases de los textos constitucionales actuales sobre la material.”²¹

La gaceta de Juan Ignacio Castorena solamente perduró seis ediciones. La corta vida de la publicación se atribuye a la falta de materia prima, el soporte de papel, pero también a las críticas que generó entre ciertos lectores, algunas de las cuales circularon manuscritas o impresas. Aunque el mismo autor escribió en el primer número que no tenía escrúpulos de ser fiscalizado, al parecer sí lo afectaron panfletos anónimos como los titulados “Dictamen escrupolítico sobre la Gaceta de México y noticias de Nueva España en el mes de enero, publicada por febrero de 1722”, así como “Adiciones a la gaceta de mayo de 1722, conglutinada por el eruditísimocatedratiquísimo Dr. D.J.I. de Castorena y Ursúa, gacetero mayor de la América, hecha por un concursante de la facultad, que es el Br. Cestóreo Matraca”²². Las aclaraciones publicadas en la nota inicial del segundo, cuarto y sexto números de la gaceta parecen responder a los argumentos vertidos por sus detractores como la falta de oportunidad de algunas notas publicadas, ocurridas meses o años atrás, así como la ausencia de crítica a las autoridades virreinales: “No se hacen aquí reflexiones políticas porque se goza de un gobierno pacífico y porque las máximas de estado se gobiernan por el irrefragable dictamen

21 Alfonso de Otazu y Llana, Hacendistas navarros en Indias, obra citada en el sitio Euskomedia Kultura Topagunea, <http://www.euskomedia.org/aunamendi/149987?q=Castorena> Recuperado el 11 de febrero de 2010.

22 Ma. del Carmen Ruiz Castañeda, Op. cit, pp. 60.



de nuestro soberano”, expresó Castorena en el último ejemplar, antes de dar por terminada su publicación sin mayores explicaciones.

En Zacatecas, Castorena donó su casa familiar para fundar el convento de San Juan de Dios, luego transformado en colegio para niñas huérfanas llamado “Los mil ángeles custodios de María Santísima”. En la Ciudad de México, reedificó la capilla de Nuestra Señora del Pilar en el cerro de Chapultepec y promovió la causa de beatificación del canónigo mexicano Juan González. El 6 de julio de 1729, el rey Felipe V expidió una bula para que Castorena ocupara la sede del obispado de Yucatán. Se le consagró en la Casa Profesa de la Compañía de Jesús, en la Ciudad de México el 27 de agosto de 1730. “Los detalles de la consagración así como las demostraciones públicas de homenaje se refieren minuciosamente en la Gazeta de México correspondiente al mes de agosto de 1730.”²³ El 7 de julio de 1732 partió a Veracruz para desde allí llegar a Yucatán. Un año después, Juan Ignacio Castorena y Ursúa falleció en Mérida el 13 de julio de 1733, a los 65 años de edad, y fue enterrado en la Capilla de las Ampollas de la catedral meridense.

3. Manifestaciones textuales de la Gaceta de México

La mirada semiótica me permite iniciar la descripción del objeto de estudio al diferenciar aquello que Hjelmslev ha designado como “plano de la expresión” o manifestaciones de superficie, del “plano del contenido” o estructuras internas del signo²⁴. En la gaceta, el plano de la expresión se

23 Ma. del Carmen Ruiz Castañeda, Op. cit, pp. 62.

24 Louis Hjelmslev, Prolegómenos a una teoría del lenguaje, Madrid, Cátedra, 1970. El esquema biplanar es una función compuesta por dos funtivos entre los cuales existe interdependencia ya que “siempre habrá solidaridad entre una función y sus funtivos [...] entre la función de signo y sus dos

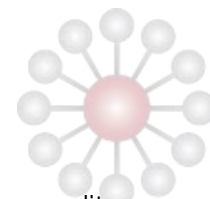
conformar por las marcas semánticas que componen la superficie textual: su “empaquetado” (soporte de la información, organización visual, tipografía) y su contenido (temas y asuntos abordados, estilo de redacción, jerarquía informativa). Describiré primero la superficie textual de la “Gaceta de México y noticias de Nueva España”.

En cuanto al empaque, se trata de un documento en soporte de papel cuya organización visual sigue el “canon editorial” de los impresos renacentistas: mancha tipográfica rectangular, márgenes de espacio blanco, letras capitulares (la primera más grande y con ornamentación profusa) y marcas que dan continuidad a la lectura, como el corte de palabra en el último renglón que se completa en la siguiente página²⁵. Presenta una sola columna, a la manera del libro, y no cuenta con ilustraciones, por lo que exige de la audiencia competencias específicas como capacidad de lectura.

En cuanto al contenido, la información está organizada, en primera instancia, con base a la ciudad donde se originó y, como una segunda clave, aparecen algunas fechas de los acontecimientos. Sin embargo, el criterio de organización es flexible ya que no sólo se reseña lo ocurrido en ese mes, sino también se mencionan acontecimientos más antiguos o que apenas están por ocurrir, así como reflexiones o referencias atemporales. Por otra parte, el autor consigna la mayor cantidad de datos duros posibles entre los que incluye: nombres y cargos de personas; pesos, medidas y costos de objetos; distancias recorridas, acontecimientos ocurridos; además,

funtivos, la expresión y el contenido.” (pp.74-75).

25 Jorge de Buen, Manual de diseño editorial, México, Santillana, 2005, pp. 25-35. El autor enumera los elementos de diseño editorial de documentos renacentistas que configuraron un canon clásico, el cual se aplica hasta la actualidad.



precisa la fuente de la información (cartas, testigos o documentos) y redacta en tercera persona, todo ello como forma de sustentar la credibilidad. Aún así, no se concreta a brindar información “seca” ya que utiliza herramientas del discurso literario como narración, descripción y adjetivación. En algunos textos, hace explícita su presencia como autor al redactar en primera persona y, finalmente, muestra su filiación católica al destacar ciertas palabras escribiéndolas con mayúsculas, como cuando menciona el nombre de Jesús y el de María.

Esta postura híbrida que combina información y opinión, notas de actualidad y hechos pasados o futuros, datos duros y tropos literarios, objetividad y subjetividad, la justifica Castorena en la primera edición al señalar que se trata de una memoria histórica más que una gaceta de novedades. De hecho, a partir de la cuarta edición, se agrega el subtítulo “Florilugio historial de México”, que en la última edición substituye al de “Gaceta de México”. El texto con que abre el primer ejemplar reseña un acontecimiento ocurrido cuatro meses atrás, la conmemoración de dos siglos de la conquista de México, que pretende exaltar la importancia de la historia: “La feliz duración de esta Corte estrena su tercer siglo con el cual comienza a dar a las prensas sus memorias dignas de mayor manifestación, apuntadas en estas gacetas, pues imprimirlas es política tan racional como autorizada de todas las cortes de la Europa.”²⁶ Trata de disimular así la falta de oportunidad de la información, debida a la ausencia de reporteros o corresponsales y a la presencia de un único redactor y editor que es Castorena, de cuya memoria surgen algunos datos.

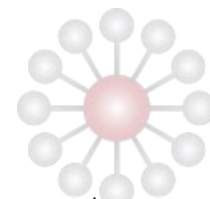
²⁶ Gacetas de México, Op.cit, p.3. Aparece aquí la transcripción completa de las gacetas de Castorena y Sahagún de Arévalo, como parte de la serie Testimonios Mexicanos. Historiadores, publicación de la SEP (1949).

Su nombre no aparece consignado como editor sino más bien como parte de la información que reseña, ya que hay pasajes en los que él aparece como sujeto de la noticia. También se reportan acontecimientos más recientes como: actividades en que participó el virrey, misiones de clérigos y obispos, concilios de frailes, fiestas patronales y religiosas, llegada de barcos, defunciones y casamientos, ordenanzas y edictos, viajes y exploraciones, hechos prodigiosos o milagrosos, desastres naturales. Finalmente, se incluye una sección de “libros nuevos” en que se mencionan los títulos y dónde se pueden conseguir.

A continuación, reseñaré algunas historias publicadas en los seis números de la gaceta que adquieren carácter de notas principales por su amplia extensión y detalles, en contraste con el resto de la información que básicamente responde a las preguntas básicas (qué, quién, dónde, cuándo y cómo), se desahoga en pocas líneas y se enlaza con otros temas, a veces sin relación con las ideas precedentes.

Primer número, enero de 1722²⁷. (1) Los pobladores de California. De acuerdo con un “testigo ocular”, el capitán de la Nao procedente de Manila, Filipinas, Francisco de Abarca Valdés, se relata el reconocimiento de la costa de California (Baja California). Los navegantes avistaron a indígenas con quienes entablaron comunicación; detallan que estaban desnudos, que acostumbraban comer carne de tiburón y les solicitaron pan y herramientas de trabajo. Se concluye que mostraron docilidad y facilitaron la fundación de nuevas misiones, que podrían ser puntos de reabastecimiento de la Nao.

²⁷ Ibídem, pp. 3-12



Se agrega además que el jesuita Juan de Ugarte efectúa recorridos para saber si (Baja) California es una península o una isla. (2) El territorio del Nayari. Sin especificar la fuente, se describe ampliamente el “reino de indios” de Nayarit, se enumeran sus productos agrícolas y mineros, se precisa su ubicación geográfica. Se refiere que el rey de esta región se presentó con el virrey novohispano y pidió ayuda para su pueblo bajo promesa de obediencia cristiana, aunque luego el individuo desapareció y no se supo más de él. Se menciona a los ídolos paganos que adora el pueblo y se destaca el envío de soldados y frailes para consolidar la conquista del lugar.

Segundo número, febrero de 1722²⁸. (1) Ídolos y guerra en Nayarit. De acuerdo con el relato de dos soldados españoles se refiere el hallazgo del cuerpo de un príncipe indígena de Nayarit, al que el pueblo veneraba como ídolo. Se describe su inusual estatura, las joyas y piedras preciosas que portaba y los recipientes en que se le ofrecían sacrificios humanos. Todo esto se entregó al provisor de los indios, el propio Juan Ignacio Castorena, para ser destruido. Luego, según cartas del gobernador y dos clérigos, se relata el asalto que efectuaron los soldados contra los indígenas. Se describe la batalla y se da cuenta de la huida de los indios, tras la cual se hallaron restos de niños sacrificados y obsequios que recibiera el rey reportado como desaparecido. Finalmente, se refiere que unos 700 indígenas ya se habían concentrados en cuatro misiones y se atribuye el triunfo de los conquistadores a la protección de la Virgen del Sagrario. (2) Regreso de Campeche. Se relata el viaje del fraile Agustín de Mesones quien recorrió 400 leguas para salir

del territorio campechano, atravesando montes y ríos, navegando en piraguas y enfrentando tormentas. Aprovecha para mencionar algunas especies animales del lugar y afirma que salvó la vida al invocar al santo Francisco Xavier.

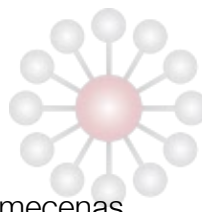
Tercer número, marzo de 1722²⁹. (1) Predicación del arzobispo. Se refiere el regreso de fray Joseph Lanciego y Eguilaz, arzobispo de México, a la ciudad capital, tras su recorrido por la “abadía de Pánuco”, territorio que comprendía desde la Huasteca potosina y tamaulipeca hasta Acapulco y Cuernavaca. Se recuerda su llegada a México en 1713, su consagración y sus obras piadosas. Se dice que instituyó el ofrecer pláticas a reos e indígenas, costumbre que han adoptado los provisos, entre ellos el propio Juan Ignacio Castorena. Se mencionan con precisión las cantidades de dinero que ha gastado en reparación de templos, limosnas y dote para doncellas que ingresan a conventos. Se dicen las cátedras que ha fundado en la universidad y la cantidad de sacerdotes ordenados, así como las actividades religiosas que lleva a cabo con regularidad. (2) Colegio en Zacatecas. Brevemente se describe la inauguración del colegio “Los mil ángeles custodios de María santísima”, edificado a expensas del propio Juan Ignacio Castorena. (3) Noticias de Madrid, París y Roma. Citando como fuente las gacetas de las cortes católicas de octubre de 1721, se detallan casamientos, nombramientos y obras piadosas de miembros de la nobleza y la clerecía europeas.

Cuarto número, abril de 1722³⁰. (1) Celebración de la semana santa. Día por día, desde el domingo de ramos hasta el sábado de gloria, se describen las

28 *Ibidem*, pp. 12-22

29 *Ibidem*, pp. 23-32.

30 *Ibidem*, pp. 32-41.



actividades efectuadas por el virrey, el arzobispo y el pueblo. Se mencionan las procesiones de frailes y cofradías que llevan imágenes de santos en recorrido por las calles, se detallan ceremonias como el lavatorio de pies, se describe el decorado de los templos. Se precisan cantidades de cera utilizada y número de antorchas encendidas, se detallan joyas y pedrería que adornan las imágenes de cristos y santos. Se relata que, durante el viernes santo, las procesiones se arruinaron por una fuerte lluvia y se menciona a la “gente de varios colores” que participa en los rituales: blancos, pajizos, morenos y pardos. (2) Novedades de California. Nuevamente, el padre Juan de Ugarte en sus cartas, actualiza los descubrimientos en aquél lugar. Se precisa que se ha reconocido el “golfo interno” de California, zanjando la cuestión de que fuese una isla; y se da noticia del puerto donde podrá hacer escala la Nao de Filipinas. Se relata el peligroso viaje que emprendió el religioso en una balandra, en la cual recorrió toda la costa; se enumeran las enfermedades que padecieron y se refiere la docilidad de los indios que los ayudaron. Se habla de la flora y la fauna del lugar y se concluye que es tan árido y seco el territorio que resulta inhabitable. (3) El cometa poblano. Brevemente se informa que el cosmógrafo Juan Antonio de Mendoza, vecindado en Puebla, ha avistado un cometa con el auxilio de un telescopio. La nota destaca porque incluye una sencilla ilustración del fenómeno, que rompe con la monotonía tipográfica de la gaceta.

Quinto número, mayo de 1722³¹. (1) Virgen de Guadalupe. La celebración de san Felipe apóstol remonta al autor a la consagración del “suntuosísimo” templo de la Virgen de Guadalupe, ocurrido en 1709. Describe las joyas que se

31 *Ibidem*, pp. 41-50.

conservan en el altar y menciona a los mecenas de la nobleza que donaron tesoros como el cáliz de oro, la lámina de plata que sostiene el ayate de Juan Diego, los relicarios adornados con piedras preciosas y los ricos candelabros del santuario. Aprovecha para mencionar otras fiestas religiosas que cuentan con la devoción de las cofradías y precisa las cantidades de dinero que se gastan en los festejos. (2) Aclaratoria de Zacatecas. En la gaceta de marzo, se consignó la cantidad de cincuenta mil pesos recogidos en limosnas, pero un escribano le remite tres testimonios que precisan montos mayores de dádivas. También se corrige la cantidad de cabezas de ganado lanar que se informó habían muerto por la sequía. (3) Noticias de París, Lerma y Madrid. De la Gaceta de Madrid resume notas de festejos, saraos y viajes de miembros de la nobleza, dignatarios y clerecía europea.

Sexto y último número, junio de 1722³². (1) Editorial. El texto con el cual abre el ejemplar vuelve a puntualizar la importancia de consignar las noticias como materia prima de la historia pero también como herramienta didáctica, “para instruir al lector curioso”. Lamenta que quienes desconocen las gacetas europeas y no acostumbran leer, menosprecien a la gaceta mexicana. Puntualiza de nuevo que las novedades no se comunican en la Nueva España tan rápido como en Europa (donde las gacetas se imprimen semanalmente) y reafirma la vocación institucional de esta publicación, ajena a las reflexiones políticas, al predominar el “irrefragable dictamen de nuestro Soberano”. (2) Fiesta de Corpus Christi. Basándose en sus propias observaciones, describe con detalle la procesión de esta fiesta cristiana, acto político-

32 *Ibidem*, pp. 51-60.



religioso, ya que además de participar las congregaciones religiosas y el arzobispo, cierra el desfile el virrey, la real audiencia y los miembros del tribunal inquisitorial. Detalla el material de los vestuarios, la decoración de balcones y calles, la cantidad y costo de la cera utilizada, la inversión monetaria que requiere el desfile, los tesoros que se presentan al pueblo para su veneración. (3) Puerto en California. Por cartas del padre Juan de Ugarte se da a conocer que finalmente se localizó una ensenada capaz de albergar a la Nao de Filipinas, “a la altura de 28 grados”. Se describe la exploración realizada para llegar a ese punto del territorio, la ayuda que prestaron los naturales y los alimentos y remedios que les ofrecieron.

4. Estructuras subyacentes de la Gaceta de México

El plano del contenido alude al mundo interior del autor de un artefacto cultural, a su diégesis o esencia de la narración, de modo prelingüístico, anterior a la organización verbal. En el esquema de cooperación textual, Eco señala que existen cuatro niveles subyacentes a la manifestación textual, que son: estructuras discursivas, estructuras narrativas, estructuras actanciales e ideología³³. Éstas se revelan al lector en la medida que presta su cooperación para descifrar el texto, utilizando el conocimiento enciclopédico y la intertextualidad. De la consideración de estas estructuras depende la asignación de sentido final al objeto de estudio. El enfoque hacia la estructura subyacente nos permite también especular sobre el lector modelo que buscaba el autor.

³³ Umberto Eco, *Lector in Fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*, Barcelona, Lumen. 1993, p. 96.

En la “Gaceta de México y noticias de Nueva España”, el plano del contenido incluye: (a) una estrategia discursiva, relacionada con el estilo de redacción del autor, “el genio del autor” diría el propio Castorena; (b) una estrategia narrativa que da origen a la selección de temas y la organización noticiosa; y (c) una ideología política y religiosa que sustenta las representaciones del mundo, la cosmovisión del autor así como el tipo de lector al que se dirigía.

En cuanto a la estrategia discursiva, es claramente perceptible el compromiso irrestricto que manifestó Juan Ignacio Castorena hacia las figuras de autoridad, en particular el gobierno virreinal y, por supuesto, la Iglesia Católica. Posiblemente, la gaceta fue un proyecto que no solamente contaba con la licencia del virrey sino también con su apoyo económico. Es probable también que fuese un proyecto sugerido por el arzobispo, encomendado a un clérigo con estudios y experiencia en publicaciones. El sesgo informativo se evidencia, entonces, en la estrategia retórica de Castorena que incorpora adjetivos calificativos para matizar específicamente la narración de actividades oficiales y las fiestas religiosas desde su propia subjetividad. Dicha adjetivación da lugar a hipérboles³⁴ cuando los calificativos adquieren grado superlativo, por ejemplo, al nombrar al virrey “excelentísimo”, al arzobispo “ilustrísimo”, la ciudad “nobilísima” y los templos “suntuosísimos”. Valiéndose de la estética barroca y los modismos de reverencia cortesana en uso, el editor patentizó su apoyo total a los artífices del poder terrenal y religioso, y pretendió inculcar en la audiencia el mismo punto de vista.

³⁴ “La hipérbole es una exageración o audacia retórica que consiste en subrayar lo que se dice al ponderarlo con la clara intención de trascender lo verosímil [...] la hipérbole constituye una intensificación de la evidencia en dos posibles direcciones: aumentando el significado (se roía los codos de hambre) o disminuyéndolo (iba más despacio que una tortuga)” Helena Beristáin, *Diccionario de Retórica y Poética*, México, 1985, p. 257.



La estrategia narrativa de Castorena se conforma por la jerarquía noticiosa y la selección de temas. Aunque tipográficamente una noticia no se diferenciaba de otra ni existían los titulares, el orden en que aparecían las notas daba idea de su jerarquía: aquello que aparecía primero sería lo más importante, como la agenda de actividades del virrey, las misiones del arzobispo y las noticias originadas en la Ciudad de México; mientras aquello que se relegaba al final de la gaceta sería lo menos relevante, como las noticias de provincias o países lejanos. Es así como la jerarquía informativa también beneficiaba la imagen pública de las autoridades, a las que el editor se sumaba al aparecer como sujeto de la información. En cuanto a los temas seleccionados para conformar la oferta noticiosa, es necesario reconocer que Castorena dependía de su correspondencia y contactos personales para componer la gaceta, por lo cual la temática emanaba de los sitios de reunión de élite a donde él acudía como: el palacio arzobispal, los conventos religiosos, la Real y Pontificia Universidad, la catedral metropolitana, la corte virreinal. A los indígenas los trató Castorena debido a su cargo como provisor y capellán de los naturales. Aunque aparecen algunos datos relacionados con la actividad comercial interoceánica, se profundiza más en los hallazgos de viajes desde una óptica legendaria que exalta los descubrimientos de islas remotas, tesoros maravillosos y pueblos incivilizados, materia prima de la evangelización. Finalmente, es notable la profusión de detalles revelados al público en cuanto al costo de las obras piadosas así como de las joyas, metales y piedras preciosas que adornan imágenes, altares y templos. Esa continua exaltación de la riqueza material al servicio de la fe ponía de manifiesto el lujo y el poder que detentaba la Iglesia Católica,

comparable a los de la monarquía, pero también mostraba su condescendencia hacia el pueblo al permitirle admirar tales tesoros en procesiones y liturgias.

La cosmovisión de Castorena, propia de su época y contexto social, sitúa a la religión católica como esencia de la vida comunitaria. Los acontecimientos dignos de relatarse se relacionan con rituales religiosos, las personas prominentes pertenecen a la jerarquía católica, el rey gobierna por designio divino, el reino simboliza el orden del mundo creado por Dios y el tiempo y las actividades sociales se estructuran en relación con las festividades patronales. Además, los problemas se resuelven por la intercesión de los santos y las malas acciones se deben a la injerencia del demonio. Así, el mundo del texto que emana de la gaceta es totalmente religioso, y la perspectiva del editor se percibe como ingenua, ausente de malicia, al pretender encontrarse con un lector devoto, apegado a las normas del catolicismo, sin contradicciones ante planteamientos dogmáticos o eventos sobrenaturales como los milagros y ampliamente conforme con el régimen colonial. El mundo del lector novohispano no era precisamente ése, puesto que existían grandes contrastes económicos y sociales entre la élite gobernante y el pueblo sometido al sistema estamentario que lo confinaba al servicio y la escasez de alimentos y recursos. La vida comunitaria estaba “polarizada entre dos mundos: el de la República de los Españoles y el de la República de los Indios.”³⁵ Por otra parte, algunos lectores de la élite española y criolla, seguramente académicos o frailes ilustrados con capacidad económica, discreparon de su postura y le respondieron con gacetas satíricas. La

35 Alejandra Moreno Toscano, “La era virreinal” en Historia mínima de México, Daniel Cosío Villegas (ed), México, El Colegio de México, 2000, p. 63.



reacción de Castorena al responderles incluye una dosis de ironía y asombro pues, a pesar de haber proporcionado datos duros y evidencias de los acontecimientos y aclarar que se publican para dar “buen ejemplo” al pueblo, se atrevieron a disentir.

En esencia, el proyecto de Castorena intentó modificar la construcción de las representaciones de la sociedad colonial, reservada a espacios cerrados y grupos privados, abriéndola al espacio público. Sin embargo, su gaceta, enmarcada en el popular formato del folio impreso que narraba historias de interés para todos, sin importar su filiación profesional, religiosa o social, se restringía en realidad al marco de la ideología dominante no sólo del catolicismo sino también de la monarquía. Es importante recordar que “en la Nueva España de los siglos XVII y XVIII, la circulación de ideas, imágenes y valores políticos tenía lugar dentro de los institutos religiosos, estatales y civiles [...] se asimilaban, construían e intercambiaban representaciones ideológicas de la sociedad y el Estado, sólo que la comunicación de estos juicios y opiniones estaba restringida al área interior de cada cuerpo real o eclesiástico.”³⁶ Así, el zacatecano pretendió utilizar un formato de difusión ya asimilado por la audiencia como territorio de expresión popular, para volcar en él las representaciones de la cultura y la sociedad generadas en las élites religiosa y política. El experimento no funcionó, pero sentó las bases de una búsqueda que ya no se detendría en la Nueva España para amplificar los límites del espacio público con contenidos diseñados por escritores cultivados (ya no solamente aquellos impresores que ejercían la función de editor intuitivamente) y

con un compromiso específico ante el lector que implicaba la periodicidad.

El primer periódico mexicano comprobó también el poder de representación de la palabra escrita que, sin ayuda de imágenes o ilustraciones, podía incidir en el imaginario de los lectores, en relación con su entorno social inmediato y su momento de vida actual, produciendo reacciones tangibles. La interacción que propició la gaceta (al recibir notas aclaratorias) y las reacciones que produjo de parte de sus detractores, son evidencia de que el lector novohispano estaba preparado para el intercambio de ideas en un espacio público, y poseía la inquietud de debatir ideologías absolutistas o dogmáticas aunque no le estuviera permitido hacerlo. Aún cuando Castorena quiso articular un discurso en apoyo a sus baluartes ideológicos, el ejercicio terminó por evidenciar la parcialidad de los criterios políticos y religiosos, y la necesidad de incluir a las voces discordantes en la divulgación informativa, situación precursora del pluralismo que hoy distingue al periodismo profesional.

Quizá sin quererlo, el zacatecano estimuló la incipiente opinión pública del territorio y abrió posibilidades a la comunicación social en medio de un orden corporativo y estamental colonial que exigía sumisión absoluta. Los peligros que encarnaba para el régimen político y la jerarquía eclesiástica el permitir un medio de difusión incluyente, también pudieron haber motivado la rápida cancelación del proyecto de la “Gaceta mexicana y noticias de Nueva España” más allá de la escasez de papel o de la falta de corresponsales. Siendo Castorena un “soldado” del régimen virreinal y la clerecía católica, su incursión en el periodismo agrega una nota positiva en su controversial

³⁶ Rafael Rojas, *La escritura de la Independencia. El surgimiento de la opinión pública en México*, México, Taurus, CIDE, 2003, p.23



biografía al erigirlo como el primer comunicador con formación universitaria, cuya romántica visión del entorno (saturada de emblemas religiosos e ingenuidad editorial) le permitió crear el primer medio de comunicación que no sólo servía intereses de una élite, sino que preconizaba el servicio público que representa la información para la sociedad. El proceso de reflexión que la “Gaceta de México y noticias de Nueva España”, constituye un precursor antiguo de la libre expresión que hoy defienden los diarios y medios independientes en México.

Después de la cancelación de la primera gaceta mexicana, seguramente continuó la publicación esporádica de sueltas y relaciones noticiosas populares. No hay evidencia de otros periódicos sino hasta 1727, cuando se reimprimió en México la “Gazeta de Madrid”, de la que se conserva sólo un ejemplar. En 1728, el clérigo Juan Francisco Sahagún de Arévalo retomó el nombre de “Gazeta de México” y dio continuidad al proyecto de divulgar información proveniente de los círculos de poder político y religioso, al público. Su gaceta tuvo mayor continuidad ya que se publicó entre 1728 a 1742, editando un total de 157 números, impresos en la casa de Joseph Bernardo de Hogal.

Tras la aparición de estas gacetas pioneras, en la segunda mitad del siglo XVIII floreció en México el periodismo literario y científico, cuya audiencia creció y se consolidó. La difusión de ideas libertarias, apoyada por escritores y periodistas disidentes de las élites de poder, favoreció la lucha de Independencia a finales del siglo XIX. La práctica periodística se generalizó en las sociedades democráticas, se industrializó a principios del siglo XX y adoptó diversos soportes más allá del papel

impreso, al surgir la cinematografía, la radio y la televisión.

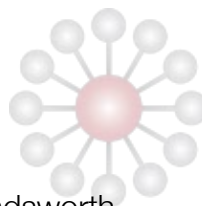
5. Conclusiones

Estudiar la “Gaceta de México y noticias de Nueva España” me permitió recapitular algunos aspectos de la historia de la comunicación en México y redimensionar el primer proyecto de divulgación informativa con periodicidad establecida en el territorio nacional. En primer término, es importante mencionar que la gaceta rescató el formato noticioso popular de las sueltas, lo consolidó al asignarle periodicidad y le otorgó un carácter local y regional al colocar como prioridad informativa las noticias de México. En segundo lugar, es posible revalorar los trabajos del controvertido Juan Ignacio Castorena, quien, a pesar de su postura institucional (hoy característica de las oficinas de comunicación social) instrumentó un discurso periodístico y logró ampliar el espacio de discusión pública al presentar información y opiniones a lectores de diversos estamentos de la rígida sociedad colonial. Finalmente, aunque el proyecto tuvo una corta vida, sirvió de modelo a subsiguientes gacetas que también privilegiaron el enfoque regional de la información y aplicaron herramientas y criterios periodísticos que constituyen los rudimentos del ejercicio profesional del periodismo en nuestro país.

Bibliografía

Alatorre, A. Serafina y Sor Juana, México, El Colegio de México, 1998.

Bastenier, M.A. El blanchomóvil, curso de periodismo, México, Aguilar, Ediciones El País, 2001.



Beristáin, H. Diccionario de Retórica y Poética, México, Porrúa, 2004.

Castorena, J.I. (editor) Fama y obras póstumas del Fénix de México, Décima Musa, Poetisa Americana, Sor Juana Inés de la Cruz, Madrid, imprenta de Manuel Ruiz de Murga, 1700.

Chartier, R., G. Cavallo, Historia de la lectura en el mundo occidental, Madrid, Pensamiento, 1998.

Cosío Villegas, D. (editor), Historia mínima de México, México, El Colegio de México, 2000.

De Buen, J. Manual de diseño editorial, México, Santillana, 2005.

De la Cruz, Sor Juana Inés, Obras completas, Volumen I, México, FCE, 1997.

Eco, U. Lector in Fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo, Barcelona, Lumen, 1993.

Fernández López, G. (coordinadora) Casa de la primera imprenta en América, X aniversario, México, UAM, 2004.

Foguel J., B. Patiño, La prensa sin Gutenberg, Madrid, Punto de Lectura, 2005.

González Cícero, S. "Juan Pablos, primer impresor en México y en América", en México en el tiempo, Revista de historia y conservación, Año 4, No. 29, marzo-abril de 1999, México Desconocido, INAH, pp. 10-17.

González de Cossío, F. Gacetas de México, México, SEP, 1949.

Gubern, R. El eros electrónico, México, Taurus, 2000

Henesterosa, C. Espinosa, rescate de una tipografía novohispana, México, Editorial Designio, 2005.

Hennessy, B. Public Opinion, Belmont, Wadsworth, 1965.

Hjelmslev, L. Prolegómenos a una teoría del lenguaje, Madrid, Cátedra, 1970.

Martínez Leal, L. Treinta siglos de tipos y letras, México, UAM, Tilde Editores, 1990.

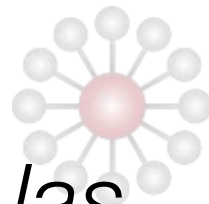
López Mariscal, B., J. Farré (editoras), Viajes y viajeros, Monterrey, Tecnológico de Monterrey, 2006.

Ochoa Campos, Moisés (1944) Juan Ignacio María de Castorena Ursúa y Goyeneche, primer periodista mexicano, México: Secretaría de Hacienda.

Rojas, R. La escritura de la Independencia. El surgimiento de la opinión pública en México, México, Taurus, CIDE, 2003.

Ruiz de Castañeda, M., L. Reed y E. Cordero, El periodismo en México, 450 años de historia, México, UNAM, 1980.

Von Hagen, V. The Aztec man and tribe, Nueva York, Mentor, 1960.



Efectos del framing de las noticias en la actitud y apoyo a políticas sobre extranjeros en México. Un análisis experimental

Carlos Muñiz
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Resumen

Desde la teoría del “framing” se indica que las noticias tienen la capacidad de transmitir ciertos encuadres, impactando en las actitudes y el apoyo a ciertas medidas políticas. Tomando como asunto informativo la presencia extranjera en México, se realizó una investigación cuasi-experimental para detectar el impacto de los encuadres noticiosos y la nacionalidad del extranjero residente en México. La actitud general de los participantes y el apoyo a las políticas sobre migración se vieron modificados por el tipo de encuadre utilizado en las noticias, así como por la nacionalidad del extranjero.

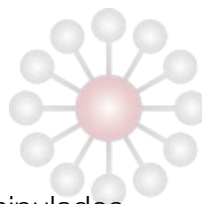
Palabras clave

Efecto framing, noticias, actitudes, políticas sobre migración, extranjeros en México

Introducción

El impacto que tienen los encuadres noticiosos de las noticias sobre las actitudes y valoraciones políticas de su audiencia ha sido ampliamente demostrado por la investigación sobre el efecto framing. Desde esta teoría se indica que la forma en que las noticias presentan los asuntos informativos, afecta la manera como reflexionan sobre esos mismos asuntos las personas que las consumen. Esta hipótesis ha sido demostrada con respecto al tratamiento informativo de la inmigración en los principales países receptores. Sin embargo, no ha sido evaluado el impacto de la presencia extranjera en países habituales emisores de migración, como puede ser el caso de México.

Es conocido que México constituye una de las principales fuentes de emigración a nivel mundial, situándose su principal destino en los Estados Unidos (Solís y Díaz, 2004). Sin embargo, esta situación oculta la otra cara de la realidad migratoria que esconde el país, pues México también recibe anualmente un número importante de extranjeros; algunas veces por simple tránsito hacia los Estados Unidos, pero otras para quedarse a vivir y trabajar dentro del país. Según datos del XII Censo General de Población y Vivienda realizado en 2000, el total de extranjeros residentes en México se situaba en una cifra de



492.617 personas, lo que suponía un 0.5 del total de la población mexicana. Sin duda, y a falta de datos más actualizados, esta cifra puede ser ahora superior. Tan sólo la población en tránsito desde Centroamérica hacia Estados Unidos se calcula en 300.000 personas anuales, lo que marca la clara diferencia entre los datos oficiales y los reales.

Esta baja presencia de extranjeros y escasa presencia mediática, convierten a las muestras obtenidas de su población en idóneas para analizar el efecto del framing, al no estar viciadas por esquemas sociales a favor o en contra de la inmigración recibida por el país. Al respecto Kim (2003) señala que para que el efecto framing o impacto de los encuadres de las noticias se produzca, se tienen que cumplir varias condiciones en el público que consume la información donde se resaltan estos encuadres. Así, (1) los medios que transmiten las noticias deben ser la fuente principal de información, (2) las personas deben carecer de experiencias directas o personales que les provean de una información alternativa y (3) esas mismas personas deben tener pocas estructuras cognitivas o esquemas sobre el tema informado. Si bien es complicado que todas estas condiciones se produzcan por las propias características de la sociedad y el trabajo de los medios, es probable que la situación de los extranjeros en México pueda cumplir casi todas.

En este sentido, es raro encontrar noticias que relaten hechos relacionados con migrantes extranjeros residentes en el país, y la propia población tiene una percepción vaga de esa realidad, quizá motivada por la gran influencia que la situación de los migrantes mexicanos en el exterior tiene para el país en su conjunto. Por

ello, se espera que los encuadres manipulados en las noticias de esta investigación afecten a los participantes en varias vías que a continuación se expondrán. Teniendo en cuenta este contexto, el presente trabajo se plantea como objetivo analizar a través de una investigación de tipo cuasi-experimental si el consumo de noticias con determinados enfoques o encuadres (news frames) y que presentaran hechos realizados por extranjeros de diferentes nacionalidades, podría influir en la actitud este grupo social, así como en el apoyo y aceptación demostrada hacia ciertas medidas políticas sobre extranjería.

Marco teórico

Efectos del tratamiento de las noticias (framing effects)

La investigación sobre comunicación ha prestado una especial atención al estudio de los mensajes informativos. Así, ya en 1972 McCombs y Shaw plantearon la teoría de la Agenda-Setting, dando solidez a la idea de que los asuntos que son destacados en las noticias que los medios de comunicación llegan al público que los consume, haciendo que la audiencia perciba como importantes los asuntos destacados en la agenda mediática. Sin embargo, la investigación ha demostrado que los medios no sólo indican a la audiencia sobre qué asuntos pensar, sino también marcan pautas sobre cómo hacerlo. Ello debido a los enfoques o tratamientos con que los asuntos son plasmados en los contenidos informativos. Estos giros o perspectivas son conseguidos mediante la utilización de ciertos encuadres



noticiosos, concepto clave de análisis en la teoría del Framing o del encuadre (Scheufele, 2004). Quizá una de las definiciones más precisas del concepto de encuadre es la planteada por Tankard (2001), quien lo define como “la idea organizativa central del contenido de las noticias, que proporciona un contexto y presenta el asunto a través del uso de la selección, énfasis, exclusión y elaboración” (p. 100). Es decir, el encuadre ofrecería una serie de perspectivas del asunto tratado, a través de las cuales se reconstruye la realidad en la noticia.

Junto al encuadre mediático (media frame) que está presente en los contenidos informativos de los medios, también existe un encuadre del público (audience frame) (de Vreese, 2003; Scheufele, 2000). Éste viene constituido por aquellas ideas que han sido guardadas en su mente por el individuo tras el consumo de las noticias, y que en momentos posteriores les sirven para procesar de la información recibida y tomar decisiones al respecto (Valkenburg et al., 1999). La interpretación de la información es posible gracias a los encuadres, que en la mente funcionan como esquemas, que son recuperados para interpretar nuevos acontecimientos conocidos en las noticias (Kinder y Sanders, 1996). Este proceso se puede producir a largo plazo (efecto de accesibilidad), pero también inmediatamente después del consumo de los encuadres, denominándose efecto de aplicabilidad. Éste se produce de forma directa, dirigiendo los encuadres la atención del individuo hacia cierto aspecto del asunto informado, mediante la saliencia o preponderancia ofrecida a determinados aspectos del mensaje en detrimento de otros, que quedan excluidos (Price, Tewksbury y Powers, 1997).

Por tanto, los encuadres noticiosos juegan un rol importante en la transmisión de la información, puesto que pueden llegar a influir en la interpretación que de las noticias haga el público (Tewksbury, Jones, Peske, Raymond y Vig, 2000). Un proceso que se ve amplificado mediante la activación automática de ciertos esquemas dentro de la memoria y la propagación de las relaciones entre los constructos mantenidos por el individuo, con otros con los que semánticamente tenga relación. A través de la activación de estos conceptos y constructos, así como de otras ideas, el público puede formar sus juicios sobre los asuntos informados, produciéndose efectos cognitivos derivados de los encuadres, pero también los subsiguientes efectos actitudinales y emocionales (Domke, McCoy y Torres, 1999; Price et al., 1997; Scheufele, 2004; Tewksbury et al., 2000).

Impacto de los encuadres noticiosos sobre la actitud hacia las minorías

Existe una importante corriente de investigación que confirma el impacto de los encuadres noticiosos (news frames) sobre las actitudes del público que consume noticias (por ejemplo: Brader, Valentino y Suhay, 2004; de Vreese, 2003; Domke et al., 1999; Holloway, 2003; Igartua y Cheng, 2009; Nelson y Kinder, 1996). En este sentido, varios trabajos de investigación han encontrado evidencia sobre el impacto que los encuadres ejercen sobre la actitud del público hacia los grupos minoritarios. En su trabajo Richardson (2005) observó que la percepción racial o étnica de los participantes puede estar afectada por los distintos encuadres. Así, detectó que el encuadre



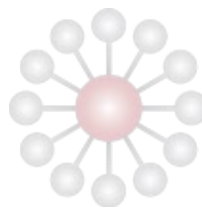
de “diversidad” mejoraba a corto plazo la actitud hacia el grupo minoritario pero, como el propio autor advirtió en su trabajo, otros encuadres pueden hacer que aumenten las actitudes interraciales negativas hacia el grupo minoritario. Por su parte, Holloway (2003) demostró que los encuadres pueden ejercer un impacto significativo sobre la actitud hacia los peticionarios de asilo en el caso del Reino Unido. Así, cuando la información en las noticias se enfocaba como una “trampa” de los peticionarios, la actitud era más negativa, mientras que la utilización del frame de “derechos humanos” aumentaba la simpatía hacia los peticionarios de asilo.

Ya centrados en el tópico de la inmigración, la investigación de Brader et al. (2004) aportó datos que confirman este efecto mediático sobre la actitud de los sujetos hacia la inmigración en Estados Unidos. En este sentido, observaron que cuando el encuadre utilizado para elaborar las noticias del experimento se enfocaba en las consecuencias beneficiosas de la inmigración, el público tendía a mantener una actitud más positiva hacia este grupo social. Por el contrario, el uso del encuadre sobre los prejuicios de los inmigrantes para la sociedad fomentaba una actitud más negativa hacia la inmigración. Unos resultados confirmados por el reciente estudio de Igartua y Cheng (2009), que en el contexto español han detectado el fuerte impacto de los encuadres noticiosos sobre las cogniciones, así como actitudes, de la audiencia. Esta evidencia empírica lleva a pensar, en la línea propuesta por Igartua y Cheng (2009) que “la manera en que la información sobre inmigración es enfocada influencia directa e indirectamente las actitudes hacia los inmigrantes” (p. 729), por lo que se propone la siguiente hipótesis de investigación para este estudio:

HI1: El uso del encuadre de contribución generará una actitud más favorable entre los participantes con respecto a la inmigración extranjera que el encuadre de delito.

Efecto del tratamiento informativo sobre el apoyo a medidas políticas

Dentro del estudio de los efectos actitudinales, se ha observado que los frames pueden influenciar las evaluaciones hechas sobre las cuestiones políticas en función de cómo hayan sido abordadas por los medios en sus noticias (de Vreese, 2003; Holloway, 2003; Tewksbury et al. 2000). También se han realizado estudios sobre el impacto del framing en relación a los efectos de las noticias sobre extranjería. Al respecto, Holloway (2003) evaluó la actitud de la audiencia británica ante las noticias con diferentes enfoques sobre los peticionarios o buscadores de asilo. Para ello, la autora planteó dos posibles encuadres, sometiendo a los participantes a una noticia que enfocaba los “derechos humanos” de los peticionarios o la petición de asilo como una “trampa” para entrar al país de forma irregular. Los resultados mostraron que el enfoque de trampa o engaño generaba mayor apoyo hacia decisiones restrictivas del asilo, mientras que el frame de “derechos humanos” provocó un aumento en la simpatía hacia las personas que pedían asilo en el país. Teniendo en cuenta esta evidencia previa, se propone que tanto el encuadre que vincula a los extranjeros con delincuencia o “conflicto” como el que los asocia a la “contribución” impactarán en la siguiente manera:



HI3: El uso del encuadre de delito generará mayores apoyos a las medidas políticas restrictivas sobre extranjería, frente al encuadre de contribución.

La investigación sobre el impacto de los encuadres noticiosos ha encontrado que la utilización de ciertas claves textuales (cues) en las noticias puede moderar el procesamiento de la información por parte de la audiencia (Cho, Gil de Zuniga, Shah y McLeod, 2006). En este tipo de proceso, el individuo reflexiona sobre la información recibida de forma superficial a partir de ciertas señales o claves secundarias, y no de la información principal de la noticia. Una de esas claves puede ser la alusión al origen geográfico, étnico o racial de los protagonistas de la información (Domke, 2001). Al respecto de este impacto de las claves periféricas, Brader et al. (2004) e Igartua y Cheng (2009) observaron un impacto moderador de la nacionalidad de los inmigrantes mencionada en las noticias. En este sentido, las nacionalidades más desprestigiadas en ambos países (mexicanos en el estudio de Estados Unidos y marroquíes en el español) hacían disminuir la actitud y aumentar las emociones negativas generadas por los encuadres. Sin embargo, Verkuyten (2005) no encontró evidencia al respecto en su estudio realizado en Holanda. Esta disparidad obliga a plantear la siguiente pregunta:

PI1: ¿Moderará la presencia de la nacionalidad de los extranjeros en el texto la influencia de los encuadres?

Metodología

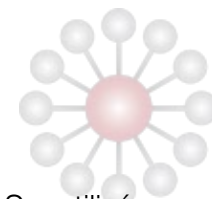
Sujetos y diseño

En el estudio participaron un total de 186 estudiantes del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, en diferentes titulaciones. En el cuestionario, se pedía que se indicara la nacionalidad del sujeto, a fin de poder extraer de la muestra definitiva a aquellas personas que no fueran mexicanos. El 53.8% de los sujetos eran mujeres ($n = 100$) y la media de edad de la muestra fue de 21.30 años ($DE = 1.45$), con un rango de edad desde 18 a 25 años. A fin de dar respuesta a los objetivos e hipótesis de investigación planteados en el estudio, se realizó una investigación cuasi-experimental con un diseño factorial 2 (tipo de encuadre: contribución y delito) x 2 (nacionalidad citada: europea y centroamericana). De esta manera, se crearon cuatro grupos experimentales expuestos a una misma noticia manipulada¹.

Estímulo experimental

Se elaboró una noticia de prensa como estímulo del estudio, debido a que la elaboración y manipulación de la información es mucho más sencilla que en otros formatos. Las cuatro versiones de la noticia experimental eran idénticas, salvo en la nacionalidad de los extranjeros y el tratamiento informativo dado a la aportación de los extranjeros para México. Así, se presentaron los posibles efectos negativos □ generación de violencia y delincuencia □ o positivos □ generación

¹ Se agradece la colaboración de la estudiante Melisa Peña, del Tecnológico de Monterrey, sin cuya colaboración no se podría haber realizado el trabajo de campo de este estudio.



de desarrollo, empleo y crecimiento económico. Para reforzar su presencia, se destacaron casos concretos protagonizados por hipotéticos extranjeros residentes en Ciudad de México y Guadalajara, con frases como “le pegó a la mujer dos disparos tras una fuerte discusión” o “si su situación económica mejora, incluso piensa en invertir creando algún negocio en la ciudad”. Además, se manipuló la nacionalidad de los extranjeros, pudiendo ser estos centroamericanos (el guatemalteco Juan Antonio Gutiérrez y el salvadoreño Fernando Castillo) o europeos (el francés Jean-Pierre Garraud y el italiano Francesco Bei). Con la incorporación de ejemplos concretos de extranjeros en el país se buscaba una mayor implicación con la noticia leída y, por tanto, efectos más fuertes en los participantes al ejemplificar la información (Brosius, 2001).

Cuestionario

a) Variables dependientes

Actitud general hacia la inmigración. Se adaptó la escala utilizada por Cea D’Ancona (2004) que cuestiona: “En general, todos los países del mundo reciben inmigrantes extranjeros. ¿Crees que, en términos generales, la presencia de extranjeros es más bien positiva o negativa para México?” Los sujetos del experimento debían indicar su opinión con una escala de intensidad que oscilaba entre 1 (muy negativa) hasta 11 (muy positiva) ($M = 8.68$, $DE = 2.06$).

Apoyo y opiniones hacia políticas públicas sobre extranjeros. Tomando como referencia el estudio de Rueda y Navas (1996), se pidió expresar el grado de apoyo hacia dos posibles políticas a

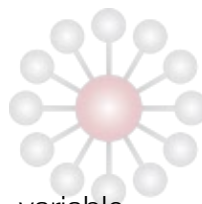
seguir con los extranjeros en México. Se utilizó una escala tipo Likert que oscilaban entre “sí, con toda seguridad” (1) y “no, con toda probabilidad” (5) para evaluar el grado de apoyo a las siguientes medidas: “Lo mejor sería echarlos del país” ($M = 1.51$, $DE = 0.83$) y “Las leyes mexicanas sobre extranjeros deberían ser más restrictivas” ($M = 2.77$, $DE = 1.12$).

b) Variables de control. Con este bloque de preguntas se pretendía medir el grado de homogeneidad de los grupos experimentales participantes en el estudio, para así poder descartar, en la medida de lo posible, la influencia de estas variables en el efecto de la manipulación sobre las variables dependientes.

Datos sociodemográficos. No se observaron diferencias entre los grupos en función del sexo, $\chi^2(3, N = 186) = 0.540$, $p = .910$, ni de su edad, $F(3, 181) = 4.169$, $p = .115$, lo que lleva a pensar que existió una buena aleatorización.

Autoposicionamiento político. Se evaluó la ideología de los sujetos experimentales mediante una escala de intensidad de 11 puntos, desde 1 (extrema izquierda) hasta 11 (extrema derecha) ($M = 7.08$, $DE = 2.52$). No se detectaron diferencias estadísticas entre los grupos experimentales, $F(3, 179) = 5.696$, $p = .443$.

Consumo de medios. Se solicitó a los participantes que indicaran cuantas horas (trasladadas a minutos) en un día normal consumían televisión, radio, prensa e Internet. Se construyó un índice de consumo global ($M = 161.95$, $DE = 145.82$, $\alpha = .63$), que no detectó diferencias en los grupos experimentales, $F(3, 182) = 0.156$, $p = .925$.



Escala de contacto intergrupo. Se adaptó la escala de contacto intergrupo utilizada por Chan-Hoong (2005), compuesta de 12 reactivos ($M = 3.29$, $DE = 0.70$, $\alpha = .82$). No se detectaron diferencias entre los grupos, $F(3, 182) = 0.091$, $p = .907$.

Percepción de la situación de los extranjeros como problema para México. El objetivo de la variable era conocer la percepción que los participantes tenían sobre la situación de los extranjeros como un problema más importante (PMI) para el país, medida con una escala de 11 puntos (1 = nada importante a 11 = muy importante). No se detectaron diferencias entre los grupos, $F(3, 177) = 2.871$, $p = .681$.

Procedimiento

Para la realización de la investigación se contó con la colaboración de varios profesores del Tecnológico de Monterrey, quienes cedieron tiempo de sus respectivas clases para administrar el cuestionario. El trabajo de campo se realizó en las semanas comprendidas entre el 5 de y el 16 de octubre de 2009. El tiempo total dedicado a la lectura de la noticia y a cumplimentar el cuestionario fue de entre 20 y 25 minutos. Los datos obtenidos fueron capturados con el paquete estadístico SPSS en su versión 18.0, mismo con el que se realizó su análisis.

Análisis de los resultados

Entrando al estudio del impacto afectivo de la lectura de la noticia sobre la actitud hacia extranjeros, se realizó un análisis factorial de varianza (UNIANOVA) para detectar los

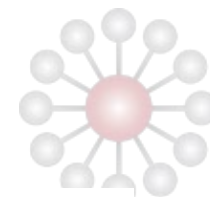
posibles efectos principales (de cada variable independiente manipulada: encuadre noticioso y origen geográfico), así como los de interacción producidos por la actuación conjunta de ambas variables independientes. El análisis realizado permitió detectar un efecto principal en función del encuadre noticioso presentado en la información, $F(1, 180) = 4.725$, $p < .05$, $n^2 = .026$.

Tabla 1
Promedios de actitud general hacia la inmigración extranjera en los diferentes grupos experimentales

Nacionalidad	Actitud hacia inmigración	
	M	DE
Encuadre noticioso		
Delito	8.34	2.25
Contribución	9.00	1.83
$F(1, 180)$	4.725*	
Nacionalidad		
Europeo	9.01	2.00
Centroamericano	8.33	2.08
$F(1, 180)$	5.054*	
Encuadre X Nacionalidad		
Delito, Europeo	8.69	2.35
Delito, CA	7.98	2.11
Contribución, Europeo	9.30	1.59
Contribución, CA	8.67	2.02
$F(1, 180)$	0.017	
Media general	8.68	2.06

Nota: $N = 184$. La actitud general fue evaluada con un rango teórico de variación de 1 (muy negativa) a 5 (muy positiva). Las diferencias fueron significativas a nivel estadístico * $p < .05$; *** $p < .001$

En este sentido, la actitud general hacia la inmigración extranjera en México fue más favorable entre aquellos participantes que leyeron la noticia enfocada en la contribución de los extranjeros ($M = 9.00$, $DE = 1.83$), que entre los que leyeron la información sobre delitos cometidos por esas personas ($M = 8.34$, $DE = 2.25$) (Véase la Tabla 1). También se observó una influencia de las nacionalidades enfatizadas en la noticia experimental, $F(1, 180) = 5.054$, $p < .05$, $n^2 = .027$, con una actitud más favorable cuando los protagonistas eran europeos ($M = 9.01$, $DE = 2.00$), frente a los extranjeros centroamericanos ($M = 8.33$, $DE = 2.08$). No se detectó un efecto de interacción entre las variables independientes, $F(1, 180) = 0.017$, $p = .896$.



Con respecto al apoyo a las medidas políticas propuestas a los participantes, no se observó un impacto principal del tipo de encuadre noticioso, $F(1, 182) = 2.143, p = .145$. Sin embargo, sí se detectó una influencia derivada de las nacionalidades de los inmigrantes protagonistas en la noticia experimental, $F(1, 182) = 7.060, p < .01, \eta^2 = .037$. Así, los expuestos a noticias sobre actos protagonizados por centroamericanos ($M = 1.68, DE = 0.87$) apoyaban más la expulsión de los extranjeros que los que leyeron la noticia protagonizada por europeos ($M = 1.36, DE = 0.77$) (Véase la Tabla 2). No se detectó ningún efecto de interacción entre las dos variables independientes con respecto al apoyo a esta política sobre inmigración, $F(1, 182) = 0.029, p = .865$.

En cuanto al apoyo a la idea de que “las leyes mexicanas sobre extranjeros deberían ser más restrictivas”, se observó que el tipo de encuadre con el que se elaboró la noticia influía en la decisión, $F(1, 182) = 10.161, p < .01, \eta^2 = .053$. En este caso, los lectores de la noticia donde se vinculaba a los extranjeros con delincuencia eran más favorables a apoyar esa postura ($M = 3.03, DE = 1.17$), mientras que los que leyeron la noticia sobre contribución de los extranjeros al país mantuvieron una postura menos favorable ($M = 2.52, DE = 1.02$) (Véase la Tabla 2). No se detectaron por el contrario efectos significativos por parte de la nacionalidad de la información, $F(1, 182) = 0.952, p = .330$, ni de de interacción entre las variables, $F(1, 182) = 0.000, p = .987$.

Tabla 2

Promedios de apoyo a políticas hacia la inmigración extranjera en los diferentes grupos experimentales

Nacionalidad	Expulsarios del país		Leyes restrictivas	
	M	DE	M	DE
Encuadre noticioso				
Delito	1.60	0.89	3.03	1.17
Contribución	1.42	0.77	2.52	1.02
$F(1, 182)$	2.143		10.161**	
Nacionalidad				
Europeo	1.35	0.77	2.69	1.15
Centroamericano	1.68	0.87	2.86	1.09
$F(1, 182)$	7.060**		0.952	
Encuadre X Nacionalidad				
Delito, Europeo	1.46	0.89	2.96	1.23
Delito, CA	1.76	0.88	3.11	1.11
Contribución, Europeo	1.26	0.63	2.44	1.03
Contribución, CA	1.60	0.86	2.60	1.01
$F(1, 182)$	0.029		0.000	
Media general	1.51	0.83	2.77	1.12

Nota: $N = 184$. CA se refiere a Centro Americano. El apoyo a las políticas fue evaluado con un rango teórico de variación de 1 (sí, con toda seguridad) a 5 (no, con toda probabilidad). Las diferencias fueron significativas a nivel estadístico ** $p < .01$

Discusión y conclusiones

Las noticias de los medios de comunicación juegan un papel crucial en la formación de las creencias que el público tiene acerca de los diferentes grupos sociales que conforman la sociedad, a partir del tratamiento que éstas ofrecen de un objeto social. Este es el caso de la inmigración, sobre la que se ha observado que las noticias, y más en concreto los encuadres utilizados para su elaboración, pueden modelar las actitudes y valoraciones que se haga de ella como realidad social (Brader et al., 2001; Domke et al., 1999; Holloway, 2003; Igartua y Cheng, 2009). En este sentido, el presente estudio aporta resultados muy interesantes, al haber sido abordada la temática en un contexto nacional donde la presencia extranjera es reducida y, además, la población tiene una percepción menor de su relevancia para el país. Es en situaciones como la de la investigación realizada donde se comprueba quizá con más fortaleza el importante impacto que el tratamiento informativo



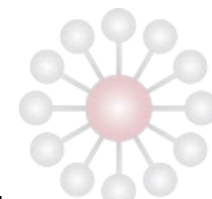
(framing) puede tener sobre la percepción de las personas hacia el asunto narrado. Es posible que la muestra utilizada no estuviera a priori “viciada” y marcada por ideas preconcebidas, como sí puede ocurrir en los estudios realizados en países con fuerte presencia extranjera, donde las actitudes previas pueden moderar fuertemente el impacto de las noticias.

Al respecto de los resultados del estudio, éstos permiten concluir un claro, aunque moderado, efecto directo de los encuadres sobre la actitud general hacia la inmigración, las emociones sentidas por los participantes y el apoyo a una de las medidas políticas, comprobando así en parte las hipótesis planteadas. En cuanto a la primera hipótesis de investigación, se constata que los encuadres noticiosos tienen la capacidad por separado de modelar las actitudes que las personas tienen hacia los extranjeros y la inmigración en general, en la línea de los estudios previos consultados (Brader et al., 2004; Igartua y Cheng, 2009). El encuadre que enfoca la presencia de los extranjeros en México vinculándola con delitos genera actitudes más negativas, frente al encuadre de contribución. Y en relación a la hipótesis tercera, ésta fue comprobada solamente parcialmente. No se observó ningún efecto del tratamiento sobre la política de expulsión directa de los extranjeros, pero sí sobre la idea de que las leyes deberían ser más restrictivas, medida apoyada más por el grupo expuesto al encuadre de delincuencia.

Parece por tanto que se confirma la propuesta planteada por Kim (2003), pues el efecto framing se ha producido en un contexto social donde la situación de los extranjeros no es un tema

recurrente en la opinión pública, como sí ocurre en los países donde se realizaron los estudios previos. Pero, si bien en general los resultados permitieron contrastar las hipótesis y confirmar un efecto de los encuadres, la evidencia empírica fue en general débil a nivel estadístico, al obtenerse normalmente niveles de probabilidad cercanos al 5%. Algo que quizá pueda ser explicado por la falta de una fuerte percepción previa de problematización de la inmigración, a tenor de los datos del estudio que muestran cómo con anterioridad a la lectura de la noticia ningún grupo experimental consideraba la situación de los extranjeros como un problema importante para México. En un contexto donde las actitudes previas no existen, es probable que no se produzcan fuertes impactos al no existir variables que moderen el efecto de los encuadres. En cualquier caso, es importante detectar que en un colectivo con contacto frecuente con extranjeros y actitud más bien favorable, como se puede observar que ocurrió con la muestra de este estudio, se hayan producido estos cambios tan inmediatos tras la simple lectura de una noticia.

En lo relativo a la pregunta de investigación que se planteó en el estudio, no se ha detectado un fuerte impacto del uso de la clave textual que constituye la nacionalidad de los extranjeros protagonistas de la información sobre las variables dependientes medidas. Se detectó que la variación de nacionalidades en las noticias generaba un cambio en la actitud general hacia la inmigración, siendo más positiva cuando los protagonistas de los hechos eran europeos y disminuyendo cuando los extranjeros procedían de países centroamericanos. Por otra parte, no se detectó un efecto principal de la clave textual sobre las emociones sentidas y sobre el apoyo a la propuesta de que las leyes



deberían ser más restrictivas con respecto a la inmigración. Sin embargo, es interesante destacar el efecto principal de la nacionalidad sobre el apoyo a la expulsión de los extranjeros del país, valoración que aumentaba cuando en la noticia se hacía mención a extranjeros procedentes de Centroamérica. No deja de ser llamativo que la medida política más dura de las dos propuestas presentadas a los participantes fuera apoyada en mayor o menor medida únicamente en función de la procedencia de los protagonistas de la noticia, pues no se detectó que los encuadres que reflejaban los actos realizados por los extranjeros relatados en el texto generara variación en el apoyo a la expulsión.

Estos resultados parcialmente confirmatorios de las hipótesis planteadas sobre el impacto de los encuadres, y ligeramente diferentes de los estudios previos con respecto al cuestionamiento que se hizo sobre el efecto de la clave nacional, constituyen en gran medida la principal limitación del estudio. En la investigación se buscó crear estímulos vivos y con ejemplos concretos que pudieran generar efectos más fuertes en los participantes (Brosius, 2001). En la misma línea planteada por Richardson (2005), se consideró que la utilización de mensajes más vivos podría inducir efectos más fuertes. Sin embargo, la ejemplificación que se intentó conseguir con la presentación de extranjeros concretos en las noticias del estudio que hacían actividades fácilmente identificables y evaluables, no consiguió impactar sobre las valoraciones de los participantes en la investigación. Por ello, para estudios posteriores será necesario trabajar en mayor medida estos ejemplos con los que se contextualiza la información principal de las noticias, revisando su credibilidad y fortaleza

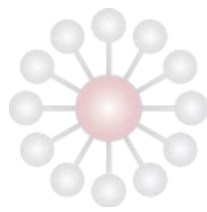
previamente a la realización del trabajo de campo. Similar trabajo hay que realizar con respecto a la clave textual utilizada, pues es probable que en algunas ocasiones los propios participantes hayan encontrado forzado el que los extranjeros realizaran determinadas acciones, precisamente por las ideas preconcebidas que diferencian entre nacionalidades “prestigiadas” y otras que son más bien “rechazadas”.

Bibliografía

- Brader, T., Valentino, N. A. y Suhay, E. (2004, septiembre). Seeing threats versus feeling threats: Group cues, emotions, and activating opposition to immigration. Comunicación presentada en la reunión de la APSA, Chicago, Estados Unidos.
- Brosius, H. (2001). Toward an exemplification theory of news effects. *Document Design*, 2, 18-27.
- Cea D'Ancona, M. A. (2004). La activación de la xenofobia en España. Madrid: CIS.
- Chan-Hoong, L. (2005). A Multi-level Research Framework for the Analyses of Attitudes Toward Immigrants. Tesis para obtener el grado de doctor en la Victoria University of Wellington, Nueva Zelanda.
- Cho, J., Gil de Zuniga, H., Shah, D. y McLeod, D. (2006). Cue Convergence. Associative Effects on Social Intolerance. *Communication Research*, 33(3), 136-154.
- de Vreese, C. (2003). Framing Europe: Television news and European integration. Amsterdam: Aksant Academic Publishers.
- Domke, D. (2001). Racial cues and political ideology: An examination of associative priming.



- Communication Research, 28(6), 772-801.
- Domke, D., McCoy, K. y Torres, M. (1999). News, media, racial perceptions, and political cognition. *Communication Research*, 26, 570-607.
- Holloway, A. (2003). Research into the framing effects of the mass media using the topic of asylum seekers in Britain. Leeds: Institute of Communications Studies.
- Igartua, J. J. y Cheng, L. (2009). Moderating effect of group cue while processing news on immigration: Is the framing effect a heuristic process? *Journal of Communication*, 59, 726-749.
- Kim, K. (2003). The framing effect of controversial political agenda: Mediating role of prior attitude and party preference. Ponencia presentada en la Asamblea Anual de la ICA, San Diego, Estados Unidos.
- Kinder, D. y Sanders, L. (1996). *Divided by color: Racial politics and democratic ideals*. Chicago: University of Chicago Press.
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting function of the mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- Nelson, T. y Kinder, D. (1996). Issue framing and group-centrism in American public opinion. *The Journal of Politics*, 58, 1055-1078.
- Price, V., Tewksbury, D. y Powers, E. (1997). Switching trains of thought. The impact of news frames on reader's cognitive responses. *Communication Research*, 24, 481-506.
- Richardson, J. (2005). Switching social identities: The influence of editorial framing on reader attitudes toward affirmative action and African Americans. *Communication Research*, 32, 503-528.
- Rueda, J. y Navas, M. (1996). Hacia una evaluación de las nuevas formas del prejuicio racial: las actitudes sutiles del racismo. *Revista de Psicología Social*, 11(2), 131-149.
- Scheufele, B. (2004). Framing-effects approach: A theoretical and methodological critique. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 29, 401-428.
- Scheufele, D. (2000). Agenda-Setting, Priming and Framing revisited: another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication and Society*, 3(2-3), 297-316.
- Solís, L. y Díaz, A. (2004). *Globalización Económica, Reformas Estructurales y Políticas de Estado*. México: Instituto de Investigación Económica y Social Lucas Alamán.
- Tankard, J. (2001). The empirical approach to the study of Media Framing. En S. Reese, O. Gandy y A. Grant (Eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 95-106). Mahwah, NJ.: Lawrence Erlbaum Associates.
- Tewksbury, D., Jones, J., Peske, M., Raymond, A. y Vig, W. (2000). The interaction of news and advocate frames: Manipulating audience perceptions of a local public policy issue. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77, 804-829.
- Valkenburg, P., Semetko, H. y de Vreese, C. (1999). The effects of news frames on reader's thoughts and recall. *Communication Research*, 26, 550-569.
- Verkuyten, M. (2005). Immigration discourses and their impact on multiculturalism: A discursive and experimental study. *British Journal of Social Psychology*, 44(2), 223-240.



Sobre la ponencia

Este trabajo ha sido posible gracias a un contrato postdoctoral financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología del Gobierno de España, para la realización del proyecto de investigación titulado “Análisis de los efectos socio-cognitivos del tratamiento de los grupos minoritarios en los contenidos informativos on-line. Estudio trans-cultural entre España y México” en el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, durante los años 2008 y 2009.



El derecho a acceder a la agenda de los medios como fuentes de información. Una revisión crítica desde las perspectivas de la Agenda-Setting, el Framing y el Indexing

Dra Natalia Aruguete

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES. ARGENTINA

Dr Carlos Muñiz

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN. MÉXICO

Resumen

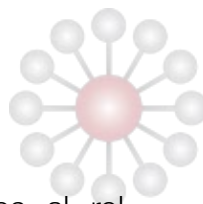
En las sociedades actuales, es posible nombrar una multiplicidad de elementos que actúan como condicionantes de la construcción de la agenda de los medios y la forma de presentar los hechos susceptibles de ser noticia. Entre tales factores, las fuentes de información se constituyen en un insumo básico y fundamental del proceso de producción de una noticia, en tanto tienen la capacidad de producir o permitir el acceso a un acontecimiento en función de su cercanía al poder. El objetivo de este análisis crítico de la relación entre medios y fuentes de información ha sido contribuir a la reflexión académica sobre las relaciones de poder entre los medios y el espacio público, en la instancia de producción de la noticia.

1. Medios de comunicación y fuentes de información

Desde los estudios realizados por Robert Park (1922) y Walter Lippman (1922), durante casi cinco décadas hubo pocos intentos sistemáticos por estudiar la posición del emisor dentro de una red social que selecciona y rechaza información en función de una serie de factores (Cervantes, 2001). Pero entre fines de los años setenta y principios de los ochenta, resurgieron iniciativas centradas en

el análisis de los productores de la información y los elementos que condicionan la construcción de la agenda de los medios (Gitlin, 1980; Tuchman, 1978; Weaver y Gray, 1980).

Entre tales factores, las fuentes de información aparecen como un elemento clave. Los periodistas dependen de sus fuentes para producir sus noticias (VanSlyke Turk, 1986), en tanto éstas “suministran informaciones en cuanto miembros o representantes de grupos (organizados o no) de interés o de otros sectores de la sociedad” (Gans, 1979, p. 80).



Fuentes de información, públicos y medios constituyen una compleja relación, un sistema que se parece más a “tirar de la cuerda” (Gans, 1979, p. 81) que a un organismo funcional interrelacionado. Un proceso que se resuelve siempre con la fuerza.

Las principales fuentes de información, que por lo general suelen ser los actores de los acontecimientos, necesitan del espacio y la difusión que los medios les permiten en el ámbito público. Los públicos necesitan también de las fuentes de información para acceder a lo que pasa en la realidad, por lo que las fuentes suelen poner en juego el interés público para instalar un acontecimiento en los medios (Martini, 2000, p. 48).

La relación entre medios y fuentes ha sido estudiada desde diversos enfoques teóricos. En este artículo, se desarrolla la visión que de dicha interacción tienen la agenda-building, el Indexing y el Framing.

2. La agenda-building

El estudio de la agenda-building, parte integrante de la teoría de la Agenda-Setting, se centra en el análisis del proceso de construcción de la agenda de los medios y los factores que influyen en ésta. Estos mecanismos explican el “proceso de selección y producción de noticias” (Brandenburg, 2002, p. 38).

La agenda mediática cede su lugar como una variable independiente que afecta la percepción de las audiencias y se convierte en una variable dependiente, influida por un proceso complejo donde intervienen limitaciones institucionales (Sigal, 1973), valores noticiosos (Golding, 1981),

hábitos profesionales, valores asociados al rol social del periodista que son internalizados individual o colectivamente (Gans, 1979) y rutinas de trabajo (Shoemaker y Reese, 1991). Se trata de una “red compleja de factores endógenos y exógenos, estructurales y contextuales que dan forma a los contenidos noticiosos” (Brandenburg, 2002, p. 39).

Para Brandenburg, un aspecto central del proceso de agenda-building es la relación entre las instituciones informativas con sus fuentes de información. El autor estudió “la habilidad de los actores políticos para influir en la distribución de la cobertura mediática” (p. 34), durante la campaña de las elecciones generales de 1997 en Gran Bretaña. Y demostró que los partidos políticos más grandes, el Conservador y el Laborista, tuvieron efectos sobre la atención hacia los temas por parte de los medios electrónicos, mientras que ni la televisión ni los medios gráficos parecen haber influido en la decisión de las agendas de los partidos políticos. Los medios no operan en forma autónoma. Su cobertura de los hechos se vincula con el desarrollo político en el cual la prensa es uno de los que mueven (Lang y Lang, 1981).

En el marco de la teoría de la Agenda-Setting se han estudiado los factores que influyen en la producción de las noticias. La pregunta: “¿Quién establece la agenda de los medios?” se constituyó en la cuarta fase del estudio de esta línea de investigación (McCombs, 1992).

Los determinantes del proceso de producción de las agendas mediáticas quedaron plasmados en la metáfora de las “capas de la cebolla” (McCombs, 1992). En un recorrido de afuera hacia adentro, en la capa más externa se ubican los “hacedores” principales de la información



(newsmakers), externos a la institución informativa: presidentes, partidos políticos, instituciones oficiales u oficinas de relaciones públicas de las empresas. En segundo lugar, se encuentran los propios medios de comunicación que se influyen mutuamente (intermedia-agenda-setting). En tercer lugar, los soportes técnicos se convierten en condicionantes significativos de la producción mediática. La cuarta capa incluye las restricciones impuestas por la cultura organizacional. La quinta remite a las preferencias individuales de los periodistas y su posición ideológica. Finalmente, en el corazón de la cebolla se ubican los estilos o géneros periodísticos que hacen a la labor profesional.

La extensión hacia la cuarta fase del establecimiento de la agenda recibió adhesiones y críticas. Brandenburg (2002) entiende que el establecimiento de la agenda pública y los efectos de la relevancia de los temas son independientes del proceso de agenda-building. En el mismo sentido, Cervantes (2001) sostiene que la complejidad del proceso de producción noticiosa debería dar lugar a un “nuevo campo de trabajo sobre las influencias de la producción de comunicación en los mensajes de los medios, especialmente en los noticiosos” (p. 57).

3. El Gatekeeper

Del proceso de selección de las noticias surge una figura clave: el “gatekeeper” (también conocido como “guardabarreras”), propuesto por Kurt Lewin en 1947, a partir de su estudio sobre las dinámicas de interacción entre grupos sociales.

Esta noción se extendió al proceso de afluencia de noticias en el interior de las instituciones

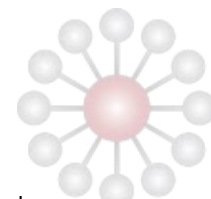
informativas. Allí se estudiaron las áreas o factores que funcionan como guardabarreras que filtran la información de manera explícita e institucional y no desde una valoración personal de noticiabilidad. Así, los criterios de noticiabilidad son entendidos como un sustrato ideológico de la selección de ciertos acontecimientos, temas u objetos para ser incluidos en las noticias y la omisión de otros. “En el filtro de las noticias, las normas de empleo profesionales y organizativas parecen ser más fuertes que las preferencias personales” (Igartua y Humanes, 2004, p. 246).

Según De George (1981), el gatekeeper es la persona encargada de determinar qué asuntos son periodísticamente interesantes y cuáles no, qué importancia se les dará, cuál será su ubicación y su titular y el género periodístico con que se lo tratará. Es una suerte de “hombre tamiz que deja pasar unas informaciones y otras no, que realiza, comunica o silencia temas sobre otros” (Rodríguez, 2004, p. 40).

Cuando los acontecimientos surgen por la intervención de los seres humanos (sujetos individuales o colectivos, comunes o públicos, instituciones, Estados o conjuntos de éstos), los medios deben buscar, negociar, interpretar y verificar el valor de justeza de las fuentes, porque al cruzarse con el ámbito del poder hay un margen más amplio para la manipulación de los datos.

4. La teoría del Framing

Los avances en la investigación de los efectos mediáticos fueron un desafío a los postulados iniciales de la perspectiva de la Agenda-Setting, centrada en la capacidad de los medios de fijar la agenda pública. En el marco de esta revisión crítica se inscriben los desarrollos teóricos del Framing.



Las primeras investigaciones en torno al concepto de frame o framing surgieron en el campo de la psicología y la sociología, cuyo legado fue que este mecanismo da cuenta de cómo se construye la realidad en el lenguaje y en las interacciones personales (Bateson, 1972; Goffman, 1974).

Dentro de la investigación en comunicación, el framing es definido como la selección de ciertos aspectos de una realidad percibida, a los que se les da más relevancia en un texto comunicativo, “de manera que se promueva una definición del problema determinado, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito” (Entman, 1993, p. 52). Lo que se genera, en definitiva, es una “idea organizadora central del contenido informativo que brinda un contexto” (Tankard, 2001, p. 3)

Los news frames se dan en varios niveles. Hay quienes afirman que se encuentran en la etapa de elaboración y tratamiento de la información por parte de periodistas y medios. Otros plantean que son características propias de los textos noticiosos. Y otros los ubican en la recepción del mensaje por parte de la audiencia. Algunos investigadores ven al framing en todas estas instancias de manera simultánea (Amadeo, 2007).

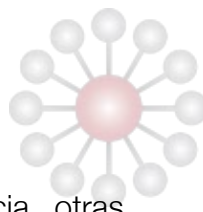
En cuanto a la producción de las noticias, una dimensión clave que incorporó esta teoría es el rol del poder en la instalación de ciertos encuadres noticiosos, en detrimento de otros. Desde las primeras incursiones en la utilización de esta perspectiva en el estudio de la comunicación, se asumió implícitamente que la producción de los news frames surgía de las rutinas mediáticas, cuya lógica era favorable a ciertas fuentes con capacidad de influir en los encuadres noticiosos.

“Ahora, la producción de encuadres noticiosos es vista y estudiada mucho más explícitamente como un área controvertida entre fuentes, otras fuentes y los trabajadores de los medios” (Roefs, 1998, p. 12).

Investigadores como Gitlin (1980) y Tuchman (1978) estudiaron la lógica profesional y las rutinas de los medios, la utilización de las fuentes y la consecuencia de dicho uso sobre las noticias. Demostraron cómo ciertos frames devienen prominentes en las coberturas noticiosas y concluyeron que las rutinas mediáticas favorecen la aparición de las fuentes de elite y sus opiniones, que proveen el aspecto ideológico de los contenidos noticiosos. Según Gamson (1989), en la cobertura de los eventos suele haber más de un frame sugerido, la clave reside en preguntarse acerca de la prominencia de frames contrapuestos en la misma noticia.

Es importante identificar las noticias como un logro astuto acorde con interpretaciones específicas de la realidad social. Esas interpretaciones, constituidas en trabajos específicos de procesos y prácticas, legitiman el status quo (Tuchman, 1978, p. 216).

El Framing cumple un rol fundamental en el juego político y los encuadres noticiosos son la huella del ejercicio del poder en los textos: “registran la identidad de actores o intereses que compiten por dominar el texto” (Entman, 1993, p. 55). Bajo esta premisa, se ha estudiado la capacidad de las fuentes de elite de influir en la producción de los encuadres noticiosos que luego tienen efectos en las audiencias.



La dinámica que asume la intervención de estos factores externos en las rutinas periodísticas y en los frames que los periodistas incluyen en sus textos se enmarca en los estudios de frame-building. En palabras de Vreese (2005), “el frame-building tiene lugar en una interacción continua entre los periodistas, las elites y los movimientos sociales” (p. 52).

Controversias políticas y conflictos sociales forman parte de la arena del framing (Roefs, 1998). Como consecuencia, los políticos se ven compelidos a competir entre ellos y con los periodistas en su intento por lograr que determinados encuadres noticiosos ocupen un lugar prominente en las noticias y otros queden ocultos.

Además de las fuentes de elite y los profesionales de los medios, se reconoce a los movimientos sociales como productores de encuadres. “La atención hacia los movimientos sociales como productores de frames deja claro que los encuadres noticiosos tienen múltiples sponsors, más allá de los medios y las elites sociales” (Roefs, 1998, p. 9).

Gamson (1992) detectó una serie de “encuadres de las acciones sociales” que considera particularmente significativos. El autor encuentra tres dimensiones principales. Primero, un componente de injusticia, que identifica el daño producido por los actores. Segundo, un componente de agencia, que entiende que es posible cambiar las condiciones a través de la acción colectiva. Tercero, el componente de identidad, es decir, la identificación de un adversario específico.

Este uso de los frames de las acciones colectivas por parte de las organizaciones

sociales incrementa su atracción hacia otras actividades y potenciales simpatizantes con los objetivos de dichas organizaciones (Carrage, 1997; Gamson, 1992). “El atractivo incrementado de las organizaciones sociales también las hace potencialmente más fuertes en la batalla por los encuadres noticiosos” (Roefs, 1998, p. 10).

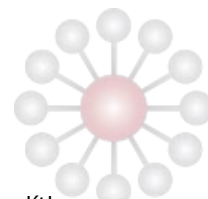
5. La teoría del Indexing

Las fuentes de información “no son todas iguales ni todas igualmente importantes” (Wolf, 1991, p. 255). Asimismo, el acceso a las fuentes por parte de los periodistas y viceversa no se distribuye de manera uniforme.

Con frecuencia, “las noticias políticas se centran en las acciones y reacciones del gobierno frente a otras instituciones legítimas que representan ideas diferentes” (Amadeo, 2007, p. 21). Las fuentes oficiales suelen aportar gran parte de la información de las agendas de los medios sin que se cuestione su verosimilitud por el “factor de autoridad” que exhiben (Wolf, 1991, p. 258). La información que generan está cubierta de noticiabilidad más allá de su contenido. Esto significa que, en igualdad de condiciones, los periodistas suelen hacer referencia a las fuentes oficiales o situadas en posiciones institucionales de autoridad.

En el marco de su estudio sobre la relación prensa-Estado, Walter Bennett (1990) parte de una serie de preguntas:

¿Cuándo deben ser criticados los gobiernos? ¿Cuándo las encuestas de opinión y otras voces deben ser traídas al frente de las noticias?



¿Cómo se puede alcanzar un equilibrio entre ‘funcionarios’ y ‘otras’ voces en las noticias? (p. 104).

Este autor denomina “Indexing” al índice atribuido a las fuentes en las coberturas periodísticas. Desde esta perspectiva, se propone analizar cómo los periodistas establecen el ámbito de las fuentes informativas positivas, legítimas y/o creíbles (Bennett, 1990; 1996).

Los medios que recurren a información oficial la transmiten en forma casi literal y le dan a los asuntos la misma prioridad que la agencia oficial (VanSlyke Turk, 1986). Así, la industria noticiosa cede a las instituciones oficiales el rol de vigilarse a sí mismas, vulnerando el equilibrio democrático (Bennett, 1990). Producto de esta dinámica, las voces no oficiales logran ser incluidas ocasionalmente en la versión periodística o cuando expresan opiniones que previamente emergieron en círculos oficiales. Cuando son admitidas, se debe, en general, a que están involucradas en desobediencias civiles, protestas o actos ilegales, con lo que se establece un contexto interpretativo negativo a su alrededor (Gitlin, 1980).

En los Estados Unidos, los funcionarios públicos se constituyen en las fuentes de la mayoría de las noticias que se informan. También en Argentina se ha corroborado una tendencia a apelar a fuentes oficiales para la elaboración de las noticias (Monteiro y Vera, 2006; Rey Lennon, 1998). El análisis de Rey Lennon (1998) sobre la cobertura de las elecciones legislativas de 1997 en Argentina mostró que entre las fuentes utilizadas por los diarios prevalecieron los organismos gubernamentales, el off the record, Presidencia y

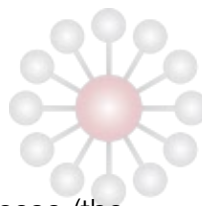
los políticos. Mientras que los partidos políticos y las universidades tuvieron poco espacio.

Monteiro y Vera (2006) pusieron de manifiesto que más de la mitad de las fuentes consultadas por el diario Puntal de la Ciudad de Río Cuarto, Córdoba, sobre hechos relativos al Gobierno Municipal provenía de “funcionarios vinculados estrechamente con el poder político” (p. 17). Según Bennett (1990), la cesión del “monopolio noticioso” a los funcionarios públicos deriva en una restricción de la diversidad de ideas, al tiempo que garantiza el clima de negocios en el que aparecen (Bagdikian, 1985).

Ahora bien, la forma y el grado de utilización de las fuentes oficiales dependen del fenómeno analizado y la coyuntura en que éste se inserta. Cuando se abordan temas polémicos, donde existe un debate con posturas diferentes, más fuentes son consultadas y más importancia se les da en los medios (Bennett, 1996). Si la opinión oficial está desalineada por la razón que fuere, el proceso periodístico puede devenir relativamente caótico, con una consecuente caída en la estructura narrativa oficial y la apertura de un espacio para narrativas noticiosas anómalas, que incluyan voces sociales heterogéneas.

Ejemplo de este tipo de escenarios son los casos conflictivos, donde las fuentes oficiales corren el riesgo de perder credibilidad, a causa de la polémica en la que están inmersas. En tales circunstancias, existe una mayor recurrencia a fuentes informales o extraoficiales, aunque su tratamiento no cuenta con pautas tan claras.

Amadeo (1999) aportó un estudio de caso elocuente. En su investigación sobre el



tratamiento informativo de la corrupción política en Argentina, la autora comprobó que los medios mostraron la información tal como la presentaron las fuentes oficiales. Sin embargo, en los casos de corrupción política se pone en duda la credibilidad de las fuentes oficiales. Consecuentemente, los periodistas recurren a otras voces “para comprobar que las fuentes oficiales son veraces” (p. 252). En definitiva, “el nivel de pluralismo de las fuentes (...) es un indicador del tipo de debate político que generan los casos en cuestión” (p. 251).

La idea de Amadeo se ve fortalecida por el hecho de que en la actualidad, “los medios no son simples testigos de lo que sucede” (Halperín, 2007, p. 51). En un escenario de creciente poder en manos de los conglomerados mediáticos, es razonable que los periodistas concedan a los actores vinculados al poder una voz privilegiada en las noticias, a menos que el rango de debate oficial sobre un tópico dado margine la palabra estable de la mayoría de la sociedad. O a menos que las acciones oficiales generen dudas sobre la propiedad política.

En estas circunstancias “excepcionales” es razonable que la prensa ponga en primer plano otras voces sociales (encuestas, grupos de oposición, académicos y analistas políticos) en las noticias y editoriales como un control contra gobiernos no representativos o de otro modo irresponsables (Bennett, 1990, p. 104).

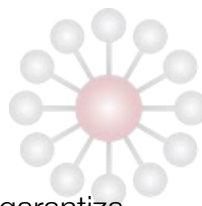
Siguiendo en esta línea de trabajo, Bennett et al. (2004) estudiaron la construcción periodística sobre el debate de la “Gran Globalización” y, en ese marco, la relación entre distintos tipos de fuentes de información y medios. Los autores analizaron

tres aspectos de dicha interacción: el acceso (the access), el reconocimiento (the recognition) y la capacidad de respuesta (the responsiveness), con el objeto de comprender cómo la prensa maneja las fuentes de información, sus reclamos y la interacción entre estos. Y concluyeron que si conviven los tres mecanismos se reúnen las condiciones para que la audiencia se inserte en una atmósfera de deliberación.

La importancia de exponer el tipo de relación entre los medios y sus fuentes de información desde estas tres perspectivas teóricas es que aportan un punto de vista alternativo para el análisis del ejercicio de poder de toda sociedad. En este sentido, la capacidad de los diversos actores de acceder a la agenda mediática y los contextos noticiosos en los que éstos sean presentados son una manifestación de las diferencias en la correlación de fuerza que estos detentan en una compleja relación o, como lo define Gans (1979), un sistema que se parece más a tirar de la cuerda que a un organismo funcional interrelacionado.

En otras palabras, en tal convivencia de las distintas fuentes en los textos se expresa el ejercicio del poder y, por ende, la capacidad de unos y otros de imponer —o no— sus encuadres como hegemónicos. Esto es, priorizar ciertos aspectos de la realidad percibida, darle una determinada explicación y establecer una interpretación causal y una evaluación moral de tal asunto.

Es importante enfatizar la idea de que los medios no son simples canales de información ni meros testigos de lo que sucede, sino que transmiten y recrean las ideas dominantes de la sociedad en la que están insertos como un actor más. Por ello, no se debe perder de vista que el



grado de pluralismo de las fuentes de información en un texto noticioso será un indicador del debate político en cuestión, del equilibrio democrático alcanzado en dicho contexto y del efectivo derecho a la información y la comunicación que alcancen los diferentes sectores que integran una sociedad.

6. Reflexiones finales

Contextos sociales e históricos, valores individuales y culturales, presiones organizacionales... Es posible nombrar una multiplicidad de elementos que actúan como condicionantes de la construcción de la agenda de los medios y la forma de presentar los hechos susceptibles de ser noticia. Entre tales factores, las fuentes de información se constituyen en un insumo básico y fundamental del proceso de producción de una noticia, en tanto tienen la capacidad de producir o permitir el acceso a un acontecimiento en función de su cercanía al poder.

En las sociedades actuales, donde existe un alto grado de concentración en el sector de las comunicaciones, el tipo de relación que se da entre los medios y sus fuentes de información depende del tipo de fuente de que se trate, de su nivel político, sociocultural y mercantil (McQuail, 1998). Los actores más cercanos al poder —en especial, al poder oficial—, que cuentan con un marco de mayor institucionalidad, suelen acceder a la agenda mediática en condiciones de mayor estabilidad.

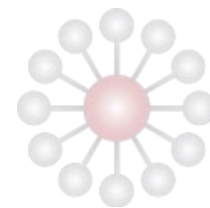
En cambio, los más vulnerables, deslegitimados o sin amparo institucional son objeto de una exposición poco cuidadosa y sus opiniones, en general, ingresan a la agenda en circunstancias inmersas en conflictos y situaciones dramáticas. En otras palabras, el grado de

cobertura que éstos obtengan no les garantiza tener una influencia continua y estructurada en los medios.

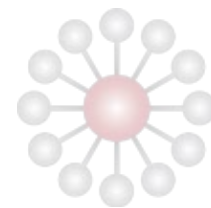
En efecto, la industria noticiosa cede a las instituciones de poder el rol de vigilarse a sí mismas, vulnerando el equilibrio democrático (Bennett, 1990) y el derecho humano a la información y la comunicación. Por ello, el objetivo de este análisis crítico de la relación entre medios y fuentes de información ha sido contribuir a la reflexión académica sobre las relaciones de poder entre los medios y el espacio público, en la instancia de producción de la noticia.

Referencias

- Amadeo, B. (1999). La aplicación de la teoría del framing a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996). Tesis doctoral no publicada, Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación, Pamplona, España.
- Amadeo, B. (2007). Framing: Teoría para armar (Manuscrito no publicado). Buenos Aires, Argentina.
- Bagdikian, B. H. (1985). The U.S. Media: Supermarket or Assembly Line? *Journal of Communication*, 35(3), 97-109.
- Bateson, G. (1972). *Steps to an ecology of mind*. Ballantine Books: New York.
- Bennett, W. L. (1990). Toward a Theory of Press-State Relations in the United States. *Journal of Communication*, 48(2), 103-127.
- Bennett, W. L. (1996). An Introduction to Journalism Norms and Representation of Politics. *Political Communication*, 13, 373-384.
- Bennett, W. L., Pickard, V. W., Iozzi, D. P., Schroeder, C. L., Lagos, T. y Evans-Caswell, C. (2004). *Managing the Public Sphere: Journalistic*



- Construction of the Great Globalization Debate. *Journal of Communication*, 54(3), 437-455.
- Brandenburg, H. (2002). Who Follows Whom? The Impact of Parties on Media Agenda Formation in the 1997 British General Election Campaign. *Press/Politics*, 7(3), 34-54.
- Carragee, K. M. (1997, octubre). Framing, the news media, and collective action. Paper presentado en The Conference for the Center for Mass Communication Research, Columbia, S.C., United States.
- Cervantes, C. (2001). La sociología de las noticias y el enfoque Agenda-Setting. *Convergencia*, 24, 49-65.
- De George W. (1981). Conceptualization and measurement of audience agenda. En G. C. Wilhoit y DeBeck (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook*, 2 (pp. 219-224), Beverly Hills, CA: Sage.
- de Vreese, C. H. (2005). News framing: Theory and typology. *Information Design Journal*, 13(1), 51-62.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(3), 51-58.
- Gamson, W. A. (1989). News and Framing: Comments on Graber. *American Behavioural Scientist*, 33, 157-161.
- Gamson, W. A. (1992). The social psychology of collective action. En A. D. Morris y C. McClurg Mueller (Eds.), *Frontiers in social movement theory* (pp. 53-76). New Haven, CT: Yale University Press.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News*. New York: Pantheon.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching*. Mass media in the making and unmaking of the new left. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Golding, P. (1981). *The Missing Dimensions: News Media and the Management of Social Change*. En E. Katz y T. Szecsko (Eds.), *Mass Media and Social Change*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Halperín, J. (2007). *Noticias del poder. Buenas y malas artes del periodismo político*. Buenos Aires: Aguilar.
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (Eds.) (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Lewin, K. (1947). *Frontiers in Group dynamics: I. Concept, Method and Reality in Science; II. Channels of Group Life, Social Planning and Action Research*. *Human Relations*, 1, 5-40 y 143-54.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- McCombs, M. F. (1992). Explorers and surveyors: Expanding strategies for Agenda-Setting research. *Journalism Quarterly*, 69, 813-824.
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Monteiro R. O. y Vera, L. (2006). *Diario Puntal. Una agenda sobre el gobierno municipal*. Ponencia presentada en IX Jornadas Nacionales de Investigación en Comunicación, Villa María, Córdoba, Argentina.
- Park, R. E. (1922). *The Immigrant Press and Its Control*. New York: Harper and Brothers.



Rey Lennon, F. (1998). Argentina: elecciones 1997. Los diarios nacionales y la campaña electoral. Buenos Aires: Freedom Forum/Universidad Austral.

Rodríguez, R. (2004). Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria. Alicante: OBETS Editorial.

Roefs, W. (1998). From framing to frame theory: A research method turns theoretical concept. Paper presentado en Association for Education in Journalism and Mass Communication Convention, Baltimore, Md. Retrieved on January 11, 2009.

Shoemaker, P. J. y Reese, S. D. (1991). Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. New York: Longman.

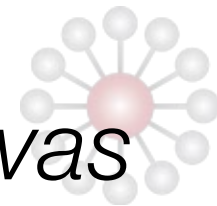
Tankard, J. W. (2001). The empirical approach to the study of Media Framing. En S. D. Reese, O. H. Gandy y A. E. Grant (Eds.), Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world (pp. 95-106). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Tuchman, G. (1978). Making News. A Study in the Construction of Reality. New York: Free Press.

VanSlyke Turk, J. (1986). Public Relations' Influence on the News. Newspaper Research Journal, 7(4), 15-27.

Weaver, D. H. y Gray R. G. (1980). Journalism and Mass Communication Research in the United States. En G. C. Wilhoit y H. de Bock (Eds), Mass Communication Review Yearbook, 1, 124-51.

Wolf, M. (1991). La investigación de la comunicación de masas. Buenos Aires: Paidós.



Incidencia de las nuevas tecnologías de la información en las rutinas de producción periodística dentro de la sala de redacción. El caso del diario público Milenio

Elva Araceli Fabián González
UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ATEMAJAC

Resumen

La mayoría de las investigaciones sobre la transformación de las prácticas periodísticas, como un fenómeno más de la transformación social a partir de la incursión de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC), se consideran un proceso inminente, pero desde nuestro punto de vista es necesario conocer las características particulares que lo demuestren, donde se precise de qué manera se han presentado dichas transformaciones. Se requiere entonces de trabajos particulares que permitan conocer a profundidad el fenómeno y la repercusión que ha tenido en la producción mediática de las empresas dedicadas a la industria de la información de manera local, pues las generalizaciones permiten entender una parte del proceso de incidencia, pero cada contexto presenta sus variables. Por lo tanto, esta presentación pretende exponer parte de los resultados de un análisis minucioso de varios años de investigación y centra su atención en esbozar un panorama general sobre los cambios que en la actualidad las NTIC generan en la labor periodística específicamente las rutinas de producción, con relación a la modificación de estructuras laborales preestablecidas, jornadas laborales de producción, usos y apropiaciones de herramientas tecnológicas y la forma en que se hace periodismo en los procesos de recopilación, procesamiento, gestión y edición de la información dentro de la sala de redacción, aspectos que generan inquietud entre los periodistas que confrontan los lineamientos y prácticas profesionales con las exigencias tecnológicas producidas por la industria mediática.

Palabras clave

Nuevas Tecnologías de la Información, Prácticas periodísticas, rutinas periodísticas, sala de redacción.



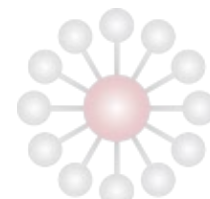
En la actualidad el mundo y las sociedades se encuentran en constante transformación. Las fronteras geográficas prácticamente han desaparecido y se empiezan a establecer nuevas configuraciones transdisciplinarias con el fin de analizar la importancia de las redes de comunicación e información (Mattelart, 1997), las cuales se han vuelto interactivas y han dado surgimiento a nuevas formas y canales de comunicación, cambiando la vida social en los procesos tecnológicos y económicos (Castells, 2006).

En México, durante los últimos 30 años y de manera específica a partir de los década de los noventa el entorno de la labor periodística se transformó de manera importante debido a la adquisición de nuevas herramientas tecnológicas, en especial con la llegada de Internet a las redacciones, la cual no dejó de producir choques entre las formas de producir de antaño y las requeridas en la actualidad. Sin embargo, con el desarrollo de esta red de comunicación, se logró un avance significativo para la humanidad en cuanto a las tecnologías de procesamiento de información se refiere. La tecnología le ha permitido a la sociedad transformarse, así como desarrollar nuevos usos del potencial tecnológico, es de esta forma que Internet se ha convertido en una columna vertebral de la comunicación global a través de la computadora, que en el caso de México su incursión a las rutinas de producción periodística no fue homogéneo, ni comparable al de otros países, sino más bien lento y desigual (Crovi, Toussaint y Tovar, 2006).

No obstante, Internet junto con otras herramientas tecnológicas, al modificar la

comunicación global, también modificó algunas prácticas asociadas a las industrias de comunicación e información de manera local. Así, la transformación global de las nuevas tecnologías impactó localmente a procesos involucrados con la producción, circulación y recopilación de la información, labor ligada a los medios de comunicación. Es de esta manera que para algunos autores la transformación del mundo social a través de las nuevas tecnologías ha sido inminente (Crovi, Toussaint y Tovar, 2006), sin embargo, desde nuestro punto de vista hacia falta un trabajo más minucioso que permitiera conocer a profundidad el impacto que este fenómeno ha tenido en la producción mediática de empresas dedicadas a la industria de la información de manera local.

Es por ello que se hace pertinente la necesidad de analizar la forma en que las nuevas tecnologías de la información y comunicación han transformado las prácticas periodísticas en la actualidad, específicamente en lo que a rutinas de producción dentro de la sala de redacción se refiere, en un ámbito local y delimitado, puesto que se tienden a desarrollar argumentos generalizables, pero las particularidades contextuales que incluyen elementos sociales y económicos propios de cada empresa mediática son importantes para comprender lo que ocurre en una parte del todo generalizado; si bien este no es un tema nuevo en el área de la comunicación y en estudios sobre periodismo consideramos por demás conveniente observar la emergencia de estos interesantes cambios y tendencias en la producción informativa que surgen como consecuencia de múltiples constantes avances tecnológicos.



Algunos autores sugieren (Castells, 2006a; Thompson, 1998) que en esta actualidad que cambia día con día y que exige retos, es necesario nuevas formas de enfrentarse a lo cotidiano, dado que dichos cambios parecen estar incidiendo en los procesos de producción y alterando las dinámicas de las organizaciones clásicas tradicionales conocidas de las empresas mediáticas, pero esto podría no ser tan contundente; por el contrario, quizá lo único que están generando las NTIC¹ en el profesional del periodismo podría ser un cuestionamiento y reflexión sobre su actividad, sus valores ideológicos y éticos que parecen estar puestos a prueba bajo condiciones que permiten se modifiquen el tipo de interacciones sociales, los flujos de información, los espacios y los tiempos.

La literatura que sobre este tema se ha producido, presenta características explicativas en un nivel general, sobre todo en lo que se refiere a Internet y Nuevas Tecnologías y descriptivas en lo particular al centrarse en las rutinas de producción periodística y la sala de redacción, evidenciando además la temporalidad de la producción científica, puesto que a nivel explicativo la información tiende a ser efímera al tratarse de fenómenos en movimiento constante y que pierden la novedad en relativamente poco tiempo, pero a pesar de ello permite analizar en perspectiva los cambios experimentados por las NTIC y su rápida evolución; en cuanto al nivel descriptivo estos datos siguen siendo parte fundamental del proceso periodístico. Como se ha podido constatar, dentro de las NTIC, Internet y muchos de sus variados programas desempeña un papel clave para el movimiento de posiciones en el ajedrez tecno-mediático, es decir, han transformado de manera global a los

¹ Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación.

grupos informativos, a sus redacciones y a sus profesionales, han cambiado la visión del mundo sobre las diversas formas posibles de producir información y ejercer el periodismo.

En este orden de cosas, las rutinas no podrían permanecer inalteradas, ya que al varían las herramientas utilizadas por el profesional de la información también se modifican aspectos como los tiempos de producción y los espacios de trabajo, generando en el mayor de los casos una carga laboral abrumadora y cambios en las dinámicas organizacionales dentro de una empresa informativa, por ello se hacen necesarios realizar ajustes en el ámbito laboral de los periodistas, puesto que representan un replanteamiento en los conceptos de rutinas y prácticas periodísticas. De acuerdo con Virginia Luzón (1998), las rutinas de producción periodística no se transforman, solo evolucionan con la adquisición de nuevas herramientas que facilitan nuevas formas de hacer el trabajo, y esta evolución tiene que ver con aspectos como el ambiente de trabajo, la velocidad de corrección, así como la constante actualización de datos, calidad de imagen, banco de datos y formas de edición elementos contextuales de la nota, pero no las rutinas de producción, puesto que se sigue produciendo información, mediante la gestión, recolección y edición de la misma forma, a pesar de que se pueda laborar en espacios no presenciales y en tiempos no coincidente entre sí, tanto en ubicación geográfica como en cuanto a versiones de publicación de información digital e impresa.

Este esbozo general permite comprender el fenómeno de estudio, puesto que a lo largo de nuestro recorrido bibliográfico nos encontramos



como lo mencionamos párrafos anteriores con un problema que nos llamo particularmente la atención, la tendencia a la generalización, en referencia a que las herramientas tecnológicas e Internet han irrumpido en la sala de redacción y generado cambios importantes en las formas en que se produce la información y las interacciones sociales, eliminando las delimitaciones espacio-temporales. Es así, que este tipo de generalizaciones se convierten en un problema, puesto que consideramos que cada espacio geográfico y empresa mediática cuenta con sus características propias y sus contextos específicos que lo delimitan y le otorgan diversas particularidades. Los contextos sociales y las características propias de cada empresa mediática hacen que toda generalización sea cuestionable.

Por tanto, para comprender mejor este fenómeno se abordó la propuesta teórica de John B. Thompson “La Teoría de la interacción de los medios de comunicación”, desarrollada en su publicación “Los media y la modernidad”. Esta propuesta tiene sus antecedentes en dos corrientes del pensamiento científico con amplias trayectorias en el desarrollo de estudios sociológicos y de comunicación, la escuela de Frankfurt y la escuela de Toronto. Thompson retoma de esta última corriente un argumento importante para comprender la forma en que los medios de comunicación han contribuido a configurar las interacciones sociales contemporáneas, la organización espacial y temporal, así como entender las que precedieron. El planteamiento teórico es desarrollado a partir de un enfoque sociológico, fundamentalmente para hacer comprensible el impacto que los medios de comunicación han presentado en la vida social actual. De esta manera, el enfoque

analiza la forma en que la interacción tradicional ha comenzado a ser sustituida por novedosas formas de interacción, que se han hecho visibles, debido a la incursión de nuevas tecnologías. Estas variantes de interacción se caracterizan por no establecer un tiempo y espacio necesariamente compartido, del que presupone la interacción tradicional y por generar mayores flujos de información que pueden ser transmitidos a través de distintos medios comunicativos.

La teoría, según Thompson, es “básicamente una concepción sociológica de los medios, en el sentido de que estos son analizados a la luz de la interacción social que posibilitan y de la que ellos mismos participan” (Thompson, 1998). De acuerdo con el autor si se observa a los medios de comunicación con base a la teoría de la interacción, se podría obtener una perspectiva sociológica distinta de su desarrollo e importancia histórica, sobre todo previo a la incursión de la imprenta.

Una de las premisas retomadas en el estudio explica que sólo podremos comprender la incidencia de nuevas herramientas de comunicación e información, si dejamos de lado la posible idea de que se esta produciendo y transmitiendo información a individuos cuyas relaciones con los otros permanecen inalteradas. Por el contrario, el variado uso de diferentes herramientas de comunicación, modifica características de la interacción social y hace visible para su análisis las múltiples maneras que han surgido para relacionarse con los otros. Es innegable que el mundo ha experimentado cambios en materia de desarrollo tecnológico, los cuales constituyen una característica central de la vida laboral y social, y es conveniente resaltar



que los cambios en las herramientas han creado un valor significativo para quienes se relacionan con ellas. En palabras de Thompson, las tecnologías “han propiciado una reelaboración del carácter simbólico de la vida social, una reorganización de las formas en las que la información se produce y una reestructuración de las maneras en que los individuos se relacionan” (Thompson, 1998,26). Por lo anterior, Thompson sugiere que la utilización de medios técnicos, ofrece la posibilidad de generar nuevos esquemas de organización y controlar el espacio – tiempo, así como diversas maneras de utilizar el espacio – tiempo para lograr sus propósitos.

Por lo tanto, desde el punto de vista de esta investigación científica sostenemos que la propuesta de Thompson, permite afirmar que algunas de las transformaciones que las rutinas periodísticas experimentan en la actualidad, consisten en reestructurar dinámicas cotidianas y medios por los cuales se realizan algunos de los procesos informativos que ya eran parte de una rutina establecida, por ejemplo, la ronda por las fuentes. Sin olvidar que las transformaciones de las prácticas tradicionales e encuentran totalmente vinculadas al desarrollo de los medios comunicativos que se van modificando de manera paralela y paulatina. En resumen, de acuerdo con Thompson, vivir en un mundo mediático, con acceso a variadas herramientas tecnológicas, genera enormes responsabilidades y da lugar a una nueva dinámica en la inmediatez de la experiencia vivida y las declaraciones morales asociadas con la <interacción cara a cara>, que se enfrentan de manera constante con las responsabilidades de la experiencia mediática.

En lo que al marco metodológico se refiere, este se construyó a partir de los argumentos sustanciales de “La teoría de la interacción de los medios de comunicación” de Thompson y se basó fundamentalmente en dos conceptos centrales, las Nuevas Tecnologías de la información y comunicación entendida por todas aquellas herramientas relacionados con la transmisión, procesamiento y almacenamiento digitalizado de información, así como el conjunto de procesos y productos derivados de las nuevas herramientas (software y hardware), y las Rutinas de producción periodística, entendidas como una guía normativa que facilita la construcción de dinámicas que marcan a su vez la manera como se recolecta, procesa y edita la información al interior de la empresa periodística, ambas definiciones nos permitieron cuestionarnos que es lo que está cambiando y por qué, ¿las NTIC a las prácticas periodísticas, especialmente las rutinas de producción, o la percepción de los periodistas sobre esta práctica profesional, a raíz de la incursión de las NTIC?. Es en este orden de cosas, que posteriormente y de acuerdo al marco teórico de Thompson se despliegan a lo largo de su exposición una serie de cuatro categorías: interacciones sociales, flujos de información, organizaciones espaciales y organizaciones temporales elementos claves que nos permitieron esbozar los argumentos metodológicos, es decir, las observables que fueron contempladas para la investigación a partir de técnicas de recolección de datos como la observación participante: con membresía periférica, selectiva, directa y de campo y la entrevistas semi-estructuradas. En conclusión ambos métodos permiten analizar cómo los individuos están vinculados con una situación determinada, le dan forma, la comparte



y crean una estructura social. Para comprender estas categorías se parte del supuesto de que las tecnologías propician una transformación simbólica de la vida social, una redistribución de las formas en las que la información se genera, así como una reconstrucción de las maneras en que la información se genera, así como una reconstrucción de las maneras en que lo individuos interactúan Thompson, 1998.

A continuación presentamos un cuadro que nos permitirá explicar la construcción de nuestro marco metodológico para analizar el impacto de las herramientas tecnológicas en las rutinas de producción periodística. Primero, la forma en que las herramientas y las rutinas periodísticas se relacionan con los flujos de información a un nivel temporal por un lado y un nivel de la organización espacial por el otro. En segundo lugar, también nos interesó analizar la forma en que las herramientas

Cuadro 1. Conceptos, categorías y observables

	Organización Temporal	Organización Espacial
Flujos de Información	Herramientas tecnológicas Rutinas de producción	Herramientas tecnológicas Rutinas de producción
Interacciones sociales	Herramientas tecnológicas Rutinas de producción	Herramientas tecnológicas Rutinas de producción

Fuente: Elaboración propia.

Esta investigación se desarrolló como un estudio de campo en uno de los diarios de la Zona Metropolitana de Guadalajara, el periódico Público Milenio² por su facilidad de acceso y disponibilidad por parte de sus directivos, en la actualidad pertenece al grupo empresarial Multimedios, dueño del Grupo Editorial Milenio. En este caso no nos detuvimos a analizar su estructura empresarial, sino lo que sucede en el diario elegido dado que las modificación de los espacios, de los tiempos, de las relaciones laborales y de las prácticas de

2 Antecesor del periódico Siglo 21 que comenzó a circular el 8 de Noviembre de 1991 y desapareció el 17 de Diciembre de 1998.

la profesión periodística se ven supeditadas a la forma en que la empresa evalúa la necesidad de competencia de alguno de sus productos, su viabilidad como negocio y su interés por generar un producto de mejor calidad dotando a su empresa de herramientas tecnológicas que permitan expandirle.

Es así que para un mejor análisis se realizó un corte metodológico para estudiar únicamente una de las secciones del diario la sección Ciudad y Región, considerada como una de las más representativas por diversas razones entre ellas: suministra de información local, expone de manera cotidiana el tema general presentado en portada, cuenta con la mayor cantidad de reporteros (11) lo cual extiende aún las posibilidades de interacción entre periodistas y el editor y finalmente porque se deben aplicar un mayor número de técnicas para cubrir diferentes las fuentes que los conforman Se realizaron cinco cuestionarios con algunas variaciones en las preguntas dependiendo de la posición del sujeto dentro de la empresa y fueron 12 los entrevistados de cuatro áreas: Dirección Editorial (2)³, la sección Ciudad y región (6), Área digital (2) y Área técnica de sistemas (2)., en un período de dos meses⁴

El diario cuenta con tres referentes en su estructura organizacional: la financiera (Monterrey), la administrativa (colegiada, es decir que integra criterios tanto de Monterrey cómo de cualquier otra plaza que conforma el grupo editorial) y editorial (decisiones tomadas por cada plaza), además de una marcada tendencia operativa; en lo referente al material editorial corresponde a Milenio Ciudad de

3 Número de sujetos entrevistados

4 Después de tres semanas se llega al punto de la reiteración en las observaciones.



México, dada la centralización del país, mientras la tecnología le corresponde a Monterrey, quien cuenta con mayores recursos en esta materia. Público Milenio esta colocado dentro de esta jerarquía como el segundo con más importancia editorial, subordinado al Distrito Federal, estos datos corroboran la importancia demográfica, ya que Guadalajara es la segunda entidad con mayor población, y por ende con mayor cantidad de reporteros.

Del mismo modo al trabajo en colectivo Público Milenio importa información de otras redacciones eje (Monterrey y Distrito Federal principalmente), con lo cual se pretende organizar las redacciones como una especie de agencia informativa, en donde la información producida por la empresa pueda ser compartida e intercambiada entre todos los diarios miembros, para fortalecer las secciones⁵ y del mismo modo trabajar de manera coordinada el estilo editorial, cuya estructura central son los periódicos producidos en estas tres entidades eje.

En seguida presentaremos algunos de los resultados obtenidos de la investigación, posteriores a su interpretación. En el primero de los casos analizados de acuerdo con el cuadro expuesto en la página anterior es la interrelación de los Flujos de información y la Organización Temporal con las NTIC y las rutinas de producción periodística. Es en este sentido que se confirma de manera contundente que la tecnología vino a replantear la forma en que se trabaja el periodismo en redacción, aunque sin demeritar otros aspectos como los cambios en la sociedad e incluso su propio

⁵ El diario cuenta con 17 secciones: Correo, Acentos, México, Negocios, La Afición, Ciudad & Región, Uno vida y salud, Servicios y pasatiempos, Universitarios, El tema, Hey, Ocio, Al frente, Tendencias, Cultura, Fronteras y Autos).

origen editorial, el cual sigue siendo teniendo una marcada presencia en el trabajo actual de los reporteros del diario. Lo que al parecer, los flujos de información están cambiando y que resultó contrastante entre los entrevistados son los ciclos laborales de quienes gestionan, procesan y editan la información (pues las percepciones fueron contrastantes entre quienes argumentan los ciclos se alargan, se recortan, siguen iguales o simplemente no existen), reestructurando dinámicas productivas en materia de tiempos.

Sin embargo, a nivel de flujo informativo se han alargado los tiempos debido a que se recibe información de manera constante y no hay un cierre definitivo de edición, al menos en la página digital, Es así que consideramos que lo anterior modifica la cobertura de lo noticiable por la inmediatez con que el diario tiene que responder a la agenda informativa. No obstante, los ciclos de producción y las jornadas laborales no se han modificado de manera contundente en parte debido a lo dispar de los procesos de producción. En síntesis, las NTIC parecen aportar prontitud a sus quehaceres, pero esta celeridad se ve disminuida por las costumbres que los periodistas tienen y que la empresa ha permitido. La fuente que cubre un informante también es un factor que le permite determinar su percepción de la jornada laboral. Es así que las NTIC son suministradoras de información constante que no permite un cierre de edición, sino que depende de resoluciones personales la pausa y la continuación del trabajo.

En la segunda interrelación estudiamos la relación de las NTIC y las rutinas de producción periodística en la sala de redacción en lo relativo a los Flujos de información y la Organización Espacial. Es en este punto que damos cuenta que



la tecnología corre más rápido que la apropiación de las herramientas por parte de los periodistas de esta redacción. De esta forma, los grupos productores de información son el espejo en el cual se reflejen acontecimientos sociales; empero evidencias otras razones de su existencia entre las que se encuentran: a) la lógica industrial de información (financiera); b) competencia mediática (lectores), y c) material simbólico (ideología). Resulta por tanto importante mencionar que al haber una mayor cantidad de herramientas tecnológicas que permitan una constante entrada de información tiene como una de sus consecuencias la posibilidad de que el periodista deje de asistir a una serie de espacios a los que normalmente acudía en busca información. Sin embargo, es más importante aún comentar que en la sala de redacción propiamente, la entrada de las NTIC no ha modificado sustancialmente la distribución espacial, ni los equipos tecnológicos ni a de los sujetos que laboran ahí.

La tercera interrelación corresponde al caso de las Interacciones Sociales y la Organización Temporal, las interacciones que se producen dentro de la sala de redacción del diario están directamente vinculadas a las computadoras con acceso a Internet con sus múltiples herramientas comunicativas (Messenger, blogs, correo electrónico etc.), para los reporteros la llegada de Internet a su espacio de trabajo vino a modificar sus rutinas laborales y a eliminar contratiempos, además de permitirles laborar desde diversos sitios y enviar la información, así como mantenerse en contacto con la sala de redacción sin la necesaria presencia física. El correo electrónico (e-mail) es quien más ha cambiado las prácticas rutinarias del periódico, nadie utiliza otro medio de contacto

con la redacción, ni los integrantes del equipo de trabajo, ni las fuentes institucionales, ni los lectores. El concepto que sobre este recurso se ha generado (principal vínculo de interacción), tiene un significado determinante en su trabajo, que de acuerdo con lo planteado por Norma Denzin “no reside en el objeto en sí, pero sí en la definición que se le adjudica, que, por tanto, puede ser encontrada en el proceso de interacción” (Denzin, 2003,154), en especial en el uso frecuente de varios de sus recursos.

Es así que Thompson (2003 y 1998) refiere que el estudio de nuevas tecnologías asociadas a la computadora y a Internet crean una variedad de nuevas situación de interacción que tienen sus propiedades distintivas, muchas de las cuales se pueden observar en varios tipos de interacción mediada por computadora, a las cuales llama <<computer-mediated interaction>>. En tanto, Klaus Bruhn Jensen refiere en el mismo sentido que “la comunicación tiene como soporte a las computadoras, que también pueden incorporarse a una comunicación interpersonal” (Jensen, 2002,3). Por tanto, Internet es un vehículo que les permite acercarse a otras realidades, lo cual influye de manera determinante no solo en las relaciones sociales, sino en el proceso de interacción y de producción de significados compartidos. Pero no sólo les ha facilitado el trabajo a los periodistas, sino que además ha posibilitado la socialización de información por parte de los directamente involucrados en los sucesos, amplía el panorama de cobertura de las empresas informativas formales y genera espacios alternativos para compartir e intercambiar noticias. Es de esta forma que la actividad profesional se hace presente al indicar que el hecho de que una parte de la sociedad



tenga acceso a nuevas tecnologías, no implica necesariamente que se esté haciendo periodismo, puesto que no es solo un asunto tecnológico, sino de un dominio de las prácticas periodísticas y ética de la actividad. Sin embargo, de lo que los reporteros están seguros, es en el surgimiento de una nueva generación de informantes, que imponen cambios en las dinámicas de trabajo y proponen una retroalimentación informativa. En síntesis las NTIC sí han modificado sustancialmente las Interacciones Sociales, dentro del área de redacción en su relación a la Organización Temporal, las cuales se han recortado sustancialmente y también se ha recortado el tiempo que el reportero para en la sala de redacción.

La cuarta y última interrelación, que presentaremos a grandes rasgos del mismo modo que las anteriores, se produce entre las Interacciones Sociales y la Organización Espacial, las cuales han presentado un cambio en la forma en que se dan las asignaciones, reprimendas y comentarios, pues al no compartir el mismo espacio se reciben vía Messenger. No obstante las interacciones sociales y la organización espacial no han cambiado con las NTIC, al menos en Público Milenio todavía no han afectado lo suficiente para que cambien estos hábitos, sobre todo en la práctica de la ronda por las fuentes (que sigue siendo presencial e insustituible por las NTIC), lo que si ha cambiado son los requerimientos técnicos y de formación de los periodistas, pues las nuevas exigencias laborales implican nuevas competencias.

Por todo lo anterior, a continuación esbozaremos las reflexiones finales a las que hemos llegado, nos parece pertinente que ha

pesar del largo trayecto recorrido, la pregunta de investigación realizada se respondió de manera satisfactoria y permitió dar cuenta de la forma en que realizan los periodistas sus actividades en la actualidad y, sobre todo, la forma en que la transformación de la sala de redacción se ha dado en el caso específico de Público Milenio. Se comprobó que las nuevas tecnologías de la información (en especial Internet), sí han incidido en las rutinas de producción periodística, pese a que lo han hecho de manera parcial y paulatina⁶, sin que hasta el momento representen un cambio total en la forma en que realizan las actividades de gestión, recolección, procesamiento y edición de la información los periodistas del diario analizado.

De igual modo se descubrió que ha raíz de esta lenta incursión de las NTIC dentro de la sala de redacción se han incrementado considerablemente los flujos de información que extienden a su vez los ciclos de producción del diario y las jornadas laborales de los periodistas. Por otra parte, debido a la existencia de una página digital del diario en Internet, se ha modificado la cobertura de lo noticiable, lo que implica un constante monitoreo informativo sin que exista una hora de cierre prevista, que genera a su vez una inmediatez en la respuesta a la agenda informativa que, por otro lado, también corre el riesgo de presentar un detrimento de la información por la premura del flujo informativo, no obstante permite una constante entrada de información por parte de diversas fuentes como son las institucionales y las ciudadanas.

⁶ Una de las causas ha sido la organización interempresarial, es decir, los diarios eje, en donde Público Milenio aún no es una prioridad, dada la relevancia que tiene el diario Milenio Distrito Federal para las labores editoriales y Milenio Monterrey para resolver los problemas técnicos.



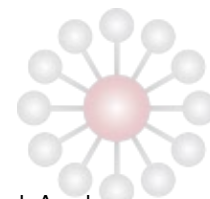
Más aún, las NTIC han desarrollado un papel como intermediarias de noticias que llegan a la redacción bajo la denominación de filtraciones, información que pone a prueba la máquina de verificación del diario y de los integrantes de la redacción. Sin lugar a dudas todos estos cambios que han experimentado los periodistas y que hemos presentado a lo largo de este artículo le ha generado una reflexión profunda al profesional de la información respecto de su actividad profesional y de su futuro sobre todo porque permiten y facilitan un acercamiento con el público y la sociedad en general, para producir y compartir información, lo que ha modificado la noción de lo que se conoce como información periodística sobre todo por la incursión de Internet que permite abrir el panorama informativo, facilita la instantaneidad y el acercamiento a nuevos público que son ahora productores de información y no únicamente consumidores.

Lo anterior ha comenzado a ampliar el mercado informativo, arista que les genera conflicto a los profesionales de la información, pues manifestaron de manera contundente los elementos centrales de su producción informativa profesional que dista mucho de la producida por el ciudadano común. Estás son algunas de las inquietudes de los periodistas, en especial las nuevas características del periodismo y las confrontaciones entre la actividad periodística y la actividad del periodismo como hobby o afición con lo cual notamos una defensa férrea a la actividad que desempeñan como profesionales. La deontología en relación con lo tecnológico es uno de los hallazgos más significativos, pues les representa una confrontación de sus valores éticos e ideológicos en el marco de la necesidad

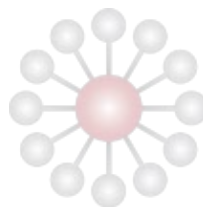
de integrarse a un mercado mediático, globalizado y competitivo impulsado por la emergencia de las NTIC.

Bibliografía

- AGUDELO BUILES, Irene. (1996). "La influencia en las rutinas productivas en la construcción del acontecer nacional. El caso de Siglo XXI, periódico de Guadalajara, México" en *Comunicación y Sociedad* No. 28. México: DEC-Universidad de Guadalajara, pp. 83-113.
- ALMENARA CABERO, Julio et al (2007). "Nuevas tecnologías aplicadas a la educación" en OCW. España: Universidad de Sevilla [En línea marzo de 2008]. Disponible en http://wiki.ntae.es/doku.php/ua:ocw.us.es_ntae.
- AVOGADRO, Marisa (2004). "NTIC, Convergencia, Tecnología Multimedia... algunas aproximaciones", en *Revista Razón y Palabra* No. 41, octubre [En línea, julio de 2008] Disponible en www.razonypalabra.org.mx/comunicarte/2004/octubre.html.
- CASTELLS, Manuel (2006a). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Vol. I (7ª ed.)*. México: Siglo XXI Editores.
- _____, [1998] (2006b). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura. Fin de milenio, Vol. III (5ª ed.)*. México: Siglo XXI Editores.
- _____, [1997] (2004). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad. Vol. II (5ª ed.)*. México: Siglo XXI Editores.
- _____, [2001] (2003). *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y*

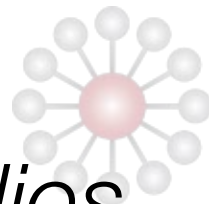


- sociedad. Barcelona: Debolsillo.
- CROVI Delia, TOUSSAINT Florence y TOVAR Aurora (2006). *Periodismo Digital en México*. México: UNAM, SITESA.
- DEMERS, Francois (2000). *Aléna, Démocratisation du Mexique et "Journalisme fonctionnel". Les cas du quotidien Siglo 21 de Guadalajara 1991 - 1998*. Thèse du grade de Ph.D. Département de science politique. Faculté des Sciences Sociales Université Laval Québec.
- DE LEÓN VÁZQUEZ, Salvador. (2003). *La construcción del acontecer. Análisis de las prácticas periodísticas*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Guadalajara, CONEICC.
- GALINDO CÁCERES Jesús. (2008a). "Sociología Crítica y Comunicología" en GALINDO, Jesús (Coord.). *Comunicación, Ciencia e Historia: Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología Posible*. Madrid España: Mc Graw Hill/Interamericana, pp. 109 – 140.
- _____, (2008b). "Sociología Crítica y Comunicología" en GALINDO, Jesús y Rizo G. M (Coord.) *Historia de la Comunicología Posible: Las fuentes de un pensamiento científico en construcción*. México: Universidad Iberoamericana de León – Universidad Iberoamericana de Puebla, pp. 125-143.
- HERNÁNDEZ. Ramírez, María Elena (2004). "Mirada sociológica al periodismo mexicano" en *Revista Mexicana de Comunicación* [En línea Junio de 2008]. Disponible en www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/mirada.htm.
- LOPEZ, Xosé (2006). "Internet como una nueva rutina periodística" en *Centro de Investigación de Medios Sociedad Andes*. [En línea julio de 2008]. Disponible en <http://cimaschile.cl/notic/rutinaperiodisticas.html>.
- _____, Xosé (2004). *Ciberperiodismo: Un camino a la innovación marcado por luces y sombras*", en *Razón y Palabra* No. 41, Octubre-Noviembre [En línea Julio de 2008]. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n41/xlopez.html>.
- MATTELART, Armand y Michéle (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. España: Paidós Comunicación.
- SIGAL, León (1973). *Reporters and Officials*. D.C: Health and Company.
- THOMPSON, John. B. (2003). *La Transformación de la visibilidad en Estudios Públicos* No. 90, pp. 273-296. También disponible en http://www.cepchile.cl/dms/archivo3197_1476/rev90_thompson.pdf.
- _____, (1998). *Los medios y la modernidad*. Barcelona España: Paidós.
- _____, (1990). "La metodología de la interpretación" en *Ideología y Cultura Moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM Xochimilco, 1990. pp, 395-473.
- WOLF, Mauro (1987). *De la Sociología de los emisores al "Newsmaking"*. *La Investigación de la Comunicación de Masas. Crítica y Perspectivas*. Barcelona, España: Paidós.



Sobre el autor

Licenciada en Estudios Políticos y Gobierno, Maestra en Comunicación, (Egresada del DECS/ CUCSH) Diplomada en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Guadalajara. Profesora suplente de la Licenciatura en Estudios Políticos y Gobierno (CUCSH miembro del Colegio de Politólogos de Guadalajara A.C, ex conductora de programa radiofónico Agenda Pública De CUCiénega) U de G y actualmente Catedrática de la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA) en el Departamento de Sociales y Humanidades en las Licenciaturas de Ciencias y Técnicas de la Comunicación y Publicidad.



La tercer cultura y los medios de comunicación en la frontera México- Estados Unidos

Roberto Valero Berrospe
Guadalupe Villaseñor Amézquita
Lilia Martínez Lobatos

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

Introducción

La frontera México-Estados Unidos ha estado registrando extraordinarios y múltiples cambios en la última década. Sin duda uno de los más importantes y que afecta a los habitantes de ambos lados de la frontera, lo encontramos en los cambios demográficos que están experimentando tanto en su composición por grupos edad, como en la participación étnica, los cuales definitivamente se pueden considerar como los más importantes de su historia debido a las profundas repercusiones sociales que están teniendo y que tendrán en los próximos años.

Las grandes empresas de Medios de Difusión (MD) se han dado cuenta de esta situación y en un contexto de economía de mercado, entienden que hay un nuevo escenario para los negocios, pero también han visto que el funcionamiento de la globalización opera en diferentes niveles y que por lo tanto esta región se mueve con características muy especiales.

El tema que presentamos forma parte de los resultados de una investigación que explora la

interacción fronteriza en diferentes niveles y en especial abordamos la nueva forma como están operando los MD en la frontera México-Estados Unidos y cuáles son los factores que están diferenciando su operación en el contexto de la globalización.

La exposición se divide en cinco apartados: en el primero revisaremos brevemente algunas visiones acerca de la globalización para contextualizar el concepto de glocalización en la frontera México-Estados Unidos, así como los factores que participan en lo que hemos denominado la tercer cultura; en segundo término tocaremos la transformación de los MD en los años recientes; en tercer lugar abordaremos la convergencia de los MD con el nuevo escenario fronterizo y finalmente presentaremos las conclusiones.

De la Globalización a la Glocalización

Para no pocos analistas el cierre del Siglo XX dejó muy presente que el concepto de globalización es principalmente una forma de describir la transición de la humanidad hacia el tercer milenio (Waters, 1995) un proceso a través del cual la población



mundial entera está unida en un sistema único (Wallerstein, 1990, 1997), una sociedad única (Albrow 1990), o la estructuración del mundo como una totalidad, según la definición de Robertson (1990), aunque la palabra haya estado más asociada con situaciones de tipo económico e instituciones supranacionales que han desarrollado múltiples discursos en torno a ello.

Uno de los más influyentes teóricos de la globalización, Arjun Appadurai (1991), encontró que la globalización se debe entender en diferentes niveles y por lo tanto hay que definirla con nuevos conceptos por lo que a partir del sufijo “scape” inició la conceptualización de diferentes flujos: los ethnoscares, para definir lo referente a las personas; mediascares, para lo que corresponde a los MD y otros más que en su opinión forman la estructura de la globalización, pero que son independientes unos de otros, con lo que pone en tela de juicio el debate sobre la homogenización (entiéndase americanización), en el contexto de la globalización y señala que más bien se está generando una heterogenización o fusiones culturales, también llamados híbridos, que resultan de la absorción y adaptación local de las diferentes influencias que se reciben, según sea el nivel.

Esta situación también ha sido detectada por otros investigadores que han enfocado sus estudios a espacios más concretos, mismos que pueden ser aplicados a la realidad fronteriza que vivimos (Caclini, 1989, Giddens, 1991), donde el encuentro binacional constituye una nueva lógica económica y un desarrollo cultural concebido en términos de un proceso creativo de creciente hibridización (Pieterse, 1995), que si bien se desenvuelve en el contexto de un escenario global, en ese espacio

los elementos culturales cruzan fronteras y generan una fusión cultural, es decir un híbrido, que se define por la acción como formas separadas que se combinan para generar nuevas estructuras y prácticas.

Giddens (1991) llama a esto la dialéctica de lo local y global, pero donde lo local y lo global se vinculan para construir un conjunto de mutaciones en el acontecer día a día. De esta manera la estructura híbrida es un factor en la reorganización de los espacios sociales, donde emergen nuevas prácticas de cooperación social que pueden al mismo tiempo derivar en nuevas expresiones culturales translocales (Pieterse, 1995).

Visto desde esa óptica, la interacción que se da en la frontera México-Estados Unidos en el contexto de la globalización crea formatos especiales, como una especie de segunda dimensión cultural de la globalización, que nos ofrece nuevas bases para pensar en esa relación que existe en el espacio fronterizo como una forma de glocalización (Robertson, 1995).

La interrelación fronteriza en la que participan diez estados de ambos lados de la frontera con una población de 80 millones de habitantes, de los cuales la quinta parte radica en poblaciones fronterizas, se da en condiciones muy especiales y poco estudiadas, donde la principal característica es que la mayor parte de esa población (tanto del lado norteamericano como mexicano) tiene como medio de comunicación el idioma español.

Si bien la relación fronteriza ha existido desde hace mucho tiempo, no es sino hasta que se da el explosivo crecimiento demográfico de las



poblaciones ubicadas a cada lado de la línea fronteriza cuando se comienza cuestionar la identidad del fronterizo, no solamente del lado mexicano, sino del norteamericano; es decir, cuando quienes habitan en esta zona se dan cuenta que si bien cada grupo pertenece a un Estado Nación, hay muchas diferencias con el componente general y más afinidades con quienes están cruzando la división política.

Surge la necesidad de ser algo para sí y para los otros, en un juego diferencial a partir de la confrontación de lo que es y no se es. Busca entonces una alternativa de identidad, que comienza a tejerse a partir de la convergencia de rasgos que son comunes y que derivan en un entendimiento que comienza con el idioma que es la pieza fundamental en lo que podemos denominar la construcción de una tercer cultura de la frontera México-Estados Unidos, donde lo transnacional es también local y donde se genera una simbiosis que no siempre queda clara para quienes son ajenos a la zona, al intersticio o al “In between” que representa la frontera, donde a través de la interacción los habitantes de ambos lados de la frontera han establecido significados, formas de comunicación, valores y en general características culturales que han construido un espacio propio que integra a los habitantes de ambos lados de la frontera donde en las últimas tres décadas se ha estado construyendo la identidad fronteriza la de los borderlanders.

Así, de los 15 millones de habitantes que viven en las poblaciones ubicadas justo en la línea divisoria, el 70 por ciento habla español en un fenómeno que es impulsado por el fuerte crecimiento de personas de habla hispana en el lado norteamericano, la

mayoría de ellos de origen mexicano, que se combina también con un notable aumento en el número de habitantes en las poblaciones del mexicano.

De acuerdo con cifras del Buró de Censos de Estados Unidos, existen condados en la frontera sur de ese país en los que hasta el 98 por ciento de sus habitantes tiene como medio de comunicación el español, tal como sucede en Star County, Texas y en general existen varios condados que rebasan el 50 por ciento de la población que usa el idioma español, lo cual refleja la importancia del idioma en el entendimiento entre las poblaciones vecinas en la frontera México-Estados Unidos. (Cuadro I).

Star County, TX	98.0
Hidalgo, TX	88.0
Presidio, TX	84.0
El Paso, TX	78.0
Imperial County, CA.	72.0
Yuma, AZ.	56.0

Cuadro I.- Fuente: USA Census Bureau.

Si bien en la construcción de la identidad fronteriza participan elementos muy complejos, donde la percepción de la identidad nace de la diferencia con el otro, lo que derriba la barrera fronteriza es el idioma y en este sentido no se debe soslayar que el lenguaje es el pivote en el proceso de la formación de identidad, ya que el distintivo lingüístico diferencia a los grupos y está fuertemente ligado a los sentimientos de identidad y pertenencia (Chuang 2004).

Esto facilita la interacción y el intercambio cultural que nos permite ver cómo del lado estadounidense se celebra el 5 de Mayo o el 16 de Septiembre,



mientras que en el lado mexicano se celebra el Día de Acción de Gracias o muchos mexicanos cruzan la frontera para celebrarlo con amigos y familiares, en acciones que disuelven los orígenes culturales para construir otro espacio cultural (Lorey, 1999).

Las interrelaciones que se generan a partir del escenario económico, como por ejemplo con los más de 200 mil residentes fronterizos que están ocupados legalmente en la Unión Americana, van moviéndose hacia diferentes ámbitos que involucran una basta red de conexiones que encuentran como una de sus más acabadas expresiones a las familias transfronterizas, cuya dinámica es muy especial, pues podemos ver cómo desde ambos lados de la frontera se trasladan los ciudadanos para realizar visitas familiares cada fin de semana, sin importar que medie entre ellos una frontera internacional, que en su contexto se remite simplemente a un cruce administrativo que separa los límites de una nación de otra, y que no representa ningún obstáculo para cortar los intensos lazos que tejen las familias, involucrando por igual a ciudadanos de origen hispano que a los mismos norteamericanos, pues su distinción es que son ciudadanos Fronterizos.

De esta manera, en lugar de la homogénea masa de víctimas concebidas por la teoría del Imperialismo Cultural, nos encontramos con un escenario de hibridación que confronta a la globalización (Sinclair, 2004), mostrando que hay múltiples identidades nacionales desplazándose y desarrollándose para construir espacios geolinguísticos (Sinclair, 2000), que al mismo tiempo derivan en un proceso de regionalización que lleva a lo glocal, es decir, el ciudadano fronterizo es internacional y es local a la vez, pero es diferente de sus compatriotas del resto

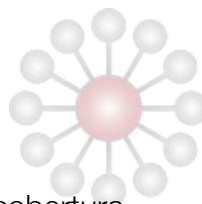
de Estados Unidos para el caso norteamericano y del resto de México para nuestra situación, debido a que históricamente los centros de poder político los han olvidado y ello los ha obligado a construir relaciones que ahora con la recomposición étnica del lado estadounidense, se han fortalecido.

Si bien los espacios geolinguísticos pueden abarcar grandes zonas, la proximidad cultural juega un papel importante (Straubhaar, 2000), para dar forma en otro nivel a las microregiones, como sería el caso de la frontera México-Estados Unidos, donde se recrean condiciones muy específicas de convivencia en todos sentidos, lo cual atrajo la atención de los MD en años recientes.

La globalización de los medios

Los MD iniciaron a fines de los años ochenta un proceso de transformación impulsado esencialmente por los avances tecnológicos, cambios en la geografía política internacional, modificaciones en la reglamentación de medios hacia el interior en diferentes países, entre ellos Estados Unidos, así como en la creciente expansión de las empresas en un escenario más global (McChesney, 2000; Bagdikian, 2004; Valero, 2004).

Ello facilitó el camino para su mundialización, mediante diferentes esquemas, como fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas, que permitieron que los grandes corporativos operaran sus negocios desde diferentes niveles, adecuándose a un negocio que al mismo tiempo evolucionaba también hacia un mercado de nichos tomado de la mano de las audiencias.



Como resultado de la segmentación de los auditorios emergieron nuevos subgrupos culturales y sociales que demandaron de esas empresas cambios en sus formatos de información, tanto en contenidos como en presentación (Castells, 1994; McQuail, 2005), lo cual se logró a través de las filiales locales, siguiendo siempre, claro, objetivos económicos.

En este espacio los MD debieron transformar radicalmente sus formas de operar para responder a los demandantes de su oferta informativa y de entretenimiento y también para hacer frente a la creciente competencia.

La frontera México- Estados Unidos y los medios
Para comprender las nuevas formas de operar de los MD en el contexto fronterizo se debe recordar que tradicionalmente las grandes empresas de medios tanto en español como en inglés tenían segmentos de mercado a los que se dirigían masivamente: Televisa producía para México y con ligeras variantes enviaba la misma producción para los hispanos residentes en Estados Unidos.

Para el caso de los MD en inglés, su mercado estaba perfectamente delimitado y las minorías étnicas eran dejadas a empresas norteamericanas chicas dirigidas por latinoamericanos, como La Opinión de Los Ángeles, que cubría las pocas áreas de concentración de hispanohablantes.

Sin embargo, como se comentó antes, las fuertes migraciones desde América Latina, sobre todo de mexicanos, modificaron los espacios de influencia en los últimos treinta años y por supuesto las áreas de negocios.

Cuando a fines de los 90 los MD de cobertura nacional de ambos países se percataron de su bajo impacto en la zona fronteriza, donde los habitantes daban una pronunciada preferencia a los MD locales, los MD iniciaron una formidable etapa de operación que inició en el lado mexicano con la adquisición por parte de las grandes empresas nacionales de los principales MD locales, mientras que en la Unión Americana, las empresas comenzaron a generar productos en español para el nuevo segmento fronterizos, que no solamente representaba un gran conjunto de habitantes, sino un nuevo espacio que sería aprovechado por los anunciantes, es decir, representaba un negocio.

Pero la operación no solamente se concretó a la adquisición, fusión, creación o compra de las empresas, sino que sin perder su posición de multinacionales, comenzaron a generar producción glocal para atender a lo que en su conjunto representaba un gran negocio.

Así vimos el surgimiento de Enlace, por parte del San Diego Unión Tribune; el Grupo Healy de Sonora estableció una red de periódicos fronterizos que abarca desde San Luis Río Colorado hasta San Diego; el Diario de Juárez generó su edición binacional; surgieron diversas estaciones de radio incluso bilingües; se extendieron los canales de televisión binacionales como el 66 con sede en Mexicali y algunos canales en inglés comenzaron a producir sus espacios en español, entre muchos otros.

En la actualidad la operación de los MD en este espacio se puede clasificar en cuatro grupos: El primero lo integran los grandes medios en español establecidos en Estados Unidos como La



Opinión de Los Ángeles; en el segundo se incluyen los grandes MD en español como Televisa de México y la Organización Cisneros de Venezuela; en tercero encontramos a las grandes empresas estadounidenses que dejan solamente al mercado en inglés para abrir espacio al segmento de habla hispana como el Miami Herald o Union Tribune; y en cuarto están muchos medios locales fronterizos, algunos filiales de los grandes medios, otros asociados, también los hay regionales y algunos independientes locales.



Actualmente existen al menos 50 periódicos con objetivo glocal, es decir que se enfocan en ambos lados de la frontera; 27 canales de televisión y 90 estaciones de radio, que como se dijo antes, cubren el espacio binacional.

Conclusiones

Las Transformaciones de la década de los 80 nos arrojan un Nuevo Paradigma de estudio para los Medios. Sin embargo, esta adecuación no implica que los Medios pierdan el control sobre las audiencias (Appadurai, Castells).

El hecho de que no todos vean, lean o escuchen lo mismo, no cambia la forma unidireccional de los Medios, pero sí nos muestra cómo ante nuevas construcciones sociales son capaces de adaptarse para no perder el control.

En este sentido, la aplicación de la creciente especialización de los Medios, en el caso de la frontera México-Estados Unidos, parece indicar que está operando como un reforzador de la identidad cultural fronteriza, sin soslayar que este híbrido es visto primordialmente como un nuevo nicho de mercado donde los medios articulan la acción (Kraidy).

Asimismo, lejos de fomentar la fragmentación cultural de los países involucrados (Huntington) nos muestra que hay alternativas (Culturas Híbridas) que confirman que los procesos de aculturación son avenidas de dos sentidos (Dávila, Hamelink), donde los medios están actuando también como unificadores, además de mejorar sus utilidades.

La frontera México-Estados Unidos es la suma de fuerzas e influencias generadas por un fenómeno regional de transculturación compartida, donde se funden Mexicanos, México-Americanos, Anglo-americanos y otros grupos Hispánicos, para formar un híbrido cultural que con su Revolución Local reclama medios de difusión, adecuados a su Espacio, el Fronterizo.



Bibliografía

Adorno, T. (1973). *Dialectic of enlightenment*. Traducido por John Cumming. London: Allen Lane.

Appadurai, A. (1990). Disjuncture and difference in the global culture economy, en *Public Culture*, Vol. 2, No. 2, Spring.

Babha, H. (1994). *The location of culture*. Nueva York: Routledge.

Bagdikian, B. (2004). *The new media monopoly*. Boston: Beacon Press Books

Bourdieu, P. (2005). The political, field, the social science field, and the journalistic field. In Benson, Rodney and Neveu, Erik, *Bourdieu and the Journalistic Field*. Malden: Polity Press.

Castells, M. (1994). *The rise of the network society*, Vol. I. Oxford, UK: Blackwell.

Dávila, A. (2001). *Latinos Inc: The marketing and making of a people*. Berkeley: University of California Press.

Chuang, R. (2004). *Communicating ethnic and cultural identity*. Maryland, USA: Rowman and Littlefield Publishers. Inc.

Fox, G. (1996). *Hispanic nation*. Tucson: The University of Arizona Press.

Gabel, M. y Bruner, H. (2003), *Global Inc.*, Nueva York, Estados Unidos: The New York Press.

Gabszewicz, J. y Sonnac, N. (2006). *L'Industrie des Médias*: París, Francia: Repéres.

García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalvo.

Giddens, A. (1979). *Central problems in social theory*. Londres, Inglaterra: Macmillan.

Hamelink, C. (1983). *Cultural autonomy in global communication*, Nueva York, Estados Unidos: Longman.

Hesmondhalgh, D. (2002). *The cultural industries*. Londres, Inglaterra: Sage.

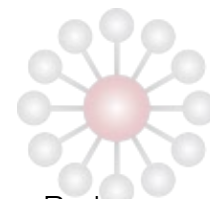
Hinojosa, J. R. (1998). The urbanization of the U.S. – México border region. Documento presentado en Annual Meeting of the Western Social Sciences Association. Denver, Colorado.

Huntington, S.I (2004). *¿Quiénes somos?, los desafíos de la sociedad estadounidense*. México: Paidós.

Kraidy, M. (2004). From culture to hybridity in international communication. En Semati, Mehdi, *New frontiers in international theory*. Lanham, Maryland: Rowman and Littlefield Publishers Inc.

Langley, L. (1988). *Two countries one future*. Nueva York, Estados Unidos: The New Press.

Lorey, D. (1999). *The U.S.-Mexican border in the twentieth century*. Wilmington, Delaware: SR Books.



Maynard, M. (2003). From global to glocal: How gillet's sensor excel accommodates to Japan. Keio Communication Review No.25, 2003.

McChesney, R. (2000). Rich media, poor democracy: Nueva York, Estados Unidos: The New Press.

Miller, T. (1998). Technologies of truth: Cultural citizenship and the popular media. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Nafecy, H. (1993). The making of the exile cultures: Iranian television in Los Ángeles. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Pieterse, N. (1995). Globalization as hybridization. En M. Featherstone, S. Lash y R. Robertson (eds), Global Modernities, Londres, Inglaterra: Sage.

Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity.

Featherstone, L. y Robertson, R. (eds.) Global Modernities. Londres, Inglaterra: Sage.

Suárez Orozco, M. y Páez M. (2002). Latinos, remaking América. Estados Unidos: David Rockefeller Center for América Latina Studies, Harvard University Press y University of California Press.

Thomson, J. (2000). The globalization of communication, en Held, D. y McGrew, A. (eds.) The global transformation reader. Padstow, Cornwall: Polity.

Valero, R. y Villaseñor, G. (1995). Redes empresariales y medios de comunicación en México. Mexicali, México: Universidad Autónoma de Baja California.

Wallerstein, I.I (1993). The World-system after the Cold War, en: Journal of Peace Research, 30 No.1 Febrero.

Internet

Grabham, Daniel (2000). The Global Village has Destroyed National Identity and has Promoted a Monolithic Mass Culture. Localizado en: <http://www.danielgrabham.com/portfolio/earlywork/globalvillage.pdf#search='The%20Global%20Village%20has%20Destroyed%20National%20Identity%20and%20has%20Promoted%20a%20Monolithic%20Mass%20Culture.'>

Martínez, Oscar (2003). Human Interaction in the Texas México Borderlands. Localizado en: www.humanities-interactive.org/borderstudies/text/essay.htm

Moran, Kristin C. (2004). The Development of Spanish-Language Television in San Diego: A contemporary History. The Journal of San Diego History. Winter-Spring: Volume 50, Numbers 1 and 2. Localizado en: http://www.sandiegohistory.org/journal/v50-1/spanish_tv.pdf

Paxman, Andrew (2003). Hybridized, Glocalized and Hecho en México. Localizado en: <http://lass.calumet.purdue.edu/cca/gmj/SubmittedDocuments/archivedpapers/Spring2003/>

Robertson, Roland (1997). Comments on the "Global Triad" and "Glocalization". Localizado en: <http://www2.kokugakuin.ac.jp/ijcc/wp/global/15robertson.html>



La opinión publicada en la prensa de México (columna, artículo y editorial)

Lizy Navarro Zamora
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ

Resumen

El presente trabajo es un estudio de los géneros de opinión en la prensa mexicana. Se realizó una investigación de la columna, el artículo y la editorial (5848 unidades redaccionales). Qué preocupa, de qué se habla, modos de hacerlo, debates e ideologías. El artículo, la columna y el editorial son una representación muy fiel de como es una sociedad y de cuales son los temas que le preocupan y ocupan.

Palabras clave

Periodismo, artículo, columna, editorial, opinión.

Planteamiento y ubicación del problema.

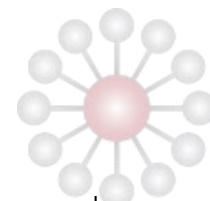
El presente texto es el resultado del análisis realizado a la opinión pública generada en la prensa mexicana. Se escogió este medio porque en él se desarrollan más profundamente los géneros de opinión y es el espacio que tiene una presencia significativa entre quienes ostentan los diferentes poderes. El artículo, la columna y el editorial son una representación muy fiel de como es una sociedad, de cuales son los temas que le preocupan y ocupan y de quienes son los líderes de opinión.

El periodismo nació como un periodismo ideologizante que se desarrolló profundamente en el siglo XVIII y XIX. En aquel momento lo que más se buscaba era precisamente el convencimiento de las ideas, la defensa de una postura. Los textos de opinión fueron elementos esenciales en los

movimiento ideológicos y políticos de la época. El periodismo era de opinión y no informativo ni interpretativo.

En el mundo actual está comprobado que la profesión periodística y su papel de organizadora, informadora y orientadora de la realidad social contribuyen esencialmente al desarrollo o retroceso del proceso democrático de todo país, región o comunidad. Es esta actividad la que permite ensanchar la libertad de los hombres y contribuir al desarrollo humano equilibrando los poderes decretados o de facto, sobre todo porque los media son instituciones de innegable personalidad política.

La libertad de expresión ideológica que se ejerce en los diversos medios de comunicación permite el enriquecimiento de la sociedad. Esta profesión que produce mensajes periodísticos



tiene máximas éticas como Los hechos son sagrados y las opiniones son libres. La división en géneros periodísticos no deviene de un principio académico, sino de uno ético, organizar los diferentes contenidos para que el receptor de los mensajes (lector, radioescucha, televidente o usuario) decodifique la información sin engaños.

En la radio y en la televisión mexicana también se desarrolla el género de opinión, programas como Primer Plano de Canal 11 en México presenta una serie de columnas de los periodistas que allí participan. Sin embargo, sólo la élite académica, política y cultural es quien consume dichos comentarios.

Los columnistas o articulistas de prensa que simultáneamente presentan su opinión en la radio, en la televisión y en la prensa, refuerzan efectivamente su opinión e inducen su postura. Los periodistas son los representantes en los cuales la sociedad delega una responsabilidad de ser mediadores de los conflictos ideológicos y de transmitir ideas, creencias, conocimientos y opiniones de la sociedad. Es precisamente en estos espacios donde se manifiestan de manera explícita las ideologías del autor.

La opinión es una labor social de los articulistas y columnistas, pero también del propio medio de comunicación. El editorial, como género de opinión independiente de la columna y del artículo, define la postura que tiene el medio sobre asuntos que preocupan, ocupan a la sociedad, y más aún, de aquellos que la sociedad no los considera importantes porque no se tiene una visión integral de lo que sucede. A través del editorial la empresa periodística establece una postura, por ello su estudio es significativo.

Los llamados géneros de opinión son la guía y la pauta de los temas que deben de importar e

interesar al país, pero también son espacios que los círculos en el poder aprovechan para ideologizar a otros grupos.

Los géneros de opinión orientan a la sociedad y a las élites de lo que pasa, también impulsan un debate de los temas considerados de interés social, política y económica. La educación, la contextualización y la instrucción son objetivos fundamentales de los medios, sin embargo, la realidad es que los géneros de opinión no son leídos por la mayoría de la población.

Estos textos manifiestan como es México en sus manifestaciones ideológicas, en las bases de sus principios y valores democráticos, y en sus preocupaciones manifestadas. La opinión pública “publicada” en la prensa es la imagen y preocupación de la sociedad mexicana en un momento determinado.

Metodología. Esta investigación se basó en las siguientes acotaciones.

Acotación temporal: Los periódicos de los meses de diciembre del 2008, enero, febrero y marzo 2009.

Acotación espacial: Se estudiaron aquellos diarios cuya tirada es considerada nacional y su cobertura alcanza entidades federativas como la de San Luis Potosí. Los artículos y las columnas son las correspondientes a las tradicionales páginas de Opinión y a la primera Sección o Nacional.

Acotación temática: los periódicos impresos analizados fueron La Jornada, El Universal, Excelsior, Milenio, El financiero y Reforma. En el estudio consideramos nacionales a estos medios bajo la connotación de que sus informaciones tienen repercusiones en el ámbito geopolítico del país.



Los espacios de opinión no considerados para la investigación fueron como El Lector Escribe, del periódico Reforma, debido a que los lectores son quienes colaboran. En La Jornada está el Correo ilustrado, tiene una sección de Yo lector; en El Universal el espacio de La Voz del Lector. En Milenio se encuentra la columna Lectores de Milenio y así en cada uno de los medios analizados hay un espacio para que el lector escriba. En esta investigación el texto estudiado fue el que emite un periodista o colaborador que conoce ex profeso la importancia y significado de estos escritos.

Análisis de contenido: se realizó un análisis de contenido a cada uno de los textos del corpus con el objetivo de conocer elementos esenciales como los códigos, los contenidos y las prácticas discursivas.

Método de trabajo

Recopilación. Durante el mes de diciembre del 2008 y los meses de enero, febrero y marzo se seleccionaron los artículos, columnas y editoriales de las secciones y de los periódicos antes mencionados. Menos del 2% del total de los periódicos no se analizaron debido a que ese día se presentó un problema de distribución en la entidad.

Censo: Elaboración de un censo de articulistas de periódicos: quiénes son y representación social (trabajo que desarrollan, campo de conocimiento que representan y organismo al que pertenecen). Este censo está ordenado de tal forma que se puede considerar por relación de artículos por mes, día, autor y periódico; relación de artículos por autor, título, día, mes y periódico; relación total de autores por nombre completo, nombre de firma y representación social; relación de columnistas por

nombre completo, firma, profesión, periódico y número de artículos publicados.

Para conocer esta imagen que presenta la opinión pública se realizó el estudio de 3108 columnas, 2533 artículos y 207 editoriales del mes de diciembre del 2008 y de enero, febrero y marzo del 2009. Los periódicos analizados fueron el Excelsior, La Jornada, El Universal, Reforma, Milenio y El Financiero. El estudio se aplicó al medio impreso debido a que las versiones en Internet no contienen todas las columnas y artículos y no están organizadas y publicadas como en el medio impreso.

En el análisis de estos medios se consideraron variables como el género del autor, los temas, los subtemas, el marco temático, las tesis presentadas y los argumentos, entre otros elementos. En el marco temático se presentaron las siguientes variables: a) Crimen organizado, narcotráfico y corrupción; b) crisis económica, finanzas, economía y presupuesto del gobierno; c) partidos políticos y elecciones; d) gobierno de Felipe Calderón y Secretarías de Estado; e) Política exterior y temas internacionales; f) otros.

Discusión de Resultados

Los resultados se expondrán de la siguiente manera, en primer lugar lo que entendemos por cada una de las temáticas, después profundizar en la columna, el artículo y el editorial, para finalmente dar detalles de algunos elementos significativos como el género y la interactividad

Crimen organizado, narcotráfico y corrupción.

Cuando se inició esta investigación se pensó que precisamente el tema de narcotráfico y crimen organizado serían los que más se tratarían y analizaría en los textos de opinión, sobre todo



porque los espacios informativos publican diariamente las ejecuciones y actividades del crimen organizado. Si el gobierno mexicano no puede establecer estrategias adecuadas y un verdadero proyecto de solución, los articulistas, columnistas y el editorial de los medios son los espacios que deben clarificar los antecedentes, situación actual y proyección de esta problemática.

Crisis económica, finanzas, economía y presupuesto del gobierno:

En la macroestructura textual se determinó este código debido a que desde el 2008 hasta la actualidad diversas naciones, entre ellas México, presentan el problema de la crisis. Ante un problema de gran magnitud es importante que en el género de opinión se evalúen las propuestas, los avances y los resultados. El ciudadano difícilmente tiene el espacio y los elementos para realizar un interpretación adecuada de la situación actual.

Partidos políticos y elecciones:

El periodismo se ha definido como el perro guardián “watch-dog”. En una democracia que se encuentra en proceso es precisamente el género de opinión a través del artículo, columna y editorial quien puede guiar, interpretar y enjuiciar los procesos electorales generales y los procesos internos de los partidos políticos. El periodista no tiene el fuero común de los servidores públicos, ni la posibilidad legal para sancionar, pero sí el prestigio profesional para presentar una visión clara.

También aquí entra la apuesta de los partidos políticos que a través de los articulistas tratan de convencer de sus posturas ideológicas, económicas, sociales y culturales. Como ejemplos tenemos artículos del ex presidente Carlos Salinas de Gortari, del arzobispo primado Norberto Rivera

Carrera, de presidentes de Partidos Políticos, entre otros. Los autores buscan convencer a sus lectores de su apuesta y su postura. Más que presentar una opinión crítica, proponen y exponen de manera disfrazada sus propios intereses.

Gobierno de Felipe Calderón y Secretarías de Estado.

Este es otro tema en el cual enfocamos la investigación: las apuestas y propuestas tanto del presidente de la República como de sus secretarios de estado. Artículos y columnas claramente enfocadas a los intereses gubernamentales, frente a otros que hacen un análisis crítico de las propuestas de estado.

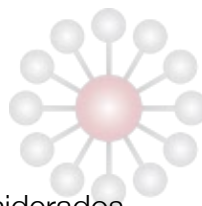
Política exterior y temas internacionales.

Ante la globalización política y sobre todo económica se consideró como uno de los elementos fundamentales los temas internacionales o aquellos asuntos nacionales relacionados con la política exterior. La toma de posesión en enero del presidente de Estados Unidos Barack Obama fue lo que se presentó como uno de los grandes temas a considerar.

Otros temas: En el apartado otros se incluyeron los textos periodísticos que no podían englobarse en ninguna de las anteriores posibilidades. Cabe aclarar que en una parte de ellos se encontró que algunos columnistas o articulistas desperdician su espacio con temas personales que no tienen repercusión en la agenda social.

Columna

José Luis Martínez Albertos define la columna como “El comentario es un artículo razonador, orientador, analítico, enjuiciativo,



valorativo –según los casos- con una finalidad idéntica a la del editorial.” (1998:372). Como completa Luisa Santamaría “La columna vale tanto como la que valga su firma” (1990:53).

En la columna son evidente estas funciones: 1) quienes transmiten las ideologías y son ejecutores de campañas políticas, 2) quienes combaten consignas ideológicas y seudorealidades, 3) explican temas concretos relacionados con la agenda periodística, 4) participan en el debate social.

El texto de la columna responde en su mayoría a la línea ideológica del medio en el cual se trabaja. Son breves y poco profundas. Con la imagen que tiene el columnista ya reconocida por el lector es necesario que se aprovechen dichos textos, no sólo para pasar un rato relajado, sino para que se proyecten análisis profundos y argumentados en los cuales el pensamiento racional sea el que prevalezca.

Las dos características básicas son la periodicidad y el nombre fijo. En los seis medios se detectaron 152 columnas distintas de un total de 3098 textos analizados. En su diseño la columna ha evolucionado, en la actualidad vemos columnas que tienen la imagen del autor o la autora. En este texto, a diferencia del artículo, el periodista es quien prevalece como emisor del mensaje (Gráfica 1), esto se debe a que la periodicidad es más constante y parte de su trabajo remunerativo está precisamente en la elaboración de las columnas.

Gráfica 1

Perfil del columnista

Elaboración propia

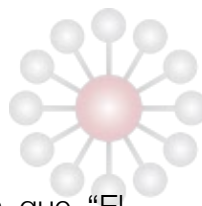
En este análisis observamos columnas con diversidad en su presentación y análisis, desde Astillero y Clase Política que son textos donde

se tratan varios temas de interés y considerados significativos para el autor, hasta aquellos donde se aborda un tema con profundidad y que sería comparable a un artículo, con la diferencia de que aparece en un espacio con nombre fijo.

Hay columnas que se presentan diariamente como la de Razones, frente a otras que tienen periodicidad quincenal o mensual. También hay columnas que son propiedad del autor como la de Plan B de Lydia Cacho u otras donde cambia quien escribe y se mantiene el nombre como en el caso Desde Cabina. También hay textos que se publican diariamente como el de Frente Políticos que no firma alguien.

En los temas y debates de las columnas (Cuadro 1) se presentó la siguiente constante. Durante el período analizado prevaleció el tema economía, seguido por el de temas internacionales y crimen organizado. Son precisamente estos problemas los que más aquejan al país y crean la conciencia en la élite del poder. Tener una visión clara, de análisis y comentario profundo, es fundamental para el lector.

En un 2% del 16% del total de las columnas que se quedaron en Otros, podemos decir que se desperdició el espacio de publicación. El columnista no sólo habló de temas intrascendentes para el país y cuestiones que atañen más a su vida privada. También observamos que hay columnas muy cortas en su extensión frente a otras muy largas. Aún cuando en pocas líneas se puede expresar profundidad en el pensamiento, lo cierto es que en algunos de ellos es evidente que no se toman el tiempo de realizar el análisis profundo o comentarios serios. Las columnas disminuyeron en el mes de diciembre debido a que los autores salen de vacaciones en dicho periodo.

**Cuadro 1**

Presencia temática en la columna.

Temas y debates en las columnas	%
Crimen organizado, narcotráfico, impunidad y corrupción	16%
Crisis, economía, finanzas	26%
Partidos políticos y elecciones	4%
Gobierno de Felipe Calderón y secretarios de estado	15%
Política exterior y temas internacionales	22%
Otros	16%

Elaboración propia.

Hay columnas en el periódico Reforma como la de Templo Mayor en la cual se abordan varias noticias y opiniones sobre diferentes temas y son firmadas con un seudónimo. Es importante precisar que los textos que se presentan como columnas en el Reforma aparecen como artículos en el Norte. Esto no es recomendable ya que cada género periodístico tiene una finalidad y una deontología.

No se debe olvidar que los columnistas presentan de manera permanente y periódica la riqueza en la diversidad de pensamiento y a su vez en las propuestas de construcción. Para un país que tiene tantos temas de preocupación, es necesario que de manera permanente alguien clarifique (columnistas) dichas situaciones a través de los textos periodísticos.

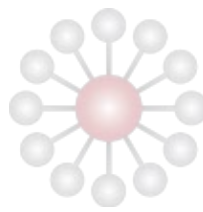
Artículo

Los diarios se presentan como mediadores en la construcción de la realidad cultural, ideológica y política. Aportan ideas cuando se presentan conflictos y construyen la posibilidad de una realidad. La opinión es parte del deber ser de los periodistas, siempre y cuando sea una opinión presentada como tal.

María Jesús Casals Carro afirma que “El artículo es la forma característica del periodismo de opinión y es, en todos los casos, un discurso expresivo. Atendiendo a su estructura externa, los artículos pueden ser inductivos o deductivos”. (2000:150). Mientras que Ángel Benito dice que el Artículo es “En sentido estricto, texto firmado, no directamente informativo, en el que su autor comenta, explica y toma posición sobre cualquier asunto de interés general, manteniendo su opinión personal” (2001:20).

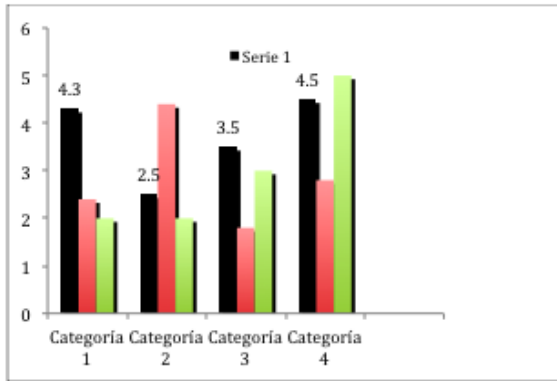
En el espacio del artículo encontramos desde investigadores de universidades de prestigio quienes son los que tienen la capacidad de dar una mejor orientación por la profundidad de sus investigaciones, hasta líderes políticos, ex secretarios de estado, ex candidatos a puestos de elección. El artículo en México se ha convertido en un texto de presencia ideológica y de estrategia para litigar en los medios de comunicación.

Ortega y Gasset fue quien en su momento afirmó que los filósofos escribían precisamente en los periódicos. Esta opinión la desarrolló cuando en el mundo y en México se realizaba un periodismo ideologizante. En el estudio se observó que el articulista es un escritor más o menos ocasional en el periódico y no tiene una periodicidad fija aunque escriba con frecuencia. En el total de 2533 artículos se presentaron 483 autores quienes generaron su opinión pública y proceden de diversas profesiones, sin una unificación clara (Gráfico 1). Los articulistas no son periodistas de ejercicio, sino profesionistas que ejercen este género de manera independiente a su actividad económica. Muy similar de cuando empezó el periodismo en el siglo XIX.



la relación Estados Unidos-México.

Gráfico1



Elaboración propia.

Articulistas como Alejandro Gertz Manero, el escritor Carlos Fuentes, el ex presidente Carlos Salinas de Gortari, el ex secretario de la ONU Kofi A. Annan, investigadores de la UNAM, son quienes invaden estas páginas. Estos textos no siempre son escritos por quienes han recibido la formación de periodistas, sino por líderes de espacios de poder.

En más del 96% los artículos de opinión presentan una postura racional, argumentada, con un método deductivo en la presentación de sus ideas y menos ad populum. El problema sin lugar a duda es que el consumo de estos textos no lo hace la mayoría de la población, sino la élite del poder. Por ejemplo periódicos como El Universal titulan colaboración especial a un artículo del ex presidente Carlos Salinas de Gortari igual que en Milenio.

Como observamos en los resultados (Cuadro 2) los temas que prevalecieron fueron los de crimen organizado, otros y economía. Otro de los temas abordados fue el de la toma de posesión del presidente de Estados Unidos, Barack Obama, sin embargo en más del 70 % de estos artículos no hubo propuesta sobre cómo se debe construir

Cuadro 2

Temas y debates en los artículos.

TEMAS Y DEBATES EN LOS ARTÍCULOS	%
Crimen organizado, narcotráfico, impunidad y corrupción	27%
Crisis, economía, finanzas	19%
Partidos políticos y elecciones	15%
Gobierno de Felipe Calderón y secretarios de estado	12%
Política exterior y temas internacionales	6%
Otros	21%

Elaboración propia.

Existe menos de un 2% de artículos en los cuales los temas abordados no representan ningún problema de importancia nacional y sólo se enfocan a temas irrelevantes como quien escribe del sol y la playa.

Editoriales

A través del editorial el medio de comunicación, la empresa (persona moral) y de hecho el dueño, manifiesta su conciencia respecto a la realidad local, nacional o internacional. Como lo expresa José Luis Martínez Albertos “el editorial es la manifestación de la conciencia del periódico acerca de un problema particular, y si el periódico quiere mantener su prestigio y autoridad moral ante el público debe presentar el editorial con esas notas exteriores y formales de dignidad y seriedad lingüística” (1998:369).

Aquí es importante destacar que el papel de un periódico como productor de texto de opinión está siendo valorado cada vez más en los tiempos modernos, hasta el punto de que ciertos teóricos de la comunicación afirman que los comentarios son los únicos mensajes verdaderamente originales de un periódico (Santamaría Suárez, 2000:61). Tomar posturas definidas significa que los grupos de poder compartan o no nuestra visión y enfrentar los riesgos que esto significa.



El escrito del editorial es un pensamiento razonador que mantiene el papel hegemónico de la prensa como poder o contrapoder, según se perciba por cada estamento social. En la actualidad juega dos papeles fundamentales:

- a) Opinión respecto a las noticias que se publican.
- b) Proponer temas que constituyen un problema social, político, ético o moral sin que tengan noticias recientes como soporte. Toda fenomenología social puede ser materia argumentativa para un artículo editorial que refleje la posición ideológica del periódico ante toda problemática o cambio estructural.

Como también reflexiona María Jesús Casal Carro en su libro *La opinión periodística*, el periódico es un máximo representante de las corrientes ideológicas que discurren por las venas del cuerpo social. Por todo ello, el rango del editorial es superior a todos los demás artículos de opinión que aparecen en los diarios. El editorial supone la identificación de la prensa como órgano de opinión y de representación social.

En la teoría periodística se han considerado como funciones periodísticas y sociales del editorial las siguientes: Explicar los hechos, dar antecedentes, predecir el futuro y formular juicios.

En esencia todos los medios de comunicación deben publicar diariamente un editorial manifestando su postura sobre el tema o los temas que consideren más relevantes para la vida social y colectiva. En pocos casos algunos periódicos como *The Washington Post* han tardado un día o dos para manifestar una postura sobre sucesos como la invasión a Afganistán por parte de Estados Unidos. Esto se presenta cuando el medio de comunicación no tiene los elementos suficientes para definirse.

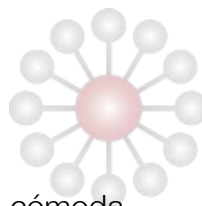
El medio de comunicación que no editorializa o que no se identifica claramente su editorial, se escuda en las noticias o las firmas de sus columnistas o articulistas sin expresar claramente lo que opina como organización. Evaden su responsabilidad y compromiso social.

Es importante porque todos debemos conocer el mensaje informativo e ideológico que adquirimos diariamente con la elección y compra de uno o varios diarios. Es nuestra responsabilidad como receptores y consumidores de ideologías. La manipulación de los espíritus existe y hasta tiene sus propios estudios de “mercado”. La libertad y la independencia del que conoce, del que ha sabido y podido formar sus propios criterios, son armas defensivas que neutralizan los posibles efectos de los intereses ocultos que puedan mover a toda empresa ideológica.

De ahí su fuerza influyente cuando el lector busca una orientación sobre lo que está pasando en el mundo: busca que el periódico, la institución ideológica por excelencia, le confirme sus opiniones o que le asista en la duda.

Es necesario que el medio publique una postura clara, directa, explícita de lo que sucede. Esto no exenta al miedo de caer presa de los intereses políticos y económicos que no son propios de la sociedad, sino que obedecen a intereses particulares. La presentación de la agenda setting no sólo se observa en los géneros informativos, sino también en los opinión. Se presentan los temas de relevancia y se ubican los temas que deben ocupar al país o que cierto grupo en el poder desea que lo ocupen.

De los géneros existentes, el editorial constituye la opinión del periódico, radio, televisión o página de Internet respecto a la información que se publica. Las noticias, las entrevistas, las



crónicas y los reportajes permiten que el público conozca lo sucedido, pero es el editorial el que le da un sentido a esa realidad y la interpreta bajo la mirada del medio al ciudadano. Con ello se tiene una postura orientadora y con una fuente visible.

Es significativo que sólo dos de los medios analizados, La Jornada y El Universal, presenten un editorial, aunque este último medio no todos los días lo publica. Hay voces que afirman que el editorial del medio se encuentra en la lectura de todas las noticias, es decir, se editorializa a través de la construcción del medio. El editorial es la opinión del medio respecto a las noticias que publica por lo cual resulta inmoral cobijarse detrás de la neutralidad de las noticias.

El Universal publica una sección titulada Opinión en la cual presenta los artículos, columnas y también el editorial. Generalmente este último sólo trata un tema del día, preferentemente nacional y que no representa, en la mayoría de las ocasiones, la jerarquía de la información publicada en las primeras planas.

El periódico Reforma, de presencia nacional y de referencia internacional para la política exterior mexicana, cuentan con una sección de Opinión en la cual se incluyen también artículos y columnas, pero no el editorial. Resulta paradójico que estos medios de comunicación, con prestigio entre los consumidores de información y que simbolizan referentes sociales para los grupos de poder, no manifiesten abierta y directamente su postura sobre acontecimientos de relevancia. Aunque su agenda setting que establecen puede dar a conocer la línea del periódico, es importante que lo expresen en ejercicio pleno de su libertad.

En el periódico Milenio, también de referencia nacional e internacional, no se presenta un texto editorial. Este periódico de gran relevancia

e impacto político asume una postura cómoda de no definirse. El Financiero, otro medio de comunicación de élite en el país, tampoco publica el editorial. Las columnas aparecen a lo largo de las páginas del periódico y los artículos se ubican en una sección titulada Opinión. Estos medios de comunicación no opinan de manera explícita.

En el caso de La Jornada, sí publica el editorial, en ocasiones dos temas nacionales e internacionales. Las columnas son presentadas a lo largo del periódico y los artículos en la sección Política/Opinión. En el Excélsior, periódico tradicional en la vida pública del país, desde que fue comprado por Grupo Imagen eliminó el Editorial y sólo ha conservado una sección titulada Editorial en la cual aparecen los artículos y columnas.

Es decir, en la prensa mexicana estamos observando un desdén por el escrito editorial como una forma de no asumir una postura determinada frente a acontecimientos trascendentales en el ámbito nacional e internacional.

En los editoriales de La Jornada y El Universal (Cuadro 3) los temas que prevalecen son los de economía, seguidos por los internacionales

Cuadro 3
Temática en el Editorial.

Temas y debates en el editorial	%
Crímen organizado, narcotráfico, impunidad y corrupción	16%
Crisis, economía, finanzas	26%
Partidos políticos y elecciones	5%
Gobierno de Felipe Calderón y secretarios de estado	15%
Política exterior y temas internacionales	22%
Otros	16%

Elaboración propia.

Estilo:

Consideramos que el estilo es la belleza estética en todo escrito. El lector lee una columna, artículo, editorial, no sólo para conocer una



postura, sino para deleitarse con la espléndida construcción del texto. Aunque más del 70% de los textos analizados presenta un estilo formal hay quien utiliza el estilo humorístico, sarcástico.

Consideremos textos como la columna de Catón que todos los días publica con un estilo humorístico, el estilo formal de Jorge Fernández Menéndez, la manera de enumerar de Carlos Ramírez o el estilo ligero de Germán Dehesa. La columna es el género que se utiliza para hacer un análisis más informal de los asuntos. Los articulistas por el contrario emplean en su mayoría un estilo más profundo y formal para cada uno de sus textos.

Los artículos concebidos como entretenimiento literario tienen muy poca presencia en las páginas de opinión y políticas de los diarios. El columnista y articulista está definido como un buen escritor y algunos utilizan un estilo ameno.

Interactividad. Aún cuando más del 35% de los articulistas y columnistas publican su correo electrónico, su blog o su página personal, lamentablemente menos del 4% retroalimenta al lector. Esto ejemplifica que a los constructores de opinión pública no les interesa lo que opinan los lectores o los ciudadanos en general. Lamentablemente en el ejercicio que realizamos escribimos más de cinco correos a cada periodista, correos que no fueron contestados.

La mujer en la opinión pública:

Aquí es relevante y significativo el hecho de que en el artículo la presencia de la mujer es sólo del 16% y en la columna del 14%. Si los géneros de opinión tienen la aportación social de presentar una visión es extraño e incorrecto que la visión, el análisis y la propuesta sea en su mayoría desde el ángulo del hombre y no de la mujer.

Si analizamos el nivel de argumentación, la capacidad de análisis y la presentación de tesis, los artículos y las columnas de las mujeres se encuentran en un nivel similar al que tienen los textos escritos por hombres. Sólo la presencia es lo que lo distingue, pero no el nivel del pensamiento.

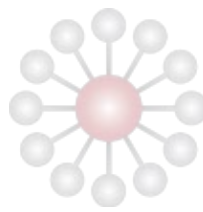
Las mujeres están presentes en todas las profesiones y concretamente en el periodismo su número ha igualado al de los hombres durante los últimos 20 años del siglo XX. Pero, para influir, para formar opinión, las mujeres no son elegidas por los directores y dueños de los periódicos y medios audiovisuales.

Conclusiones

Los medios de comunicación son espejo de la sociedad en la que viven a la vez que inductores de estados de opinión en una retroalimentación que no hace de la prensa un cuarto poder precisamente, sino un altavoz representativo e incluso anunciador de realidades futuras, por ello es importante conocer qué piensa el medio que se consume y quienes allí opinan.

La influencia de los géneros de opinión se manifiesta cuando llegan a un grupo de lectores que tienen poder de decisión, libertad de actuación y claridad ideológica. Para ellos, estos textos se escriben muchas veces buscando generar polémica. Esa es la razón de que puedan ser capaces en ocasiones de desencadenar hechos en la vida política, económica y social de un país.

La política de opinión está presente en todo el periódico. El artículo editorial es la voz que juzga, reclama, aprueba, ensalza o rechaza hechos y personajes con una base ideológica indiscutible, por lo que constituye un verdadero parlamento diario de esos influyentes representantes sociales que



son los periódicos y periodistas. Representantes no electos, aunque sí sintetizadores de posiciones ideológicas mayoritarias.

En este camino a un país democrático y con justicia, los medios de comunicación deben jugar un papel plenamente establecido, no parcialmente, sino cumpliendo con sus dos grandes deberes que son la de informar y la orientar para lograr uno de los más grandes objetivos que es el de ensanchar las libertades del hombre.

Bibliografía

- Buendía, Manuel (1996). Ejercicio periodístico. México: Ed. Fundación Manuel Buendía.
- Benito, Ángel (2001). Diccionario de periodismo. Madrid: Ed. CESMA.
- Casals Carro, María Jesús (2005). Periodismo y sentido de la realidad. Teoría y análisis de la narrativa periodística. Madrid: Ed. Fragua.
- Martínez Alberto, José Luis (1998). Curso General de Redacción Periodística. España: Ed. Paraninfo.
- (1998) Manual de estilo. México: Ed. Proceso.
- Santamaría Suárez, Luisa y Casals Carro, María Jesús (2000). La opinión periodística. Madrid: Ed. Fragua.
- Periódicos de diciembre 2008, enero, febrero y marzo del 2009 de: El Universal, Milenio, Reforma, Excelsior, La Jornada, El Financiero.
- *Proyecto de investigación apoyado por el Fondo de Apoyo a la Investigación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.

Sobre el autor

Lizy Navarro Zamora. Doctora por la Universidad Complutense de Madrid. Actualmente labora en la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y el proyecto fue financiado por el Fondo de Apoyo a la Investigación de la misma Universidad. lizy@uaslp.mx.



Los periodistas culturales: Una identidad anómala

Eduardo Andi3n
UNIVERSIDAD AUT3NOMA METROPOLITANA

Resumen

A partir de una investigaci3n cualitativa entre periodistas, se esboza en este texto, la forma que en M3xico se alcanz3 una peculiar identidad profesional alrededor de la pr3ctica del suplemento cultural y que luego pas3 a la de las secciones especializadas en cultura de los diarios. Se trata de mostrar lo que los propios periodistas y escritores perciben como «ser periodistas culturales». a trav3s de algunos testimonios de la formaci3n e ingreso de los individuos en el campo del periodismo cultural durante el periodo en que se levantaron las entrevistas, de 1999 hasta el 2002 llamado de la transici3n. Se enfatiza la dimensi3n de «los procesos de subjetivaci3n campal», la conformaci3n del habitus espec3fico, y su incorporaci3n como disposiciones profesionales, en especial el habitus de los periodistas de la fuente de cultura y el valor que otorgan a su espacio de actividad informativa, sus afanes y vocaciones respecto al mundo social del arte y la cultura.

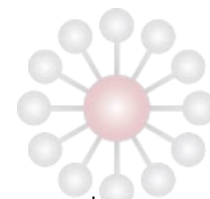
Palabras clave

Periodistas culturales, campo art3stico-cultural, vocaci3n profesional, mediaci3n simb3lica, historia de la prensa.

En este texto busca a grandes rasgos caracterizar lo que los mismos periodistas entienden como «ser periodistas culturales». Se esboza con ello la forma que en M3xico adquiri3 una peculiar identidad profesional, alrededor de la pr3ctica de la informaci3n cultural en los suplementos. Se presentan testimonios del desarrollo y la forja de los individuos periodistas en el campo del periodismo cultural durante el periodo en que se levantaron las entrevistas, de 1998 hasta el 2002. Se cubri3 la dimensi3n llamada de «los procesos de subjetivaci3n campal», es decir la conformaci3n del habitus espec3fico, y su incorporaci3n como disposiciones profesionales, en especial el habitus de los periodistas de la fuente de cultura. En palabras llanas

se trata sobre la manera en que los periodistas de la cultura entrevistados nos cuentan c3mo llegan a serlo y del valor que le dan a ese logro en un marco de la evoluci3n del periodista en el espacio social de la producci3n cultural.

Se bosquejan los atributos de la creencia b3sica (lo que Pierre Bourdieu llama la «ilusio») de la esfera de sus actividades, o dicho de otra manera del inter3s cohesionador y los preupuestos que sostienen la cooperaci3n antag3nica de estos agentes comunicadores, el valor que otorgan a su espacio de actividad informativa, sus afanes y vocaciones respecto al mundo social del arte y la cultura. Se hace hincapi3 en que se trata de encontrar en



su problemática social aquellos elementos de la evolución del campo de la producción cultural en México que han incidido en esa subjetivación profesional. No tanto de hacer una descripción completamente «etic» de la actividad y la profesión en sí misma, sino comprenderlo en una esfera más amplia.

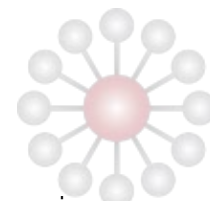
Los llamados periodistas culturales fueron identificados, como aquellas personas que trabajaran en un diario de la ciudad de México, en la prensa escrita y escribiendo sobre las actividades culturales, ya bien fuera en las secciones correspondientes o en algún suplemento cultural en particular. He utilizado las entrevistas que se hicieron a todo lo largo de la investigación desde 1996 hasta 2002. El protocolo de recolección de los datos pertinentes en las entrevistas realizadas inquirieron entre otras dimensiones, por sus modalidades de acceso, acerca de sus ideas y la adquisición de los esquemas de acción y apreciación e para su quehacer periodístico. Todo ello guiado por la concepción de Bourdieu de la díada conceptual Habitus-Campo, advirtiendo que es en otro artículo donde se expone una fundamentación más extensa de la pertinencia de su aplicación (Andión 2006 b).

Por otra parte en el artículo “Intermediario, mediador y periodista cultural” (Andión 2004) se indica que entender el habitus del periodista de la cultura conlleva insertarlo en el problema más amplio de la mediación cultural y sus agentes sociales e instituciones. En aquel texto se elabora una elucidación conceptual de esa cuestión y se alcanza una proposición admisible que permite trabajar más nítidamente a los periodistas culturales en el campo de la producción cultural como intermediario. La proposición sostiene que el periodista cultural (tanto el escritor/periodista como el reportero

cultural) se comprende, dentro de los conceptos Habitus/Campo, como un agente situado en una posición fronteriza y lindante entre el campo cultural y en el espacio social, que realiza un trabajo de acercamiento y familiarización sobre todo con la “alta cultura” y produce información para un público específico interesado aunque no experto. El periodista cultural como mediador abreva y oscila entre los dos campos de producción cultural: el restringido y el de la gran producción, componiendo variados “dispositivos de contacto” entre estos universos separados, y actualmente en constante intercambio y contagio mutuo.

En las entrevistas se observó un registro de posturas que iban desde la existencia de vocaciones rotundas, ya bien fuera por el periodismo, ya sea por la literatura y el arte. O bien se dibujan mezclas diversas entre las dos posturas: la de la voluntad de ser un escritor de narrativa de ficción o de reseñista de las artes, y la inclinación de escribir textos periodísticos, sin ficción, la también llamada «narrativa seca» (Blanco, 2000).

A los ojos de los periodistas plenos ambas formas textuales, al parecer, son irreductibles. Aunque para algunos de entre los aspirantes a una práctica artística, se trata de un espacio de experimentación expresiva, de la hibridación literaria que ensayan algunos narradores y poetas. Este hiato viene de lejos, tal como lo relata Felipe Gálvez en su semblanza del gran periodista y entrevistador Angel Pola: “No sé lo que es literatura. Nunca fui literato; mi ambición plenamente satisfecha fue ser reportero. Iba por la noticia adonde creía encontrarla”. Con esa desnuda sinceridad habló Ángel Pola a la prensa el 6 de marzo de 1944 (...) cuando recibió la medalla como el Decano de los periodistas nacionales” (Gálvez 2001: 169). Sergio González



Rodríguez, escritor y miembro del consejo editorial del suplemento cultural del diario Reforma, abunda en la diferencia entre literatura y periodismo, en el prólogo que le escribe a Patricia Vega, esa poeta que desembocó en periodista cultural:

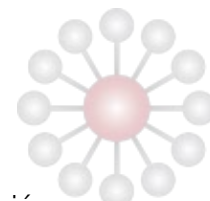
Bajo la creciente complejidad en la esfera de las comunicaciones colectivas, el periodismo construyó su autonomía en términos de una tarea productiva y de propósito escritural. Crecieron así sus exigencias como en cualquiera de las especializaciones profesionales. Pero en el trasfondo de tal proceso no ha dejado de latir su vieja discordia con la literatura, al grado que se tiende a establecer entre ambos territorios un aislamiento o unos límites--bastante flexibles y no poco espectrales, aunque eficaces-- que terminan por trazar una serie de valores, prestigios y comportamientos particulares de índole excluyente, a saber: el periodismo o la literatura, pero pocas veces ambos. El primero contaría a su favor la iniciativa y la intuición, la rapidez y la exactitud. La segunda se caracterizaría por la prudencia y el tino reflexivo, el saber y la profundidad. (Sergio González en Vega 1996:21)

Esta dualidad en la naturaleza del periodismo cultural se ha visto reflejada en muchas de las entrevistas que realizamos. Atravesada por otros ejes como los de valor de la formación escolar del periodista o la capacitación en el sitio de trabajo, la polaridad entre saber y saber hacer que se traduce en los periodistas culturales como desdén por los periodistas reporteros.

Cabe aclarar que en la revisión de la formación y adiestramiento de los «periodistas culturales», se exploró la posibilidad de formular una «trayectoria modal» en el espacio de los posibles periodísticos de los periodistas de la cultura entrevistados. Es

decir que en el campo periodístico las inserciones o ingresos, los accesos y las trayectorias dentro del mismo son múltiples, por lo que se trata de encontrar las semejanzas entre los recorridos y los hitos, de manera similar a un común denominado entre clases de rutas y hasta de salidas del campo. Este ángulo de acercamiento favorece la comprensión del surgimiento o construcción de las jerarquías aceptadas y reconocidas entre los mismos periodistas culturales y los escritores-periodistas. No será pues inútil más adelante (aunque no en este ensayo), intentar una tipología de los periodistas culturales mismos, en sus variedades de ingreso y rutas dentro del espacio de las actividades periodísticas. Pero también cabe considerar que su cantidad tampoco es demasiado grande para que logren tener un peso específico en la dinámica del campo periodístico en su conjunto. Más bien sería desde la posición dominante en el campo de producción cultural (académico, literario o editorial), con el peso de los capitales específicos del campo intelectual, que se puede gravitar de manera considerable en el cambio de la valoración de las apuestas, en el prestigio que se adquiere y el reconocimiento intelectual que les es asequible.

Los periodistas en general han tenido problemas en su identidad y autoreconocimiento y por lo tanto dificultades para unificarse en sus reivindicaciones económicas y hasta jurídicas. Aunque se reconozcan como gremio en sus demandas laborales --más bien de orden defensivo y simbólico que proactivo y efectivo --, y se arropan en un efecto corporativo como lo testimonia una frase oída varias veces: «Perro no come perro», es decir que se reconocen como miembros del mismo gremio y como tales es necesario restringir una crítica a los miembros. Tal actitud es más frecuente entre



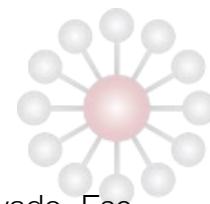
antiguos periodistas que entre los nuevos profesionales surgidos de las facultades de periodismo de las universidades y cuyos criterios están más vinculados con el mérito de los capitales escolares, la ética, calidad y excelencia de la profesión. Hay por tanto un tránsito en los esquemas de valoración de la mera pertenencia al gremio, a la del mérito y competencia culturales adquiridas en el sistema educativo superior. Entre las referencias que abordan este fenómeno destacan los trabajos de Bernard Zarca, sobre todo en *Identite de metier et identite artisanale* donde recupera el término de *fratría* con todo su contenido: de cómo influye en la trayectoria personal, en una conciencia difusa de su ser colectivo y una definición de la identidad sostenida en sus competencias prácticas, en el oficio, y también en una presunta inclinación innata (talento) que no puede ser enseñada sino apenas detonada. (Zarca 1988, 1976)

La identidad del oficio dio entonces paso a una identidad profesional que tiene que probarse, remontando incluso la instrucción formal que proveyó la universidad, sobreponerse a la deformación que realiza la escuela. Esta preocupación por una ética del oficio que estuviese ligada a la práctica profesional, que involucra la credibilidad y calidad de su trabajo, permite y ha impulsado, como mecanismos de compensación, que surjan, aunque efímeras, constantemente publicaciones dirigidas a los periodistas, desde el desaparecido *Kiosko* de Humberto Mussachio, hasta el giro de línea editorial de etcétera dirigida por Raúl Trejo Delarbre más política cultural y académica y ahora cuando cambió la dirección, hacia el nicho de los comunicólogos y profesionales de la comunicación. Los ejemplos más palmarios son los de la *Revista Mexicana de Comunicación* de la Fundación Manuel Buendía y de la revista *Zócalo*, como tribunas es-

pecializadas en los medios de comunicación y sus agentes, donde los propios practicantes y académicos tienen un espacio en el que se discute y se critican los aciertos y vicios de la práctica del periodismo y la de los distintos trabajadores de la esfera de la comunicación social. Hubo también internos de la *Fraternidad de Reporteros* en tener su propia revista pero no fructificaron. Y actualmente a través de la Red, han permitido que proliferen en una serie de sitios como *SaladePrensa.org*, *Periodistas en línea*. Los blogs coyunturales como el recién citado *Encuentro de periodistas*.

Entre los entrevistados apareció también el asunto de la vocación, considerada como una inclinación natural. A ése rasgo se le considera como uno imprescindible y al que se le relaciona fuertemente con la perseverancia que requiere la actividad, pero también con el tesón y empeño en la labor misma que es tan esforzada hasta la abnegación. Un periodista mexicano Raymundo Riva Palacio lo describe de forma colorida cuando escribe: “Quien se dedica al periodismo no trabaja tanto por el dinero. Trabaja para su medio, al que le da su tiempo, su salud, su cerebro, sus horas de sueño, sus horas de alimento y a veces hasta su vida para sacar noticias con ello, y cree que el sol sale únicamente para que los hombres tengan luz para leer lo que escribí” (1995:20).

Frente a tal nota de necesidad, la educación formalizada se considera secundaria al talento verdadero, que en cambio ya se trae, de manera muy semejante a la noción de genio. Esta opinión, como una *doxa* sostendrá también que el periodista se hace, pero no precisamente en las escuelas de periodismo, sino más bien en el fragor del trabajo, en el sitio mismo de la fabricación de las noticias y las



informaciones. Esos prejuicios oficiosos de los periodistas sostendrían que sólo se aprende el oficio sobre la marcha, además que en las escuelas se llega a deformar ese talento innato.

Como también lo ha señalado reiteradamente Gabriel García Márquez, quien piensa que aun con todo y el trabajo diario, las posibilidades de la escuela, el saber del oficio es transmisible, pero la chispa, la intuición del periodista reportero, esa pasión se trae. García Márquez en su habitual postura afirma: “Los reporteros se hacen en la universidad de la vida y es ahí donde logran su maestría en el conocimiento y la cultura, y su doctorado en la calle, entendiendo la humanidad que los rodea.” Y añade “Pero es necesario y pertinente que no olvidemos que impreso en rotativas, propagado en ondas hertzianas o plasmado en páginas de la red de redes, el periodismo no deja de ser, esa pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad”.

Desde una perspectiva sociológica tomas de posición como las que sostienen la idea un ingénilo talento de reportero con el que se nace, no serían sino la expresión de un discurso naturalizante, que trata de desacreditar los capitales escolares adquiridos por los agentes que recién llegan, descalificaciones que se hacen desde la posición de antigüedad o de dominancia dentro del espacio de trabajo periodístico. Al capital cultural específico en su estado incorporado, del periodista que se ha hecho en la práctica, se le opone el capital escolar en su estado institucionalizado en forma de título universitario, de años cursados en la escuela. En el caso de la postura de la escuela de la vida, será la de privilegiar antes que todo los resultados, los productos del arte del periodismo, en la terminolo-

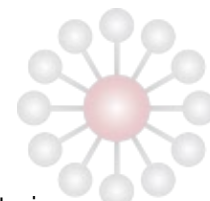
gía bourdeana, del capital cultural objetivado. Ese es por tanto un eje de oposición, que aun ahora que la población de muchos redacciones es la de los egresados de escuelas de periodismo tensiona los principios de valoración de los productos del trabajo y las oportunidades de acceder a los puestos dentro de los diarios.

Hay además una tercera posición la que condensa y media a través de una definición más amplia de escritor y de escritura. Esta postura se encuentra sobre todo entre los periodistas culturales y quien mejor la expresado es José de la Colina para quien lo que une al escritor con el periodista es la actividad misma de la escritura “Yo creo que no hay diferencia entre periodista y escritor. Decir «periodista y escritor» es una cosa estúpida. Si alguien se expresa a través de la palabra escrita, es un escritor.”

En el tema de la evolución del oficio a la profesión, Rogelio Hernández afirma que la profesión de informador tiene una fecha bien reciente de creación, puesto que esta actividad, aunque ya estabilizada a fines del siglo XIX era accesible a cualquiera que escribiese en los periódicos: bohemio, político, escritor o artista. (Hernández 1998:58). Sin embargo con esa capacidad mínima no se considera que se fuese realmente periodista. Y quien primero lo detectó fue el periodista norteamericano Joseph Pulitzer, por lo que se propuso fundar una escuela de periodismo para complementar las competencias requeridas para ejercer el oficio y con eso elevó el prestigio y el estatus de su practicantes.

2. LOS AMBIGUOS ATRIBUTOS SOCIALES DEL PERIODISTA

(...) date cuenta de lo que era la contradicción de ser periodista y universitario, uno sentía que la úni-



ca aspiración digna era o entrar a primera sección, es decir política o finanzas, tal y tal, o entrar a las revistas literarias de entonces, las revistas culturales que había muchas.

(Gustavo García, periodista y crítico de cine, 2002)

El periodismo culto es el periodismo que han hecho no los periodistas, sino la gente de la cultura que tomó en los periódicos una vía de comunicación. Los periodistas son gente sin instrucción alguna (Huberto Batis, director de Sábado, 1998)

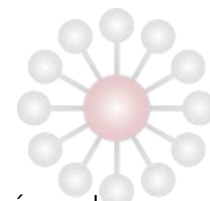
Será que todo reportero guarda en su interior la obsesión de escribir un libro y profundizar más en la materia con la que trabaja cotidianamente, tener algo que perdure, que sobreviva a la fugacidad de la noticia. (Aurelio Laureiro en Leer sept02)

La oscilante estimación a los periodistas y de su actividad es persistente. Arturo Pérez Reverte --un periodista que alcanzó un sitio en la Real Academia de la Lengua Española-- había expresado que “el periodismo no es un apostolado, ni un sacerdocio, es un oficio que hay que desempeñar con dignidad, (aunque le digan a uno que es uno miembro de un club de zopilotes).Somos una especie de buitres pero también otras cosas y cuya vida se ve afecta por las tres “D” desequilibrados, divorciados y dipsómanos”.

Se plantearon las distintas maneras en que fue desenvolviéndose la noción misma de periodista. El periodista alterna entre el completo desprestigio y el renombre de intelectual popular y valiente delegado de la defensa del pueblo. En su aspecto más despreciable tal y como me señaló el presidente de la Fraternidad de Reporteros, el alcoholismo es una enfermedad profesional. En la parte más abyecta

se propone esta autodescripción, con esta imagen llena de desprecio proyectado sobre sí mismo de Rafael Cardona. Esta descripción se encuentra en su libro el Espejo de los días, primero habla la de pobre diablo y luego de un fracasado

“Llenos de equívocos, balanceados entre opulencias efímeras y ajenas -cenar, banquetes, invitaciones, salones palaciegos, catedrales y aviones de primera clase- y las estrecheces económicas y morales -bajos salarios, importancia personal relativa, dependencia total del medio para el cual se trabaja, escaso reconocimiento social, auto denigración, neurosis, alcoholismo, vagabundería mental, pereza cultural, barniz de todo, sustancia de muy poco- los periodistas fueron desapareciendo como los antiguos personajes de aquel cartón inmemorial de Abel Quezada: el hombre enjuto macilento, lustroso de trajes y pelambre, escualido como una silueta y detenido por las horquetas de su evidente condición famélica. La advertencia de Don Erasmo Castellanos Quinto nunca fue escuchada: “Estudien, jóvenes, para que no acaben de periodistas” (...) Dipsómano, abandonado, sin baño ni afeitada, el periodista trastabillaba en el despeñadero de sus irresponsabilidades: el director del diario la había mandado para escribir crónicas acerca del hombre más famoso del mundo -en esos días- y su viaje de bodas a Acapulco: Henry Kissinger se paseaba rodeado por el capullo de acero de sus escoltas, el periodista sucumbía al hastío tropical y al tequila (...) horas enteras de charla moquenta con el viejo borracho.--me vienes a quitar, ya no sirvo, ¿verdad?. Tú eres joven y eres bueno, eres bueno, ¿Verdad? Hipaba, bebía más y se consolaba: siquiera mandaron a uno de los míos. ¿Sabes?, somos como el mamut: nos estamos extinguiendo... y tu, tú te vas a extinguir igual... el legendario mamut.” (:39)



Estas dolorosas imágenes de un oficio tan exigente, sin embargo tiene también su aspecto gracioso y agudo como puede leerse en una anécdota del periodista Joseph Pulitzer:

En el otoño de 1902 Pulitzer estaba preocupado por la atonía del periódico y llamó a Seitz, encargado de organización y finanzas, para charlar al respecto. Su hombre de confianza le explicó que la gente estaba cayendo en la rutina y era preciso agitarla un poco, para lo que sugería realizar cambios de puestos. Pulitzer con su penetrante mirada desde lo alto, contestó: «No creo que sea esa la razón. Pienso que es porque nadie en la redacción es bebedor (...). Cuando yo estaba allí siempre había algún borracho y hacíamos un gran periódico. Tome el próximo tren y encuentre en Nueva York alguien que beba y contrátele» El subordinado cumplió la orden y halló a Esdail Cohen que había sido expulsado por borrachín del diario de Hearst “debido a la misma vieja cosa de siempre, no puedo dejarla” «Fantástico tengo trabajo para ti» dijo feliz Seitz. Lo curioso del caso es que el remedio funcionó” (Sánchez Aranda, 1998)

Estos retratos y esta condición de auto desprecio son comunes y se combinan con una práctica de frecuentar los bares y cantinas cercanas a los periódicos. Donde la camaradería y la conversación sirve para desconectarse del tráfigo intenso del la jornada de trabajo periodístico. Como lo cuenta el mismo Manuel Blanco en el libro de Cesar Güemes La ciudad de Hierro (recopilación de lo que fue una columna de El Financiero que se llamaba Mi Barrio), luego de recordar su barrio de infancia y juventud Manuel Blanco recuerda a propósito de su trabajo de periodista que:

(...) desde luego, en buena medida, el barrio de muchos de nosotros está en esos espacios lle-

nos de hechicería y amigos: los bares. Así que los periodistas de El Nacional nos íbamos al SALÓN PALACIO; los de El Universal a LA REFORMA; los de Excélsior a LA MUNDIAL, y los de La Prensa al Bar Chapultepec. (...) En ocasiones todo el grupo nos encaminábamos hacia las calles de Soto y Av. Hidalgo, a pasar los sábados con la sabrosa charla de Polo Duarte, en Libros Escogidos, al ladito del El Golfo de México, viejísima cantina que desapareció con la construcción del centro Banamex (...) De esos tiempos fueron compañeros Jesús Luis Benítez el ‘Búker’, Parménides García Saldaña, Jorge Meléndez y Gerardo de la Torre (...) En la barra atendá el mejor cantinero que me ha tocado en suerte conocer. Un verdadero fregón: Genaro Cantinero profesional: psicólogo, enfermero, poeta, amigo y siempre de buen humor.

Abunda sobre esto la de Kapuscinski, en su libro de reflexión sobre el carácter ético en el que se fraguan los periodistas, Los cínicos no sirven para este oficio:

Hace unos veinte años, en mi país se planteó el problema de crear un fondo de pensiones para los periodistas, ya que se supone que la jubilación debe llegar al final de todas las carreras profesionales. En el sindicato de periodistas llegamos a la siguiente conclusión: que era un problema que no se podía afrontar, puesto que en nuestra categoría casi nadie llega a la jubilación. Es ésta una de las características de nuestra profesión, una profesión hecha de constante estrés, de nerviosismo, inseguridad y riesgo, y en la que se trabaja día y noche. Por tanto, en la que se envejece pronto y pronto se sale de escena. De mi generación, poquísimos compañeros aún siguen vivos. Algunos se han jubilado tranquilamente, pero de los que empezaron conmigo, ninguno sigue todavía en activo.” (2002:54)



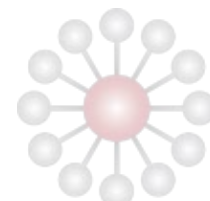
Para Raymundo Riva Palacio también se da una atribución desacreditada: “la profesión periodística no es la más estimada en las diversas sociedades del mundo. La mexicana no es la excepción. Suele considerársele un ‘mal necesario’ entre los que toman decisiones. Los estereotipos ubican al periodista con un perfil muy negativo, lo cual repercute en su credibilidad y en su trabajo. En 1987 en una encuesta nacional (...) solamente el 37 % de los mexicanos creía en la prensa.” (Riva Palacio, 1995:25)

Todavía hasta los 60 el reclutamiento de los periodistas se hacía de agentes con preparación escolar incompleta o ‘desgarrada’, o bien se capacitaban “in situ” y bajo el modelo de aprendiz, oficial, maestro. Para Walter, Lippman el periodismo ya no era una actividad para autodidactas o aficionados arrastrados a estas playas desde otros campos de la actividad humana.” (en Martínez Albertos 1989:170). Un perfil publicado por el periodista mexicano José Luis Martínez en su columna “La vieja Guardia” de un periodista decano Jesús M. Lozano recrea su reclutamiento, a partir de una entrevista de 1997:

Sus recuerdos lo conducen al esplendor de la vieja guardián del periodismo mexicano. Al hablar de sus amigos y compañeros de oficio recrea las atmósferas los ambientes de una generación que rindió culto a la bohemia sin abandonar sus deberes profesionales ajena a los boletines de prensa y en la cual ganar la exclusiva representaba el anhelo cotidiano. Don Jesús rememora el comienzo de su carrera en el periódico de espectáculos Respetable Publico cuyo director a cambio de un pago casi simbólico entregaba a los redactores credenciales para que pudieran entrar gratis al cine y al teatro y escribir las reseñas o críticas...luego pasó al diario

La Tarde...publicación patrocinada por el director del departamento autónomo de prensa y publicidad creado por el gobierno cardenista par censurar a la prensa”. (Milenio 31 de diciembre 2000)

Como es evidente la capacitación para la práctica periodística en los años treinta era resultado de un aprendizaje sobre la marcha y a cambio de ciertas prebendas. Es obvio que se pensaba en la prensa como una herramienta del dispositivo gubernamental. Hay mas ejemplos de esta informal manera de integrarse a las filas del periodismo, pero baste con la siguiente viñeta para ilustrar los métodos de selección de personal de aquella época: “Conocí a Rodrigo de Llano cuando llegó a pedir una oportunidad en Excélsior en 1942 y ahí escuché la advertencia del director del diario: ‘¡Si sirve se queda, si no se va!’”(Columna “La vieja Guardia” Milenio diciembre 2000). Hay también que considerar que con el tiempo se han incrementado los precios de ingreso a los campos de producción en términos de capital cultural institucionalizado es decir en forma de títulos y acreditaciones pero no era una requisito y absolutamente necesario en el periodismo. Berta Hidalgo recuerda su primer trabajo en 1947 junto con Julio Scherer, Manuel Becerra Acosta Jr. y Alberto Ramírez de Aguilar en el diario radiofónico El mayo transmitido por XEB. Y recuerda que fue Manuel Becerra Acosta Sr., quien ayuda a funcionar a la Universidad Femenina y la incipiente carrera de periodismo (Hidalgo1995). No puede olvidarse que en muchas ocasiones la entrada a la esfera se da por caminos realmente inesperados como en el caso de Gustavo García: ¿Que cómo entro al periodismo? Mira, mi noviciado fue una revista maravillosa que era de desnudos artísticos, entonces era chingón porque nunca te leía nadie, cabrón. En donde empezamos un



montón, o sea, ahí empezó Pepe Buil, ahí entró Miguel Ángel Morales, ahí entro Rafael Vargas que acabó de poeta, Arturo Trejo que también acabó de poeta, Sergio Monsalvo que ahora hace crítica de jazz. Entramos a trabajar porque nadie quería trabajar en esa revista, era del papá de un compañero de la Facultad (Entrevista a Gustavo García; 2002/Ortiz)

La segunda pregunta que se siguió como línea básica de indagación consistió en identificar los rasgo del modo que se han formado esta clase de agentes informadores encargados de la divulgación de la esfera de la cultura. Una posibilidad de abordaje ha sido la sostenida por los sociólogos de la comunicación y de la producción periodística según la cual hay que preguntarse: ¿qué produce? La forma acabada de producto del discurso informativo que elaboran estos agentes es la noticia. Para Gonzalo Abril (1997:304) es el enunciado de un acontecimiento. El planteamiento de Gonzalo Abril trata la cuestión entre la información como esfera pública y la actividad dentro de marcos institucionales de la producción informativa. Señala la existencia de culturas profesionales y distingue lo que llama el credo del periodista y sus convenciones. Abril desarrolla la idea de la conformación de un discurso de prensa, dentro del cual el sitúa al «ecosistema mediático». Gonzalo Abril desarrolla lo llama La noticia como producto social resultado de las rutinas productivas. Esto último es en realidad lo que se llama la dinámica de la intermediación (Charaudeau, 1988).

Ahora bien la cuestión aquí en el espacio de los periodistas consiste sobretudo en si es posible conceptualizar a los agentes tal como se representan a ellos mismos. La aproximación principal ha

sido la de dejarlos hablar y oír lo que dicen acerca de su identidad personal y gremial. Lo que define su identidad se sostiene en su actividad, consiste en hacer-saber, es decir en elaborar enunciados sobre el mundo (mediación) para difundirlo por los media. En lo que Gomis (1999) y otros autores llaman la construcción del presente social. La conceptualización de los investigadores de las prácticas periodísticas se ha hecho sobretudo en relación con su actividad de fabricantes de noticias.

Ahora bien en los trabajos descriptivos e ideográficos que tratan tal perspectiva ha emergido muy claro que la fabricación de la noticia no es de una autoría individual sino es agenciamiento colectivo de enunciación (Charaudeau 1988, González Molina 1990). Tal comprobación ha llevado a considerar los distintos ritos que llevan a cabo los periodistas (Breed 1972, Tuchman 1983). Rituales necesarios porque la información que fluye y se produce en el sistema de información de una sociedad requiere de ciertas certidumbres. Los críticos de los periodistas señalan tales rituales como inercias que impiden al periodismo cumplir con su función de investigación y fiscalización. (Waisbord 1998, Riva Palacio 1998). Para otros investigadores como Accardo (1995) esa característica resulta en lo que junto con Bourdieu llama una condición de desdicha, la llamada miseria de posición Bourdieu lo señala de este modo en Miseria del mundo :

Si hay evidencia que hay muchos periodistas desdichados, es conveniente considerar que su sufrimiento es menos la consecuencia de una condición material miserable (...) que la expresión de esta miseria de posición, observable hoy en numerosos campos sociales y que afecta generalmente a todos aquellos que ocupan una posición inferior



y oscura al interior de un universo prestigiosos y privilegiado (...) No hay experiencia de la posición ocupada en el macrocosmos social que no esté determinada o, al menos no sea modificada, por el efecto directamente experimentado de las interacciones sociales dentro de esos microcosmos sociales: oficina, taller, pequeña empresa, vecindario y también familia extensa. “El Contrabajo” de Patrice Süskind, brinda una imagen particularmente lograda de la experiencia dolorosa que pueden tener del mundo social aquellos que, como el contrabajista dentro de la orquesta, ocupan una posición inferior y oscura en el seno de un universo prestigiosos y privilegiado, experiencia tanto más dolorosa, sin duda, a causa de que este universo, en el cual participan apenas lo suficiente para sentir su descenso relativo, está situado más arriba en el espacio social. Esa miseria de posición referida al punto de vista de quien la experimenta al encerrarse en los límites del microcosmos, está destinada a aparecer, como suele decirse, “completamente relativa, esto es, completamente irreal, si al asumir el punto de vista del macrocosmos se la compara con la gran miseria de condición; referencia cotidianamente utilizada con fines de condena (no tienes que quejarte) o consuelo (sabes que hay quienes están mucho peor) quien está situado” (Bourdieu 2000:10)

Sin embargo esta miseria de posición solo se ve en ciertos periodistas sobretodo los que no se formaron escolarmente. En ese sentido el caso del periodista Salvador Gómez encargado de la sección Escaparate del entonces todavía existente El Heraldo es peculiar “el testimonio de Salvador Gómez, el director de la sección, es especial, empezó como office boy estudió sólo un año de periodismo y para él no importa la capacidad, sólo

“se necesita valor y mucho ánimo” y además “no tiene tiempo para leer las otras secciones culturales” (Entrevista /Anaya et al. 2001).

La empresa periodística con sus mesas de redacción y sus jerarquías entre los aprendices, oficiales y maestros, funcionó como escuela durante una gran parte de su historia inicial, inserta en la misma imprenta o taller, como escuela-industria y se le atribuyó como la instancia legítima de inculcación de los esquemas de valoración propios de la actividad del periodismo. No había una enseñanza específica, formal y planeada de las habilidades necesarias para ejercer el oficio de periodista. En la misma biografía de Pulitzer y de otros periodistas se confunden seguidos los empresarios de las imprentas, los políticos buscando encontrarse en el espacio del debate público y la actividad de información.

Como señalamos al principio no fue sino hasta la institución de la escuela de periodismo de la Universidad de Columbia impulsada por Joseph Pulitzer que la educación del saber-hacer periodístico se escolariza, es decir se objetiva para su transmisión el capital específico del campo de producción periodística. Walter Lippman decía en 1922 “Hasta hace pocas generaciones el periodismo era un oficio menor que podía aprenderse practicando en la redacción de un periódico. Así como el periodismo es consecuencia de su necesidad orgánica en una gran sociedad, así también consecuencia directa de ello es su profesionalización. El periodista se ve cada vez más compelido a observar y respetar el cuerpo de saber organizado que posee el especialista de cualquier campo” (Martínez Albertos, 1989:172)



El paso del oficio cuasi artesanal al profesional asalariado es una característica usualmente pasada por alto, puesto que el oficio de periodista ha sido una “profesión” hecha dentro de la empresa de prensa. Gaye Tuchman (1983) ha señalado esto de manera que explica el modo en que los periodistas como profesionales se fraguan en las entrañas de sus empresas periodísticas y siguiendo sus lineamientos. Tanto Tuchman como Breed enfatizan la relevancia de la experiencia dentro el diario como una parte fundamental en la instrucción de las normas de la actividad y las llamadas rutinas de producción (Lozano 1995) y que marcarán los estilos de periodismo que realizarán en su práctica profesional y que llega a ser una marca de identidad en el espacio de los posibles estilísticos de los periodistas.

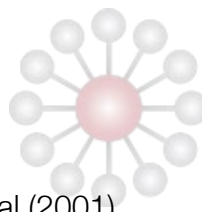
Así María Rivera, reportera de eventos especiales de La Jornada, se sinceraba diciendo que su estilo de escribir le parecía a veces incongruente con el de sus compañeros porque le reprochaban que le ponía demasiado “color”. Ella se había “hecho” en Guadalajara, en un periódico que consideraba tenía “estrategias de redacción y diagramación más modernas” y por ello recibía comentarios de sus colegas de La Jornada que creían que sus textos eran “un poco frívolos y ligeros”. (María Rivera, reportera Jornada/Entrevista Andión, 1998)

Contrastando con esta discrepancia entre la formación y el producto esperado, Ernesto Herrera del entonces suplemento cultural de Novedades, cuenta sobre esta predisposición hacia la avenencia con la publicación. Producto de la visita asidua a las páginas de los suplementos o al diario mismo, esta consonancia previa, es buscada en el reclutamiento de los colaboradores de los su-

plementos cuando se inquiriere sobre si conoce y si ha leído y durante cuanto tiempo el suplemento. De modo que lo que pareciera así una afinidad electiva, era en realidad “una afinidad construida por la frecuentación y la familiarización con el estilo y los temas del suplemento al que yo solicitaba entrar a trabajar” (Ernesto Herrera, suplementista, Semanario-Novedades, Entrevistado por Anaya y Meraz 2000).

Se justifica así la idea según la cual el periodista nunca ha tenido una profesión liberal y personal y que por lo tanto está ligado fuertemente a la empresa que le da cabida. El prestigio individual de autor sólo se da en el caso de ciertos periodistas que han hecho de su estilo de reportear y presentar su información, el trampolín de su fuerza como líderes de opinión, y en algunos casos ello da cabida a que se puede dar un cambio en el estatuto de su contrato. Hasta llegar a la televisión donde ciertos periodistas pueden singularizar por su presencia e ‘imagen’ en pantalla de los noticieros y ya no son intercambiables. Su valor mediático esta fundado tanto en su fotogenia como en el efecto en su notoriedad y prestigio, es decir han acumulado el suficiente capital simbólico como para tener nombre propio y no sólo el de la empresa periodística para la que trabajan. Se tiene un nombre propio periodístico cuando no requiere de apellido de la empresa informativa. Esto no quita que ciertos diarios o empresas informativas tengan por política el no publicar los nombres de sus redactores y reporteros.

La misma dinámica laboral borra cualquier pretensión excesiva en las autorías individuales, aun firmando las notas. Por que como lo señala Martínez Albertos “un periodista profesional sabe que él nunca es la única instancia para la elaboración



de un mensaje informativo” (Martínez Albertos, 1989:152). Es decir la secuencia por la que pasan las revisiones del texto o nota periodística depende de la organización de la redacción de cada periódico: “La elaboración de un relato periodístico supone una segunda supervisión”, como parte necesaria de las políticas de la redacción. Al fin de cuentas el texto periodístico es en realidad una fabricación de múltiples manos. Una falla en tal control y supervisión puede llevar a una pérdida de la credibilidad de la sección o del periódico en su conjunto y en los últimos años el relajamiento en la disciplina del control ha sido motivo de descréditos y despidos en diarios norteamericanos. Este aspecto es sintomático de un ethos del periodista profesional que fue sintetizado como el de un emisor no-intencional, en contraste con la intencionalidad del autor del relato, del comentario o la opinión donde se muestra en las marcas discursivas y en el pacto de lectura que propone con sus estrategias discursivas y textuales. Riva Palacio hace suya la definición de Mark Twain para quien el periodista es alguien que “sale a la calle, mira lo que pasa y lo cuenta con el menor número de palabras” (1995).

De estos planteamientos embrionarios sale la estructura del espacio de los periodistas culturales. Sus rasgos anómalos a veces contradicen a la del periodista ordinario. Cómo se ve a los periodistas culturales, cómo se construyen sus habilidades y competencias, cuál es la imagen de si mismos y sobre todo como adquieren los blasones de jerarquización reconocida, pues la idea de un intermediario en el campo de la cultura es todavía motivo de discusión. ¿Cómo y qué significa un periodista cultural en el campo del periodismo en general? Para el caso mexicano están los trabajos de Cecilia Cervantes (1993, 1995), de Hernández (1997)

de Bellon y Kropfely (1997); De Anaya et al.(2001)

Se ha aseverado que los periodistas culturales como agentes dentro del campo de la producción cultural están mal situados, aunque prestigiosa, y son reconocidos sólo como posición subordinada en relación a los periodistas de la fuente política (Renato Ravelo, 2000 Entrevista por Andiòn). Esto se apoya como una conjetura que se deduce de la postura que varios periodistas mostraron sobre las jerarquías de las prácticas en el ámbito de los posibles estilísticos del espacio de los periodistas. Los propios periodistas culturales pueden afirmar que la práctica del periodismo es una especie de «prostichamba» como lo asentaba el escritor- periodista y Premio Alfaguara 2003, Xavier Velasco ‘Ex-periodista’ como él mismo se autodenominaba al recibir dinero del premio. El periodista cultural como transfuga hacia los campos más prestigiosos de la literatura.

A propósito de ampliar el área de la comprensión, un trabajo de Alain Accardo (1995) en colaboración con los propios periodistas, recoge y analiza las prácticas profesionales y las competencias específicas que movilizan o ponen en juego los periodistas. Para Accardo hay que salir de los límites de los análisis macro sociológicos clásicos y “sin negar las determinaciones estructurales, examinar cómo juegan concretamente en las situaciones vividas por los individuos, para entender la miseria de posición o el efecto “Contrabajista”. Sin embargo hay que ver el otra postura radical desprecio a la propia condición de periodista Pérez Reverte. Tanto en el trabajo del francés Alain Accardo y, en cierto modo también el de Gaye Tuchman (1983) son los propios periodistas quienes hacen un diario de sus días de trabajo y luego reflexionan sobre ello. Parece pues una tentativa por acceder



al sentido común, a la “doxa” de los agentes sin considerarla falsa conciencia o ignorancia. El saber y el saber-hacer de los periodistas se actualiza en situación, es el sentido práctico señalado por Bourdieu (1980). Es un conocimiento incorporado muy eficaz en su automatismo. La eficacia de lo automático es acusada como propia del oficio periodístico que fomenta el pensamiento rápido, puesto que tiene que cubrir el espacio que les fue asignado en las páginas del diario en el tiempo que les alcanza antes del cierre de la edición.

En México, para Raymundo Riva Palacio la definición estricta de periodista puede restringirse solamente a lo que hacen los reporteros:

“Sin entrar en teorías, sino centrándose en lo práctico, reportero o reportera es alguien que ha tenido alguna o varias de las siguientes experiencias: haber hecho una guardia, haber cubierto el sector político, haber sido regañado por sus jefes, haber perdido una nota, haber sido increpado por una fuente de información.”(1995:18).

Requiere todavía explorarse la cuestión que consiste en saber si la experiencia de los periodistas reporteros culturales coincide con esa definición que los identifica más que nada con una manera de trabajar y su producto: la nota, más que en su inserción en el fugaz presente de su sociedad. Si esa identificación además es motivo de lucha con los escritores-periodistas ellos quienes no habrían “perdido nunca una nota”, pero que se orientan a la permanencia de la literatura, de la memoria que guarda lo efímero. Esta pequeña diferencia es el territorio donde se hace el frente de lucha entre estos dos tipos de periodistas y de su actividad anómala en la mediación en el campo periodístico de la divulgación de las actividades del campo cultural. Que actualmente no hace sino acrecentarse

en una sociedad con relaciones sociales fluidas y medios multitudinarios

BIBLIOGRAFÍA

Abril, Gonzalo (1997) Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos. Cátedra. España.

Accardo, Alain et al. (1995) Journalistes au Quotidien: Outils pour una socioanalyse des pratiques journalistiques. Ed Le Mascaret. France.

Andiòn, Eduardo (2006) a “Del esoterismo a la divulgación: Campo artístico y surgimiento del periodismo cultural” Anuario de investigación 2005: UAM-X, CSH, México DF

___ (2006 b) “El periodismo y la teoría de los campos culturales” Versión No. 17; Junio: 193-230 UAM-X, México.

___ (2004) “Intermediario, mediador y periodista cultural” Anuario de Investigación 2003 UAM-X, CSH, DEC. México: 136-153

___ (2003) “Periodismo cultural ¿campo o institución?” Anuario de Investigación 2002 UAM-X, México: 351-359

___ (1997^a) “Cronistas, reporteros y comunicadores: elementos para su análisis nocional.” Anuario de investigación 1997 Vol. I: Comunicación. UAM-X, CSH, DEC; México DF.

___(1997b) “El contagio mediático del mercado periodístico” Versión 7, Octubre: 175-183 UAM-X, México.

Anaya, Fernando, Erick de la Rosa, José Fco. Herrera. (2001) Chamba y cultura en el periodismo. Trabajo terminal de la carrera Comunicación Social, UAM-X, México.

Bellon Elisabeth y Alberto Kroepfly (1997) Mediaciones en la práctica del periodismo cultural: el caso de los editores de suplementos culturales en los diarios de Guadalajara .Tesis ITESO México

Bourdieu, Pierre (dir.) (2000) La Miseria del mundo



FCE, México.

___ (1997) Sobre la televisión Anagrama. Barcelona.

___ (1980) *Le sens pratique*. Minuit Paris.

Breed, Warren (1972) *Social control in the news room: a functional analysis*. University of Illinois. USA

Cervantes, Cecilia (1995) “¿De que se constituye el habitus en la práctica periodística?” *Comunicación y Sociedad*, numero 24, agosto,:97-125. ITESO México.

___ (1993) “Las nuevas sociologías en el estudio de la producción de noticias. Revisión de interpretaciones y perspectivas”, mimeo, mayo, Guadalajara, Jal.

Charaudeau Patrick (1988) *La presse: produit, production, reception* Didier erudition, France.

Hernández López, Rogelio (1999) *Solo para periodistas: manual de supervivencia en los medios mexicanos*; Grijalbo/Uníos. México.

Hernández Ramírez, María Elena (1997) “Sociología de la producción de noticias. Hacia un nuevo campo de investigación en México” *Comunicación y Sociedad* (DECS Universidad de Guadalajara) núm. 30, mayo-agosto 1997, pp. 209-242.

Hidalgo Bertha (1995) *Entre periodistas*. Edamex. México

Hurtado Eduardo. et al. (1995) *La cultura en los medios de comunicación*; Instituto de Educación de Aguascalientes, *Aprendamos No. 34*, México.

Gálvez, Felipe (2001) “Un nombre que por el orbe vuela: Ángel Pola, señor de la entrevista” *Anuario de investigación 2000 Vol. I: UAM-X, CSH, DEC*; México DF.

2000 “El cronista del diablo: Manuel Caballero, padre del reportaje moderno en México” *Anuario de investigación 1999 Vol. I UAM-X, CSH, DEC*; México DF

García Márquez, Gabriel (1996) “El mejor oficio del mundo” *Palabras ante la 52 asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa*. Los Ángeles, <http://www.fnpi.org/biblioteca/biblioteca-mejor-oficio.htm>

___ (1999) “El periodismo una pasión insaciable” *Revista Mexicana Comunicación #59* Jul-sep, México.

González Molina Gabriel (1990) “Ser periodista en Televisa: una encrucijada de valores noticiosos” *Umbral XXI #4* UIA, México.

Kapuscinski, Rijard (2002) *Los cínicos no sirven para este oficio*. Anagrama, España.

Leñero, Vicente y C. Marín

___ (1998) *Manual de periodismo*, Grijalbo, México.

Loeza, Soledad. (1988) *Clases medias y política en México* Colegio de México. México.

Lombardo, Irma (1992) *De la opinión a la noticia: el surgimiento de los géneros informativos en México*. Kiosko. México.

Lozano, José Carlos (1995) “La sociología de la producción de mensajes”, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Alhambra mexicana, México:55-77.

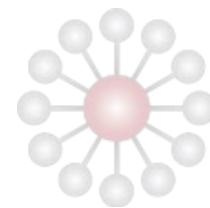
Martínez Albertos, José Luis (1989) *El lenguaje periodístico*. Paraninfo, Madrid

Martínez, José Luis (2000) Columna “La vieja Guardia” *Milenio* de 24 y 31 diciembre 2000.

Martínez, Omar Raúl (2002) *El periodista. Su ser y su que hacer*. *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 78 Nov-Dic; (:7).

Riva Palacio, Raymundo. (1995) *Más allá de los límites: para un nuevo periodismo*, Fundación. M. Buendía. México.

Sánchez Aranda, José (1998) *Pulitzer: Luces y sombras en la vida de un periodista genial* EUNSA Navarra España.



Tubau, Iván: (1982) Teoría y práctica del periodismo cultural. Editorial ATE. Barcelona. España.

Tuchman, Gaye (1983) La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad, Gustavo Gili MassMedia, Barcelona, [1ª ed. 1978]

Waisbord Silvio (1998) “¿Nada mas que la verdad? Periodismo fiscalizador, investigación y modernidad.” Diá-logos de la comunicación # 51, mayo: 47-60.

Vega, Patricia (1996) A gritos y sombrerazos. CNCA/col. Periodismo cultural. México.

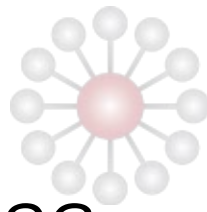
Zarca, Bernard (1988) “Identite de metier et identite artisanale”. Revue Française de Sociologie, Paris, 29 (2) Avril-Juin,:247-273. France.

___ (1976) “Idéologies et ethos de classe” Homme et la société: revue internationale de recherches et de synthèses sociologiques, N°. 41-42,111-136)

SOBRE EL AUTOR

Eduardo Andiòn Gamboa.

Profesor-investigador titular de la UAM Xochimilco. Departamento de Educación y Comunicación. Licenciado en Comunicación social. Maestro en Ciencias antropológicas (Cultura). Candidato al doctorado en Ciencias Antropológicas (Cultura y lenguaje) UAM Iztapalapa. Su docencia en la Universidad Autónoma Metropolitana en la carrera de Comunicación social está centrada en el tema de La comunicación social y las prácticas artísticas. En la maestría de Comunicación y política (UAM-X) coordina proyectos en la línea de investigación de Mediaciones y Media.



Alumbra pero no abrasa. Visión panorámica de la prensa católica de la capital mexicana de la primera mitad del siglo XIX

Dr. Iñigo Fernández Fernández
UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Introducción

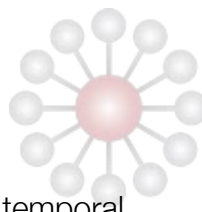
La evolución histórica de la prensa en México, como en el resto de las naciones, mantiene una estrecha relación con el poder político y las vicisitudes que rodean a éste. Ya sea en su carácter opositor, oficial u oficialista, muchas publicaciones se transformaron en campos de batalla de papel y tinta donde articulistas y editores discutieron acaloradamente las ideas y proyectos de su tiempo.

Así, la prensa mexicana fue un espacio de interlocución, si bien no el único, para liberales y conservadores en torno al debate de la construcción de la nación mexicana, tópico en el que abundarían más las diferencias que los acuerdos y que, a la postre llevarían al estallido de la Guerra de los Tres Años (1857-1861), al establecimiento del Segundo Imperio (1864-1867) y al triunfo de la República Restaurada (1867-1877). Éste último hecho fue fundamental en la historia del país pues, como lo señala el historiador Edmundo O'Gorman (1986, p. 88) “[...] consiste en que fue la consumación de la independencia nacional respecto al dilema de ser en que se hallaba el ser de la nación [...], fue la conquista de la nacionalidad misma [...]”.

Lo anterior también marcó la manera de concebir y de escribir la historia oficial que, a partir de entonces, se volcó hacia el reconocimiento y la exaltación de los valores patrios, íntimamente ligados a los del liberalismo, y al rechazo de todo aquello que fuera propio de los “‘conservadores’ o ‘católicos’, ‘reaccionarios’, ‘cangrejos’ o ‘mochos’, por suponerlos [...] adictos a las jerarquías y a las normas del antiguo orden colonial” (Pani, 2005, p. 119).

Con el paso de las décadas, esta manera de concebir el pasado llegó incluso a incidir en el análisis de la historia del periodismo mexicano en los siglos XIX y XX, donde sólo aquellas publicaciones periódicas de corte liberal eran dignas de ser estudiadas, no así las conservadoras que, por su supuesto carácter retrógrado, no merecían ser si quiera consideradas.

Es por lo anterior que no debe extrañarnos que en su calidad de objeto de estudio, la prensa católica del siglo XIX ocupara un papel marginal en el contexto de la historia del periodismo en nuestro país. De igual forma, es necesario señalar que en los últimos años esta tendencia se ha ido



revirtiendo gracias a la obra de autoras como las doctoras Erika Pani, Nora Pérez Rayón y Adriana Pineda Soto, entre otras, quienes han publicado textos en torno a la importancia que tuvo la prensa católica sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo XIX, un tiempo en el que, tal como lo afirma Miranda Lidia (2007, 1415), ésta “desempeñó [...] un papel decisivo como forma de mediación entre la Iglesia y sus feligresías [...]”.

Si bien lo anterior es un aporte importante para la historia del periodismo en México, lo cierto es que aún queda un trecho muy largo por recorrer en lo que se refiere al estudio de la prensa católica nacional durante la primera mitad del siglo XIX. No podemos olvidar que tras la consumación de la independencia las publicaciones periódicas habían dejado atrás su mera función informativa y tenían un “papel importante para la conformación de la opinión pública acerca del presente y el futuro del país” (García Gutiérrez, 2001, p. 507), de ahí que no resultara extraño que la Iglesia, uno de los interlocutores más importantes en este debate, reconociera desde entonces al periódico como un documento que no sólo le permitía defender y difundir sus ideas, sino también dar un buen cauce a una opinión pública que se hallaba hasta cierto punto desorientada por la labor de los escritores y políticos liberales.

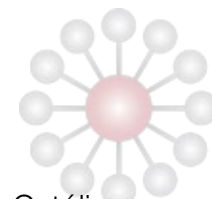
¿Qué periódicos católicos circularon por las calles de la ciudad de México entre 1833 y 1857? ¿Cuál fue su historia? ¿Qué temas fueron de interés? Procuraremos dar respuesta a estas preguntas analizando los periódicos religiosos de mayor importancia que circularon en la ciudad de México en la época y que se encuentran bajo el resguardo del Fondo Reservado de la Hemeroteca Nacional.

Deseamos aclarar que nuestro marco temporal responde a dos momentos fundamentales en la historia mexicana del siglo XIX pues mientras que 1833 marcó el primer intento por aplicar una legislación de corte liberal, 1857 fue el año en el que se proclamó la primera constitución en el país que antepuso los derechos de los ciudadanos a la organización del Estado.

Nuestra metodología se encuentra sustentada en la idea que Denis McQuail (2001, p. 28) comparte de los media y, en particular, en dos de los aspectos que destaca como inherentes a ellos y que los define como “un recurso de poder, un instrumento potencial de influencia, control e innovación en la sociedad [...]” y “una fuente importante de definiciones e imágenes de la realidad social; y [...] un lugar donde se construye, se almacena y expresa de manera más visible la cultura y los valores [...] de los grupos humanos”.

Algo de historia de los periódicos católicos estudiados

En su Historia de México, el investigador Brian Hammnett (2001, p. 179) asegura que “la prensa católica surgió a finales de la década de los 1840” con el objeto de atacar a la ideología liberal. Ante tal afirmación, es necesario hacer un par de precisiones. En primera instancia, y en función del trabajo hemerográfico que hemos realizado, hay que apuntar que el surgimiento de la prensa católica –entendido este proceso como un esfuerzo continuo y sistemático– se originó en realidad a mediados de la década referida; y, en segundo lugar, que estas publicaciones no luchaban contra el liberalismo en general, sino



específicamente contra aquel que quería imponer su simiente anticlerical en el país (Bermeo, 2004, p. 149).

Así, empezaremos con La Antorcha. Periódico religioso, político y literario, (Carrasco, 1998, p. 1777; Castro, 2000, pp. 21-22, y Estrada, 1967, p. 14), diario que se editó en 1833 en la imprenta del Águila, ubicada en la calle de Medias número 6 (ver Anexo 1)¹ y dirigida por José Ximeno.

Su epígrafe era *Lucet non urit*, es decir, *Alumbra pero no abrasa*. Cada ejemplar estaba compuesto por cuatro páginas a dos columnas y en ellas es posible encontrar información religiosa, principalmente, pero también documentos oficiales, nombramientos, defunciones y discusiones en la Cámara de Diputados. La mayoría de las contribuciones carecen de firma – aunque sabemos que el literato ecuatoriano José Joaquín Olmedo colaboró ocasionalmente –, a excepción de aquellas que, por ser proclamas, partes y planes militares y decretos, contienen el nombre de su autor.

Un aspecto importante del periódico es que polemizaba con sus similares liberales, particularmente con *El Demócrata* – o *Demoniócrata* como solían llamarlo – y *El Fénix*, a los que acusaba de ser inmorales e impíos y de atacar a personas inocentes. Se dejó de publicar cuando Ximeno se negó a renovar el contrato que acababa de vencer y a los editores les resultó imposible encontrar con prontitud a un nuevo impresor.

¹ En él aparecen las imprentas que se mencionan en el presente texto.

Impreso entre 1845 y 1847, *El Católico*. Periódico religioso, político-cristiano, científico y literario (Camarillo, 1982, pp. 21-22; Carrasco, 1998, p. 651, y Castro, 2000, pp. 72-73) fue un sabatino cuyo número de páginas por entrega variaba de 20 a 28 y que tuvo en su haber dos épocas; la primera comprendida del 30 de agosto de 1845 al 27 de febrero de 1847 y la segunda del 6 de marzo al 1º de mayo de 1847. Se editó alternadamente en la las imprentas de J. M. Lara – calle Palma 4 – y de *El Católico*, dirigida por R. Rafael – calle Cadena 13.

Se cree que dos de los responsables de la publicación fueron Basilio Manuel Arrillaga, provincial de los jesuitas, y Basilio Manuel Miranda, que hacía las veces de editor. Sabemos con certeza que, pese a que la mayoría de las contribuciones eran anónimas, colaboraron en ella Manuel Andrade, Juan Francisco Cabañas y Francisco Manuel Sánchez de Tagle. Su temática era de corte biográfico, filosófico, histórico, literario y político, y se hallaba organizada en las siguientes secciones: parte dogmática, diario cristiano, gacetilla devota de México, crónica extranjera y política cristiana.

Su desaparición se debió al contexto por el que atravesaba el país, pues según le fue informado a sus lectores “[...] hemos comenzado a luchar con obstáculos que ni pudimos prever, ni podemos superar y nuestros números no es fácil que lleguen a todas la poblaciones donde tenemos suscriptores. Las funestas y desgraciadas circunstancias públicas, no permiten que la comunicación sea franca para algunos puntos: tampoco es segura para todos, y es muy de temerse que más adelante, y por algún tiempo, aun cuando publicásemos *El Católico*, no sería fácil



remitirlo fuera de la capital. Por estas razones nos vemos precisados a suspenderlo mientras pasan estos días, que esperamos en la misericordia de Dios, serán pocos, para continuarlo luego que pueda volverse a circular como hasta aquí, por todos los puntos en que tan favorablemente ha sido acogido” (Anónimo, 1º de mayo de 1847, p. 120).

Por su parte, *El Ilustrador católico mexicano* (Castro, 2000, pp. 219-220 y Valverde, 1949, pp. 50, 126-127) fue un semanario de 24 páginas que circuló los miércoles de 1846 y 1847 y que era tirado en la imprenta que Rafael de Rafael y Vilá.

Bajo el lema de *Quid prodest in humanis proficere doctrinis et marcescere in divinis?* (¿De qué serviría a una nación el progreso en las ciencias humanas si se retrogradara en las divinas?), salió a la luz con la vocación de defender los dogmas, moral y disciplina inherentes a la Iglesia católica. Es por ello que sus contenidos solían versar sobre bibliografía religiosa, derecho canónico, hagiografía, historia, liturgia moral, poesía sacra, teología, variedades; además de que no fueron pocas las ocasiones que abordó el tema de la confiscación de los bienes del clero. Pese al anonimato que guardaron sus colaboradores, se sabe que entre ellos estuvieron los sacerdotes Basilio Arrillaga y José Mariano Dávila. Si bien ignoramos las causas que llevaron a cesar su impresión es factible suponer que la guerra entre Estados Unidos y México pudo incidir en ello.

Un año después de este cierre, y hasta 1851, circuló por las calles de la capital mexicana *La Voz de la Religión* (Castro, 2000, pp. 460-463 y Charno, 1968, p.430). Se trataba de un bisemanario, que devino en semanario en su

último año, editado en la imprenta de *La Voz de la Religión* –calle San Agustín 13.

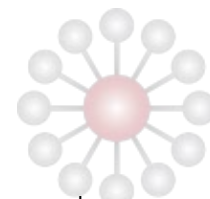
Su lema era *Sin religión no hay paz ni justicia* y contó en su haber con tres épocas: la primera de 1848 a 1850, la segunda de 1850 a 1851 y la tercera de 1851 a 1853. Fue justamente en la última de ellas cuando los editores optaron por estructurar de mejor modo sus contenidos al organizarlos en las secciones de crónica religiosa, crónica política, variedades, diario cristiano, avisos y remitidos, si bien esta organización sufrió con los años algunas variaciones de poca monta. Entre sus colaboradores destacaron Juan Bautista Morales; Manuel Carpio; José María de Jesús Díez Sollano y Dávalos, y el obispo de Durango, José Laureano Zubiría y Dávalos. Desconocemos los motivos que llevaron a sus editores a suspender su publicación.

En 1849 C. de las Cagigas y Juan R. Navarro editaron, en la imprenta del último,² un semanario en papeles de diferente color que se llamaba *La Civilización*. Revista religiosa, científica y amena (Castro, 2000, pp. 83-86; Ruiz Castañeda, 1987, pp. 17, 19, y Torres, 1937, p.17). Aparecía los jueves y su objetivo, según reza en su segundo ejemplar, era:

Propagar los conocimientos útiles este será nuestro objeto: Instruir deleitando, este será el medio con el cual nos proponemos llegar hasta el fin [...].

Íntimamente convencidos de la saludable influencia del catolicismo en la civilización de los pueblos, pondremos nuestro mayor esmero, en publicar todas aquellas obras,

² Esta imprenta mudó varias veces de domicilio, de tal manera que mientras imprimió este periódico, estuvo en las calles de Chiquis 6, Santo Domingo 1, Tiburcio 16, Acequia junto al número 25 y Portal del Águila de Oro 21



en que con más lógica y fuerza de raciocinio se refunden y pulverizan las disolventes doctrinas, que amenazaran destruir los eternos principios de justicia y equidad, base sólida y anchurosa, en que se apoya el porvenir y gloria de las naciones. Así y solo así, conservaremos intacta la fe de nuestros padres: así y solo así, caerán en el desprecio esos infames folletos y novelas, en que se proclaman la irreligión y la inmoralidad, el desorden y la licencia en los placeres [...] (Anónimo, 3 de diciembre de 1849, p.1).

Tres épocas le dieron vida. La primera del 20 de diciembre de 1849 al 12 de septiembre de 1850, la segunda del 19 de septiembre de 1850 al 8 de mayo de 1851 y la última del 23 de mayo al 25 de diciembre de ese mismo año.

En un principio estaba dividido en cuatro grandes secciones: revista de la semana, avisos, miscelánea y una gacetilla devota; mientras que los demás apartados se componían de comedias, dramas y escritos tanto científicos como religiosos. En 1851 se decidió abrir el apartado de variedades, donde aparecían artículos amenos, cortos e instructivos procedentes de publicaciones europeas.

Se publicaron trabajos de escritores extranjeros, como Alejandro Dumas, Tirso de Molina, Gertrudis Gómez de Avellaneda, José Zorrilla, y nacionales de la talla de Francisco Granados Maldonado, María Escalante y José Rivera y Río, aunque lo usual era que las contribuciones fueran anónimas. Contenía, además, noticias de la semana, anuncios sobre escuelas, venta de impresos y de útiles de

tipografía, gacetillas religiosas, variedades, avisos y misceláneas. Dado que desapareció de manera abrupta en 1851, desconocemos las razones que llevaron a sus encargados a dejar de publicarla.

Ese mismo año apareció el semanario *El Espectador de México*. Revista semanal de religión, ciencia, literatura y bellas artes (Camarillo, 1982, p. 21; Castro, 2000, pp. 173-175, y Velasco, 1955, pp. 72-73). Se editada en la imprenta de Rafael de Rafael y Vilá y sus editores eran Victoriano Agüeros, Anselmo de la Portilla y el propio Rafael de Rafael y Vilá.

Su lema era *Fides, fidelitas* (fe, fidelidad), por lo que no es de extrañar que sus contenidos se centraran exclusivamente en temas religiosos y poéticos. De los escritores mexicanos que colaboraron con ella sobresalen José Mariano Dávila y Arrillaga, Manuel Carpio, José Joaquín Pesado, José María Roa Bárcena; mientras que entre los extranjeros encontramos a Juan Donoso Cortés, Luis de Villanueva y José Zorrilla. También se publicaron escritos de Basilio Arrillaga, Ramón de Campoamor y José Joaquín de Icazbalceta, entre otros.

En su deseo por dar vida a una publicación original, sus editores incluyeron artículos originales, una sección especial para “el bello sexo” y otra más consagrada a la infancia que, a su vez, se vio visualmente enriquecida, al igual que el resto del periódico, con litografías europeas y mexicanas. Sin embargo, ello no bastó en virtud de que el periódico dejó de editarse en noviembre de 1853 por motivos que jamás se dieron a conocer.

Más longevo fue *El Ómnibus*. Periódico literario, agrícola y fabril, de religión, de variedades y avisos (Castro, 2000, pp. 308-311; Diccionario



Porrúa, 1999, p. 2124 y Torres, 1937, pp. 118-119), periódico que a lo largo de su existencia (de 1851 a 1856) modificó sus tiempos de publicación. En un principio fue un bisemanario que salía a las calles los miércoles y sábados; un año después devino en trisemanario que circulaba los martes, jueves y sábados y al año siguiente, en 1853, se editaba todos los días, a excepción del domingo. De igual forma cambió dos veces de imprenta pasando por las de M. Murguía y Compañía –Portal del Águila de Oro 9– y de Vicente Segura Argüelles –Cadena 10 y, a partir de 1856, Calle San Andrés 14.

Los encargados de la publicación eran los hermanos José Sebastián y Vicente Segura Argüelles. Entre los colaboradores del periódico se hallaban literatos liberales y conservadores como J. Bermúdez de Castro, José María Esteva, Manuel Payno, José Joaquín Pesado, Guillermo Prieto, José María Roa Bárcena, Pantaleón Tovar y Niceto de Zamacois, por mencionar sólo a algunos autores.

El fenómeno anterior puede entenderse en virtud de que en sus orígenes El Ómnibus fue liberal, pero con los años se inclinó por la opción conservadora y católica. La temática abordada en sus páginas, abarcaba desde los anuncios, poemas y manuales de comportamiento hasta las cartas pastorales y demás documentos de la Iglesia católica. Fue gracias a esta variedad de contenidos que la publicación contó con distintas secciones, entre ellas las de noticias nacionales, exterior, variedades, remitidos, crónica, parte oficial, parte religiosa, poesía, literatura y avisos; ésta última, sección en la que se promocionaban toda clase de productos como baños públicos, calzado, elíxires y libros.

En virtud de que el periódico circulaba sin permiso de la autoridad política, el oficial mayor, Manuel Lombardini, ordenó a Vicente Segura que suspendiera su impresión; no obstante ello, reapareció al día siguiente de haber sido suprimido bajo el título de El Diario de avisos.

Por su parte, El Nuevo Mundo. Semanario de religión, ciencias. Literatura y artes (Camarillo, 1982, pp. 22-23 y Castro, 2000, pp. 292-294), gozó de una existencia efímera que se limitó solamente al año 1855. Editado en la imprenta de Vicente Segura Argüelles y fundado por José María Roa Bárcena, constaba de 32 páginas en las que colaboraron las plumas más importantes e su tiempo: Federico, Bello, Félix María Escalante, Anselmo de la Portilla, Agustín Sánchez de Tagle, Miguel Lerdo de Tejada, José Joaquín Pesado y Francisco Zarco. Así, autores de tendencia conservadora y liberal, pero todos católicos, animaron las cuatro secciones de esta publicación: la artística, la científica, la literaria y la religiosa.

La confluencia de ideologías imprimió al periódico un tinte moderado justo en una época donde las posturas políticas se radicalizaban, lo que jamás le permitió tener una buena acogida entre el público católico, que se mostraba más afín hacia la prensa combativa y no hacia la moderada o conciliadora. Probablemente esta haya sido uno de las causas, sino es que las más importante, que provocó su cierre.

Finalmente tenemos a uno de los semanarios más importantes de su tiempo: La Cruz. Periódico exclusivamente religioso, establecido ex profeso para difundir las doctrinas ortodoxas y vindicarlas de los dominantes (Camarillo, 1982, p. 23; Castro,



2000, pp. 106-110, y McGowan, 1978, p. 350). Editada entre 1855-1858 en la imprenta de José María Andrade y F. Escalante –calle de Cadena 13– fue una publicación compuesta, en promedio, de 32 páginas cuya finalidad era la de defender a la religión católica de los ataques a los que se veía sometida por parte de los liberales mexicanos.

Sus responsables eran el obispo de Michoacán, Clemente de Jesús Munguía y el laico José Joaquín Pesado, quienes decidieron que la publicación llevara el mismo epígrafe que había tenido *El Espectador* tiempo atrás: *Fides, fidelitas* (fe, fidelidad) que, en gran medida, reflejaba el carácter doctrinal que le distinguió a lo largo de su existencia. Tuvo en su haber con una gran cantidad de colaboraciones de políticos y literatos nacionales, todos ellos de tendencia católica. En virtud de que los colaboradores firmaban sus escritos, hoy sabemos que participaron en ella Federico Bello, Manuel Carpio, José Bernardo Couto, Fray Diego de Ojeda, José Mariano Dávila y Arrillaga, José Joaquín Pesado, Rafael Roa Bárcena, José Julián Tornel y Mendívil, etc. Entre sus páginas también es posible encontrar traducciones de René de Chateaubriand, el abate Lamennais, Montesquieu, Federico Schiller y Madame Stäel, por citar algunos autores.

Además, la publicación contaba con notas breves sobre celebraciones religiosas, libros y obituarios; además de incluir cuentos y novelas, siendo éste el último género que permitía inculcar en los lectores los valores morales y religiosos favorables para el catolicismo, más aún en un tiempo donde abundaban las “malas lecturas”, definidas por el Cardenal Arzobispo de Bélgica, a inicios del siglo XIX como [...] todas las obras,

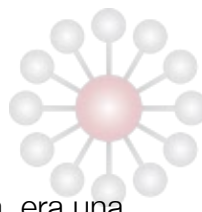
escritos, impresos bajo cualquier título o forma con que parezca en los cuales se ataque positivamente a la religión católica, bien sea en sus dogmas, sus pruebas, su autoridad, su jerarquía, su jefe o sus ministros; o bien en su poder, su disciplina o sus prácticas (Anónimo, 8 de agosto noviembre de 1845, p. 234).

El periódico dejó de publicarse por circunstancias ajenas a sus redactores que, si bien son desconocidas, creemos que fueron producto del momento político por el que atravesaba el país.³

Los temas de interés de la prensa católica capitalina En las páginas anteriores hicimos mención de las secciones en las que se encontraban divididas nuestras publicaciones. Son apartados en los que se daba cuenta tanto de hechos y acontecimientos de la época como de temas relacionados con el arte, la cultura, la economía la política, la religión, y la sociedad. Visto de este modo, no queda la menor duda que los diarios y semanario católicos aspiraban a cumplir con las funciones de informar y de formar a sus lectores.

Es necesario destacar que si bien todos los periódicos aspiraron a cumplir con esta doble labor, cada uno de ellos dio diferente peso a estos aspectos. Así, mientras que *La Antorcha*, *La Cruz*, *El Ilustrador Católico Mexicano* y *La Voz de la Religión* se centraron en la formación religiosa de sus lectores, *El Católico*, *La Civilización*, *El Espectador de México*, *El Nuevo Mundo* y *El Ómnibus* mostraron un mayor interés por mantenerlos informados sobre lo que había acontecido en los días anteriores.

³ En 1859 estalló la Guerra de los Tres años, un conflicto armado entre el Estado liberal y la Iglesia católica que se saldó en 1861 con el triunfo e imposición del segundo sobre la primera.



En esta ocasión deseamos adentrarnos en aquellos temas vinculados con la parte formativa de la prensa católica por considerar que en ella radica precisamente su especificidad y por ser, además, un aspecto poco trabajado en la historia del periodismo mexicano del siglo XIX.

Empezaremos por señalar que esta función educativa tuvo lugar en dos niveles. El primero, de carácter teórico, se centra en la protección de la fe ante los ataques del liberalismo, de ahí que los temas que más aborda sean la defensa del dogma, su vinculación con la razón y el ataque contra los detractores de la misma. Por su parte, el segundo posee un carácter más práctico y procura mostrar las evidencias de dichas agresiones así como las consecuencias que ello acarrea en uno de los temas más importantes de la época: los bienes del clero.

Tanto articulistas como editores se dieron a la tarea de mostrar las bondades de la fe; de destacar la importancia de los dogmas –tan cuestionados por los liberales–; de determinar si existía algún vínculo entre la fe y la razón, y, en caso de ser ello correcto, de precisar en qué maneras se daba, o podía darse, tal relación.

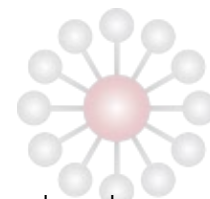
En los periódicos confesionales prevalecía la idea de que la fe era un don que el hombre había recibido de Dios y con el que, tal como lo señalaba El Ilustrador, podía tomar “una verdad a donde no puede llegar nuestra inteligencia, no ciertamente porque se nos oculte del todo, toda la verdad misteriosa, y cuya expresión conocemos sin embargo, sino porque no concebimos cómo se han ligado dos términos de la proposición que expresan misterio” (Anónimo, 18 de noviembre de

1846, p. 217). Expresado de otra manera, era una virtud que facultaba al ser humano para conocer ciertas verdades reveladas por Dios y creer en ellas precisamente porque provenían de Él.

La fe se constituía, de este modo, en una fuente de conocimiento válido a través de la revelación divina, de esa operación sobrenatural por la que Dios se manifestaba y daba a ciertos hombres las verdades morales y religiosas para que las compartieran con sus semejantes y les enseñaran a ponerlas en práctica. Se alegaba, además, que si era posible que un hombre pudiera compartir con otro su pensamiento, ¿por qué Dios, en su infinita perfección, no podría hacerlo?

De lo anterior se desprendía otra característica de la revelación y era que, a diferencia de los conocimientos alcanzados por la razón, los manifestados por Jesucristo eran los únicos realmente verdaderos y trascendentales:

Si el entendimiento humano es tan ansioso de conocimientos, con frecuencia puramente especulativos, y que no tienen otro mérito que ser posesiones nuevas, agregadas á su dominio; ¿en qué estima no deberá tener él tener á aquellas verdades preciosas, que tienen con él las más íntimas relaciones, que le manifiestan su autor, le revelan su origen, le descubren su término, le marcan su carrera; que son, en fin, los fundamentos de toda instrucción, los principios de toda virtud, los manantiales de toda felicidad? Pero estas verdades sublimes que tanto importa al hombre conocer, era esencial que Dios se dignase comunicárselas (anónimo, 16 de septiembre de 1846, p. 4).



Los saberes revelados por la divinidad eran nombrados dogmas o misterios. Para rebatir los ataques impíos en torno a la materia, en *El Ilustrador católico* se explicó que “la palabra misterio, que significa una cosa oculta, se toma aquí por una verdad á donde no puede llegar nuestra inteligencia, no ciertamente porque se nos oculte del todo toda la verdad misteriosa, y cuya expresión conocemos sin embargo, sino porque no concebimos cómo se han ligado dos términos de la proposición que expresan misterio. De ahí proviene la oscuridad” (Anónimo, 18 de noviembre de 1846, p. 217); una oscuridad producto de su origen divino y de una naturaleza que le hacía desplegarse ante la mirada azorada del hombre como una perspectiva inmensa, como una región tan vasta que por más que se buscasen sus límites éstos ni siquiera se vislumbraban. Justamente esta imposibilidad de abarcarlos en su totalidad, hacía de los dogmas una fuente de esperanza y de iluminación para el alma.

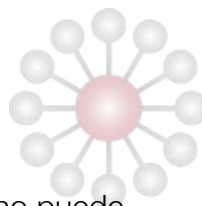
Ahora bien, de todos los dogmas defendidos por la Iglesia, los periódicos católicos se centraron en el fundamental: la existencia de Dios. Al respecto, *El Católico* decía que eran muchos y muy evidentes los testimonios y pruebas irrefutables “del unánime consentimiento de todos los pueblos de la Tierra predica que existe un Dios omnipotente; y aunque las naciones bárbaras no conocen cual era este Señor, pero ellas confiesan que lo hay, y le honran y veneran a su manera. No puede dudarse que así como nuestro Creador imprimió en nuestros corazones una inclinación natural para amar y reverenciar a nuestros padres, así también imprimió otra inclinación natural para que amásemos a nuestro Señor, para Creador y conservador de nuestro ser y de nuestras acciones” (Anónimo, 20 de septiembre de 1845,

p. 61). El artículo es llamativo porque apela a la idea de que todos los hombres, creyentes o paganos, tenían conocimiento de la divinidad en sus diversas manifestaciones en cuanto a que Dios había impreso en sus corazones tal certeza, lo que es un principio muy afín al innatismo defendido por Descartes.

En otro orden de ideas, cada una de las publicaciones reconocía la existencia de vínculos que unieran a la fe y a la razón. Todas afirmaban que, en principio, se debía distinguir entre dos conceptos de razón: la ilustrada, heredada por los liberales, y la bienhechora, defendida por la Iglesia. La primera era acusada de perseguir a la religión y de ser autosuficiente, egoísta, exaltada e intolerante; cualidades que favorecían la toma y defensa de posiciones, no así el diálogo entre defensores y detractores de esta unión.

Por contra, la prensa católica defendía la existencia de una razón bienhechora que no se anteponía a la fe sino que dialogaba, colaboraba, interactuaba y se sometía a ella de una manera muy parecida a como lo planteó Santo Tomás de Aquino (Hefner, 2001, pp. 99-100) y como se había sostenido hasta el siglo XVIII. Se sostenía que si bien ambas eran regalos que Dios había dado al hombre, y que las dos cumplían con funciones claramente diferenciadas, la razón bienhechora comprendía su obligación de someterse a la fe en aquellos menesteres que excedían la fuerza del entendimiento humano.

Volvemos a encontrar con esta idea en *El Ilustrador católico*, publicación que en 1848 sostenía el carácter racional de la fe cristiana, y en donde la razón cumplía las funciones de mostrar los



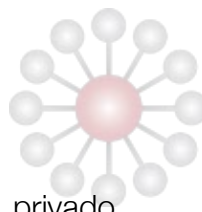
principios que estaban a su alcance, alejar la superstición y el fanatismo de la religión, defender a ésta de los ataques de los impíos y reconocer la utilidad y veracidad de los dogmas. Aseguraba que así como la revelación sometía sus pruebas al examen de la razón, la segunda sujetaba sus ideas a los decretos de la primera para que, de este modo, ambas marcharan frecuentemente unidas para apoyarse y socorrerse mutuamente, entonces, argüía, “¿qué malhadado interés ha podido, pues, en estos últimos tiempos hacerlas mirar como dos potencias rivales que se disputan el imperio de los espíritus?” (Anónimo, 16 de septiembre de 1846, pp. 5-6). El artículo terminaba invitando a acabar de una vez por todas con esta falsa dicotomía para restituir la unidad entre ambas formas de conocimiento.

Ese mismo año, *La Voz de la Religión*, se sumaba al llamado anterior con cierto optimismo puesto que aseguraba que la idea de la fe como tirana de la razón era una mentira propia del siglo XIX, al que definía como “siglo cadáver, al que cada vez menos personas hacen caso.” (Anónimo, 27 de septiembre de 1848, p. 355). En 1849, publicó la transcripción de una homilía en la que se inquiría “¿qué importa que el hombre esté dotado de razón y que haya verdades que pueda con ella conocer? Si éstas no están a su alcance o aunque lo estén, si no tiene luz por cuyo medio puede verlas, la razón será nula respecto de ellas como nos son inútiles los ojos para ver los objetos que tenemos a mucha distancia, que nos rodean en tinieblas. La razón es la potencia [...] del alma y necesita una luz que le venga del cielo o de otros hombres iluminados, para ver su objeto así como los ojos del cuerpo necesitan de otra luz que viniendo del cielo y dando color a las cosas se las

hacen visibles corporalmente. Esto, que no puede ser puesto en duda por ninguno que hay meditado sobre su ser, se hace más palpable respecto de las verdades que son superiores a la razón humana. Éstas no sólo no las verá sin luz que de arriba se le comunique, sino que necesitará para verlas un auxilio que la eleve sobre sí misma, así como para distinguir algunas estrellas fijas necesitan los ojos en socorro del telescopio” (Anónimo, 10 de febrero de 1849, p. 182).

Son de destacar el tono del artículo, conciliador aunque no tan optimista como el anterior; la fe presentada como luz celestial que iluminaba al entendimiento, y la referencia material del cielo a través de la mención de las estrellas y el telescopio, elementos propios de una ciencia que, según los filósofos antirreligiosos, se oponía por natura a la fe y a la revelación.

En ese sentido, también vale la pena señalar que es posible hallar en *La Voz de la Religión* un deseo por no anatematizar a la filosofía en general, pues ello sería una inconsecuencia dado que ésta era uno de los recursos que poseía la razón para alcanzar las verdades que le eran propias, lo que llevó a uno de sus articulistas a distinguir entre la buena y la mala filosofía. “La verdadera filosofía depende de la religión revelada; sólo el filosofismo del siglo es el que la contradice y combate. Más los incrédulos son sofistas, no tienen sino el orgullo de parecer filósofos, y la necia vanidad de darse ese nombre; por eso les cuadra exactamente lo que se ha dicho ‘que la poca filosofía o artificial filosofía conduce a la irreligión y al ateísmo’” (Anónimo, 21 de abril de 1849, p. 498).



Por el contrario, en la década de los años cincuenta el tema decayó y no sólo por lo artículos o las menciones que de él se hicieron, también por la intensidad de los contenidos, donde ya no se pretendía debatir o convencer sobre la unión entre la fe y la razón, sino más bien dar testimonio de que era de este modo cómo se podía alcanzar el conocimiento verdadero. El Espectador de México señalaba en su prospecto que “el error se ha valido de las ciencias y de la literatura para lograr sus fines [...]. Restituyamos, pues, a la ciencia su condición esencial, volvamos las letras a la fuente que las lava y las fertiliza [se refería a la fe]; y sobre todo hagamos que sirvan al triunfo definitivo de la verdad, ya que a la verdad deben el ser” (Anónimo, 4 de enero de 1851, p. 6); mientras que en 1855 el Semanario de Religión, ciencias. Literaturas y artes se limitaba a asegurar que “siempre hemos creído que las ciencias y las letras tienen que llenar una misión gloriosa en nuestro siglo, volviendo a ser esclavas de la fe y de la verdad, ya que por tantos años lo han sido de la impiedad y de la mentira” (Anónimo, 1855, p. 1).

Como complemento a lo anterior, los periódicos católicos también dieron cuenta de una serie de categorías con las que pretendían encuadrar a los enemigos de la religión. Es importante señalar que no se trata de una clasificación acordada por la prensa –carecemos de pruebas que pudieran validar tal afirmación–; pero si es factible referirnos a una cierta tipología producto del ingenio y de las lecturas realizadas por algunos de sus colaboradores.

Una de las primeras clases era la de los herejes que, a diferencia de los de los tiempos de la Reforma y la Contrarreforma, se caracterizaban

por someter a “[...] la religión al juicio privado, la ultrajan y destruyen con sus extravagantes comentarios” (Anónimo, 11 de noviembre de 1846, p. 193), mismos que negaban la necesidad de una revelación sobrenatural gracias a la gran confianza en lo los sentidos y el raciocinio, en una clara crítica a la filosofía del siglo XVII y, en particular, a las escuelas racionalista y empirista.

Existía también el grupo de los deístas, “aquellos sectarios de la religión natural, que admitían la existencia de un Dios, pero negaban la divina providencia, y añadían que Dios no exigía [/] del hombre ningún culto ni obsequio. Admitían una divinidad, pero divinidad ociosa, que indebida en su majestad y gloria, se desdeñaban de cuidar de las cosas humanas, sin hacer caso de las virtudes ni de los vicios de los hombres” (Anónimo, 24 de enero de 1846, pp. 483-484). Y es que para los deístas el Ser Supremo no tenía que recurrir a la revelación para darse a conocer ni para transmitir a los hombres cualquier tipo de conocimiento; en su calidad de gran relojero del universo, les había dotado de inteligencia para que pudieran descifrar todos los misterios de un cosmos que, tras haberlo creado, se desentendió de él al dejarlo bajo el gobierno de sus propias leyes y principios.

Otra clase era la de los incrédulos, quienes sustentaban que Dios debería dar a cada hombre la religión a través de un medio tan íntimo como la razón. En un artículo editado el 20 de diciembre de 1845, El Católico los dividió en las siguientes categorías:

1.- Incrédulos estúpidos: los que sin tener conocimiento alguno de la fe católica o de cualquier otra religión blasfemaban sin cesar



contra Dios. “hay una multitud de jóvenes que pertenecen a esta división, los cuales desprecian las canas de hombres respetables, que emplearon su vida en estudiar profundamente las máximas y fundamentos de todas las religiones, y son católicos por convencimiento; pero son despreciados por una juventud atolondrada, que no saben otra cosa que rizar el pelo y la barba, si es que ya la tienen” (Anónimo, 20 de diciembre 1845, p. 361).

2.- Incrédulos viciosos: los que teniendo inteligencia y conocimientos suficientes no pensaban en Dios o en la vida eterna pues “entregados a los deleites, sumergidos en el sueño de la inmundicia, así como son semejantes a las bestias en sus acciones, así desearan que sus almas fueran semejantes a las de los caballos como no piensan sino en divertirse, procuran alejar de sí todo pensamiento que los inquiete en el goce de todos los deleites” (Anónimo, 20 de diciembre 1845, p. 363).

3.- Incrédulos bufones: los que, conocedores de su poca instrucción, trataban de evadir toda discusión seria sobre religión con risas, sarcasmo o sátira. “Esta clase de incrédulos es muy numerosa, porque como no necesitan estudiar mucho para hacer este papel en la sociedad, son innumerables los que sea por adulación por vanidad o por especulación, fácilmente se reúnen a la cofradía” (Anónimo, 20 de diciembre 1845, p. 363).

4.- Incrédulos ateos de moda: los que por hacerse pasar por ilustrados, ridiculizaban a la religión y los dogmas. “Como tienen el cerebro vacío de conocimientos profundos, procuran estudiar algunos pasajes del diccionario Filosófico, o de otra obra semejante, y venga o no venga al caso, refieren sus lecciones, y reciben de aplausos de aquellos incrédulos a quienes hemos llamado

fatuos. ¡Tiempos desgraciados! [...]” (Anónimo, 20 de diciembre 1845, p. 363). Eran, además, los menos malos pues era usual que al llegar a la vejez, “recuperaran el juicio” y fueran buenos católicos.

Por último se hallaban los ateos, quienes negaban la existencia de Dios y, en su lugar, creían en “una materia eterna e increada, indiferente para la quietud y para el movimiento una materia que sin necesidad de primer motor, estando en quietud, se da a sí misma el movimiento. Una materia que no tiene inteligencia, ni conocimiento, pero que por el concurso fortuito y movimiento causal de sus partes produce el cielo, el Sol, la Luna, las estrellas: ejecuta la obra más acabada de sabiduría, de prudencia y de discreción, sin tener inteligencia alguna: una máquina compuesta de millones de millares de ruedas, tornillos, eslabones y resortes; pero al mismo tiempo sin que haya ni criador, ni maestro, ni director, ni artífice alguno” (Anónimo, 24 de enero de 1846, p. 481). En ese sentido, el cardenal francés Jacobo Bossuet fue contundente al asegurar que para los ateos el hombre era tan sólo materia organizada.

Como mencionamos páginas atrás, la labor formativa llevada a cabo por los periódicos católicos contó también con un aspecto práctico que pretendía ser la demostración de que los males causados por los liberales no sólo se quedaban contenidos en “las malas lecturas”, sino que, por el contrario, emanaban de éstas para tomar vida en tópicos menos filosóficos y más mundanos, tales como el de las posesiones de la Iglesia.

No podemos negar que el de los bienes del clero es uno de los temas más espinosos en la



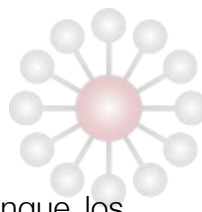
historia de México. Abundantes en información, los periódicos católicos nos brindan una visión propia que transita desde las constantes demandas del poder político para que la Iglesia le facilitara recursos económicos con los que sanear sus finanzas o afrontar problemas –como la guerra contra Estados Unidos, entre 1846 a 1848–, hasta el deseo de hacer circular la riqueza y, como ganancia secundaria, debilitar a la que entonces era una institución cuyos poderes económico, político y social rivalizaban con el del Estado.

En 1833 encontramos en *La Antorcha* una sola referencia al tema. Se trataba de la transcripción de una propuesta presentada por el diputado Anastasio Zerecero quien, en apoyo al gobierno liberal de Valentín Gómez Farías, defendió la creación de un banco de capitalización de empleos financiándolo con los bienes mexicanos, propiedad del Duque de Terranova y Monteleone (heredero directo de Hernán Cortés) y con aquellos que eran propiedad de los religiosos destinados a las misiones en Filipinas (Anónimo, 16 de abril de 1833, p. 62). Pese a haber sido aprobada la propuesta, sabemos que cuando Santa Anna retomó el poder ese mismo año, esta fue anulada.

El tema brotó de nueva cuenta en la hemerografía católica en 1845 cuando el 15 de noviembre de ese año se publicó en *El Católico* (Anónimo, 15 de noviembre de 1845, p. 271) una defensa, sino es que apología, del derecho de la Iglesia a poseer bienes que se sustentó en dos ideas: que las propiedades en manos de la Iglesia eran capaces de generar riqueza y que naciones como Francia y la Inglaterra anglicana recién habían autorizado a la Iglesia católica a adquirir bienes raíces. Meses después, en enero de 1846,

apareció en sus páginas un ensayo en el que la publicación se declaraba abiertamente contraria a que las propiedades del clero pasaran a manos del Estado, es decir, que se nacionalizaran, pues “supongamos que se venden los bienes que en el día posee el clero ¿Cuáles serán los resultados? ¿Lograríanse las mejoras que de su venta se esperan? ¿Veríamos el éxito feliz de las pomposas teorías de los nuevos alquimistas que consuman lo más precioso del oro y del tiempo en procurarse la piedra filosofal, que antes de hacerse compacta ya se ha disipado en hu[.]mo? Lejos de ser así, bien podemos asegurar con el real profeta, que estos soñadores de felicidades durmieron su sueño, y al despertar encontraron sus manos vacías de las riquezas que se figuraban acumular [...]” (Anónimo, 3 de enero de 1846, p. 365).

A finales del mismo año, y en plena invasión norteamericana, apareció en *El Ilustrador* una noticia en la que se apuntaba que el gobierno solicitaba de nueva cuenta al clero un auxilio, ahora por un millón de pesos. Además de justificar la necesidad que la Iglesia tenía de esos bienes –para emplearlos en las necesidades propias, para cumplir con la voluntad de los fundadores y donantes, y para socorrer las necesidades de los menos favorecidos–, el documento presentaba varias características que son dignas de mencionar. Se volvió a hacer mención a lo sucedido en 1837, si bien se confesaba que no era fácil comparar la situación de entonces con la acaecida diez años atrás, se mostraba por primera vez correspondencia oficial, en este caso del ministerio de justicia y asuntos eclesiásticos y se tomaba una postura amenazante ante los obispos mexicanos pues “si alguna vez nuestros obispos quieren socorrer necesidades extraordinarias



[... y] se creen dispensados de la cánones ipsi vident: nosotros no censuramos su conducta; pero tampoco permitiremos que se apoyen en una sentencia verdadera, pero vaga y genérica, susceptible de mil aplicaciones oportunas o abusivas” (Anónimo, 4 de noviembre de 1846, p. 185).

Tal advertencia nos hace pensar que aunque El Ilustrador era una publicación católica que contaba con los apoyos suficientes en el cabildo metropolitano (de lo contrario no hubieran podido tener acceso a la correspondencia oficial), también gozaba de cierta independencia que le permitía hacer las veces, aunque fuera eventualmente, de órgano de presión de los laicos hacia la jerarquía.

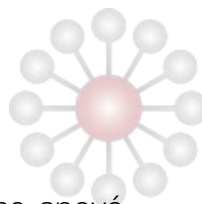
Todo ello nos lleva a plantear una interrogante fundamental para comprender de mejor modo la cuestión: ¿los eclesiásticos tenían o no el poder para vender los bienes de la Iglesia? Si bien este fue un tema que se abordó con mucho detalle e insistencia en la folletería, lo cierto es que la prensa echa algunas luces al respecto. En un artículo del 11 de noviembre de 1846 se indicaba que el gobierno no podía autorizar al clero la venta de sus bienes puesto que la nación no era dueña de ellos; es más, los bienes propios de la mesa episcopal que eran los “[...] únicos en que después de la división de los bienes eclesiásticos [y sobre los que] quedó al obispo pleno derecho, se le obliga á no venderlos sin licencia papal por un juramento especial que hace al tiempo de su consagración [...]” (Anónimo, 11 de noviembre de 1846, p. 208). El asunto era más complejo si se consideraba que los bienes e inmuebles de los conventos y seminarios entraban en esta categoría dado que se hallaban bajo el resguardo de los

obispos. Lo importante aquí es que aunque los bienes pertenecían a la Iglesia, el hecho de que los prelados juraran al Papa no venderlos, era prueba más que suficiente de que sólo el Vicario de Cristo era el único que podía autorizar su venta.

Fue en enero de 1847 cuando el asunto adquirió un peso considerable en la prensa, la opinión pública y la política a raíz de la promulgación de la malograda Ley de 11 de enero de 1847 con la que el Estado se atribuía el derecho de ocupar propiedades de la Iglesia por un monto de quince millones de pesos. El 13 de enero El Ilustrador notificó de último minuto la noticia y prometió darle seguimiento en números posteriores no sin antes sentenciar que “a los pastores toca pelear en defensa de los fueros eclesiásticos, del culto y demás objeto sagrado sea cual fuere el éxito que el señor dé a sus esfuerzos, en un negocio, que vale más morir que ver realizado” (Anónimo, 13 de enero de 1847, p. 432). Y cumplió una semana más tarde, al publicar el texto íntegro de la ley y los alegatos enarbolados por los diputados contrarios a la propuesta, quienes se quejaban de que sólo se les había dado tres horas para discutirla y aprobarla, además de que el texto era anticonstitucional, injusto y, peor aún, inútil.

Días después, la publicación optó por reproducir un artículo editado en 1837 en El Diario de Gobierno en el que daba cuenta de una situación similar al señalar que si bien la petición del gobierno a la Iglesia para que hipotecase algunos bienes respondía a intereses nobles y patrióticos,⁴ también se cuestionaba si detrás de

⁴ Son patrióticos pues Francia acababa de invadir el puerto de Veracruz y el gobierno necesitaba reunir fondos para rechazar al invasor. Este era motivo por el que solicitó la hipoteca de bienes al clero.



ella no se ocultaban los enemigos de la Iglesia y sus afanes por acabar con su erario y envilecer a sus sacerdotes.

A partir de este momento, el semanario se convertirá en un espacio de debate, no entre el público lector, sino entre los poderes civil y eclesiástico gracias a la publicación del intercambio epistolar sostenido por ambas instituciones entre enero y febrero de 1847. Así, la Iglesia sostuvo que su derecho a la propiedad estaba garantizado en la Constitución de 1824, que la medida afectaría la pompa que era debida a Dios y alteraría el orden público; de igual forma, recordó que siempre había apoyado al Estado en sus penurias financieras, y amenazó con que los clérigos no consentirían la ocupación o enajenación de los bienes eclesiásticos pues, urgidos a elegir entre la ley de Dios y la del hombre –so pena de excomunió– elegirían la primera.

Otro periódico que hizo el seguimiento de la cuestión fue *El Católico*, sabatino que la abordó desde una perspectiva diferente al presentar una crónica de lo acontecido en la Cámara de diputados desde la discusión del proyecto de la Ley de 11 de enero de 1847 hasta la abolición de éste; un intento muy loable para la época de informar a los lectores sobre el nacimiento, desarrollo y solución de un problema que a muchos interesaba a la par que preocupaba.

La nacionalización de las propiedades del clero volvió a convertirse en materia de discusiones en 1851 cuando la prensa liberal insistió con recurrencia en que éstas debían ser tratadas como bienes de la nación.

Entonces, *La Voz de la Religión* se apoyó en *El derecho natural* en sus principios comunes, obra del obispo de Michoacán Clemente de Jesús Mungía, para defender su postura pues “jamás ha existido entre los hombres asociación alguna permanente a que no haya poseído ciertos bienes en común. La asociación determinada por la comunidad de creencia y culto, ha sido conducida más que cualquiera otra, por su carácter de perpetuidad a poseer propiedades, y no puede citarse un sólo pueblo en que no hayan existido semejantes posesiones. ¿Podía ser una excepción de esta regla la Iglesia cristiana? [...]. [/]. Los enemigos de la Iglesia la niegan todo derecho, el de adquirir, de conservar, de distribuir y de reglamentar sus rentas” (Anónimo, 26 de julio de 1851, pp. 998-99). En entregas posteriores, esta defensa recayó en los editores, quienes sostuvieron una y otra vez que se trataba de un derecho que por ley tenía la Iglesia, de ahí que fuera la propietaria legítima de sus bienes.

Por su parte, *El Espectador* mostró una mayor vocación para defender a la Iglesia y sus bienes y, en consecuencia, atacar directamente al liberalismo. En un artículo publicado el 26 de abril de 1851 proclamó que “[...] nada ha sido más eficaz y poderoso para aumentar la miseria pública, como el ataque dado por los nuevos reformistas a los bienes de la iglesia católica” (Anónimo, abril 26 de 1851, p. 2). De igual forma, sentenció que tales reformistas se habían inspirado en la irreligiosidad imperante en Francia e Inglaterra y tomó los casos de la expulsión de los jesuitas de Nueva España y España en 1767, la consolidación de vales reales en 1808, la nacionalización de los bienes de la inquisición en 1821 para ejemplificar los males que habían causado al país.



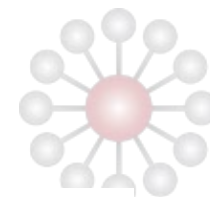
El Ómnibus, en cambio, ofreció una visión diferente –de mayor alcance– dado que abarcó el asunto de 1851 hasta 1856. es más, desde sus inicios, hallamos una franca disputa con El Monitor Republicano, diario liberal que era constantemente citado para refutar una y otra vez sus contenidos radicales.

El periódico no mostró reparo alguno en atacar a los liberales acusándolos de ambicionar los bienes del clero a través de leyes civiles, de querer despojar a la Iglesia de lo que legítimamente le pertenecía y, finalmente, de contrariar la legislación que el Estado defendía: “será bueno preguntar a todos los que en la República disfrutaban bienes por herencia, por compra o por donación: a todos los hipotecarios y censuistas: a todos los acreedores y dueños de acciones, si se conforma con que el legislador que dio las leyes en virtud de las cuales poseen o tienen derecho a algo, sea el verdadero dueño, que disponga de ello cuando le parezca. Admitida tal doctrina, la propiedad será ilusoria: todo señor de alguna cosa quedaría convertido en tenedor precario de ella, para entregarla al legislador luego que éste la pidiera” (Anónimo, 1 de noviembre de 1851, p. 1).

Después de lo anterior hubo un silencio prolongado, como consecuencia de la llegada al poder de Antonio López de Santa Anna y la implantación de una dictadura que, entre otras características, protegió al culto católico y a la Iglesia de diversos modos. No fue sino hasta 1856, tras la promulgación de la Ley Lerdo, que el periódico acabó con su mutismo a través de una serie de artículos en los que la acusaba de injusta ya no solo con la Iglesia, sino también con sus deudores “podríamos presentar infinidad de

ejemplos en prueba de la benevolencia del clero hacia lo inquilinos menesterosos, y se vería que no hay acreedor más benigno que la Iglesia. ¡Cuántas familias, sin recursos de ninguna especie, tienen una casa en que guarecerse de la intemperie, merced a que el clero no les exige el pago de la renta de la finca que ocupa! ¿Y guardará un particular, a cuyas manos pase esa propiedad, esa consideración con sus deudores?” (Anónimo, 4 de julio de 1856, p. 1).

En 1857 La Cruz, a través de la pluma de José Joaquín Pesado, fue la publicación católica que tomó la responsabilidad de defender los bienes del clero. Para ello, el autor recurrió al uso de un tono conciliador y de una retórica fundamentada en la complementariedad existente entre la Iglesia y el Estado pues “son los dos grandes poderes que Dios ha establecido en el mundo para el régimen de los hombres, pero con esta diferencia. El Estado, puesto para el régimen meramente temporal, tiene formas varias, y una duración efímera; la Iglesia, destinada a objetos más altos, es perpetua en sus dogmas, y uniforme en su disciplina; puede mudar algunas cosas accidentales de ésta, con el transcurso de los tiempos, pero jamás tocará a las bases inmutables que le sirven de fundamento [...]. Ni uno ni otro poder pudieran realizar sus objetos y cumplir su destino, si les faltase el socorro de los medios materiales” (Pesado, (15 de enero de 1857, p. 99). Otra diferencia entre ambas instituciones era que la naturaleza del erario público era fluctuante, producto de las contribuciones e impuestos; mientras que el de la clero era estable pues descansaba sobre bienes raíces que eran propiedad de Jesucristo, representados por la Iglesia y administrados por las corporaciones e individuos a su resguardo.



Por último, debemos enfatizar que la Constitución de 1857, fue motivo de duras críticas por parte de los sectores católicos de la sociedad. Pesado (14 de mayo de 1857, p. 4), por ejemplo, escribió una nota que llamó “Controversia. Breve defensa de los bienes de la Iglesia” y en la que cuestionó al artículo 27⁵ al señalar que éste equivalía a quitarle a la Iglesia los medios para llevar a cabo su labor política, religiosa y social, y pese a que con aparente optimismo consideraba que tal vez llegara el momento en el que la sociedad procuraría reparar los males generados por el desvarío de los liberales, las últimas palabras que escribió fueron una sentencia lapidaria “quizás será tarde: fácil es arruinar y destruir: restablecer y ordenar de nuevo suele ser imposible”.

Conclusiones

A manera de epílogo, podemos afirmar que entre las características de los periódicos católicos consultados se pueden destacar: la presencia considerable de contribuciones anónimas; la rotación de periodistas por distintas publicaciones; las referencias en varios de sus títulos a la ciencia, la política y la literatura; el apoyo irrestricto, salvo contadas excepciones, a las acciones de la Iglesia católica.

De igual forma, llama la atención el hecho de que en el periodo estudiado, el Episcopado no publicó ni un solo periódico; por el contrario, es de suponer que debió apoyarse en la prensa editada por los laicos, mayoritariamente, y en los sacerdotes que, aparentemente, lo hacían a título personal.

Por último, habría que señalar que la prensa católica cumplió con varias funciones, entre las

⁵ El artículo establecía que ninguna corporación civil o eclesiástica poseía la capacidad para adquirir o administrar bienes raíces salvo aquellos que estuvieran destinados al servicio de la institución.

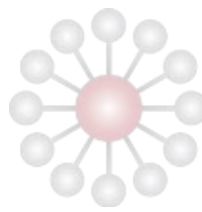
1	Calle de Damas
2	Calle de Cadena núm. 10 (Vicente Segura)
3	Calle de Cadena núm. 13 (Andrade y Escalante)
4	Calle de Cadena núm. 2 (Mariano Galván, a cargo de M. Arévalo)
5	Calle de Chiquis Núm. 6 (J. R. Navarro)
6	Calle de Escalerillas núm. 11 (<i>El Federalista</i> , de Sabino Ortega)
7	Calle de Escalerillas núm. 7 (a cargo de Manuel Castro)
8	Calle de la Palma núm. 4
9	Calle de Escalerillas núm. 13
10	Calle de los Rebeldes núm. 11 (Ignacio Cumplido)
11	Calle de Medinas núm. 6 (<i>El Águila</i> , a cargo de Manuel Ximeno)
12	Calle del Angel núm. 5 (a cargo de José Uribe y Alcalde).
13	Calle de san José Real (Alejandro Valdés)
14	Callejón de Dolores
15	Callejón del Espíritu Santo (Rafael Núñez)
16	Cerca de Santo Domingo
17	Cerca de Santo Domingo núm. 5 (Andrés Boix)
18	Colegio Nacional de San Gregorio
19	En el puente de Santo Domingo
20	Del Arquillo de la Alcaicería
21	Ex Inquisición (a cargo de José Ximeno)
22	Imprenta en Palacio (<i>El Constitucional</i>)
23	Portal del Águila de Oro
24	San José el Real núm. 13 (<i>La Voz de la Religión</i>)

Fuente: Girón, 2001, p. 61.

que destacaban las siguientes: formar en materia religiosa a los lectores para que no cedieran ante los “engaños” y agresiones de los liberales; afrontar los embates del liberalismo en materia de religión, en lo general, y del dogma, en lo particular, y defender los intereses terrenales de la Iglesia.1

V.- Anexo 1. Imprentas en la ciudad de México (1833-1857)





Bibliografía

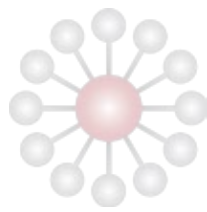
- Berneo, P. (2004). Nacimiento y desarrollo de la prensa periódica nacional en América Latina, en Barrera, C. Historia del Periodismo Universal, (135-168), Madrid: Editorial Ariel.
- Carrasco Puente, R., (1998). Hemerografía del periodismo mexicano. México: UNAM/ Instituto de Investigaciones Bibliográficas.
- Castro, M. Á. y G. Curiel (2000). Publicaciones periódicas mexicanas del siglo XIX: 1822-1855, México: UNAM/ Instituto de Investigaciones Bibliográficas
- Charno, S (1968). Latin American Newspapers in United States Libraries. Texas: University of Texas Press.
- Girón, Nicole (2001). El entorno editorial de los grandes empresarios culturales: impresores chicos y no tan chicos en la ciudad de México, en Suárez de la Torre, L. coord. Empresa y cultura en tinta y papel (1800-1860), (51-64), México: UNAM/ Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.
- Hamnett, B (2001). Historia de México. Cambridge: Cambridge University Press Series.
- McGowan, G. L (1978). Prensa y poder, 1854-1857. La revolución de Ayutla. El Congreso Constituyente. México: El Colegio de México.
- McQuail, Denis (2001). Introducción a la teoría de la comunicación de masas (3ª edición). México: Paidós.
- O’Gorman, Edmundo (1986). La supervivencia política novohispana. México: Universidad Iberoamericana.
- Porrúa (1999). Diccionario Porrúa de historia, biografía y geografía de México (7a edición). México: Porrúa, 1999, t. II.
- Torres, P (1937). Periodismo. México: Botas.
- Valverde Téllez, E (1949). Bio-bibliografía eclesiástica mexicana, 1811-1944. México: JUS, t. III.
- Velasco Valdés, M. (1955). Historia del periodismo mexicano. México, Manuel Porrúa.

Fuentes Hemerográficas

- Anónimo (1833, abril 16). Extracto [sic] de las sesiones del congreso general. Sesión de la Cámara de Diputados del día 11 de abril de 1833. En La Antorcha. Periódico religioso, político y literario, 1(16), 60-62.
- Anónimo (1845, noviembre 15). Política Cristiana. El sacerdocio y el estado son dos autoridades independientes en la posesión y administración de sus propios bienes. En El Católico periódico religioso, político-cristiano, científico y literario 1(12), p. 270.-273.
- Anónimo (1845, noviembre 8). Instrucción pastoral sobre los malos libros, dirigida por su Emma. el Cardenal Arzobispo de Bélgica. En El Católico, periódico religioso, político-cristiano, científico y literario, 11, 234-237.
- Anónimo (1845, septiembre 20). Parte dogmática. Pruebas de la existencia de Dios por las obras de la naturaleza. En El Católico, periódico religioso, político-cristiano, científico y literario, 1(4), 60-61.
- Anónimo (1845, diciembre 20). Parte dogmática hay muy pocos ateístas especulativos. En El Católico periódico religioso, político-cristiano, científico y literario 1(17), p. 360-361.
- Anónimo (1846, enero 3). Política cristiana. El sacerdocio y el Estado son dos autoridades independientes en la posesión y administración de sus propios bienes. En El Católico. Periódico religioso, político-cristiano, científico y literario, 1(19), 364-365.
- Anónimo (1846, enero 24). Parte dogmática. En El Católico. Periódico religioso, político-cristiano, científico y literario., 1(22), 481-484.
- Anónimo (1846, septiembre 16). Discurso sobre la excelencia de la religión católica. En El Ilustrador católico mexicano., 1(1), 4-6.
- Anónimo (1846, noviembre 4). Otro asunto del día. En El Ilustrador católico mexicano, 1(8), 185-188.



- Anónimo (1846, noviembre 11). Continúan las reflexiones sobre la excitación o providencia del gobierno, inserta en nuestro número anterior [pág. 185]. En *El Ilustrador católico mexicano*, 1(9), 208-210.
- Anónimo (1846, noviembre 11). Tratado de la verdadera religión contra los incrédulos y los herejes, En *El Ilustrador católico mexicano*, 1(9), p. 192-195
- Anónimo (1846, noviembre 18). Tratado de la verdadera religión contra los incrédulos y los herejes. En *El Ilustrador católico mexicano*, 1(10), 217-219.
- Anónimo (1847, enero 13). A última hora. En *El Ilustrador católico mexicano*, 1(18), 432.
- Anónimo (1847, mayo 1). A nuestros suscriptores. En *El Católico periódico religioso, político-cristiano, científico y literario*, 1(5) 120.
- Anónimo (1848, julio 4). Editorial. ¿Es útil para los pueblos la ley sobre los bienes del clero? En *El Ómnibus*, 4(150), 1-2.
- Anónimo (1848, septiembre 27). A la juventud, retrato del siglo XVIII. En *La Voz de la Religión*, 1(21) 355-356.
- Anónimo (1849, abril 21). La religión y la filosofía. En *La voz de la religión*, 2(32), 498-499.
- Anónimo (1849, diciembre 3). Sin título. En *La Civilización*. Revista religiosa, científica, literaria y política, 1(2), 1.
- Anónimo (1849, febrero 10). Homilía sobre la luz de la razón. En *La voz de la religión*, 2(12), 182-183.
- Anónimo (1851, abril 26). Ocupación de los bienes eclesiásticos, causa de la miseria pública. En *El Espectador de México*. Revista semanal de religión, ciencias, literatura y bellas artes, 2(1), 1-2.
- Anónimo (1851, enero 4). Prospecto. En *El Espectador de México*. Revista semanal de religión, ciencias, literatura y bellas artes, 1(1), 1- 6.
- Anónimo (1851, julio 26). Sección religiosa. Bienes de la Iglesia. En *La voz de la religión*, 1(4), 98-99.
- Anónimo (1851, noviembre 1). Sección política. Dos palabras sobre los bienes de la Iglesia. En *El Ómnibus*, 1(5), p. 1-2.
- Anónimo (1855). Prólogo, en *Semanario de Religión, ciencias, literatura y artes*. México 1855, 1, l.
- Camarillo Carvajal, M. T. (1982). Prensa y poder eclesiásticos en el Siglo XIX. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 109, pp, 19-29.
- Estrada, José T. (1967). Periódicos y escritores del siglo XIX. *La Antorcha*. Periódico religioso, político y literario. *Boletín Bibliográfico de la Secretaría De Hacienda y Crédito Público*, 385, pp.1-20
- García Gutiérrez, Blanca (2001). El papel de la prensa conservadora de la cultura política nacional a mediados del siglo XIX. En L. B. Suárez de la Torre., (coord). *Empresa y cultura en tinta y papel(505-528)*. México: Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora/Universidad Nacional Autónoma de México.
- Haffner, Paul (2001). Discurso en ocasión de la presentación del libro: 'El Misterio de la Razón', *Ecclesia*, XVII(1), 97-101, <http://www.upra.org/archivio_pdf/232.pdf> (12/ marzo/2008).
- Miranda, Lidia (2007). La Iglesia católica en las más recientes historiografías de México y Argentina. *Religión, modernidad y secularización*, *Historia mexicana*, LVI(4) 1393-1426.
- Pani, Erika. "Para difundir las doctrinas ortodoxas y vindicarlas de los errores dominantes': los periódicos católicos y conservadores en el siglo XIX", en Belém Clark de Lara (coord.), *La república de las letras: asomos a la cultura escrita del México decimonónico*, México, UNAM, 2005, Vol. 2, pp. 119-130
- Pesado, J. J. "Controversia pacífica sobre la nueva Constitución mexicana", en *La Cruz*. Periódico exclusivamente religioso, establecido exprofeso para difundir doctrinas ortodoxas y vindicarlas de los errores dominantes, México, 14 de mayo



de 1857, tomo V, núm. 1, p. 4.

- Pesado, J. J. “Controversia. Breve defensa de los bienes de la Iglesia”, en La Cruz. Periódico exclusivamente religioso, establecido exprofeso para difundir doctrinas ortodoxas y vindicarlas de los errores dominantes. México, 15 de enero de 1857, t. 4, núm. 4, p. 99.
- Ruiz Castañeda, María del Carmen. “Revistas literarias mexicanas del siglo XIX”, en Deslinde. Cuadernos de cultura política universitaria. México, núm. 175, 1987, pp. 1-36 pp.



La construcción sociocultural del “joven que no estudia y no trabaja” desde los medios de comunicación, la opinión pública y el Estado en el Distrito Federal

María Eugenia Campo

Ernesto Cisneros

Ivonne García

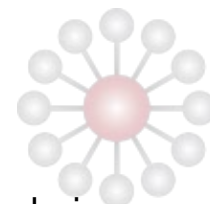
Gabriela Flores

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Resumen

A finales del año 2009, José Narro, rector de la Universidad Nacional Autónoma de México elevó a la agenda de los medios el caso de los “ninis”, es decir, los jóvenes entre 12 y 29 años de edad que ni estudian ni trabajan, y que según han dicho distintos especialistas, se trata de un grupo poblacional vulnerable al narcotráfico, la ilegalidad, las drogas, la depresión y el suicidio. Esta investigación identifica cuáles son las representaciones sociales que están construyendo los medios de comunicación sobre los jóvenes que se encuentran en esa situación en la opinión pública y el Estado, puesto que nuestra hipótesis es que se está estableciendo un estigma que puede justificar políticas públicas definidas de manera “unilateral”. El objetivo general del proyecto es determinar la construcción sociocultural del joven que no estudia y no trabaja a partir de los medios de comunicación, la opinión pública y el Estado. La metodología consistió en aplicar encuestas de opinión a hombres y mujeres de 30 a 60 años residentes en la Ciudad de México; entrevistar a especialista en sociología de la juventud y a los miembros de la Comisión de Juventud y Deporte del Senado de la República en el Distrito Federal, y finalmente, analizar los marcos (frame analysis) de los periódicos El Universal y La Jornada.

Palabras clave: ninis, representación social, medios, opinión pública, marcos.



I. Introducción

La presente investigación se realizó como parte de los objetivos de aprendizaje de la clase de Opinión Pública del Posgrado en Comunicación de la Universidad Iberoamericana. El mismo surge a partir del interés de sus autores sobre la juventud y las representaciones sociales que de ellos, los medios de comunicación construyen a partir de que se eleva a la agenda de medios el problema de los 7 millones de jóvenes que no estudian y no trabajan en México.

Esta investigación busca conocer si los medios de comunicación, la opinión pública (OP) y los senadores responsables de la legislación respecto a los jóvenes están reproduciendo una representación negativa de los jóvenes que no estudian y no trabajan, ya que el equipo piensa que se está construyendo una opinión pública que afecta de manera negativa y errónea la forma de mirar a los jóvenes inmersos en este fenómeno, lo que puede llegar a justificar políticas públicas de «mano dura y definidas de manera unilateral».

Para contrastar las hipótesis de este proyecto, el equipo ha utilizado una metodología de investigación de tipo mixta: cuantitativa y cualitativa paralelamente; se realizaron 280 encuestas sobre la imagen que tiene la OP de los llamados “ninis”, además se hizo un análisis de los marcos de interpretación de la prensa: La Jornada y El Universal; finalmente se realizó un análisis de entrevistas semiestructuradas a senadores.

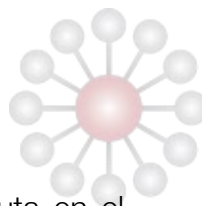
II. Los jóvenes que no estudian ni trabajan, problemática e hipótesis

Recientemente, José Narro, rector de la Universidad Autónoma de México elevó a la agenda de los medios la situación de los “ninis”, es decir, los jóvenes de entre 12 y 29 años de edad que ni estudian ni trabajan, y que representan, según lo dicho por Narro, un grupo poblacional vulnerable al narcotráfico, la ilegalidad, las drogas, la depresión y el suicidio.

Estas declaraciones han desatado un abordaje de los medios de comunicación hacia el problema, destacando sobre todo su condición de vulnerabilidad hacia la delincuencia y el narcotráfico. No parece considerarse el acercamiento, desde las diferentes vertientes que tiene el análisis de la juventud, ni su circunstancia, ni a las instituciones involucradas en el desarrollo de los jóvenes. Esta postura caracteriza al joven desde una “visión pedagógica de la juventud”, dejando al joven que no logra su inserción a la institución educativa o productiva sujeto a la estigmatización, condición que lo hace vulnerable por carecer, entonces, de representatividad de peso para llevar sus demandas a las instituciones por vía democrática.

Por lo arriba mencionado esta investigación buscó conocer:

¿Cuáles son las representaciones sociales que se están creando sobre los jóvenes que no estudian y no trabajan?, ¿está de acuerdo la op con la aplicación de políticas de “mano dura”?, ¿cuáles son las políticas públicas que la op cree que deben ser aplicadas a los jóvenes que no estudian y no trabajan?, ¿cuáles son las representaciones



sociales que se están creando los senadores responsables de las políticas públicas a partir de las declaraciones divulgadas por los medios de comunicación sobre los jóvenes que no estudian y no trabajan?, ¿de qué manera los medios están enmarcando a los jóvenes que no estudian y no trabajan?.

El proyecto giró sobre dos hipótesis principales:

A) La opinión pública ve de manera negativa y errónea, desde el punto de vista de la sociología de la juventud, a los jóvenes que «no estudian y no trabajan», por lo que puede provocar una estigmatización que lleve a la creación y justificación de políticas públicas de «mano dura y definidas de manera unilateral».

B) Los medios de comunicación están definiendo la imagen de los jóvenes que “no estudian y no trabajan” de forma negativa (La Jornada, El Universal).

III. Marco conceptual

La investigación que nos convoca tiene como sustrato teórico desde el campo de la comunicación, la opinión pública y la sociología de la juventud, los siguientes conceptos:

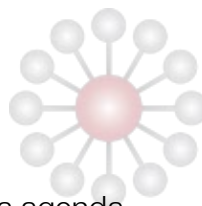
1) La esfera pública. Concepto acuñado por Habermas, es entendida como un espacio de discusión, institucional o geográfico donde los ciudadanos acceden al diálogo sobre las cuestiones de interés común.

Para nuestra investigación tenemos presente el aporte teórico de Habermas porque nos ayuda a

entender las fuerzas que están en disputa en el espacio público y el rol que los medios juegan al ser las empresas que utilizan a opinión pública como mercancía y de control social.

2) El concepto de opinión pública. Park concibe en su tesis doctoral de 1904 a la opinión pública como un fenómeno colectivo que es racional; y en 1921, a partir de la publicación de *Introduction to the science of sociology*, traslada el énfasis a su importancia como forma de control social. En ambos casos la opinión pública constituye para él un producto social supraindividual, no una mera colección de opiniones diversas, sino la opinión de una colectividad caracterizada como “pública” que se convierte en una tendencia que puede ejercer control social.

3) Concepto de Público. Park define al público como un conjunto de personas, no necesariamente próximas físicamente, que nace del conflicto y de la confrontación de opiniones entre los distintos individuos que lo componen y que se caracteriza además porque: i) en el público los espectadores que lo constituyen toman distintas posturas, consiguiendo así las distintas interpretaciones acerca de determinado tema. ii) El resultado de la interacción entre las distintas opiniones es la opinión pública. La opinión pública es un producto del público, es la opinión del público. iii) De esta manera, la opinión pública no es la suma de las opiniones de los miembros del público, ni la opinión de la mayoría de ellos, ni tampoco la opinión de nadie en particular. Es un ente supraindividual, una tendencia general que actúa como un mecanismo de control que se impone a todos los miembros del grupo.



4) La opinión pública y la prensa. Park encuentra una estrecha relación entre la prensa, la opinión pública y la acción política. Nos dice que el verdadero poder de la prensa se encuentra en la formación de la opinión pública así como en el poder político. Especialmente reconoce el rol fundamental de los periódicos en esto: afirma que los periódicos ejercen en la formación de la opinión pública y en la movilización de la comunidad, hacia la acción política.

Se reconoce a Park como uno de los primeros en introducir la idea de agenda setting, ya que hacen referencia a los procesos de influencia entre tres agendas: la de los medios, la del público y la de los políticos. Park además clarifica la interacción entre agendas. Y pone de relieve la idea de Cohen citada en 1963, sobre que los medios pueden no decir lo que la gente debe pensar pero si tiene un papel eficaz para decirle a la gente los temas sobre los cuales tiene que pensar.

Cohen dice que los medios tienen efectos directos e indirectos en la opinión pública, uno de los cuales es justamente señalar los temas que deben merecer la atención de la gente. Park complementa esta idea diciendo que la prensa tiene la capacidad de orientar al público sobre los temas que se están discutiendo.

5) Medios de Comunicación. Agenda setting es el proceso por el cual los medios de comunicación establecen relativa importancia a los asuntos públicos en el debate público. Es decir, definen los temas. Varios autores concluyen que los medios son muy influyentes en decir a los lectores acerca de qué pensar (agenda pública), es decir que encontraron una fuerte correlación, de modo que

la agenda pública es un virtual reflejo de la agenda de los medios. A este proceso lo denominaron “agenda setting” (Miller, 2004).

Explica Katherine Miller (2004) que a nivel general, el concepto de agenda setting involucra la relación de tres agendas: la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política. Cada una de ellas, consta de temas que son de importancia considerada.

La agenda de los medios son el grupo de tópicos dirigidos por los medios. La agenda pública son los temas que los miembros del público considera que son importantes. La agenda política, son los asuntos que quienes toman decisiones en el ámbito político creen que son particularmente sobresalientes. Las agendas podrían compartir temas entre sí, pero también, podrían incluir sólo un tema.

Luego otras investigaciones realizadas con varias metodologías, han arrojado resultados mixtos y algunos indicadores de que la agenda pública puede influir en la agenda de los medios o que pueden ejercer una influencia recíproca. Además, han buscado los factores que pueden predecir cuándo es especialmente importante la influencia de la agenda de los medios de comunicación en la agenda pública.

6) Agenda de atributos y encuadre. Señala Miller (2004) que McCombs, Shaw y Weaver (1997) definieron un primer y segundo nivel de la agenda setting y establecieron diferencias entre ellos. El primer nivel se ocupa de los objetivos sobre los medios de comunicación y los programas públicos. Este es el tradicional dominio de la investigación



sobre la agenda setting en la que los medios de comunicación son vistos como influyentes en lo que se incluyen en la agenda pública. El segundo nivel considera los atributos de esos objetivos. En este nivel los medios de comunicación no sólo sugieren lo que el público debe pensar, sino también influye en cómo la gente debe pensar en la cuestión.

Este segundo nivel está determinado por el concepto de framing, acuñado Goffman (1975) y refinado como uno de los paradigmas de la comunicación por Ghanem y Takeshita en 1997. Este se refiere al proceso mediante el cual los medios hacen énfasis en algunos aspectos de la realidad mientras minimizan otros. Precisa Miller (2004) que el framing tiene que ver con la consideración de subtópicos relacionados con el tema, la forma y tono de la narrativa y detalles incluidos, es decir esquemas para interpretar la información.

Este nivel de la agenda reconoce que los medios tienen la capacidad de construir imagen y establecer estereotipos ya que ellos establecen la relevancia de ciertos atributos. Esto se realiza por medio del encuadre, es decir, seleccionar algunos aspectos de la realidad que se percibe y darles mayor relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones causales, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito (Entman, 1993).

McCombs (2006) nos dice que las descripciones que se hacen de las personas, de los temas y de las situaciones van desde los atributos más simples a hasta los más complejos. Este abanico

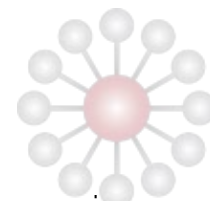
de atributos a lo largo de un continuo va de lo micro a lo macro, es decir, de los atributos cognitivos y afectivos a los más generales.

Las etiquetas a grandes rasgos para esos atributos de temas, candidatos políticos y otros objetos son el material de los titulares informativos. Así como también, pueden ser etiquetas abreviadas para los encuadres, como por ejemplo “nini”, utilizada para los jóvenes que no estudian y no trabajan, y que son puntos de vista dominantes empleados para organizar tanto las presentaciones informativas como las ideas personales sobre los sujetos y objetos.

Un encuadre es un atributo en cuestión, dado que describe el objeto. Sin embargo, no todos los atributos son encuadres. Si se define el encuadre como un punto de vista dominante del objeto, entonces el encuadre queda delimitado, de manera fructífera, como un caso especial de atributos.

7) Concepto de juventud. Para entender el concepto de juventud es necesario reconocerlo como una construcción socio cultural, por lo que está dibujada dentro de un espacio-tiempo específico y diferente para cada cultura. Las características del ser joven pueden variar e incluso llegar a no existir dentro de una cultura o su valoración puede ser diferente.

Debido al contexto social capitalista, la juventud en occidente está íntimamente relacionada con las instituciones de educación y trabajo, pues se reconoce la necesidad de capacitación y preparación del joven para el trabajo industrial, pues es trabajo especializado que no se podría hacer sin enseñanza previa. La juventud igualmente



se da por terminada cuando el individuo logra su independencia económica y una madurez, entendida ésta como la adquisición de una responsabilidad social.

Siendo entonces una percepción social, la investigación en juventud propone su abordaje observando puntos concretos, condiciones o estructura social (instituciones específicas para su juventud: sistema escolar o leyes a favor o en contra de sus actividades), imágenes culturales (conjunto de ritos, que señalen la distinción entre los niños y jóvenes y entre éstos y los adultos; atributos vinculados específicamente a esta condición y valores con los que juzgar las conductas y comportamientos que se consideren apropiados a los jóvenes) y representaciones sociales. Estas condiciones cambian de cultura en cultura, de generación en generación y entre hombres y mujeres. Por éstas características es teóricamente recomendable abordarla desde la perspectiva de la agencia (la cual reconoce al sujeto como sujeto activo de cambio y transformación en la estructura social). El agenciamiento posibilita otorgar el estatuto y la respetabilidad para verlos como creadores y poseedores de su juventud, priorizando el análisis en las prácticas y formas expresivas y simbólicas de los jóvenes. Por tanto, es importante explorarla desde lo cualitativo y de manera procesual.

8) Visión pedagógica de la juventud. Esta visión es la predominante en las sociedades industriales en donde la familia ha perdido su capacidad de educar y de guiar sus miembros, quedando ésta en manos del estado; en estas sociedades los sujetos se han cosificado y transformando en un conjunto de educandos, los cuales necesitan asistencia para su

aprendizaje y tener los conocimientos necesarios para lograr un desarrollo normal. Durkheim plantea a la educación como “socialización metódica de la generación joven”, “para generar un ser capaz de llevar una vida moral y social”, (Durkheim). Ésta es una idea utilitaria de la educación, que suele generalizar y homogenizar a los sujetos, sin detenerse en las experiencias de grupos de jóvenes determinados por su contexto social, específico para observar su problemática.

Se considera al joven, desde un punto de vista de su función en la sociedad, o sea, su inserción en la escuela o al trabajo serían los objetivos modelo a seguir por ellos, entonces, aquel que no está dentro de estas funciones sociales son estigmatizados en dos modelos, según su condición de clase, estos definen la imagen cultural de la juventud en la del conformista entre los muchachos burgueses y la del delincuente entre los proletarios. Para los primeros, la juventud representa un período de demora social marcado por el aprendizaje escolar y el ocio creativo, para los segundos representaba a menudo su expulsión del mundo laboral y el ocio forzoso.

De acuerdo con la sociología de la juventud, lo juvenil tiene tres elementos que son fundamentales para comprender a esta condición social y cultural de los sujetos. Estos son a) las imágenes culturales, b) las condiciones estructurales y c) las representaciones sociales. A partir de estos elementos es posible entender las maneras de como se manifiestan las representaciones, valores, normas y estilos que animan a los jóvenes.

- a) Las condiciones estructurales son aquellas que ayudan a describir el contexto en el cual se encuentra el sujeto joven. Son aquellos atributos que



escapan de su elección, como por ejemplo género, lugar de nacimiento, estatus socioeconómico, etnia, raza. La sociología de la juventud nos dice que son importantes de considerar porque éstas delimitan la trayectoria individual del joven, la cual es diferente para cada persona y son los referentes a partir de los que construyen su trayectoria de vida. Un ejemplo de ello es la diferencia que existe en la vida de un joven que nace en un país de primer y tercer mundo.

- b) Imágenes culturales han sido descritas por Feixa (1998) como las formas de presentación de las identidades y culturas juveniles visibilizadas en el espacio público y que se refieren a:

“la manifestación simbólica de las culturas juveniles, expresadas en un conjunto de elementos materiales e inmateriales heterogéneos provenientes de la moda, la música, el lenguaje, las prácticas culturales y las actividades focales que los jóvenes consideran representativos de su identidad como grupo”.

Asimismo, nos aclara Urteaga que el estilo no es sólo la selección activa, apropiación y resignificación de los objetos por parte de los grupos de jóvenes, sino también la combinación de éstos con actividades y los valores que producen y organizan su identidad grupal.

Según Feixa, las imágenes culturales son producto de las elaboraciones subjetivas de los jóvenes o de las instituciones que intervienen en su mundo. Se refiere a los siguientes elementos:

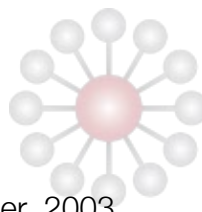
- Atributos ideológicos, valores y ritos manifestados por los jóvenes.
- Universo simbólico expresado en

elementos materiales como la moda y bienes de consumo; y elementos inmateriales como la música y prácticas culturales.

- c) Representaciones sociales. Este concepto ha sido desarrollado extensamente a partir de las ideas del psicólogo Serge Moscovici, el cual nos dice que para llegar a estas es necesario adentrarnos en “el conocimiento del sentido común, orientado a la práctica sobre lo que respecta a la manera como nosotros, sujetos sociales, aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno. Constituyen modalidades de pensamiento práctico orientadas hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal.” 2

A partir de estos tres elementos podemos tener un sistema de anticipaciones y expectativas, que nos permita tener parámetros para realizar esquemas de clasificación, explicación y evaluación de sujetos, objetos y situaciones que rodean a cada persona. Esto se construye a partir de la experiencia individual y los saberes aprendidos por los sujetos, bien sea por vías formales e informales, como la tradición, la educación y la comunicación. Además para cada persona y sociedad, las representaciones son organizadas por jerarquización, clasificación y coherencia de manera diferente y se elaboran desde distintos ámbitos, que en el caso de lo juvenil, proviene de tres diferentes espacios:

l) Desde las instituciones. Están construidas, desde el modelo del “deber ser” joven, el cual proviene del modelo de nación o desarrollo y desde las expectativas que el estado tiene en el joven.



Cuando esto no sucede se generan atributos positivos o negativos sobre el desempeño del joven, llegando a estereotiparlos y estigmatizarlos.

II) Desde los mismos jóvenes. Estas representaciones se dan a partir de las experiencias sociales que comparten en las relaciones intragrupalas, es decir, desde la interrelación de grupos de jóvenes entre sí y que modifican las representaciones que ellos tienen sobre sí mismos, el grupo al que pertenecen y los otros. Sus representaciones se encuentran relacionadas con lo imaginario, por lo que “constituyen ideas de sí mismo situadas en el cruce de las coacciones sociales que pesan sobre ellos y los deseos o carencias que observan en su experiencia de la vida”³

III) Representaciones desde sí mismos. En este punto son los mismos individuos jóvenes quienes construyen sus propias representaciones a partir de su experiencia social y su imaginario de lo que resulta la creación o adopción o resignificación, de estilos que los llevan a la integración de grupos que definen entre sí lo que son, lo que quieren ser y con lo que quieren que los demás los identifiquen.

Estas tres categorías, ya que ellas interactúan, nos permiten obtener elementos para identificar cómo se configuran las identidades de los jóvenes, a partir de qué contextos concretos configuran dichas identificaciones, cómo se expresan, cómo quieren ser vistos por los otros y cómo los otros los perciben y se forman una idea de ellos.

8. Estigma. Erving Goffman (1963) al teorizar sobre el estigma, centra su atención en “la tensión que se debe a la diferencia entre lo que las personas esperan que hagamos y lo que

queremos hacer espontáneamente” (Ritzer, 2003, p. 277), y de esa forma define y tipifica al estigma: “el abismo entre lo que una persona debería ser, su “identidad social virtual” y lo que una persona realmente es, su “identidad social real”. “Todo aquel que experimenta un abismo entre estas dos identidades está estigmatizado” (Ritzer, 2003, p. 283). Goffman identifica dos tipos de estigma:

- Estigma desacreditado se refiere al caso en el que el actor acepta que las diferencias son reconocibles o evidentes para los demás, como por ejemplo los defectos físicos como parapléjicos o un tuerto.

- Estigma desacreditable es aquel en el que las diferencias no son reconocibles o perceptibles por los demás, como es el caso de las personas que han mentido con respecto a su pasado y se esfuerzan por mantenerlo oculto.

9) Políticas Públicas. Dice Carlos Salazar Vargas (1999) que, por políticas públicas se entienden “el conjunto de sucesivas respuestas del Estado frente a situaciones consideradas socialmente como problemáticas” (Salazar Vargas, 1999, p. 41).

Entre los distintos tipos de políticas que precisa este académico colombiano, se destacan las señaladas como propias de la escuela latinoamericana que se aplican sobre todo en México y Suramérica. Estas son de enfoque estructuralista y las clasifica en tres categorías:

- i) Las básicas o hegemónicas, es decir, aquellas que muestran con claridad los intereses del proyecto político dominante en cada momento.

- ii) Las transaccionales, son las que se generan producto de la negociación entre sectores, bien



sea de poder o subordinados y el Estado. Son el resultado del diálogo y la concertación.

iii) Las de dominación, son las que van desde la cooptación hasta la represión, como lo son las políticas de marginación o de neutralización.

IV. Metodología

El universo de la investigación está compuesto por la opinión pública de la Ciudad de México, los miembros de la Comisión de Juventud y Deporte del Senado de la República y los periódicos El Universal y la Jornada.

La metodología usada en esta investigación responde a la propuesta de Habermas y Park sobre cómo entender el espacio público y la construcción de la Opinión Pública, lo que ya se ha visto en la parte del marco teórico. Debido a lo cual el equipo decidió extender la investigación a estos tres actores que son la sociedad, los políticos y los medios de comunicación, usando para la investigación las diferentes metodologías que respondían mejor en cada caso, por lo que esta investigación tiene un carácter mixto. Este tipo de procesos tiene la ventaja de llevar a cabo una investigación de mayor amplitud, más profunda, con más diversidad de enfoques, con un mayor sentido del entendimiento y de riqueza interpretativa. Implica desde el planteamiento del problema mezclar la lógica inductiva y la deductiva. Este enfoque se fundamenta en la triangulación de métodos: cualitativos y cuantitativos. La presente metodología se enmarca dentro del tipo de diseño en paralelo con triangulación de datos, esto es, se realizan al mismo tiempo dos estudios: uno cuantitativo y uno cualitativo. Lo que resulte de estos se realizan las interpretaciones sobre el problema investigado.

Respecto al uso de la metodología cuantitativa. El número de cuestionarios fue redondeado a 280 adultos femeninos y masculinos, de entre 30 y 60 años de edad. La operacionalización de variables se determinó en base a las hipótesis antes mencionadas.

Sobre el uso del método cualitativo. Las técnicas de investigación cualitativas utilizadas en este proyecto de investigación fueron, revisión de la literatura, análisis de los marcos de interpretación (frame analysis) a:

- Los contenidos de los medios de comunicación La Jornada y El Universal publicados desde el 1 de noviembre al 30 de abril.

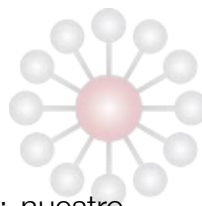
Y entrevista semiestructurada a:

- El Dr. José Antonio Pérez Islas, coordinador del Seminario de Investigación en Juventud y a la Dra. Maritza Urteaga, profesora – investigadora de la Escuela Nacional de Antropología e Historia.

- Los Senadores Javier Orozco y José Máximo García Zalvidea, presidente y miembro de la Comisión de Juventud, Cultura y Deporte de la Cámara de Senadores, respectivamente.

Análisis de los marcos de interpretación

Por otra parte, para el desarrollo de esta investigación, entre el mes de noviembre de 2009 y hasta el 30 de abril de 2010, se realizó un análisis crítico del discurso de la prensa, de los diarios El Universal y la Jornada, frente al tema de los “jóvenes que no estudian y no trabajan”. Según van Dijk (1997) se trata de tomar una postura explícitamente crítica ante las relaciones de



dominación, de poder y desigualdad, así como la manera en que los integrantes de un grupo social los reproducen o les oponen resistencia por medio de textos y el habla.

Por tanto, desde el análisis crítico del discurso, se buscó identificar cómo el caso de estos jóvenes es abordado por los diarios La Jornada y El Universal, considerando que desde la sociología de la juventud se identifica a los medios como partes de las instituciones que elaboran representaciones sociales de lo juvenil, es decir, construyen un “deber ser”, el papel que debe jugar el joven en la sociedad y cuáles son los atributos con base en los cuales se puede calificar de positivo o negativo el desempeño del joven, de manera de estereotiparlos y estigmatizarlos.

Para identificar estas representaciones, la presente investigación realizó un análisis crítico del contenido de los referidos medios impresos con el apoyo del enfoque teórico metodológico del análisis de los marcos de interpretación (frame analysis), el cual busca identificar cuáles con los marcos o esquemas de pensamiento que están presentes en el contenido de los discursos.

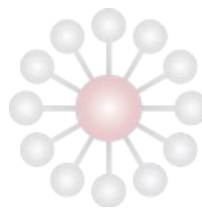
Al ser los marcos las estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo, Lakoff (2007) nos dice que éstos conforman las metas que nos proponemos alcanzar, los planes que hacemos, nuestra manera de actuar y aquello que cuenta como el resultado bueno o malo de nuestras acciones y la de los otros. Los marcos, forman parte de lo que los científicos cognitivos llaman el “inconsciente cognitivo” (Lakoff, 2007, p.17), es decir, estructuras de nuestro cerebro a las que no podemos acceder conscientemente, pero

que conocemos por sus consecuencias: nuestro modo de razonar, lo que se entiende por sentido común y a través del lenguaje. Cuando oímos o leemos una palabra, se activa en el cerebro su marco o su colección de marcos.

Es decir, que el lenguaje es un reflejo o una manera en como los marcos se manifiestan. De ahí que el autor nos diga que “cambiar de marco es cambiar de el modo que tiene la gente de ver el mundo” (Lakoff, 2007, p.17), así que si el lenguaje activa los marcos, si queremos cambiarlos debemos empezar por cambiar el lenguaje. “Pensar de un modo diferente requiere hablar de un modo diferente” (Lakoff, 2007, p.17).

De esta manera, utilizando el lenguaje, los medios de comunicación son divulgadores y productores de marcos, pues así se reconoce desde la teoría de la agenda setting (McCombs, 2004), que establece en su primer nivel, que existe una correlación positiva entre lo que los medios reseñan y lo que la gente identifica como los temas con mayor importantes en la actualidad, además, proporciona los estándares que las personas adoptan para evaluar las cuestiones sociales y políticas al momento de tomar decisiones o tomar postura (priming, Fiske y Taylor, 1984).

Asimismo, los medios también nos ofrecen explicaciones sobre cuáles con las características, las causas y los efectos de los temas que nos muestran como los más importantes, en otras palabras, enmarcan (framing) sus contenidos al realizar la selección de ciertos aspectos de un tema que son presentados como los más importantes. Esto genera un efecto llamado efecto framing (McCombs, 2004), que se refiere a las



explicaciones que la opinión pública da sobre un tema o acontecimiento, que varía según el marco que los medios han utilizados para explicarlo o reseñarlo.

Para esta investigación, frame o marco de la prensa se refiere a “la selección de algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más prominentes en un texto comunicativo, de manera que promuevan definiciones particulares de los problemas, interpretaciones causales, evaluaciones morales y/o recomendaciones para el tratamiento del asunto descrito”, (Entman, 1993).

La identificación de estos enmarcados nos permitirá abstraer información sobre cuáles son los atributos, causas, efectos y soluciones que los periódicos La Jornada y El Universal le dan al caso de los jóvenes que no estudian y no trabajan.

El universo del análisis estuvo integrado por los trabajos periodísticos de las ediciones diarias publicadas durante 6 meses, contados desde el 1 de noviembre de 2009 al 30 de abril de 2010, de los diarios La Jornada y El Universal. Las unidades de análisis fueron 42 trabajos periodísticos identificados en el universo que hacen referencia a la situación de los jóvenes que no estudian y no trabajan. En este caso 35 son de La Jornada y 7 de El Universal.

Las categorías fueron los marcos de interpretación o frames, expresados en frases o palabra presentes en los trabajos periodísticos a través de las cuales (Entman, 1993):

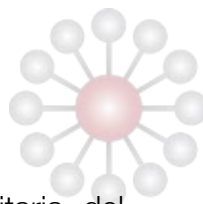
- Se define el problema.
- Se interpretan las causas.

- Se realizan las evaluaciones morales.
- Se exponen recomendaciones para el tratamiento del asunto.

Sobre los diarios analizados podemos decir que:

- La Jornada es un periódico de circulación nacional y edición diaria, fundado el 19 de septiembre de 1984, por Carlos Payán. Su formato es tabloide. Ocupa el cuarto puesto nacional en tiraje y el tercero en el Distrito federal. La Jornada es un periódico con orientación política de izquierda. Su directora actual es Carmen Lira Saade. Cuenta con una versión online desde 1995, que permite el acceso gratuito a todos los contenidos, incluyendo los archivos. Desde entonces su website se aloja en servidores de la Universidad Nacional Autónoma de México. Según datos citados por la publicación digital Al Margen, el Centro Interamericano de Marketing Aplicado señala que La Jornada tienen un tiraje diario de 100 mil 94 ejemplares y según Bimsa, tiene 287 mil 100 lectores al día.

- El Universal es un diario de circulación nacional que bajo el lema “Diario Político de la Mañana” nació el 1 de octubre de 1916. Su fundador fue el ingeniero Félix Fulgencio Palavicini, quien formaba parte del Congreso Constituyente de Querétaro. El objetivo que inspiró su nacimiento fue dar la palabra a los postulados emanados de la Revolución Mexicana cuando comenzaba el Congreso Constituyente. Su tendencia ideológica es plural. Su formato es estándar. El 7 de marzo de 2001 nació El Universal online. La publicación digital Al Margen señala que según la revista ADcebra (No. 114, de agosto de 2001) El Universal tiene un tiraje diario de 170 mil 356 mil ejemplares, tiene 419 mil 500 lectores al día y está incluido en la lista de “Los 20 diarios



más poderosos de América Latina”, que publicó la revista colombiana Gatopardo en su número 20, fechado en diciembre de 2001.

V. Análisis de los resultados de la investigación

En las siguientes líneas pasaremos a exponer y analizar los resultados de las encuestas aplicadas, la identificación de los marcos de la prensa y las entrevistas semiestructuradas aplicadas a los senadores.

Resultado de las encuestas: retrato hablado del joven que no estudia y no trabaja

Según la variable sobre las condiciones estructurales, que son aquellas que ayudan a describir el contexto en el cual se ubica el sujeto joven y los atributos que escapan de su elección, tenemos que la OP piensa que “los jóvenes que no estudian y no trabajan” son principalmente varones (49%) que viven en el Distrito Federal (53%), que es una situación que se está presentando indistintamente de la clase social (51%) a la que pertenezca el joven. Y que provienen de familias disfuncionales (75%).

Sobre la variable de imágenes culturales, que se refiere a la forma de representación, las identidades y la manera en cómo se visibilizan los jóvenes en el espacio público y en consecuencia la forma en que son percibidos, la opinión pública los identifican principalmente como “desorientados” (10%); seguido, por sólo un punto porcentual por “flojos” (9%), lo que indica que la OP piensa en este problema como proveniente de lo social

principalmente (28%), y la función utilitaria del joven en segundo término. De igual manera, la OP piensa que este joven que no estudia y no trabaja porque están desorientados (27.8%).

Sobre la variable de las representaciones sociales, es decir, el modelo que delinea las instituciones en torno al sujeto joven, la OP piensa sobre la juventud es un modo positivo, constructivo y determinante para la maduración del individuo (68%). Por otro lado, la OP dice que la gente piensa que los jóvenes que no estudian y no trabajan, son unos rebeldes (66%) carentes de sentido de responsabilidad y compromiso. Al mismo identifican que las noticias dicen que los jóvenes han sido olvidados por el Estado (33%).

Respecto a la variable sobre los tipos de Políticas Pública a aplicar ante las situación de los jóvenes que no estudian y no trabajan, la OP piensa que deben de definirse consensuadamente con los jóvenes (82%). Es decir aplicar un tipo de política definida a partir del diálogo entre los jóvenes y el Estado.

Resultado del análisis de las encuestas

- Si consideramos que la sociología de la juventud nos dice que los jóvenes forman un agregado heterogéneo debido a su construcción desde lo sociocultural, notamos que la opinión pública tiene la tendencia a concebir a los jóvenes de una manera homogénea, donde generaliza sin tomar en consideración los diferentes contextos, y esto se debe a que desconocen esta particularidad del sujeto joven.



- Las condiciones estructurales de sexo, población, clase social y tipo de familia, encontradas a través de la encuesta, difieren de los datos duros compartidos por los especialistas, pues la mayor parte de éstos jóvenes no son hombres, sino que el 81.7% son mujeres (ENJ, 2005); se encuentran distribuidos en todas las ciudades del país; pertenecen al nivel socioeconómico bajo y medio bajo; y no necesariamente son miembros de una familia disfuncional.

- La forma negativa en que la opinión pública imagina a estos jóvenes, se proyecta a través de los adjetivos calificativos negativos usados para caracterizarlos. Las perspectivas desde las que se forman el mayor número de imágenes recogidas por la encuesta son las de estructura social, económica y psicológica.

- La configuración que la opinión pública tiene en su mente del joven que no estudia y no trabaja, tiene que ver con una persona del sexo masculino, que puede ser de cualquier clase social, con residencia en la capital del país, de raza mestiza, proveniente de una familia disfuncional, y egresado del nivel secundaria. Y se piensa que si no estudia y no trabaja, es principalmente debido a su desorientación. Y la caracterización que se hace de éstos jóvenes, tiene que ver con su estatus de improductividad (desde la perspectiva utilitaria), o de desadaptación social (desde la perspectiva socio cultural).

Análisis de los marcos de interpretación de la prensa sobre los “Jóvenes que no estudian y no trabajan” – caso La Jornada y El Universal-

Tal como ya se señaló en el apartado Metodología de este texto, para el caso que nos convoca se realizó un análisis cualitativo y cuantitativo de los contenidos de los diarios La Jornada y El Universal. Nuestro objetivo fue determinar los marcos con los cuales han definido los atributos de la situación de “los jóvenes que no estudian y no trabajan”. En este sentido podemos decir que:

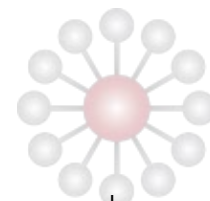
- Del 1 de noviembre de 2009 al 30 de abril de 2010 (6 meses en total) entre ambos periódicos se publicaron 42 trabajos periodísticos relacionados con el tema de los jóvenes que no estudian y no trabaja, y que José Narro, rector de la UNAM los bautizó bajo de el nombre de “ninis”. Los trabajos corresponden a los siguientes géneros, entre ellos se puede ver que La Jornada ha dedicado más trabajos al tema (35):

Género	El Universal	La Jornada	Total
Noticia en portada	0	1	1
Noticia	5	15	20
Entrevista	0	3	3
Reportaje	1	4	5
Opinión	1	12	13
Total	7	35	42

- En los mismos la palabra “ninis” se cita 46 veces. La Jornada casi triplica el número de menciones con relación a El Universal.

Los marcos que definen el problema

El marco del problema está definido por la palabra “ninis”, término que se está convirtiendo en un neologismo utilizado por José Narro, rector de la UNAM para justificar el presupuesto del año 2010



frente a la amenaza de un significativo recorte en el presupuesto universitario. Desde entonces, diversos actores o líderes de opinión como el Rector UNAM, la Directora IMJUV, la Directora Instituto Mexiquense de la Juventud, Elena Poniatowska, y el Ombudsman capitalino han contribuido en la construcción del significado de “ninis”, aportando datos cuantitativos y cualitativos acerca de ellos. Además, La Jornada, presentó el testimonio de un joven que cumple con las características de los que no estudian ni trabajan (12 de enero de 2010). Se destacan las siguientes características que dan sentido al marco “nini”:

- Son entre 7 y 7.5 millones de jóvenes que no estudian y no trabajan. 6 de ellos son mujeres.
- Una generación perdida, que se va al hoyo (Elena Poniatowska, La Jornada, 07 de diciembre de 2010).
- Esa situación crea un caldo de cultivo enorme y no es sólo por la falta de ingreso, sino por el resentimiento social y la falta de pertenencia que los lleva a ser “la reserva” de los narcos, del crimen organizado y a ejercer cualquier actividad ilegal.
- Falta de expectativas que llevan a presentar una conducta suicida que está vinculada con el hecho de no estudiar y no trabajar.

No existen diferencias significativas entre los marcos utilizados por La Jornada y El Universal.

Marcos para interpretar las causas

En cuanto a los marcos utilizados para hablar de las causas, se puede resumir que la mayoría de las explicaciones está orientadas al marco “Los jóvenes son los grandes olvidados”. En los medios, este marco se ha explicado de la siguiente manera:

- Años de abandono. La ausencia o fracaso de las políticas públicas dirigidas a los jóvenes y su marginación: “el Estado y sus instituciones ya no dicen nada a los adolescentes, y no median en los conflictos...” Alfredo Nateras, Investigador de la UAM-I (La Jornada. 12 de enero de 2010). “Los partidos políticos y las cámaras del Congreso de la Unión no tienen definidas ni aprobadas estrategias y leyes de apoyo a la juventud” (La Jornada. 13 de enero de 2010).

- La escasa capacidad de las universidades (UNAM) para admitir a más estudiantes, como consecuencia de presupuesto insuficiente.
- La falta de oportunidades: “las puertas se les han cerrado y han perdido su proyecto de vida..” Directora del Instituto Mexiquense de la Juventud (La Jornada. 17 de febrero de 2010).

No existen diferencias significativas entre los marcos utilizados por La Jornada y El Universal.

Marcos sobre las evaluaciones morales

Con relación a las evaluaciones morales, es decir a las razones que se han enmarcado sobre porque es importante o vale la pena resolver el problema de los jóvenes que no estudian y no trabajan, se aprecia que son muy pocos los trabajos periodísticos en los que se habla de la situación desde esta perspectiva. Por lo tanto, pudiéramos estar ante un fenómeno sobre el cual no se ha profundizado en el conjunto de valores que están en juego.

Por tanto, desde esta perspectiva, podríamos resumir que la situación de los “ninis” a penas ha sido enmarcada como un fenómeno que “pinta un futuro muy negro” (La Jornada, 23 de enero de



2010.). En torno a esto dicen que:

- Es una situación dolorosa.
- El país se juega su destino.

Marcos sobre las recomendaciones para el tratamiento del asunto

En cuanto a los marcos de las soluciones a la situación de los “ninis” se puede decir que el marco que se ha estado definiendo es el de “reformular, crear e incluir”; el mismo es explicado con las siguientes afirmaciones:

- Cambiar el modelo económico.
- Crear un nuevo pacto social, políticas públicas dirigidas a crear oportunidades de estudio y empleo a los jóvenes para sí darles esperanza en el futuro.
- No recortar el presupuesto, sino aumentarlo para evitar la disminución de la capacidad de admisión de las universidades.

Resultados del análisis de los marcos de la prensa

Se advierte que en los diarios La Jornada y El Universal la agenda de atributos y marcos de los jóvenes que no estudian y no trabajan se caracteriza, en el período analizado, por lo siguiente:

- A través de los marcos de definición del problema la imagen de los jóvenes que no estudian y no trabajan se construye a partir de atributos negativos enmarcados con la palabra “ninis”. Por tanto, un joven que no estudia y no trabaja es un “nini”, término que ha sido vinculado con “reserva de narcos”, “suicidas”, “faltos de expectativas” y “generación perdida”.
- Los marcos menos abordados son los que hacen

referencia a la evaluación moral del fenómeno; situación que llama la atención porque éstos están relacionados con los aspectos motivacionales por los cuales debe ser resuelto el problema, y que de tener la resonancia que se desea, podrían estimular la movilización social.

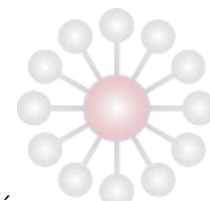
- Igual ocurre con los marcos sobre las recomendaciones para el tratamiento de la situación, de modo que se puede decir que los medios han centrado su agenda de atributos en la definición del problema, lo que trae como consecuencia que los jóvenes que no estudian y no trabajan lleguen a ser estigmatizados. Mientras los medios están dejando por fuera aspectos morales - motivacionales y las propuestas de solución.
- Lo anterior nos muestra que los medios abordan al sujeto joven desde un punto de vista generalizador y homogéneo, contrario a lo que propone la sociología que reconoce a la juventud como una construcción socio-cultural y al joven como un sujeto heterogéneo.

Resultados de las entrevistas semiestructuradas realizadas a investigadores en juventud y representantes de la Comisión de Juventud y Deporte del Senado de la República

Luego de realizar las entrevistas encontramos que:

Para los investigadores en juventud:

- Es muy complicado definir de entrada lo que es la juventud; porque es una condición social que está marcada y atravesada por múltiples heterogeneidades. Es muy diferente ser joven a los 15 años que a los 25; no es lo mismo ser joven con estudios superiores que ser joven con estudios básicos. Obviamente con fines más



expositivos habría que hacer una generalización en algunas cuestiones que marcan esta condición social, porque esto implica que no es tanto un período sino una condición social que se vive en algunos casos muy corta o muy larga y que se está modificando constantemente en función del origen social, de la escolaridad, del trabajo, etc. Pero, finalmente, es una condición temporal, por tanto, en algún momento dejamos de ser jóvenes. Es una condición que en la mayor parte de los casos está subordinada a una estructura adulta.

- Las tres cuartas partes de los jóvenes están en ciudades y el 25% o tal vez menos en zonas rurales. Ellos se encuentran en un contexto social como el mexicano, que según Pérez Islas, coordinador del Seminario de Investigación en Juventud de la UNAM, tiene muy poco de ser una sociedad moderna. Ya que lo comunitario sigue siendo muy importante, como la familia que ha sido unas de las instituciones que más ha cambiado pero que también es la que mejor le ha respondido a los jóvenes. La sociedad moderna es racional, ilustrada, individualista y eso no necesariamente es la sociedad mexicana.

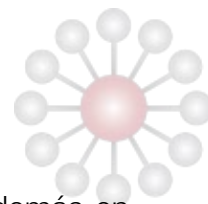
- Los académico explica que los jóvenes que no estudian y no trabajan, anteriormente se le conocía como económicamente inactiva. La mayor parte de estos jóvenes, según la Encuesta Nacional de Juventud sumarían, alrededor de los 8 millones, el 22% de toda la población de jóvenes de México y la mayoría, entre el 70 y el 80% de la composición de los “ninis” son mujeres entre los 12 y 29 años de edad que no están en la escuela ni trabajan. Este sector de mujeres que están en la edad en que pueden ser más creativas y productivas no tienen contacto con ninguna institución, ni con la

escuela, ni con el mercado trabajo y lo más seguro es que ni con la política, entonces su única fuente de comunicación son los medios de comunicación como la televisión.

- Para Maritza Urteaga, profesora investigadora de la ENAH lo anterior quiere decir que en la cultura mexicana y latinoamericana en general hay una desfase con respecto a la educación de las mujeres y sobre todo a sacarlas de la esfera doméstica. Los proyectos nación no han incluido los papeles de la mujer como un agente activo productivo fuera de la domesticidad. El cambio, que ha sido institucional, no se ha reflejado todavía en la vida cotidiana en las decisiones que toma la gente. Si en una familia de sector medio bajo hay que priorizar entre un hombre y una mujer, hasta hace poco la familia priorizaba la presencia del hombre en la escuela y la mujer a la casa.

- Para los académicos sobre los “ninis” hay que estudiar su composición y preguntarse qué hacen estas mujeres dentro de las casas.

- Urteaga señala que las familias pobres, rurales priorizan aún por las concepciones culturales sobre la mujer: ¿se va a casar? ¿se la va a llevar alguien? ¿para qué nos sirve?. En las ciudades este fenómeno ha decrecido, también hay mujeres que están estudiando y que incluso están volteando estas cifras en ciudades, grandes sobre todo, como el Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey donde se presenta la mayor composición de mujeres estudiando la media y la media superior, mientras los hombres son los que están desertando. Hay un componente de jóvenes varones que están dentro de los “ninis”. En esa parte la encuesta tiene limitaciones, porque primero los identifica, están



en los sectores medios y medios bajos, no están en los sectores altos, ni en los más pobres, porque están trabajando en lo que sea. Y esos sectores medios, medios bajos hay un componente que no ha sido estudiado aún y que es un reto hacer.

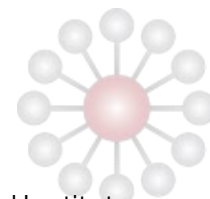
- Con respecto a las políticas públicas, señalan que la más constante ha sido la política educativa, sin que esta sea vista como una política de juventud; porque en general se asume que los que están en la escuela son estudiantes y no jóvenes. Esa es una de las grandes deficiencias que ha tendido el sistema educativo. Hace poco han estado hablando de jóvenes con educación media o media superior que no encuentran un lugar para desarrollarse, deben quedarse en la casa y la casa no es el mejor lugar para desarrollarse. La sociedad construyen instituciones no para que los jóvenes sean jóvenes eternamente, sino para que se conviertan en ciudadanos y adultos. Cuando vemos situaciones como la de los jóvenes que no estudian y no trabajan, ocurre que las instituciones no funcionan; como los partidos políticos que no le dice nada a los jóvenes, pero tampoco la escuela les está diciendo mucho a pesar de que todavía hay la idea de que la escuela funciona para crecer y desarrollarse, aunque también hay jóvenes que ya no tienen esta expectativa. Destaca que la primera gran falencia en este tipo de políticas ha sido la poca comunicación con los jóvenes. Hacer foros es un espacio mínimo y comúnmente van los jóvenes que tienen voz, mientras hay un montón de jóvenes de otros sectores que no tienen voz. Las instancias gubernamentales están pensando que los jóvenes se van a acercar a estos programas, cuando deberían pensar en cómo estos programas deben acercarse a los jóvenes. Estos ocho millones que están en sus casas cómo

te les acercas, cómo los encuentras. Además en México nunca ha habido políticas de empleo para los jóvenes.

- En cuanto al papel de los medios de comunicación y la situación de los jóvenes que no estudian y no trabajan, los académicos indican que en éstos hay de todo, y ocurre comúnmente con lo juvenil, con el tema de la sexualidad y la violencia juvenil, hablan de ellos como si fueran los culpables de lo que están haciendo. Ven el efecto y no la causa. Advierten que han exagerado el papel de los varones dentro de estos “ninis”. Un poco porque una de las primeras interpretaciones, la más fácil fue decir que estos chavos no estudian y no trabajan, “entonces son carne de cañón del crimen organizado”. Especialmente, en los trabajos periodísticos de los últimos tres años, desde que comenzó la guerra contra el narcotráfico, en el discurso se justifica entre otras cosas por los “ninis”. Pero para los investigadores en efecto el crimen organizado tiene ramas que llegan a jóvenes que no ven perspectiva ni salida, jóvenes que en las encuestas han contestado que no les importa seguir estudiando, jóvenes varones, básicamente. Pero no hay evidencia empírica de que necesariamente sea así.

Para los senadores que integran la Comisión de Juventud y Deporte:

- La juventud es, desde el punto de vista legal, un conglomerado de personas que está entre los 12 y los 29 años. Además, explican que desde una concepción más allá de la cuestión de las edades, “es la situación de los problemas que tienen un determinado sector de la población que está transitando por diversas edades y también por



diversas circunstancias”. Reconocen que es un concepto muy amplio que lo han ido analizando, por cuestiones de región, de carácter de edad, por cuestiones educativas para darle un enfoque muy diverso.

- Para ubicar por género y concentración demográfica de los jóvenes, la comisión se apoya en el Instituto Mexicano de la Juventud, el Censo Nacional de Población y las Encuestas Nacionales de la Juventud. Por medio de este instituto establecen contacto con jóvenes que no tienen acceso a los foros ni a las formas de comunicación que tiene la comisión con los jóvenes mexicanos.

- Para cuando se realizó la entrevista, el senador Orozco indicó que la situación de los “ninis” la presentó el prd, estaban estudiando cómo abordarla y a penas tenía la idea de que fue la UNAM quien hizo el trabajo de investigación sobre estos jóvenes, por tanto, le darían la oportunidad para que les presenten ese documento para que puedan ver sobre qué base va esa concepción sobre los “ninis”.

- Señalan que establecen contacto con los jóvenes por medio de foros y la página de Internet de la comisión. Básicamente han hallado que les preocupa la educación, salud y empleo, es decir, lo que cualquiera requiere que el Estado le garantice a cualquier persona. Sus actividades han estado centradas en delimitar cuáles son, conforme a ese rango de edad, las normas jurídicas que tienen vinculación, y publicaron el libro “Juventud derechos y obligaciones”. A partir de eso han conformado un grupo de senadores para encargarse de redactar un proyecto de adecuaciones en materia de juventud que van en

dos caminos, uno, es la reestructuración del Instituto Mexicano de la Juventud para darle el poder para definir y ejecutar políticas públicas transversales, y dos, la redacción de la Ley de Desarrollo de los Jóvenes.

- Por su parte, para el senador García Zalvidea se deben apoyar que no escatimen recursos para la enseñanza pública. Y destaca eventos que organiza el senado y la fiesta de las Quinceañeras del Bicentenario, con la participación 200 muchachas en el Zócalo.

VI. Conclusiones generales de la investigación

A) La investigación concluye para la primera hipótesis:

La configuración que la opinión pública tiene en su mente del joven que no estudia y no trabaja tiene que ver con una persona del sexo masculino, que puede ser de cualquier clase social, con residencia en la capital del país, de raza mestiza, proveniente de una familia disfuncional, y egresado del nivel secundaria. Piensa que si no estudia y no trabaja es debido a que está desorientado y la caracterización que la OP hace de él, tiene que ver con su estatus de improductividad o de desadaptación social. En consecuencia la opinión pública ve de manera negativa y errónea, desde el punto de vista de la sociología de la juventud, a los jóvenes que “no estudian y no trabajan”. Sin embargo, aunque puede provocar una estigmatización, éstos opinan que las políticas públicas deben ser definidas de manera consensuada a partir del diálogo entre el Estado y lo jóvenes.



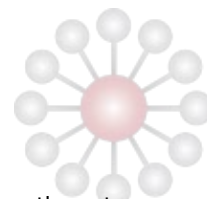
B) La investigación concluye para la segunda hipótesis:

La imagen de los jóvenes que no estudian y no trabajan es construida de manera negativa por los medios analizados, enmarcándolos con la palabra “nini”, término que es asociado con otros marcos como: “reserva de narcos”, “suicidas”, “faltos de expectativas” y “generación perdida”.

Por otro lado, el análisis arroja las siguientes conclusiones:

1. Al ser el público (Park, 1904) un conjunto de personas, no necesariamente próxima físicamente, que nace del conflicto y de la confrontación de opiniones entre los distintos individuos que lo componen, que tienen distintas posturas consiguiendo así las distintas interpretaciones acerca de determinado tema. En consecuencia, notamos que en torno a la situación de los jóvenes que no estudian y no trabajan se está estructurando un público que desde distintas posturas está dando su opinión, teniendo como plataforma los medios de comunicación. En el caso que nos convoca, así ha sido en los medios analizados, La Jornada y El Universal, donde han tenido eco, bien sea en entrevistas, reportajes, artículos de opinión o noticias, las voces de personalidades como José Narro Robles, rector de la UNAM; John Mill Ackerman, investigador de tiempo completo del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM; Elena Poniatowska, escritora, intelectual y activista apolítico; Priscila Vera, directora general del Instituto Mexicano de la Juventud; Alonso Lujambio, titular de la Secretaría de Educación Pública; Christiane Queda, Sergio Ramos, Ricardo Orozco, Guilherme

Borges y Jorge Villatoro, investigadores de la Escuela Nacional de Antropología e Historia; María Elena Medina Mora; directora del Instituto Nacional de Siquiatría Ramón de la Fuente Muñiz; Alfredo Nateras, profesor investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa; Héctor Castillo Berthier, coordinador de la Unidad de Estudios de la Juventud del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM; Aurora Loyo Brambila, del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM; Miguel Székely, subsecretario de Educación Media Superior (hoy fuera del cargo); Hugo Ítalo Morales, asesor laboral de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación; Edgar Morín, académico de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán; Javier Orozco, presidente de la Comisión de Juventud del Senado; José Isabel Trejo, secretario de la Comisión de la Juventud y el Deporte del Senado; Promotores de los Derechos Humanos del Sindicato de Trabajadores de la UNAM (STUNAM); José Luis Calva, director del departamento de análisis macroeconómico del Instituto de Investigaciones Económicas (IIE) de la UNAM; Andrea Bárcenas, socióloga, maestra en ciencias de la comunicación y escritora; Arturo Nuñez, senador perredista; Melissa Vargas Camacho, directora del Instituto Mexiquense de la Juventud; Jean Maninat, director regional de la Organización Internacional del Trabajo (OTI) para América Latina y el Caribe; Luis González Palencia; ombudsman del Distrito Federal; Pedro José Peñaloza, autor del libro La juventud mexicana: una radiografía de su incertidumbre; la bancada de Nueva Alianza en la Cámara de Diputados; Javier Hidalgo Ponce, director general de Instituto de la Juventud de la Ciudad de México; entre otros.



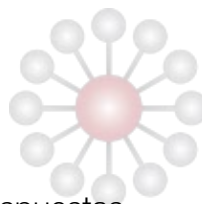
2. Entre esas voces que está conformando la opinión pública discursiva desde los medios de comunicación, no se encuentra la de los jóvenes, sólo en algunos casos se presentan el testimonio de quienes pueden ilustrar la experiencia de un joven que no estudia y no trabaja, sin que exista la intervención de algún representante o líder juvenil que dé su opinión, demande o proponga soluciones. Sólo en dos trabajos periodísticos publicados por La Jornada, Javier Hidalgo Ponce, director general de Instituto de la Juventud de la Ciudad de México, funge como una suerte de vocero del centenar de quinceañeras que celebraron su cumpleaños en el Zócalo Capitalino con el auspicio del Gobierno de la ciudad y que en esta oportunidad solicitaron al Senado de la República “ratificar la Convención Iberoamericana de la Juventud, por medio de la cual los gobiernos se comprometen a reconocer en sus leyes los derechos de los jóvenes” (La Jornada, 9 de abril de 2010, p.34).

3. En consecuencia, desde los medios de comunicación, específicamente La Jornada y El Universal está ocurriendo una interacción entre las distintas opiniones, las cuales van coincidiendo en la manera con la que se refieren a los jóvenes que no estudian y no trabajan, por tanto, están construyendo una opinión pública supraindividual, una tendencia general que actúa como un mecanismo de control que se impone a todos los miembros del grupo (Park, 1904). Esto último se comprueban en la manera cómo la opinión pública consultada, por medio de las encuestas aplicadas, ha revelado que existe la tendencia de ver a los jóvenes que no estudian y no trabajan de manera negativa con la tendencia a establecer un estigma.

4. Asimismo se puede concluir que la etiqueta “nini” utilizada por el rector Narro, ha sido replicada por los medios en sus titulares y en sus contenidos, construyendo un significado en torno a atributos negativos para referirse a los jóvenes que no estudian y no trabajan. Además, vemos la tendencia a convertirse en un punto de vista dominante.

5. Notamos que aunque la situación sobre los jóvenes que no estudian y no trabajan se reflejó por primera vez en la Encuesta Nacional de Juventud 2000, no es sino hasta finales del año 2009 que se incorporó como tema contundente en la agenda de los medios, y en consecuencia, en la agenda pública, detonado por el doctor José Narro Robles, rector de la UNAM quien se refirió a ellos como una razón por la cual defender el presupuesto de esa casa de estudios. Por tanto, advertimos, como lo señala la doctora Maritza Urteaga, que la situación de estos jóvenes puede ser utilizada con diferentes fines; por ejemplo para justificar la “guerra contra el crimen organizado”. Asimismo, coincidimos con la doctora Urteaga al señalar que sobre estos jóvenes hace falta más investigación, sobre todo de tipo cualitativa que ayude a responder preguntas que vayan más allá de cuántos son, dónde están y quiénes son.

6. Advertimos que se puede estar conformando un estigma de tipo desacreditable (Goffman, 1963) el cual se refiere a las diferencias que no son reconocibles o perceptibles como tal, pero que las personas intentan ocultarlos, por tanto, pudiera ocurrir que el joven que no estudia y no trabaja empiece a esconder su situación ante la posibilidad de ser estigmatizado como “nini”. Esto lo podemos ver en el análisis de los marcos en donde queda



claro que los medios construyen la idea de que el joven que no estudia y no trabaja es “nini”, y que ser “nini” tiene connotaciones negativas, como por ejemplo “reserva del narco”, “generación perdida”, “jóvenes invisibles”. Lo anterior puede dificultar la realización de más investigaciones.

7. El marco que tiene mayor resonancia mediática es el de la interpretación de las causas ya que se encontró una coincidencia tanto en el análisis de los marcos de la prensa como en las representaciones sociales de los jóvenes que no estudian y no trabajan que fueron determinadas en la encuesta. Para los primeros la causa está en que “los jóvenes son los grandes olvidados” mientras que el 33% de las personas encuestadas señalan que las noticias dicen que los “ninis” son “jóvenes olvidados por el estado, víctimas de la sociedad”.

8. Apreciamos que el debate que moderan los medios de comunicación sobre la situación de estos jóvenes, que como hemos visto se ha centrado en explicar qué son y quienes son los “ninis”, debe hacer mayor énfasis en interpelar a las fuentes de información en torno a propuestas de solución. El tema debe pasar a otro nivel e intentar incluir la opinión de jóvenes más allá de su mero testimonio como víctimas.

9. Observamos que coinciden en que son negativas las percepciones, que tanto, la OP, como los senadores y los marcos de los medios de comunicación analizados relacionan con los jóvenes que no estudian y no trabajan.

10. Si una política pública es el conjunto de respuestas del Estado frente a situaciones consideradas socialmente como problemáticas,

podemos observar que no existen respuestas profundas a la situación de los jóvenes que no estudian y no trabajan. Esta afirmación se constata con las declaraciones de los senadores entrevistados quienes han reconocido que se deben reformar leyes y apoyar programas de educación pública sin escatimar recursos. Igualmente la ausencia de una decisión, es también una forma de asumir una posición sobre el problema, al esperar que se resuelva por sí sólo Salazar Vargas (1999). Por lo que concluimos que el Estado -hasta el momento de este análisis- espera que el problema se resuelva por sí sólo.

Bibliografía y anexos

Bibliografía

1. Juventud y sociología

Brito, L (2002). Identidades juveniles y praxis divergente; acerca de la conceptualización de juventud. En Nateras A. (Coord.), Jóvenes, culturas e identidades urbanas. (pp. 43-63). México, Porrúa – UAM Iztapalapa.

El Universal. Breve historia. Recuperado el 09 de mayo de 2010, de: <http://www.eluniversal.com.mx/disenio/directorios/historia.htm>

Eyerman, R. (1998). La praxis cultural de los movimientos sociales. En Ibarra, P. y Tejerina, B. (Eds.), Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural. (pp. 139-163). Madrid, España: Editorial Trotta.

Goffman, E. (1975). Frame Analysis, Los marcos de la experiencia. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.



Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. New Jersey: Prentice-Hall.

Instituto Mexicano de la Juventud (s.f.). *Caracterización de los Jóvenes en México 2008*. Recuperado el 18 de febrero de 2010, de: <http://cendoc.imjuventud.gob.mx/investigacion/docs/Caracterizacion%20de%20los%20jovenes%20en%20Mexico.pdf>

La Acción Gubernamental en Juventud. Jóvenes e Instituciones en México 1994 – 2000. Actores, políticas y programas. Instituto Mexicano de la Juventud. José Antonio Pérez Islas (coord.) 2000. México. *Ser Joven en México. Concepto y Contexto*. Pp. 13-20.

La Jornada. ¿Quiénes somos?. Recuperado el 09 de mayo de 2010, de: <http://www.jornada.unam.mx/info/>

Nateras, A. (2002) (Coord). *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*. México: Miguel Ángel Porrúa - Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa.

Organización Panamericana de la Salud (s.f.). *Los derechos de los jóvenes*. Convención Iberoamericana en Derechos de los Jóvenes. Recuperado el 18 de febrero de 2010, de <http://www.paho.org/spanish/ad/fch/ca/derecho35.pdf>

Padilla, J. (1998) (comp.) *La construcción de lo juvenil*. Reunión Nacional de Investigadores sobre Juventud. Colección "JOVEN", México.

Pérez – Espino, J. (2004, 10 de diciembre). *Una radiografía de la prensa en la ciudad de México*. Al Margen. Recuperado el 09 de mayo de 2010, de <http://www.almargen.com.mx/...>

<http://www.almargen.com.mx/notas.php?IDNOTA=630&IDSECCION=Medios&IDREPORTERO=Jos%E9+P%E9rez-Espino>

2. Opinión Pública

- Habermas, J. *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002 (1962).

- Lippman, W (1922). *Public Opinion*. Free Press; Reissue Edition. June 1997.

- Noelle-Neumann, E. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona, Paidós, 1995.

- Price, V. *La opinión pública*. Barcelona, Paidós, 2001 (1992).

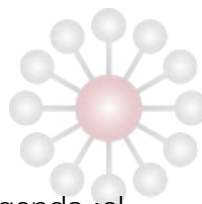
- BERGANZA CONDE, Rosa María. *Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park*. Madrid, Siglo XXI, 2000. Cap. 3. "El control social y la opinión pública". pp. 149-230.

3. Educación y Empleo

- Jusidman de B.,C (1998). *Comentarios sobre la educación y el empleo de los jóvenes*. En, Padilla, A. (compilador), *La construcción de lo juvenil* (pp. 44 – 48). Reunión Nacional de Investigadores sobre Juventud. México: Colección "JOVEN".

- Loyo, A. (2006). *El sello de la alternancia en la política educativa: México 2000-2005*. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*. Número 30, Volumen XI, julio-septiembre.

- Organización Internacional del Trabajo (febrero



de 2010). Trabajo decente y juventud en América Latina. Avances Febrero 2010. Recuperado el 19 de febrero de 2010, de <http://www.oit.org.mx/pdf/noticias/TDJ%20Avance%20con%20anexos.pdf>

- Pérez Islas, J. y Urteaga, M (2002). Los nuevos guerreros del mercado. Trayectorias laborales de jóvenes buscadores de empleo. En PIECK Enrique. Los jóvenes y el trabajo: la educación frente a la exclusión social. (pp. 355- 399). México D.F.: UIA/ Cinterfor-OIT/UNICEF/CONALEP/ RET/ IMJ.

- Pérez Islas, J. y Urteaga, M (2004). Historia de los Jóvenes en México su presencia en el Siglo XX. México: Instituto Mexicano de la juventud.

4. Medios de comunicación

McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-187.

Miller, K. (2004). *Communication theories. Perspectives, processes, and contexts* (2a. Ed.). United State: McGraw-Hill International Edition.

Berganza, R. *Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park*. Madrid, Siglo XXI, 2000.

Carreño, C. J. (2007). *Para entender los medios de comunicación*. D.F., México: Nostra ediciones.

Miller, K. (2004). *Communication theories. Perspectives, processes, and contexts* (2a. Ed.). United State: McGraw-Hill International Edition.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda :el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona : Paidós

Entman, R. (1993). "Framing: toward a clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43 (3), 51-58.

5. Metodología

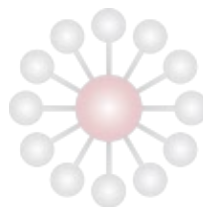
Hernández Sampieri, Roberto, et all. *Metodología de la investigación*, 2006, 4ªed., México.

Padua, Jorge, *Métodos de investigación en Ciencias sociales*, 1996, FCE, México

1 Concepto elaborado a partir del material elaborado para el Diplomado Mundos Juveniles, módulo 1, coordinado por la Dra. Maritza Urteaga, del Seminario de Investigación en Juventud, UNAM. 2010.

2 Diplomado Mundos Juveniles, SIJ, UNAM, 2010.

3Diplomado Mundos Juveniles, SIJ, UNAM, 2010.



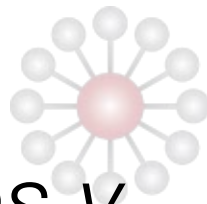
SOBRE LOS AUTORES

María Eugenia Campo. Es venezolana, licenciada en comunicación social. Actualmente es maestrante en comunicación por la Universidad Iberoamericana. Sus intereses de investigación están orientados a la comunicación política, estudios sobre juventud y el enfoque teórico metodológico análisis de los marcos de interpretación (frame analysis).

Ernesto Cisneros. Es licenciado y maestrante en comunicación y por la Universidad Iberoamericana con amplia experiencia en la producción audiovisual y con interés en la antropología cultura.

Ivonne García. Licenciada en comunicación por la Universidad Iberoamericana con enfoque en comunicación organizacional; actualmente maestrante del programa de comunicación en la misma universidad. Su experiencia profesional cuenta con intervenciones en procesos de cambio organizacional, posicionamiento de identidad corporativa, desarrollo de áreas de comunicación interna y estrategias de comunicación corporativa.

Gabriela Flores. Es licenciada en artes visuales por la Universidad Autónoma de México y maestrante en comunicación por la Universidad Iberoamericana. Cuenta con experiencia en área de la producción editorial y la curaduría de museos. Actualmente centra sus intereses de investigación en torno al sujeto joven. Recientemente culminó el Diplomado Mundos Juveniles que imparte la UNAM.



Narcotráfico, medios y representaciones sociales

Juan Carlos Hernández Rosete
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Presentación:

Desde hace poco más de una década comenzó a volverse convencional, a circular el discurso de que la Ciudad de México se estaba tornando insegura. Por aquel tiempo, 15 años poco más poco menos, las personas se comenzaron a enterar o a padecer ciertas experiencias que convalidaban la idea de ciudad insegura. Algunos habitantes que dicen haber vivido una ciudad más tranquila, hoy dicen ver con extrañamiento, o como algo muy lejano, cuando apropiaban diversos espacios de la ciudad hace diez o quince años. Reconocen que ahora se han vuelto precavidos, en ocasiones temerosos, y que debido a un conjunto de factores la población vive con cierto miedo. A la conformación de este imaginario del miedo, que tiene un referente en la realidad de los contextos sociales de las personas, han contribuido diversos medios que parecen no cuestionarse la manera como comunican los temas relacionados con inseguridad y narcotráfico. A estos temas que hoy son críticos, los medios les han dado una cobertura sin precedentes a partir de que el Gobierno federal le declaró la guerra al narcotráfico.

El crimen organizado relacionado con el tráfico de drogas no es un problema que haya surgido hace poco en México, como pretende hacer creer el gobierno federal, se sabe que existe desde inicios del siglo pasado, y que tiene un arraigo social, cultural y económico muy fuerte en ciertos estados de La República. Hoy es pan de cada día por las acciones del gobierno federal y la comunicación desmesurada que hay en los medios; comunicación que ha tendido a legitimar, a cuestionar frontalmente, pero en general, a presentar un panorama de poco fondo y sin problematización de estos fenómenos.

De acuerdo con diversos especialistas en el tema, el crimen organizado relacionado con el tráfico de drogas se aprecia hoy como una amenaza para la estabilidad de algunos países en Latinoamérica, particularmente para México. En opinión de estos autores que entienden el problema como un fenómeno transnacional, porque se circunscribe cada vez menos a un único espacio físico, a un solo grupo nacional y a un número reducido de productos en control de una organización, la criminalidad asociada a las drogas tiene años de dispersión territorial y de asenso social, político y económico.



En México una característica de dicho proceso es que la reestructuración o reacomodo de los grupos se ha llevado a cabo de un modo extremadamente violento, lo que consideramos que ha contribuido a acentuar la sensación de inseguridad que ya experimentaba la población en el centro del país antes de las acciones del gobierno federal.

Ante este panorama que se va volviendo cada vez más crítico con el paso del tiempo, nos pareció importante conocer más a fondo la opinión de la gente, la percepción, la idea que se han conformado sobre los temas de inseguridad y narcotráfico a través de los medios en que se informan. Esas valoraciones y representaciones sobre sus propios medios, son como una unidad de análisis para reflexionar también sobre el papel que éstos han desempeñado en la comunicación de los fenómenos de inseguridad y narcotráfico.

En este trabajo presentamos algunos resultados centrales de una investigación que se enfocó principalmente a reconstruir la opinión que se han formado distintas audiencias sobre los temas de inseguridad y narcotráfico a través de los medios que consumen y, a analizar el papel que éstos han tenido en el tratamiento de un asunto respecto al cual se esperaba que se replantearan en su labor.

La investigación se ha estado desarrollando con alumnos del Taller de Investigación Aplicada de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Iberoamericana, y los temas que se ha enfocado a cubrir son: la elaboración de un diagnóstico a partir de la revisión de algunas investigaciones recientes y reconocidas sobre el fenómeno del narcotráfico. La revisión de estos materiales permite reconocer que hay especialistas que desde distintas disciplinas

han reflexionado sobre el fenómeno desde hace bastantes años, que en la actualidad presenta una dinámica muy compleja que no es reconocida en la comunicación que ha manejado el Gobierno federal y la mayoría de los medios.

Por último, y lo más importante, se ha hecho trabajo de campo orientado a la recuperación de testimonios de distintos perfiles de audiencias para analizar los puntos de vista y percepciones que se han formado sobre los temas de inseguridad y narcotráfico a través de los medios que consumen. Se utilizó una pauta de entrevista en profundidad en la que se le preguntó a la gente en qué medios acostumbran informarse y por qué; cuáles eran los temas que más abordados; qué era lo que decían y cómo lo decían y, al final para hacer una comparación, buscamos reconstruir cuál era su opinión más a fondo sobre dichos temas entre los que aparecieron en todo momento la inseguridad y el narcotráfico.

El universo de estudio contempló 54 entrevistas a hombres y mujeres entre 18 y 45 de clase media baja (D+), media típica (C), media alta y alta (C+/A B). La aproximación fue desde una perspectiva cualitativa¹. Mediante entrevistas abiertas se buscó recuperar el punto de vista de los actores –y lo que esto implica– sobre el tema del narcotráfico y la manera como lo refieren los medios.

Como marco referencial para pensar a nuestros sujetos, nos apoyamos en los criterios que

¹ La investigación cualitativa cuya preocupación central es conocer e interpretar la "subjetividad de los sujetos", busca comprender el punto de vista de los actores de acuerdo con el sistema de representaciones simbólicas y significados en su contexto particular. Por ello, estos acercamientos privilegian el conocimiento y comprensión del sentido que los individuos atribuyen a sus propias vivencias, prácticas y acciones (Lerner, 1996).



se manejan en el enfoque de recepción más reciente que, como se sabe, se caracteriza por un replanteamiento frente a los estudios sobre medios enfocados al análisis del mensaje y su impacto en la audiencia. Toma distancia de aquellos enfoques (de corte funcionalista) en los que el conocimiento del texto o el mensaje se consideraba una vía apropiada para anticipar los efectos de sentido en los receptores (audiencia como una masa de individuos pasivos devorando mensajes).

En el enfoque de recepción crítico en que nos apoyamos, el análisis se desplaza de la intención del emisor (autor) al receptor (lector). Concibe a este último (a partir de algunas categorías de la sociología como el concepto de habitus) como un sujeto contextualizado portador de una capital cultural a partir del cual apropia y significa los mensajes desde su posición en el espacio social. Desde esta perspectiva, las audiencias aparecen representadas, organizadas en familias, grupos e instituciones que interactúan de manera simbólica con los medios en espacio social y culturalmente diferenciados.

Diagnóstico de la problemática

Algunos autores que hemos revisado para el diagnóstico sitúan el análisis del crimen organizado en América Latina en un contexto muy amplio, lo que nos parece pertinente considerando las propuestas metodológicas de algunas disciplinas (como los estudios internacionales y regionales, la geografía humana, etc.) que sugieren que, frente a ciertos objetos, es necesario considerar la interrelación entre procesos macro y microsociales; entre el nivel de la definición de políticas y su

impacto en las localidades, en los territorios entre los actores sociales.

Entre estos autores, en su artículo *El reto de América Latina*, el profesor Tokatlian (2009) analiza el crimen organizado en el marco de los cambios sociales, políticos y económicos que se han presentado en los últimos años en el mundo. Este autor apunta que hay que considerar que desde el 70, pero más acentuadamente desde el colapso de la Unión Soviética y el fin de la Guerra fría, se ha dado una notoria polarización de las clases sociales en el mundo, inequidad que se ha presentado tanto en los países centrales como en los periféricos; de modo que aproximadamente el 85% del PIB mundial está en manos del 20% más ricos de la población del planeta, mientras que al 60% más pobre, le llega sólo el 6%. (Ibíd., 2009). En consecuencia, señala el autor, el internacionalismo comenzó a cuestionarse de manera gradual con expresiones como la apertura nacional y el hecho de que el mercado y la escasa injerencia estatal de los 90 que quedara finalmente en la picota con la actual crisis cobrando vigencia la vuelta hacia lo propio, hacia lo local. Expresiones como la vigencia del conservadurismo en EU, dice, el avance de los derechos en Europa, la irrupción del neopopulismo en varios países de la ex URSS y en AL, apuntan a la dirección de un retorno nacional popular como escudo de defensa ante lo que se considera los estragos una globalización asimétrica y de una dinámica cosmopolita que sólo ha favorecido a los más poderosos.

En este contexto de cambios estructurales de fondo, Tokatlian señala que en Latinoamérica un fenómeno preocupante es el crimen organizado y su acelerada evolución. Al analizar su compleja



operación y lo que involucra, se puede apreciar que la dinámica del crimen organizado es integral, ya que ha alcanzado dimensiones globales (en lo geográfico), transnacionales (en lo étnico cultural), multiforme (en los acuerdos que forja con sectores políticos y culturales) y pluriproductivas (la abundancia de productos que negocia). [...] Actualmente no responde a una estructura rígida de conformación y conducta, y se apoya en redes, coaliciones y asociaciones de distinta índole como los lazos familiares, regionales, culturales, étnicos y generacionales que se yuxtaponen con formas de agrupación y alianza múltiple. Opera bajo un principio, bajo una visión pragmática, utilitaria de la realidad y de cómo aprovecharla para elevar su inserción política, su reconocimiento social y su gravitación económica. En su dinámica, la ideología poco cuenta. El canon de crimen organizado es pragmático. Por ello le es posible discernir un apego al statu quo. Este crimen organizado tiende a ser conservador, en el sentido de que, como le es favorable el caos actual, no pretende cambio en los sistemas.

Otra caracterización importante que hace este autor, es que la criminalidad asociada a las drogas tiene años de dispersión territorial y de asenso social, político y económico. Los grupos involucrados, señala, maximizan su poder en los claroscuros de la intersección entre el Estado, la sociedad y el mercado: la nueva clase se despliega y refuerza entrelazando la economía legal y la ilegal; muestra las debilidades y fracturas del Estado al develar con sus actos el grado de penetración criminal y cooptación institucional que se presenta en un país; y se nutre del respaldo (tácito o explícito, según el caso) de una ciudadanía que es víctima de su violencia y fuente para su legitimación. [...] El

problema es que ahora existe una fisura entre las élites establecidas, los bajos niveles de cohesión social y el debilitamiento de los estados prefigura escenarios en los que los términos de un nuevo acomodamiento o de una mayor confrontación, se producen ante un narcotráfico más pertrechado, poderoso e influyente.

Esta caracterización sobre la dinámica del narcotráfico nos parece relevante porque describe la relación entre los agentes que son los estados, las autoridades locales, la población y la delincuencia organizada asociada a las drogas. La revisión histórica de este fenómeno en otras regiones, o en Latinoamérica misma, como en el caso de Colombia, ha dado elementos para la elaboración de diagnósticos, para la caracterización del fenómeno de acuerdo al grado de desarrollo y penetración en la sociedad. De acuerdo con los grados de desarrollo y consolidación que ha mostrado el crimen organizado en distintas regiones del mundo y en Latinoamérica, considérese la situación de Colombia, México estaría en una fase muy avanzada (fase simbiótica) que se distingue por el grado de penetración, o cuando el sistema político y económico se ha vuelto dependiente del crimen organizado y éste de aquél.

En el escenario de los cambios y reacomodos que se presentan hoy en la geografía mundial y para Latinoamérica, para este investigador, de acuerdo al diagnóstico que ha elaborado observando la dinámica del crimen organizado en distintas regiones, la situación de México estaría hoy en un callejón sin salida debido a que en AL los países continúan operando con el paradigma punitivo y con la creencia de que un día, “la guerra contra las drogas” se va a ganar, [...] Esa fallida guerra sólo ha contribuido a acelerar los problemas de gobernabilidad en el área.



Otros puntos de vista coincidentes sobre la delincuencia organizada asociada al tráfico de drogas, pero más focalizados en los países con mayor involucramiento señalan que el crimen organizado ha ido tejiendo su poder ante el debilitamiento de los poderes legalmente constituidos, insertándose en ellos en un proceso de criminalización de la política o politización de la criminalidad, y que afecta a las democracias incipientes de países en desarrollo. (Rosi, 2009) señala que detrás de la producción y el tráfico están las organizaciones que han ido sufriendo cambios al ritmo de la evolución y globalización de los mercados y de las arremetidas de las luchas contra las drogas.



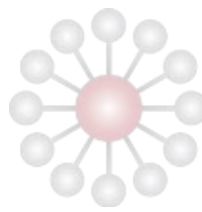
En los últimos años, en Latinoamérica se ha dado una reorganización de las estructuras narcotraficantes a nivel continental. Se ha dado un corrimiento del eje Colombia hacia México; mientras el universo del tráfico se ha fragmentado y dispersado geográficamente. Los colombianos han ido asumiendo un rol subordinado de proveedores o de asesores y expertos (Ibíd., 2009).

México a través de sus cárteles, apunta la autora, se ha convertido en el gran protagonista

debido al volumen de los negocios y sus alianzas fuera del continente con organizaciones de gran calibre como la mafia rusa y la italiana que están inundando de cocaína Europa vía Italia. En México, respectivamente, la producción y el consumo aumentaron: 316,000 toneladas de cocaína confiscadas en el 2005 respecto a las 32, 994 en el años de 1999 (Fernández, 2006).

El narcotráfico ha penetrado en casi todas las instituciones buscando un control de tipo territorial. Existen casos notables de penetración en altos niveles de poder, pero el mecanismo de control se da, sobre todo, en los estados y municipios, en el control de las autoridades locales y regionales, además de las fuerzas policiales y de seguridad,





Un aspecto que está distinguiendo al narcotráfico mexicano es la violencia. En busca de legitimidad económica, política y social, recurre a este medio para imponer su orden, silenciar, amedrentar, ampliar su dominio y control. Intimidaciones, ejecuciones, masacres y atentados no sólo acallan o eliminan enemigos; son demostraciones de fuerza, avisos para sociedades y gobiernos, una forma de doblegar la voluntad política o simplemente advertir que con ellos no se puede (Ibídem, 2009).

Desde esta óptica, y siguiendo a los diversos especialistas en los que se apoya este diagnóstico, las actuales políticas de enfrentamiento y represión son parte del problema ya que exhiben éxitos inexistentes; esconden fracasos imposibles de ocultar, manipulan cifras y disimulan sus verdaderos objetivos. El narcotráfico pinta escenarios de crisis con colores y matices diferentes según cada país.

Por otra parte, La cobertura mediática de los temas de inseguridad y narcotráfico en los países Latinoamericanos pone al descubierto la falta de experiencia y competencias en el tratamiento de estos temas entre muy diversos medios. En México la inseguridad y la narcoviencia ocupan las primeras planas de los diarios desde hace varios años, pero en general, el tratamiento es reduccionista, descontextualizado y sensacionalista. Lejos de dar un diagnóstico que reduzca la incertidumbre, acentúan las percepciones de inseguridad y falta de credibilidad institucional que comparte la población.

La opinión de la gente

Con lo anterior como antecedente, los alumnos del Investigación Aplicada realizaron entrevistas en profundidad recuperando puntos de vista muy ricos y diversos sobre los temas de inseguridad y narcotráfico. En la mayoría de los casos, las opiniones han sido congruentes con las posiciones en que se ubican los entrevistados en la estructura social. Como observamos en otras investigaciones que hemos realizado sobre consumo de medios, la Televisión es la que más apropian la mayoría de las audiencias, siendo los noticieros una fuente de información significativa para la mayoría. Entre las personas de menores ingresos la recepción se centra en los de televisión abierta; en los sectores medios y altos se consume una variedad más amplia en las opciones de paga, no obstante que también se consumen los noticieros de Televisa (personas de 40 años en adelante de NSEC, C y C+).

“Al llegar a su casa lo primero que quiere es cenar, mientras cena deja que su esposa vea la telenovela de las 9. Cuando termina de cenar es su turno de ver la televisión y ve programas de la barra de comedia que inician a las 10:30 pm, en cuando terminan ve el noticiero de Joaquín López Doriga, cree que es de los mejores periodistas que hay y que todo lo que dice siempre es muy objetivo”.

[Hombre, 30 años de edad, NSEC D+]

“La televisión veo a López Doriga y en el canal 23 también. El periódico que compro varía depende cual lleven mis compañeros de trabajo a veces el periódico metro a veces el Excelsior, depende. Y en la televisión López Doriga porque se me facilita por el horario”.

[Mujer, 36 años de edad, NSEC D+]



De entre todos los niveles socioeconómicos y rangos de edad, las personas de 25 a 45 suelen consumir diversidad de medios; en este segmento la gente alterna la lectura de diarios con distintas posiciones ideológicas; diarios nacionales e internacionales, impresos y en línea, ven noticieros de televisión abierta y de paga. Los entrevistados de bajos ingresos consumen noticieros de televisión abierta, y diarios como La Prensa, El Metro, El Gráfico, etc.

“Twitter me mantiene informada al instante. A partir de este medio busco periódicos en línea. De vez en cuando compro el periódico en papel. También me gusta escuchar la radio a las 6 de la mañana. Leo principalmente el Universal y La Jornada. Escucho MVS, Radio fórmula y de vez en cuando Radio Ibero”.

[Mujer, 27 años de edad, NSEC, C]

Los temas más mencionados

La mayoría de las audiencias reconocen que en los últimos meses ha habido temas coyunturales como la crisis económica, el desempleo, la influenza; la liquidación de Luz y Fuerza del Centro, y La reforma política. Sin embargo, la mayoría reconoce que los temas de inseguridad y narcotráfico son los temas permanentes y que, continuarán mientras el gobierno federal no dé marcha atrás.

“Pues los que veo son desastres naturales, pobreza, política, narcotráfico, asesinatos”.

[Mujer, 27 años de edad, NSEC, C]

“Algo que me choca, sobre todo en el de Sarmiento es que generalmente la noticia de

entrada es de violencia y de narcotráfico. Es algo que me choca. O sea, no son los temas que me gusten”.

[Mujer, 27 años de edad, NSEC, C]

En los sectores medios y altos, se hace bastante referencia al tema económico y político, pero todos los segmentos son sensibles a los temas de inseguridad y violencia. Para las audiencias de bajos ingresos es un tema próximo a su experiencia porque consideran que en los últimos años se han vuelto más problemáticas sus colonias.

“En la colonia La purísima siento que las cosas se han complicado. Antes ya sabías a qué hora llegar, que no se metían con uno. Los vagos de siempre lo respetaban a uno y a su familia. Pero ahora estos chavos como que ya se meten más cosas, veo que mucho joven consume activo, el ambiente se siente más pesado, y sé que hay más robos y broncas que hace 5 años no”.

[Hombre, 52 años de edad, NSEC, D+]

En los sectores altos es un tema significativo porque varios han tenido experiencias de asaltos e incluso de secuestros. La mayoría de las personas entrevistadas están de acuerdo en que el problema de inseguridad en la Ciudad de México se podía apreciar antes de la cobertura tan enfocada al narcotráfico. Entre distintas posturas al respecto, destaca de la un sector (entre 35 y 45 años) en la clase media que dice percibirse muy inestable, por lo que contemplan la posibilidad de salir del país.

“En un futuro, poner un negocio para mí o con mi esposa, no lo sé. Igual y cuando llegue ese momento pues decir ‘bueno, lo ponemos aquí o nos llevamos ese dinerito y nos vamos a otro lado. Canadá o Australia, no sé’. Australia recibe muchos migrantes y nos vamos. Porque la verdad



ya echar raíces y quedarme aquí, luego tener un hijo para que viva lo mismo que tú o peor, pues no. Prefiero vivir como jardinero o lo que sea, pero en otro lugar casi casi”.

[Hombre, 38 años de edad, NSEC, C]

Algunas personas de segmentos medios y altos, consideran que el problema de la inseguridad ya se apreciaba antes de las acciones emprendidas por el Gobierno federal, por lo que no están de acuerdo en que éste sugiera que el incremento de la inseguridad en los últimos años se deba únicamente a al crimen organizado relacionado al narco.

“Yo creo que la inseguridad de la Ciudad de México ya se venía sintiendo antes de este gobierno, otra cosa es que todo se quiera asociar al narcotráfico. Lo del niño Martí y el secuestro del hijo de la señora esa que formó un movimiento, eso es anterior a este gobierno”.

[Mujer, 42 años de edad, NSEC, C+]

“Pues sí nos han pasado cosas, a mí familia le ha ido muy mal en ese sentido. A mi mamá la bajaron a punta de pistola de su camioneta. Aquí oyes de que a muchos niños les ha tocado un secuestro exprés y esas cosas”.

[Mujer, 27 años de edad, NSEC, C]

Imaginaris del miedo en la Ciudad de México

Con mayor o menor énfasis, pero en todos los segmentos se mencionó que los medios presentan parcialmente los temas de inseguridad

y narcotráfico; que hay muchos intereses económicos y políticos de por medio que están por encima de una explicación más fondo de los temas.

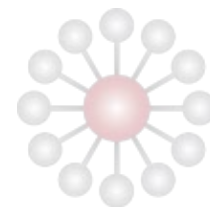
Algunos entrevistados de la clase media apuntaron en su momento que la batalla del gobierno federal contra el narcotráfico en un inicio fue con el objetivo de legitimarse, y que ha sido a través de spots publicitarios que se quiere convencer a la gente de que esa forma es la más adecuada para afrontarlo.

“Sin duda que el gobierno actúa desproporcionadamente mal en la lucha contra el narcotráfico. Al contrario su lucha es ad hoc, acomodada a las circunstancias, no persigue otro fin que eliminar, por eso Calderón se atrevió incluso a respaldar la propuesta de legalización del consumo de drogas, lo cual ya me parece una salida desesperada ante una lucha que naturalmente está perdiendo”.

[Hombre, 34 años de edad, NSEC, C]

Un perfil de entrevistados, particularmente aquellos con hijos pequeños, dicen sentirse agobiados con tantos titulares cotidianos sobre violencia e imágenes tan dramáticas; señalan que les desagrada mucho que sus hijos tengan que ver eso todos los días, que esa comunicación dispone un entorno que no es el que quisieran para los niños y jóvenes.

Otra opinión recurrente de algunas audiencias (en su mayoría mujeres) plantea que, ante la saturación de imágenes y notas violentas, han optado por tratar de desentenderse de esos temas, para buscar otra información que comunique cosas menos desafortunadas.



Para algunos la transmisión reiterada de ese tipo de notas propicia que la gente trate de desentenderse, de ver como algo cotidiano y normal la violencia tan acentuada que se vive en el país, lo que dicen puede ser inconveniente por la desmovilización o indiferencia en la que se puede colocar la población. En contraparte, algunos entrevistados que viven en aquellas plazas que se han visto muy afectadas en los últimos meses (como la ciudad de Monterrey), dicen que los medios en sus localidades no están comunicando los sucesos violentos que se presentan casi a diario en sus localidades.

“Nosotros aquí en la familia hemos optado por ya no ver noticias, todo es pura violencia, pura mierda, por eso no las vemos. El PRI, el PAN, todos son los mismo. Hay tantas cosas valiosas que podrían presentar en las noticias, cosas de ciencia, de arte, pero no”.

[Mujer, 46 años de edad, NSEC, D+]

“No sólo eso sino que los medios a veces toman a un personaje y lo explotan nota tras nota, por ejemplo, Mario Sambada- narcotraficante culichi famoso en la cultura del estado. “Pero desde hace 3 o 4 años se sacan notas de ellos hasta chistosas, los han convertido en personajes cómicos”.

[Hombre, 35 años de edad, NSEC, C]

“Acá en Monterrey es muy grave lo que está pasando, hay levantones y balaceras y los medios no dicen nada; el gobernador en sus eventos sociales como si nada. Yo pienso que allá en México no se sabe mucho de todo lo que está pasando por acá”.

[Mujer, 43 años de edad, NSEC, C]

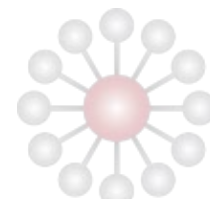
En opinión de otros entrevistados, el tratamiento sesgado y sin seguimiento de los acontecimientos por parte de los medios, influye negativamente en la memoria de las personas, de modo que todo, por grave que sea, se olvida rápido.

“Pero creo que falta precisamente más investigación acerca de lo que está ocurriendo del narco, de la violencia. O se olvida como muy muy rápido. Se olvidan los temas. O sea, hoy mataron unos niños por aquí, hoy mataron otras personas por acá, descabezaron a otros en la marquesa, etc. Le dan seguimiento de dos, tres días, una semana tal vez y después se olvidan. Y dices ‘bueno ¿y el seguimiento qué pasó?’ y se olvida. Es como muy de mercancía, las noticias ¿no?”

[Mujer, 23 años de edad, NSEC, C+]

Otra lectura sobre los temas de inseguridad y narcotráfico a través de los medios, es aquella que se pudo recuperar entre algunos estudiantes de licenciatura y posgrado. Cuando ellos han tenido el interés de informarse sobre estos temas, dicen recurrir a varios diarios porque reconocen que algunos han tendido a legitimar las acciones del gobierno federal, y otros a cuestionarlas. En estos temas álgidos como en otros, consideran que es necesario realizar una lectura comparada entre varias fuentes.

“El tema del narcotráfico es un tema difícil, en la medida en que genera animadversiones, genera héroes o delata la limitación de la acción gubernamental. Para tener un acercamiento a un problema de tal naturales, a través de los



“medios de información”, recurro principalmente al periódico, sobretodo La Jornada, Milenio y El Universal. La razón es la búsqueda de la neutralidad a través de la pluralidad. Esto se convierte casi en una necesidad, entendiendo que los medios de información pueden ser aparatos del Estado, recursos de los grupos de presión o medios de crítica frente a las acciones del gobierno”.

[Hombre, 34 años de edad, NSEC, C]

Asimismo, la revisión que realizan estos entrevistados, muestra que indagando en distintas fuentes, con diferentes posturas, el público puede acceder a un panorama más amplio sobre los temas de inseguridad y narcotráfico. Lo que contrasta tomando en cuenta que para muchas personas predomina el sesgo, la distorsión y lo tendencioso en la mayoría de los medios en el tratamiento de dichos temas.

A partir del análisis de las opiniones en todos los segmentos, concluimos que la cobertura reiterada y sensacionalista que hacen los medios sobre el tema del narcotráfico, influye sólo en cierta medida en la conformación de un imaginario del miedo. Dicho imaginario se construye además por varios factores simultáneos que aquejan hoy al país como la delincuencia que a muchos ha afectado en primera persona o a través de terceros; por la inestabilidad económica y laboral, y la pérdida de credibilidad institucional como consecuencia de incumplimientos y errores. De este modo, el tratamiento descontextualizado y sensacionalista de los temas de inseguridad y narcotráfico contribuye a acentuar la incertidumbre y desconfianza que vive hoy la población, pero hasta cierto punto: la sensación de inseguridad tiene un

antecedente en la experiencia de las personas, y se alimenta de la incertidumbre que experimentan en varios planos, desde el público institucional, al privado familiar que tiene que ver con la posibilidad de perder el empleo.

“A mí me molestó mucho el tratamiento que se le llegó a dar en un momento. Nosotros leemos el Reforma y nos disgustó mucho que sacaran a cada rato las narcomantas y las cabezas; a mí molestaba que estuvieran viendo eso mis hijos. Entonces más que miedo era que no entendía bien por donde iba la cosa, miedo me da que lo que pasa ya en el Estado de México comience a pasar en el DF”.

[Mujer, 44 años de edad, NSEC, C+]

“En un futuro, poner un negocio para mí o con mi esposa, no lo sé. Igual y cuando llegue ese momento pues decir ‘bueno, lo ponemos aquí o nos llevamos ese dinerito y nos vamos a otro lado. Canadá o Australia, no sé’. Australia recibe muchos migrantes y nos vamos. Porque la verdad ya echar raíces y quedarme aquí, luego tener un hijo para que viva lo mismo que tú o peor, pues no. Prefiero vivir como jardinero o lo que sea, pero en otro lugar casi casi”.

[Hombre, 35 años de edad, NSEC, C+]

Conclusión

Cuando inició esta investigación diversas audiencias consideraban que el crimen organizado asociado a tráfico de drogas era algo muy complejo, pero que acompañaban al final las medidas del gobierno federal, celebraban que alguien “estuviera tomando la iniciativa”. Con el



paso de los meses esta opinión fue cambiando, y en la actualidad ni los entrevistados afines al partido en el gobierno aprueban las acciones. Para ellos un indicador duro son el número de muertos que van desde que iniciaron las acciones (arriba de 28 mil como se ha publicado en diversos medios).

A diferencia de otros temas en los que la gente puede omitir su opinión, por indiferencia o por desconocimiento, sobre los temas de inseguridad y narcotráfico todos los entrevistados ofrecieron un punto de vista aun desde el más puro sentido común. Desde esta mirada los entrevistados señalan que las acciones del gobierno federal están mal encauzadas por no advertir que los cuerpos policíacos no están capacitados ni tienen la confianza de la población; que el ejército estuvo en los cuarteles mientras los cárteles se profesionalizaron; que el problema es histórico porque los grupos tienen mucho tiempo en algunas plazas y están insertos en la sociedad, y que las autoridades y policías locales han estado coludidas con los grupos desde siempre.

“En primer lugar, para nosotros Calderón hizo fraude. Salió de la nada y de pronto ya era candidato, y luego el presidente. Entonces nosotros sabíamos que no iba a estar nada bien la cosa, que venía la mano dura como él bien dijo. Ahora con esta guerra, como va a la guerra con una policía como la que tenemos, que no tienen la preparación y la confianza de las personas. Aquí entran esos policías encapuchados y en vez de darnos confianza nos dan miedo”.

[Mujer, 47 años de edad, NSEC, D+]

Los entrevistados con mayor formación muestran una visión más compleja del problema. La mayoría considera que es un fenómeno muy complejo que

requiere de un plan integral para abordarlo. No sólo los más críticos, sino entrevistados de distintos perfiles apuntan al tema de la corrupción en las localidades como una limitante fundamental. La mayoría no cree que trascienda ninguna acción si no se atiende a la experiencia de otros países que padecen el fenómeno como es el caso de Colombia. Consideran que poco se avanzará si México no actúa de manera bilateral con EU que es el mayor consumidor, y si no hay una política de los dos países contra el tráfico de armamento.

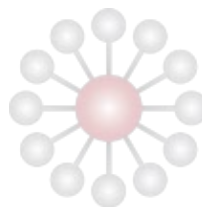
“Finalmente el crimen organizado sí está organizado y en cuanto al gobierno creo que es una desorganización terrible en todo. Tapan un hoyito para destapar uno gigante. Por lo menos no ha sido muy fructífera y está causando mucha más violencia de la que podría haber tomando alguna otra medida ¿no? No sé cual. Habría que analizarlo y sería otra gente que tal vez debería de tomar esa decisión pero sí creo que no es la correcta. Combatir con armas a las armas”.

[Hombre, 43 años de edad, NSEC, C+]

“No, es como darle más poder. Evidentemente se está azuzando, se está exacerbando la violencia ¿no? Es un yo puedo contra ti, a ver quién puede más, a ver quién mata más y no, la estrategia no está por ahí”.

[Hombre, 47 años de edad, NSEC, D+]

Comparando el punto de vista de la gente con el que manejan distintos medios y el Gobierno federal sobre los temas de inseguridad y narcotráfico, concluimos que el de éstos ha tenido un carácter reduccionista, uniforme y lineal respecto al de



muchas audiencias que lo entienden de una manera más compleja. De aquí que no se sostenga el discurso del gobierno federal cuando reconoce que su derrota ha sido en el plano de la comunicación, por no haber podido convencer de que su guerra es la mejor solución y que las acciones van por buen camino.

Por otra parte, en el último semestre de 2009, analistas políticos y algunos medios calificaban la guerra contra el narcotráfico como “la guerra fallida”, apuntando aspectos -que han indicado también nuestros entrevistados sin ser especialistas- como la intención de legitimación de Calderón mediante dicha guerra, el error u omisión por no impulsar una política contra el crimen organizado que no se centrara únicamente en el narcotráfico; que el foco se orientara hacia a el agente financiero; las consecuencias que ha tenido en cuanto a violación de derechos humanos por la intervención del ejército en las localidades, etc. Por ello, considerábamos que para este año el tema de la guerra fallida iba a ser cada vez más señalado no sólo en el medio académico, sino también en los medios de comunicación como una forma de presión para que el Gobierno federal comenzara a achicar la guerra, a replantearse en este enfrentamiento.

Bibliografía

Astorga, Luis (2003) Tráfico de drogas ilícitas y medios de comunicación. Ponencia para la conferencia Medios de comunicación, guerra, terrorismo y violencia en la UIA.

----- (2004). El siglo de las drogas,

Plaza Janés, México, DF.

ASTORGA, Luis (1995). Mitología del narcotraficante en México. Plaza y Valdés. UNAM, México, D.F., 150.

ASTORGA, Luis (2004). El siglo de las drogas. Plaza Janés, México, México, D.F., 197.

BLANCORNELAS, Jesús (2002). El Cártel. Debolsillo, México, México, D.F., 369.

BOLÍVAR MORENO, Gustavo (2007). Sin tetas no hay paraíso. Grijalbo, México, México, D.F., 222.

CAPORAL, José Antonio (2003). Cártel protegidos. Gato Azul, Colombia, 131.
Castañeda, Jorge. Narcotráfico, la guerra fallida, Ed. Punto de lectura, México, 2009.

Fernández Menéndez, Jorge (2001). El otro poder, Punto de lectura, México, México, DF.

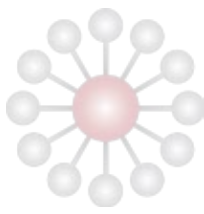
GÓMEZ, María Idalia, Fritz, Darío (2005). Con la muerte en el bolsillo. Planeta. México, México, D.F., 349.

GUTIÉRREZ, Alejandro (2007). Narcotráfico: el gran desafío de Calderón. Planeta, México, México, D.F., 461.

Lara Clark, Marcos (2006). Violencia y medios 3; INSYDE, México.

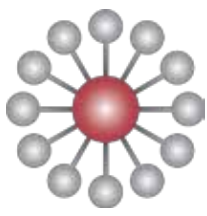
Rossi, Adriana (2009). Radiografía del narcotráfico, en Le Monde Diplomatique, Argentina.

VALENZUELA, José Manuel (2002). Jefe de jefes. Plaza Janés, México, México, D.F., 346.

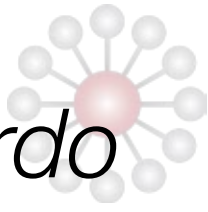


SOBRE EL AUTOR:

Juan Carlos Hernández Rosete.
Profesor del Área de Investigación de la Lic. en
Comunicación de la UIA.



Capítulo 4. Discurso, Semiótica y Lenguaje



Análisis del discurso de acuerdo al modelo greimasiano de la resistencia maya colonial en la Rebelión de Jacinto Canek en 1761 en Cisteil, Yucatán

Mtro. Israel León O'Farrill
BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA

Resumen

El modelo de Greimas (1983) de análisis del discurso fue diseñado para la comprensión de textos literarios y considera tres isotopías o campos semánticos fundamentales: temporalización, espacialización y actorialización. Iniciaremos con los ámbitos espacio-temporales pues “presentan la ventaja de hallarse uniformemente presentes en todo discurso pragmático, es decir, discursos que relatan series de ‘eventos’ o de ‘hechos’ que por su parte están necesariamente inscritos en un sistema de coordenadas espacio-temporales” (36); sin embargo, consideramos posible utilizar este modelo para el análisis de un acontecimiento histórico determinado como si se tratara de una narración específica. En efecto, siguiendo el interesante estudio de Delci Torres (2007) sobre un ritual funerario en las comunidades de Mérida en Venezuela, podemos comprender los fenómenos sociales esencialmente como narraciones. De acuerdo a ella, un ritual conlleva un “conjunto social significativo” en el que se estructuran entramados específicos con actores, en lugares determinados y con tiempos definidos. Gracias a este modelo se realiza una reconstrucción “socio semiótica” del mismo ritual; es decir, encontrando aquellos elementos de significación que se vinculan directamente con el entramado social al que pertenecen, se puede dar sentido al fenómeno. De igual manera, consideramos que podemos explicar el desarrollo de un fenómeno social como la resistencia maya colonial, específicamente la rebelión de Canek en Cisteil en 1761, si comprendemos los elementos antes mencionados; incluso podemos ver que el propio acontecimiento, al ser desplegado en la estructura de una narración, pudiera cumplir las funciones de un producto de comunicación al transmitir elementos identitarios de carácter cultural. Es decir, que un acontecimiento determinado así como las simbologías derivadas del mismo y sus principales participantes forman el todo del mensaje, que a lo largo de la historia, se transforma en el contenido identitario que puede dar sentido a fenómenos sociales.

Palabras Clave

Análisis del discurso; modelo de Greimas; fenómeno social.



Introducción

La presente ponencia representa un avance con respecto a una investigación mayor en la que pretendo demostrar que existe una línea cultural que une varios de los fenómenos de resistencia en el mundo maya y que precisamente va del mundo prehispánico hasta la fecha. Para ello, analizaré tres fenómenos específicos, que considero están vinculados entre sí independientemente de la distancia, tanto en el tiempo, como en el territorio. Trabajaré específicamente la conquista de Tayasal en 1697, la rebelión de Cancuc con sus antecedentes en Zinacantán, Santa Martha y Chenalhó en 1711, y la rebelión de Jacinto Canek en Cisteil en 1761. La línea cultural de la que pretendo demostrar su existencia, está vinculada a tres complejos simbólicos: lo zuyuano, la “montaña” y lo colonial. Propongo para aislarlos y comprenderlos de mejor manera trabajar con el concepto de Yuri Lotman: la semiosfera, que nos permitirá en cierta medida poder comprenderlos en su totalidad, y sus posibles imbricaciones unos con otros, a través del concepto de frontera entre semiosferas. “La frontera del espacio semiótico no es un concepto artificial, sino una importantísima posición funcional y estructural que determina la esencia del mecanismo semiótico de la misma (1996: 26)”. Es ahí, en las fronteras entre semiosferas, donde habremos de encontrar los elementos que las unifican. Para Lotman, la semiosfera se integra por estructuras importantes a considerar: el núcleo donde “se disponen los sistemas semióticos dominantes” (1996: 30); la periferia, donde los “procesos dinámicos encuentran menos resistencia, y por consiguiente se desarrollan más rápidamente” (30), es decir, aquellos elementos que no pertenecen del todo

al núcleo o que han sido abandonados por éste, y que se ubican cerca de las fronteras con lo que tienen mayor dinamismo. Siguiendo estos conceptos, encontramos que ambas conviven constantemente y se distribuyen siguiendo ritmos diversos, dependientes de los ritmos mismos de la propia semiosfera.

El tiempo.

Consideramos importante antes de entrar al análisis de las tres semiosferas aclarar nuestra postura con respecto al estudio del tiempo, y en la que coincidimos con López y López (2005, 1999), que comentan que el llamado núcleo de la cosmovisión prehispánica es aquello que cambia de manera sumamente gradual a lo largo de los años. Ese núcleo duro, siguiendo a Fernand Braudel, está supeditado al concepto de tiempo de larga duración, y por tanto, pudiera tener una estructura que es

Indudablemente un ensamblaje, una arquitectura; pero, más aún, una realidad que el tiempo tarda enormemente en desgastar y en transportar. Ciertas estructuras están dotadas de tan larga vida que se convierten en elementos estables de una infinidad de generaciones: obstruyen la historia, la entorpecen y, por tanto, determinan su transcurrir. Otras, por el contrario, se desintegran más rápidamente. Pero todas ellas, constituyen, al mismo tiempo, sostenes y obstáculos (Braudel, 1970: 70)

En esta misma dimensión López y López, al explicar su propuesta sobre lo Zuyuano, comparten la idea de procesos de larga duración.



Estamos en presencia de un cambio político generalizado, pero con múltiples manifestaciones. Los delegados terrenales de Serpiente Emplumada fueron muy diferentes entre sí: en tiempo, en historia, en etnia y en tradición cultural. Nunca constituyeron un imperio, pero compartieron principios ideológicos que los hermanaron en su diversidad y que unificaron sus acciones en un mismo proceso de larga duración y de enorme difusión (1999: 10).

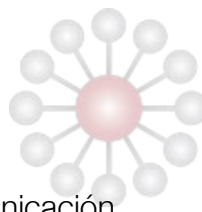
La permanencia y transmisión de este proceso de larga duración se centran a su vez en los procesos escatológicos de las comunidades prehispánicas que a decir de López,

La cosmovisión fue, en efecto, el vehículo privilegiado del entendimiento en tiempos en que las materias de política, derecho, economía o guerra se trataban en términos de leyes universales que regían no solo las relaciones entre los hombres, sino la existencia de los dioses de todos los seres naturales (en Lombardo y Nalda, 1996: 473).

Federico Navarrete (en Guedea, 2004) por su parte, propone un modelo para explicar la manera en que se concibe el tiempo en el pensamiento prehispánico: el cronotopo histórico, concepto derivado de Bajtin y que expresa la conjunción entre el tiempo y el espacio, ambos factores fundamentales que afectan a los personajes en la narrativa. “La imagen misma del hombre en la novela, su identidad, su forma de actuar, su capacidad de transformación están determinadas por el cronotopo. Por ello, concluye (Bajtin) ‘la imagen del hombre es siempre intrínsecamente cronotópica’” (Navarrete, en Guedea, 2004: 34).

Más adelante en su propuesta, Navarrete se centra en tres cronotopos específicos: el occidental, lineal con un inicio y un final determinado, y que siempre plantea una supuesta evolución; el mesoamericano, cíclico y con la idea clara del retorno de los sucesos y, finalmente, el andino, que plantea diversas lecturas tanto de arriba abajo y momentos estáticos, donde en esencia no sucede nada y que no se contabilizan. Todos estos cronotopos derivan de la forma en que esas tres sociedades conciben o concibieron el tiempo, es decir, derivan de la cosmovisión. Curiosamente, podríamos pensar que el concepto braudeliano de la larga duración en el que se sustentan López y López para explicar los conceptos culturales que perviven, chocaría con un cronotopo mesoamericano circular y repetible, lo que quizá podría significar cortes en momentos repetibles, y que ello dañaría la larga duración; por el contrario, el hecho de que la cosmovisión conciba al tiempo como circular, permite que se conserven elementos del núcleo duro por medio de la repetición y trae consigo, otras concepciones como las profecías de retorno que habremos de ir analizando posteriormente.

Otros autores también han considerado el tiempo como factor clave para el entendimiento discursivo. Foucault (1970/2010) considera igual que Braudel el estudio de procesos de larga duración, sólo que para él hay que centrarse no en los acontecimientos en sí, sino el constituir series: (...) describir las relaciones entre las distintas series para constituir de este modo series de series, o “cuadros” (...) de ahí la necesidad de distinguir, no sólo ya unos acontecimientos importantes (con una larga cadena de consecuencias) y acontecimientos mínimos, sino unos tipos de acontecimientos de nivel completamente distinto (unos breves, otros de duración mediana (...)); de ahí la posibilidad de



hacer aparecer series de amplios jalonamientos, constituidas por acontecimientos raros o acontecimientos repetitivos. (Foucault, 1970/2010: 17-18).

Lo anterior que comparte la visión braudeliana, trasciende en sí el aspecto meramente estructural para fijarse en las relaciones vivas entre acontecimientos y los factores que inciden en ellos; dicho de otra manera, a Foucault le interesan menos los hechos que las relaciones que los suscitaron o las que suscitan.

Lo mismo encontramos en Lotman (1999) al referirse a la cultura y los procesos de formación de la misma: graduales y de explosión, y que suelen coexistir de manera constante; es decir, que habrá procesos de cambio graduales –y que indudablemente pudieran concebirse como de larga duración- y otros que están precedidos por la “imprevisibilidad” que tienen que ver con la explosión (1999: 19).

Concebimos pues procesos de larga duración donde los elementos culturales permanecen a través de los años gracias a la concepción del tiempo circular acorde al cronotopo mesoamericano; además, es menester como lo apunta Foucault poner especial atención al sistema de relaciones en el entramado de los hechos en particular, y del devenir histórico en general; también, considerar el interesante equilibrio entre lo imprevisible y lo previsible de los procesos de cambio social que marcarían su explosión o su progreso gradual. Resulta fundamental el aclarar estos conceptos antes siquiera de adentrarnos a cuestiones de análisis discursivos –aunque consideramos que ya estamos ahí- pues implica más que una procesión de autores, la adopción de una postura teórica.

El análisis del discurso, la historia y la comunicación. Dicho lo anterior, es conveniente iniciar con el debate en torno al modelo de análisis de discurso adoptado. Como comentamos al inicio de la presente ponencia, este documento da noticia de una investigación mayor de la cual apenas esbozamos algunos de los elementos, específicamente aquellos relacionados al modelo de análisis del discurso de A.J. Greimas. Basándonos en la investigación de Torres (2007) consideramos que bien puede adaptarse a situaciones de discurso donde no necesariamente exista un texto. Al consultar con otros colegas del ámbito del análisis del discurso, experimentamos una cierta resistencia a utilizar estas metodologías fuera de los materiales impresos; sin embargo, encontramos otros ámbitos académicos mucho más abiertos a la experimentación y a la exploración de metodologías que tradicionalmente eran empleadas para el análisis de textos, ahora para el análisis de aspectos como la oralidad, la ritualidad, el comportamiento y el desarrollo de discusiones fundamentales que permitan diversificar el acercamiento a los fenómenos sociales. Tal es el caso del seminario de Cultura mesoamericana en el posgrado del mismo nombre en la Facultad de Filosofía y Letras llevado por el Dr. José Alejos García donde, por espacio de varios años, se ha desarrollado tanto el análisis como la aplicación de estas teorías y metodologías a los ámbitos de la antropología, la historia, la arqueología y finalmente, la comunicación. Desde el trabajo con Bajtin, hasta llegar a Lotman, el Dr. Alejos ha explorado posibilidades y discutido los trabajos de muchos estudiantes interesados en utilizar perspectivas más integradoras y flexibles.

En este entorno, la discusión ha resultado mucho más enriquecedora. Primero que nada, habría



que definir qué es lo que entendemos por texto, enunciado, o cualquiera que sea la unidad mínima dentro del discurso. Con ello, habremos de delimitar, por un lado, el espacio de la presente ponencia derivada de la investigación en desarrollo; por el otro, explicar el sentido comunicativo del tema central de esta investigación.

Mijail Bajtin concibe al enunciado como la unidad real de la comunicación discursiva, “limitada con precisión por el cambio de los sujetos discursivos y que termina con el hecho de ceder la palabra al otro, una especie de un dxi silencioso que se percibe por los oyentes [como señal] de que el hablante haya concluido” (Bajtin, 1982: 260-261). A la vez, al pertenecer a sujetos discursivos diversos, conllevan igualmente fronteras que se definen por el cambio de los sujetos, “por la alternación de los hablantes” (1982: 260). De acuerdo a Bajtin, cada discurso está precedido por los discursos de otros sujetos discursivos y a su vez, éste precede a otros también, de tal suerte que un discurso jamás se encuentra solo o aislado (1982: 285). Esa característica específica es quizá lo que encierra en sí la dificultad de los géneros discursivos. Cabe añadir, que para Bajtin, la oración no es el enunciado, sino que ello sería algo mucho más complejo como hemos visto; es decir, que intervienen en los enunciados no sólo procesos orales o escritos, sino herencias culturales y sujetos vivos, que poco a poco han ido construyendo sus propios ritmos y dinámicas. A la vez, se suma al debate el aspecto axiológico que necesariamente se construye alrededor de un enunciado determinado y que generalmente depende de los sujetos discursivos relacionados con el mismo. Esto se da debido a las intencionalidades relacionadas con el discurso. De acuerdo a esta postura, difícilmente encontraremos algo que no se haya dicho ya.

Propone dos aspectos del enunciado: los verbales y los extraverbales en donde encontraríamos la entonación o la gestualización (Bajtin, 1982: 277). Es en el segundo donde nos interesa centrarnos pues es ahí donde radican los elementos más claramente culturales; es decir, en esas entonaciones y en los gestos podemos percibir usos y costumbres, aspectos tácitos dentro de la existencia de una comunidad determinada. Como diría Voloshinov “La lengua no refleja las oscilaciones subjetivas y psicológicas sino las interrelaciones sociales estables de los hablantes” (1992: 158). Por tanto, será fundamental el carácter social del enunciado, de la lengua en sí, pues ninguno de los dos existe sin un grupo social que lo ha de legitimar.

Similar a esta postura, es la de Foucault, que dice que el análisis discursivo ha de centrarse en captar el enunciado en la estrechez y la singularidad de su acontecer, de determinar las condiciones de su existencia, de fijar sus límites de la manera más exacta, de establecer sus correlaciones con los otros enunciados que puedan tener vínculos con él, de mostrar que otras formas de enunciación existen (Foucault, 1970/2010: 42).

Para él, lo verdaderamente valioso es determinar no el enunciado en sí, sino las relaciones que operan para que dicho enunciado opere y forme parte de un discurso. Ahí encuentra similitudes con el concepto bajtiniano del enunciado y su necesaria relación con otros enunciados; a la vez, Foucault comenta que “todo discurso manifiesto reposaría secretamente sobre un ‘ya dicho’, y ese ‘ya dicho’ no sería simplemente una frase ya pronunciado, un texto ya escrito, sino un ‘jamás dicho’, (...) Se supone así que todo lo que al discurso le ocurre formular se encuentra ya articulado en ese semisilencio que le es previo” (1970/2010: 38). Lo



anterior se centra precisamente en todo aquello que se encuentra tácitamente “dicho”, es decir, aquello que forma parte de un grupo social y su cultura y que no es necesario decirlo. He ahí el centro de nuestro análisis.

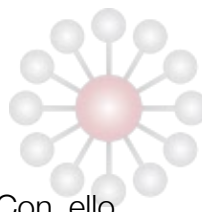
Dejamos al final de esta breve presentación conceptual a Lotman y su concepto de texto por considerarla la más completa y asequible a nuestros fines. Para Lotman, hay que trascender el análisis del signo (Peirce y Morris) como el centro de todo el análisis semiótico, y el del texto, la lengua y el habla como mero sistema (Saussure) pues no son capaces de explicarnos del todo el complejo sistema de la comunicación. Por tanto, habría que considerar el concepto de semiosfera que es “el espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis” (Lotman, 1996: 24). En ese espacio de semiosis encontraremos elementos fundamentales como el sujeto (trama o argumento), la frontera, que es aquello que limita semiosferas, el núcleo que es justo donde se encuentra aquel discurso que es “semiótico” para esa semiosfera específica, y aquello que no lo es, es enviado a la periferia de la misma semiosfera; lo anterior indica la irregularidad semiótica de la semiosfera (1996: 29), pero igualmente nos indica la flexibilidad de la misma, pues no se trata de un sistema estático. Lotman lo explica de esta manera:

Si una de las estructuras nucleares no sólo ocupa la posición dominante, sino que también se eleva al estadio de la autodescripción y, por consiguiente, segrega un sistema de metalenguajes con ayuda de los cuales se describe no sólo a sí misma, sino también al espacio periférico de la semiosfera dada, entonces encima de la irregularidad del mapa semiótico real se construye el nivel de la unidad

ideal de éste. La interacción activa entre esos niveles deviene una de las fuentes de los procesos dinámicos dentro de la semiosfera (1996: 29-30).

Una vez determinado el espacio donde habremos de ubicar los elementos semióticos principales que más adelante habrán de construir el discurso, vemos que el texto es la unidad discursiva principal para Lotman. Y resulta para nuestra investigación de particular importancia pues se multiplica en su constitución y características con lo que vemos que el texto “por una parte, al volverse semejante a un macrocosmos cultural, deviene mas importante que sí mismo y adquiere rasgos de un modelo de la cultura y, por otra, tiende a realizar una conducta independiente, al volverse semejante a una persona autónoma” (1996: 82). Como se ve, el texto puede ser todo un sistema cultural o puede tratarse de una persona, un individuo repleto de significación. Este espacio es realmente reducido para agotar todos los conceptos que Lotman le confiere al texto; sin embargo, habría que considerar dos procesos de varios que el autor considera para explicar la función socio- comunicativa del texto:

(...)2. El trato entre el auditorio y la tradición cultural. El texto cumple la función de memoria cultural colectiva. Como tal, muestra, por una parte, la capacidad de enriquecerse ininterrumpidamente, y, por otra, la capacidad de actualizar unos aspectos de la información depositada en él y de olvidar otros temporalmente o por completo. (...)5. El trato entre el texto y el contexto cultural. En este caso el texto no interviene como un agente del acto comunicativo, sino en calidad de un participante en éste con plenos derechos, como una fuente o un receptor de información. Las relaciones del texto



con el contexto cultural pueden tener un carácter metafórico, cuando el texto es percibido como sustituto de todo el contexto, al cual él desde determinado punto de vista es equivalente, o también un carácter metonímico, cuando el texto representa el contexto como una parte representa el todo (1996: 80- 81).

En el primer caso, el texto pudiera estar definido por la oralidad y medios de transmisión en este sentido; en el segundo, el texto mismo pudiera equipararse o mimetizarse con el contexto de manera que lo representa totalmente. Es quizá este segundo proceso el que más nos interesa, pues nos permite ver al texto – la unidad de análisis discursivo- con mayor diversidad y complejidad que si lo centráramos específicamente en el ámbito lingüístico, con lo que necesariamente trascendemos el análisis tradicional.

Por tanto, en este momento consideramos importante decir que un acontecimiento específico comporta dos representaciones: por un lado, bien puede tratarse en sí mismo de un texto siguiendo a Lotman, y puede ser susceptible de ser analizado por métodos de análisis de discurso –aquí es donde encaja el modelo greimasiano que más adelante analizaremos-; por el otro, estaríamos hablando de que, gracias a esa misma función socio- comunicativa que le confieren los procesos citados más arriba, el acontecimiento estaría comunicando elementos muy claros que retomarían sucesos posteriores, así como se transformaría en vehículo de memoria cultural para grupos sociales relacionados con el acontecimiento.

Por si fuera poco, la represión del movimiento armado de Jacinto Canek en Cisteil en 1761 fue sumamente dura, y los castigos y ejecución

de los culpables en extremo cruenta. Con ello, las autoridades coloniales pretendían darle un escarmiento a los sublevados y un ejemplo a la población en general; es decir, se enviaba un mensaje a través del desarrollo de un ritual de castigo y ejecución que pudiera impactar de manera permanente la mente de los indígenas mayas yucatecos. Sin embargo, se logró todo lo contrario y en lugar de insuflar temor, se transmitió más rebeldía y venganza que tendría verificativo en la siguiente sublevación armada del siglo XIX en la península de Yucatán, la llamada “Guerra de Castas”. En ésta, el nombre de Canek lo mismo causaría terror a la población criolla, que causaría fervor a los sublevados. Por tanto, estamos convencidos de que el simple hecho y su posible narración a partir de la oralidad o de las fuentes mismas, produjo efectos comunicativos claros, y por tanto, podemos aplicarle modelos de análisis de discurso.

Por supuesto, habremos de considerar para el análisis de la rebelión el trabajo con los archivos de la misma que ya han sido paleografiados por Bracamonte y Solís (2005); a la vez, nos fundamentaremos en los excelentes trabajos de análisis de la situación colonial maya y concretamente de la sublevación de 1761 por parte de Bracamonte (2004, 2001 y 1994). Al igual habremos de sustentar el análisis de producción del entorno social y de los complejos simbólicos detrás de la rebelión, en los textos señalados con anterioridad de Lotman (1999, 1996), y en la Teoría de la Sociología del Conocimiento abordada por Luckmann y Berger (1968/2008). El tema ha sido tratado también por Farris (1994) y Bricker (1993), de manera general y con poca profundización; incluso habría que decirlo, con un conocimiento sumamente general del tema maya colonial.



Afortunadamente, tanto Bracamonte como Ruz (2008), han estado aportando investigaciones sugerentes e imaginativas, lo mismo que mejor documentadas con lo que el tema de lo maya en los años de la Colonia ha ido adquiriendo mayor relevancia.

Espacialidad, temporalidad, actorialidad

Por tanto, primero que nada, como lo comentamos con anterioridad, pretendemos aislar tres semiosferas específicas: lo zuyuano, corriente político- cultural que representó transformaciones importantes del Clásico al Postclásico mesoamericanos, término acuñado por López y López (1998) y después retomado por Bracamonte (2004) para su análisis de la rebelión; la montaña, concepto desarrollado por Bracamonte (2001) para explicar los territorios de exclusión donde los indígenas que escapaban a los oprobios coloniales se ocultaron y desarrollaron comunidades, fermento de identidad y de posteriores rebeliones; y lo colonial, donde englobamos los contenidos culturales, legales y religiosos adquiridos a partir de las estructuras coloniales y que modificaron creencias y costumbres de los pueblos mayas de la Península de Yucatán. Con ello obtendremos los insumos para más adelante realizar el análisis greimasiano soportado en la triada espacio-tiempo- actor.

De acuerdo con Bracamonte (2004), resulta fundamental entender el concepto de hombres-dios de la cosmovisión prehispánica, así como los conceptos de peregrinación y la profecía de retorno. Todo ello fue fundamental para dar legitimidad al liderazgo de Jacinto Canek en la rebelión. Por ello, el elemento de la actorialidad de Greimas nos puede resultar sumamente útil para definir el discurso contenido en la rebelión. A reserva de

que se tendrá que realizar un análisis mucho más concienzudo en adelante, podríamos aventurar que Canek logró conjuntar todos los elementos de un actor legítimo para encarnar la profecía y poder ser el líder de la rebelión. Por supuesto, en este entramado que construimos por parte del modelo encontramos que la rebelión y el discurso que surge de ella, vienen determinados por el elemento espacial “la montaña” que Bracamonte ubica en el sur de Yucatán y en las tierras del Petén (2001), a la vez de que pudiera tratarse de un espacio mítico, quizá una especie de tierra prometida y que Canek habría visitado en una peregrinación que posteriormente lo legitimaría. Por otro lado, y siguiendo los estudios sobre el tiempo antes mencionados (la larga duración, el cronotopo) y los análisis clásicos ya sobre cosmovisión y tiempo mayas desarrollados por Garza (1975) y León- Portilla (2003), así como aquellos referentes a la literatura maya colonial (Garza y Mediz, 2006; Garza y León- Portilla, 1980), podremos entender la temporalidad que se encuentra en el discurso de la rebelión de Cisteil.

Consideraciones finales.

Como hemos explicado, existe un sustento teórico como metodológico para el análisis de los procesos sociales a partir de modelos de análisis discursivo. La elección del modelo greimasiano tiene que ver con el hecho de que los tres elementos a considerar, actorialidad, espacialidad y temporalidad, comportan en el pensamiento y cosmovisión mesoamericanos condiciones de una vitalidad superior a lo que podemos considerar para nuestra propia cosmovisión; es decir, que el desarrollo de estos pueblos se encuentra totalmente imbricado con estos conceptos. A la vez, consideramos importante considerar a los

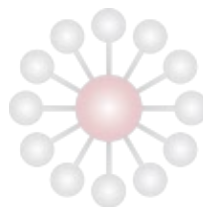


acontecimientos mismos –y sus narraciones, por supuesto- como procesos comunicativos, y que como tal, bien pueden estar incluidos dentro del desarrollo de investigaciones de esta disciplina. Partimos del presupuesto de que la Comunicación no existe a partir de la modernidad y sus medios masivos de comunicación, y por supuesto, menos a partir del surgimiento de las nuevas tendencias en las organizaciones o el mercado; por el contrario, estamos a favor de la exploración de los procesos comunicativos de otras épocas y de otras mentalidades, pues de esa manera podremos entender mejor la manera en que el día de hoy entendemos el mundo que nos rodea y la forma en que los acontecimientos pueden determinarnos a partir de los mensajes que recibimos de ellos mismos. Sea pues esta ponencia el anuncio de posteriores investigaciones que iremos realizando.

Bibliografía:

1. Bajtin, Michail (1982). Estética de la creación verbal. México, SXXI.
2. Braudel, Fernand (1970). La Historia y las Ciencias Sociales. España, Alianza.
3. Berger, L. Peter, y Luckmann, Thomas (1968/2008). La construcción social de la realidad. España, Amorrortu.
4. Bracamonte y Sosa, Pedro y Solís Robleda, Gabriela (2005). Rey Canek, Documentos sobre la sublevación maya de 1761. México, CIESAS, UNAM, Instituto de Cultura de Yucatán.
5. Bracamonte y Sosa, Pedro (2004). La Encarnación de la Profecía, Canek en Cisteil. México, Porrúa – CIESAS.
6. _____ (2001). La Conquista Inconclusa de Yucatán, Los mayas de la montaña, 1560-1680. México, Porrúa – CIESAS.

7. _____ (1994). La Memoria Enclaustrada, Historia indígena de Yucatán, 1750- 1915. México, CIESAS.
8. Bricker, Victoria R. (1993): El cristo indígena, el rey nativo; El sustrato histórico de la mitología del ritual de los mayas. México, FCE.
9. Farris, Nancy M. (1992): La sociedad Maya bajo el dominio colonial. Madrid, Alianza.
10. Foucault, Michel (1970/2010). La Arqueología del Saber. México, S. XXI.
11. Garza, Mercedes de la y Mediz Bolio, Antonio (trad) (2006): Libro de Chilam Balam de Chumayel. México CONACULTA.
12. Garza, Mercedes de la y Miguel León-Portilla (1980): Literatura Maya. Caracas, Biblioteca Ayacucho.
13. Garza, Mercedes de la (1975). La Conciencia Histórica de los Antiguos Mayas. México: UNAM.
14. Greimas, A.J. (1983). La Semiótica del Texto, ejercicios prácticos. México, Paidós.
15. Guedea, Virginia, Coord.(2004). El Historiador frente a la Historia, El tiempo en Mesoamérica. México, UNAM.
16. León-Portilla, Miguel (2003). Tiempo y Realidad en el Pensamiento Maya., México: UNAM, 4ta. Ed.
17. López Austin, Alfredo (1998). Hombre-Dios, religión y política en el mundo náhuatl. México: UNAM.
18. _____ La Cosmovisión Mesoamericana en Lombardo, Sonia y Nalda, Enrique (coord.) (1996). Temas Mesoamericanos. México: CONACULTA.
19. López Austin, Alfredo, López Lujan, Leonardo (2005). El pasado indígena, México: CFE, COLMEX.



20. _____ (1999). Mito y Realidad de Zuyuá, serpiente emplumada y las transformaciones mesoamericanas del Clásico al Posclásico. México, COLMEX – FCE.
21. Lotman, Yuri M. (1999). Cultura y Explosión, Lo previsible y lo imprevisible en los procesos de cambio social. España, Gedisa.
22. _____ (1996). La semiósfera I, semiótica de la cultura y del texto. España: Cátedra.
23. Popol Vuh. Trad. Recinos, Adrián (1976). México: FCE
24. Ruz, Mario Humberto (2008): La palabra, el gesto y la tinta, otras facetas de resistencia entre los mayas coloniales. México: UNAM, CEM, IIFI. Artículo proporcionado por el autor.
25. Torres, Delci. (2007). Reconstrucción socio-semiótica de la discursivización del ritual la tumba. Boletín de Lingüística, enero-junio, 115-132.
26. Voloshinov, Valentin. (1992). El Marxismo y la Filosofía del Lenguaje. España, Alianza.

Sobre el autor

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Intercontinental; Maestro en Historia de México por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Ha publicado artículos académicos en la revista Razón y Palabra y en la Revista Cintéotl de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo; a la vez, un capítulo en el libro colectivo “Visión interdisciplinaria de la Comunicación” de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en la BUAP.

Actualmente se desempeña como profesor investigador en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Cuenta con perfil Promep.



Análisis semiótico de dos personajes políticos: más allá del ser hacia el decir-verdad

M.C. Narda Isabel Quezada García
UNIVERSIDAD DE COLIMA

“El relato, el discurso, es el simulacro de situaciones sociales y es, por lo tanto, el lugar privilegiado en donde el semiótico puede estudiarlas” (Quezada, 1988: 20). Comienzo con estas palabras que desde mi punto de vista describen los escenarios donde podemos llevar a cabo los análisis semióticos que nos permiten conocer situaciones, acciones, personajes, entre otras cosas.

Mi negra intención al elaborar esta ponencia no es escribir un texto previamente construido por otros para comunicar algo, al contrario pretendería crear un “fenómeno” por llamarlo de alguna manera, que implique el intercambio de textos, discursos, mensajes entre sujetos individuales o colectivos, a través de la comunicación. El análisis semiótico lo hice utilizando unas de las herramientas de la Escuela Semiótica de París, a distintos niveles de pertinencia, me refiero a Roland Barthes y un poco más de Algirdas Greimas.

Dos actos ubicados en el 2006, fueron el punto por donde pude llevar a cabo el ejercicio, la toma de protesta de dos personajes del escenario político en México. Primer acto, Felipe Calderón Hinojosa acude al palacio legislativo para rendir su protesta como Presidente Constitucional de México en medio de toda una trifulca; segundo

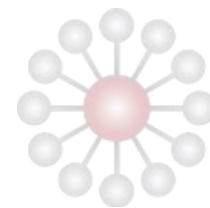
acto, Andrés Manuel López Obrador toma protesta como Presidente Legítimo de México en el Zócalo de la Ciudad de México rodeado de simpatizantes y militantes de su mismo partido político.

Con ambos mensajes se pudo observar un relato que estaba cargado de significación para contar algo, la parte que se asemejaba a la realidad y la parte que había detrás de ambos discursos y actores inmiscuidos.

PRIMER ACTO

“A las 9:46 de este viernes 1 de diciembre, Calderón Hinojosa tomó protesta en la tribuna del Salón de Plenos del Palacio Legislativo de San Lázaro, que estuvo tomada desde 68 horas antes por diputados panistas y perredistas” (El Universal, 2006). Todo esto se llevó bajo un ambiente tenso, fueron muchos actos de violencia entre algunos legisladores los que se presentaron como antecedente en la cámara, la finalidad era la de evitar el quórum y con ello, la instalación de la sesión.

Cuando entra Calderón a tomar protesta como Presidente de la República Mexicana lo hizo en un corto tiempo, 4 minutos y 30 segundos para ser exactos; no se dio oportunidad de brindar un discurso como era costumbre. Su presentación



fue para llegar al podium, tomar protesta, ponerse él mismo la banda presidencial y cantar el himno nacional, inmediatamente después abandono la sala.

Más que una narración de los hechos, presento el análisis que pude concretar utilizando las técnicas de Greimas, donde comunicar una verdad sobre una acción o personaje se convierte en un decir-verdad teniendo como función el hacer parecer verdad (Greimas, 1976:18).

Felipe Calderón desde el momento en que arribó al recinto quiso demostrar que no existía temor en él por estar en medio de una situación tan tensa; mostró con la rapidez de toma de protesta que no pretendía quedarse mucho tiempo en un lugar donde no era bien recibido y a su vez no podría conservarse con el mismo temple con que llego. Su voz siempre fue firme, en una sola ocasión guardo un breve silencio pero continuo lo más pronto posible con su acto; la mirada era sigilosa, cuidaba mucho de todos los puntos que estaban a su alrededor, todo de una manera discreta. Su verdad a comunicar, fue la de un hombre con agallas para seguir adelante con todo y obstáculos, la imagen que tenía era de seguridad y formalidad frente a cualquier acto.

Por lo tanto su decir verdad era exteriorizarse ante los ojos de todos los asistentes del palacio legislativo, tele espectadores y radio escuchas, como una persona firme, valiente y respetuosa, a pesar de que no pudo tener un acto político tranquilo. Este acto “mensaje” se convirtió en una actividad persuasiva, el hacer parecer verdad cumplió como función, mucho de esto se generó a partir de su contexto cultural específico, convirtiendo a los receptores como co-productores de sentido.

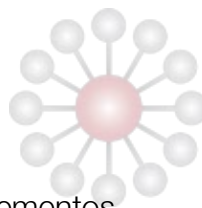
SEGUNDO ACTO

“Andrés Manuel López Obrador rindió protesta el 20 de noviembre de 2006 a las 17:10 horas como “presidente legítimo” de México. Dijo comprometerse a defender el patrimonio y la soberanía del pueblo. La senadora Rosario Ibarra de Piedra puso la banda presidencial marcada como el águila juarista bordada al centro” (tamaulipasenlinea.com, 2006). Como parte del discurso que dirigió ante sus simpatizantes, expreso lo siguiente: “Aceptar las reglas del actual régimen implica no solo un acto de traición al pueblo de México sino posponer indefinidamente el cambio democrático y resignarnos ante las tropelías de las elites económicas y políticas secuestradoras de las instituciones nacionales” (Reséndiz, 2006).

Presento otro análisis concretado después de utilizar a Greimas, recordemos un poco; comunicar una verdad sobre una acción o personaje se convierte en un decir-verdad teniendo como función el hacer parecer verdad (Greimas, 1976:18).

Ante miles de simpatizantes que se reunieron en el Zócalo capitalino, López Obrador se planto con una postura solemne, aunque su imagen no fue la más adecuado, lució desaliñado y descuidado en su arreglo personal, advirtiendo entonces que cuando “la derecha”, apoyada por PRI y PAN en el Congreso, quisiera imponer algo contrario al interés general llamaría a la movilización de millones de personas.

La verdad a anunciar fue en su discurso, donde el tabasqueño subrayó que pesar de las intenciones para destituirlo políticamente hablando siempre sostuvo, que ese acto no hace más que fortalecer la voluntad del pueblo; rindiendo honor a todos aquellos que han luchado por la democracia, la libertad y la justicia.



Sin embargo su decir-verdad, no era más que el demostrar la necesidad de señalar que un gobierno quebrantado de la sociedad no era verdadero, que era tan sólo una fachada, un cascarón y un aparato burocrático más, pero esa era sólo la visión que el mismo veía de su persona frente a los ojos de los demás; pero recordemos que al final de cuentas el receptor fue quien reconoció e identificó el acto, teniendo todo el derecho de que el hacer parecer verdad absorbiera las afirmaciones o rechazos, admisiones o dudas, es decir se prestaba para enfrentar las verdades ofrecidas por distintos mensajes.

CONCLUSIONES

Son muchos los análisis que se pudieron haber terminado, pero una ventaja o desventaja de la semiótica es que totalmente subjetiva, un sujeto jamás podría ser objetivo totalmente. Una de las conclusiones a las que llegué es que definitivamente cada uno de los dos personajes analizados (Calderón y López Obrador) son personajes muy ambiguos, algunas acciones chocan con lo dicho en sus mensajes y estos a su vez rompen con la imagen que arrojan. Pueden tener el temple para estar frente a grandes escenarios, tranquilos o violentos y guardan la mayor compostura posible, aunque es más característico del Sr. Obrador romper con mayor facilidad.

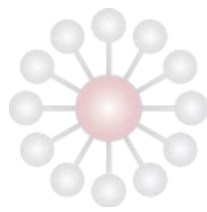
Me queda claro que tanto los emisores del mensaje, en este caso AMLO y Calderón como los receptores no son seres pasivos, son sujetos con mucha competencia y que tienen facilidades para la interpretación de las situaciones cotidianas de México. Las campañas políticas se convierten desde mi particular opinión en una CAJA DE PANDORA, porque es bien sabido

que siempre salen una infinidad de elementos, circunstancias, personajes, entre otras cosas; así pues todo lo planteado, bien o mal contribuyen a un entendimiento de la comunicación.

Tomando ya como parte del análisis y conclusión, esta lo señalado por Roland Barthes, los mitos existen y el chiste es descubrirlos, examinarlos y por qué no mostrarlos. Esas modas sociales que han pasado de generación en generación. Tienen que ser expuestas para poder conocer de una mejor manera el escenario político que se nos presenta, no importa el color o partido, las acciones y reacciones tienden muchas veces a seguir iguales, cambiando únicamente a los personajes.

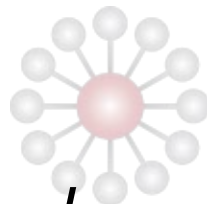
BIBLIOGRAFIA

- Eco, Umberto (1974) El problema de la recepción, en sociología vs Psicoanálisis. Martínez Roca. Barcelona.
- Algirdas, Greimas (1976) Sémiotique et Sciences Sociales. Du Seuil. París. 1976.
- Quezada, Oscar (1988) Semiótica y comunicación social, en diálogos de la comunicación no.22 FELAFACS Lima, Perú.
- Redacción, El Universal (2006) Protesta Calderón en San Lázaro; asume compromisos en el Auditorio. En: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/391503.html>
- Reséndiz, Francisco (2006) Rinde AMLO protesta como “presidente legítimo”



en: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/389114.html>

- Tamaulipasenlinea.com (2006) Toma AMLO protesta como presidente legítimo. En: <http://www.tamaulipasenlinea.com/newsmanager/templates/nota.aspx?articleid=9547&zoneid=2>



El papel del discurso en la formación de identidades.

El caso de las comunidades científicas y las Philosophical Transactions de la Royal Society of London

Gustavo Garduño Oropeza

Ma. Fernanda Zúñiga Roca

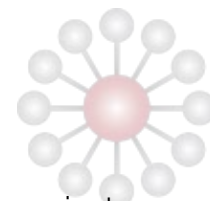
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

Resumen

El objetivo de esta ponencia es establecer la importancia que juega la comunicación en la conformación de identidades de grupos de científicos, particularmente a partir de las prácticas discursivas institucionalizadas (publicación) en virtud de las cuales generan las fronteras de sus campos de acción, de sus formas de relación y de la permanente construcción de sus contenidos. El presente documento se basa en el análisis de los primeros cinco años de aparición del primer medio de comunicación científico: “The philosophical transactions” de la Royal Society of London y expone las formas por las cuáles una comunidad se forma, se consolida e institucionaliza en términos de sus prácticas discursivas. La modalidad de análisis se centra en la identificación de tres categorías específicas: fundación, reproducción e institucionalización a partir de las cuáles se agrupan diferentes aportaciones discursivas que resultaron fundamentales para la construcción del campo científico.

Palabras Clave

Fundación, Institución, ciencia, comunicación, ontología, Royal Society, Philosophical Transactions.



1. La historia de la ciencia es la historia de la estructuración de su comunicación

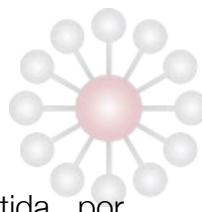
Tomemos como punto de partida para la contextualización la Inglaterra de la segunda mitad del siglo XVII. Se trata de una coyuntura histórica muy particular en la que el puritanismo religioso de Cromwell cedió el paso a un ambiente más liberal en términos de pensamiento y mucho más avanzado en lo que toca al ejercicio y la distribución del poder. Para esos años Inglaterra consolidó la existencia del Parlamento y éste apareció por vez primera como un contrapeso real a la acción absoluta del monarca¹. La nobleza tomó prácticamente como moda la adopción de una vida intelectual y ésta se disparó con fuerza en torno a dos aspectos: La “filosofía natural” de Francis Bacon (sobre cuyos postulados y doctrinas se discutía en cenáculos y tertulias de diversos círculos intelectuales) y el acceso cada vez mayor a informaciones sobre no sólo sobre nuevos territorios, geografías y culturas sino sobre tecnología (nuevos aparatos, dispositivos y artilugios) que, en diferentes lugares de la isla y en otros países de Europa, se estaba desarrollando. Entre estos últimos aparecen los lentes, dispositivos que permitieron por vez primera el acceso a dos mundos en apariencia replicantes: uno el de lo muy grande y otro relacionado con lo muy pequeño; asimismo es la época del desarrollo de artefactos de medición que permitieron ordenar de forma más precisa la geografía terrestre, marina y celestial. Ambos ejemplos dejan en claro que la filosofía especulativa está en crisis y lo que verdaderamente importa al hombre de la época (que desea explicarse el mundo más allá de las

posibilidades de la divinidad) es un pensamiento “natural” que dé su lugar a la evidencia y permita relacionarla con las prácticas y necesidades humanas.

A partir de la segunda década del siglo XVII las universidades siguen siendo las principales productoras de conocimiento pero los cenáculos y tertulias de nobles y eruditos se convierten en centros informales pero efervescentes de difusión en los que corren, además de las noticias sobre hallazgos e inventos, las múltiples perspectivas y puntos de vista sobre las mismas. La aparición de estos centros informales de discusión constituye un verdadero “parteaguas” para la historia de occidente porque por vez primera en la historia se está habilitando la posibilidad de realizar discusiones académicas más allá de los claustros tradicionales y bajo un cierto protocolo de asociación que tenía más que ver con una política estratégica (que buscaba sobre todo desarrollar el comercio y la industria) que con lo que podría considerarse la política tradicional (de mera conquista o expansión). Sin duda, una de las grandes ventajas del desarrollo británico se debió a este carácter pragmático de Carlos II para la administración de lo que ahora podríamos llamar “conocimiento emergente”.

La proliferación de grupos de “pensadores naturales” puso de manifiesto los trabajos relacionados con la formalización de sus procesos de gestión ya que una cosa era la existencia de un ambiente propicio para el desarrollo de las habilidades intelectuales y otra que habilidades redundaran en resultados útiles tanto para el Estado como para el propio marco de referencias que las generaba, es decir, para la propia “filosofía

¹ Tanto que el mismo Carlos II fue el último monarca que intentó disolverlo pues las cámaras se convertían en verdaderas trabas para el ejercicio del poder absoluto.



natural”, nombre que recibía la ciencia antes de denominarse ciencia. La problemática inherente a dicha gestión propició el surgimiento de un doble movimiento: por un lado la institucionalización de los procesos y, por otro, su difusión.

a). Institucionalización de los procesos de comunicación

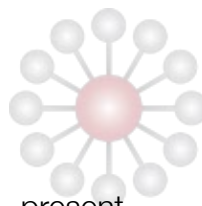
“Antes de la fundación se da una inauguración. Los augurios deben ser esclarecidos previamente al surgimiento de la ciudad. Los sitios desde los cuales los gemelos (Rómulo y Remo) observarán, se escogen previamente: El Aventino, el Palatino. Antes del sitio inaugural aparecen ya lugares prehistóricos o arcaicos – los bosques o la higuera Ruminalis –; vacíos solitarios, vueltos a lo salvaje. Antes de la fundación de Roma, antes de que Rómulo mate a Remo, Hércules pasó y se enfrentó a Caco. Antes de la fundación de Roma Ascanio, el hijo de Eneas fundó Alba Longa. Antes de la fundación de Alba Longa Lavinia había sido fundada en honor de la mujer de Eneas, hija de Latino. Antes de la fundación de Lavinia dos asentamientos fueron fundados y llamados Troya: uno en el Adriático, en las tierras de Antenor, y la otra en el Laurentino, donde el mismo enneas terminó sus viajes marinos. Antes de estas dos ‘Troyas’ una había sucumbido a los griegos: la del Adriático.” (SERRES; 1991)

“Después de una conferencia impartida por Christopher Wren, posteriormente profesor de astronomía en el Gresham College, doce prominentes caballeros que decidieron reunirse semanalmente a discutir sobre ciencia y para realizar experimentos, asentaron su intención de formar un Colegio para promover el aprendizaje experimental psico - matemático” (NEWBERGER; 2009. 108)

Este episodio podría ubicarse como uno de los muchos que se sucedieron en la década comprendida entre 1650 y 1660 en toda Europa, no obstante, fueron las llamadas Gresham lectures las que constituyeron -por su el nivel de formalización que alcanzaron- la semilla de lo que hoy podríamos llamar “el know how de la actividad científica”.

El desarrollo del árbol científico se manifestó plenamente en el momento en el que que la política de gestión de la actividad de los entonces llamados “filósofos naturales” se materializó en la forma de la primera gran academia de ciencias: The Royal Society of London for improving Natural Knowledge². Esta fue creada por decreto real en 1661 y, a diferencia de otros círculos científico-literario -filosófico como la Francesa en París o los diferentes casos de academias italianas, privilegió desde su fundación misma al discurso científico por sobre otros de corte humanista, literario, poético o histórico haciéndolo partir de procesos rigurosos que comprendían desde la adecuación misma del lenguaje hasta la generación de un sistema de archivo y seguimiento de la información discutida.

² Emanada de un cenáculo académico identificado como The Gresham College Lectures en donde destacados eruditos como Robert Boyle, John Wilkins y Christopher Wren, entre otros, discutían sobre física y matemáticas.



Es claro que al asentarse esos criterios fundantes, los miembros se obligaban a perfilar su actividad en conformidad con ellos y, por lo tanto la idea de un estándar, de un formato o de una serie de parámetros guía para la práctica se gestó³.

Como muchas otras sociedades de la época, la Royal Society fue cerrada⁴ y funcionó a modo gremial, lo que supuso desde sus inicios el ejercicio permanente de selección, examen y depuración de los miembros que la integrarían. Dentro de sus estatutos destacan tanto la importancia de ser miembro de la Commonwealth o Irlanda⁵ como la de tener una orientación intelectual hacia el pensamiento natural, esto era, la idea de que el conocimiento y saber están basados en la identificación de causas y en el análisis de evidencias, elementos que eventualmente respaldarían cualquier argumentación.

En el terreno de lo discursivo, los miembros eran motivados a seguir un modelo de expresión propuesto –curiosamente– por un religioso llamado Thomas Sprat quien, tras criticar fuertemente la retórica excesiva y los giros estilísticos propios de los académicos y de los poetas, logró que las discusiones de los filósofos naturales se llevaran a cabo bajo un formato pragmático que redundó en inmediatez, precisión y celeridad. Su elogio a la implementación de los trabajos de la Sociedad bajo esta perspectiva quedó claro en sus propios documentos:

3 La idea misma de calidad “Hacer bien las cosas desde el principio” (Ishikawa; 1986) tiene que partir de nociones o parámetros sobre lo que es “bien” y lo que implica la función o el proceso.

4 De hecho prevalece aún la imagen literaria de que se trataba de una sociedad secreta que, como la masonería, estaba regida por protocolos de lealtad, obediencia debida y restricción de la información. (Cf. (Stephenson; 2001)

5 44 de los miembros que se eligen anualmente pertenecen a este contexto mientras solo 8 son extranjeros (<http://royalsociety.org/Fellows/>, 2010).

“It will suffice my present purpose to point out what has been done by the Royal Society toward the correcting of its excesses (rhetoric) in natural philosophy, to which it is, of all others, a most professed enemy. They have therefore been most rigorous in putting in execution the only remedy that can be found for this extravagance: and that has been a constant resolution to reject all the amplifications, digressions, and swellings of style, to return back to the primitive purity and shortness, when men delivered so many things almost in an equal number of words. They have exacted from all their members a close, naked, natural way of speaking; positive expressions, clear senses, a native easiness bringing all things as near the mathematical plainness as they can; and preferring the language of artisans, countrymen, and merchants before that of wits or scholars”. (SPRAT; 1662)

Pero Sprat fue más allá y, de hecho, se convirtió en el primer gran defensor del idioma Inglés como un supuesto mecanismo de expresión “inherente a la



filosofía natural”. En el mismo texto, el religioso hace un panegírico –que en términos contemporáneos aparecería paradójicamente plagado de retórica– sobre este aspecto:

“So that even the position of our climate, the air, the influence of the heaven, the composition of the English blood, as well as the embraces of the ocean, seem to join with the labors of the Royal Society to render our country a land of experimental knowledge. And it is a good sign that nature will reveal more of its secrets to the English than to others, because it has already furnished them with a genius so well proportioned for the receiving and retaining its mysteries”. (Id.)

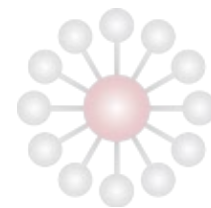
La cimiento lingüística que condicionó el funcionamiento de la comunicación de la ciencia hasta nuestros días fue depositada por Thomas Sprat en la Royal Society y su cuidado corrió a cuenta de los fellows quienes, desde el primer momento, tuvieron las herramientas suficientes para verla germinar y perpetuarla. Fue de este modo que la filosofía natural y luego la ciencia quedaron fundadas en lo lingüístico. Este hecho trazó la distinción entre lo que en lo sucesivo sería “lo propio” y “lo extraño” para los científicos y produciría los elementos o criterios no sólo para identificar sino para controlar y vigilar las fronteras de su actividad.

“El origen se refiere a otro origen, el principio demanda un comienzo; la fundación necesita augurios, requiere de preliminares; del mismo modo que un rayo de luz queda atrapado entre dos espejos paralelos, reproduciendo imagen tras imagen. [Al final] todo reside en una secuencia infinita.” (SERRES; 1991. p 38; los corchetes son nuestros)

Sprat había cumplido ese papel de “augurio” y con su perspectiva había logrado unificar las fuerzas que, en lo sucesivo, se reproducirían en torno a la nueva fundación. Lo que seguiría sería solo su aseguramiento y lo que nos toca vivir en el terreno de las comunicaciones especializadas en ciencia son aún afluentes de esa gran corriente inicial.

“Dibujamos planos, impresiones y grafos; cartas de flujos, construimos un sistema y hasta concebimos una teoría general del mismo; una especie de modelo general o universal para alcanzar el cielo. Llamemos a esta empresa general modelo constructivista.” (SERRES; 1995b. p 123)

Y es que, más allá del lenguaje, resultaría imposible pensar a la Royal Society of London como una academia científica si también, desde el momento de su fundación, no se hubieran propuesto normas de administración y de actuación que regularan tanto los objetivos como los procesos de intercambio entre miembros o, de igual modo, si no



hubiese existido una preocupación por conservar y sistematizar toda la serie de discusiones, acuerdos o conclusiones logradas a partir de los diálogos sostenidos.

Tres figuras centrales destacan en estos procesos. Por un lado las de John Wilkins y Lord Robert Boyle (quienes participaron activamente como gestores principales de la Sociedad) y, por el otro, la de Henry Oldenburg, el primer secretario⁶ de la Royal quien, años más tarde, se convertiría en la figura arquetípica del editor moderno, en el primer hombre a quien puede asignársele tal título. Fue precisamente en Oldenburg en quien recayó la responsabilidad directa de haber dado vida a la primera y más vieja publicación científica que se conoce: The Philosophical Transactions, revista fundada en 1665 bajo el auspicio de la Sociedad y que, desde entonces y hasta la fecha, no ha dejado de publicarse.

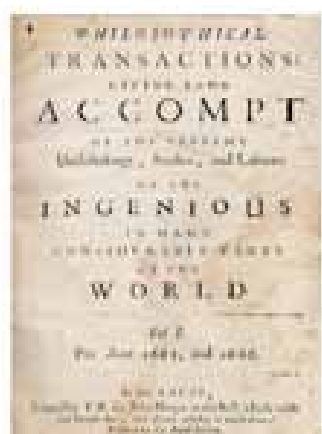


Lord Henry Oldenburg (1619-1677)

Primer secretario de la Royal Society de Londres y artífice de la creación de los *Philosophical Transactions*.

Su actividad tanto científica como diplomática le permitió formar lo que se considera una de las primeras redes de trabajo académico en Europa. Oldenburg no sólo gestó las formas por las que los científicos podían trabajar en conjunto sino, incluso, los protocolos por los que este trabajo podía ser mantenido como una permanente discusión.

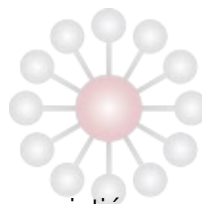
Figura 1. Primer ejemplar de las Philosophical Transactions y retrato de Henry Oldenburg 1665. Royal Society of London.



PHILOSOPHICAL TRANSACTIONS: GIVING SOME ACCOUNT OF THE PRESENT Discoveries, Studies, and Labours OF THE INGENIOUS IN MANY CONSIDERABLE PARTS OF THE WORLD 1665. For Anno 1665, and 1666. In the YEAR, Printed by E. N. for John Moxon at the Bell, a little without Temple-Bar, and some Abroad in Dutch-Lane. Printed to the Royal Society.

Oldenburg fue un intelectual alemán que, fascinado por la apertura científica que se daba en Inglaterra, trabó amistad con Sir Robert Boyle (Avramov; 1999). Fue éste quien lo introdujo en el círculo de la sociedad y, aunque nunca llegó a presidirla, se convirtió en uno de sus más activos embajadores. Oldenburg no sólo se encargó de la sistematización y preservación de las discusiones que se daban en el círculo interno de la Sociedad, del aseguramiento de la propiedad intelectual y de la formalización de las contribuciones sino, también, de lograr la internacionalización de la revista a través de su permanente búsqueda, contacto y solicitud de colaboración a autores en otras latitudes que, desde la exposición de sus hallazgos y siempre sometidos a los criterios formales de la Sociedad, enriquecieran la generación de conocimiento a través de mecanismos acordados de colaboración. No es difícil inferir que, mediante la incorporación paulatina de textos científicos de otras latitudes a los procesos de discurso modelados por la Sociedad de Londres, la misma forma de expresar

⁶ Oldenburg figuraba como segundo secretario (B) al lado de John Wilkins (miembro fundador) y del presidente, el vizconde William Brouncker (<http://royalsociety.org/Past-Presidents/>, 2010)



la ciencia se fue transformando. La idea de discutir entre pares, mediante un argot común y siguiendo procesos sistemáticos de seguimiento fue algo que, sin duda, permitió a los que más y mejor producían incrementar sus cuotas de participación en la generación de ciencia. ¿El embrión del “efecto Mateo”? Sin duda pero no como imposición sino como mera evolución.

b). Extensión de la comunicación

Todo nexo social no sólo será difuso sino inestable si no se objetiviza.”

(SERRES; 1995b. p 88)

Siguiendo a Michel Serres, la materialización de una fundación está en la generación de un Atlas o Cartografía que permita reconocer tanto los límites como las funciones del sistema al cual expresa. Para el caso de la ciencia, la comunicación tuvo que ser asegurada a fin de establecer de forma sólida las bases sobre las cuales se asentaría ese edificio experimental, empírico y controversial (ya que las discusiones al interior de la Royal no eran sino justamente eso: controversias) llamado filosofía natural. Toda esa riqueza debía ser reunida, sistematizada y emplazada a fin de garantizar su extensión tanto en el tiempo como en el espacio. Y eso fue justamente lo que hizo Oldenburg a través de sus *Philosophical Transactions*.

Como complemento al trabajo editorial tradicional de la Royal Society, la *Philosophical Transactions* surgió como *Journal* y tal como su nombre lo indica se trataba de un “diario o periódico” que, a la manera de registro o minuta, pretendía asegurar las discusiones entre eruditos al interior de la sociedad.

El papel del editor⁷ en esta nueva empresa consistió en mediar las discusiones y dar continuidad a los textos que sobre éstas se producían asegurando, de este modo, la expresión plural y la continuidad de las reflexiones. Para ello, formalmente, las participaciones tenían que hacerse en conformidad con reglas del lenguaje y criterios de estructuración que permitiesen la ubicación de tópicos y la continuidad de los mismos. En el caso de las contribuciones extranjeras era papel

(3026)

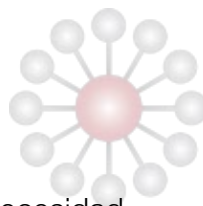
*An Extract of a Letter, written at Paris Novemb. 7. 1671. (ft. n.)
by Monsieur Christian Hugen de Zulichem to the Publisher ;
concerning the Observations of Saturn mentioned in the next foregoing Discourse: English't out of French.*

Figura 2

Traducción de una colaboración de Christian Huygens sobre observaciones al planeta Saturno con la leyenda “English out of French”.

El ejemplo anterior nos muestra, también, como en la mayoría de los casos las contribuciones se acompañaron de formalismos tales como el nombre del autor, una pequeña reseña (lo que hoy identificamos como abstract o resumen) y, debajo, el cuerpo de texto en el que se explicaba de la forma más simple y llana posible las causas, propiedades y efectos de aquello sobre lo que se discutía. Finalmente, en los mismos términos de forma, la publicación se distinguió por incorporar en la discusión lo que hoy denominamos reseñas de libros, los avisos o anuncios de interés para la sociedad y la inserción de erratas o aclaraciones.

⁷ La palabra es latina y en la antigua Roma le era asignada al administrador de los espectáculos en el Circo. Era el editor el que se encargaba de hacer que las variedades no se repitiesen a fin de mantener la atención pública y el interés de los espectadores.



(3017)

An Account of some Books.

I. *The ANATOMY of VEGETABLES begun, with a General account of VEGETATION, founded thereon; by Nehemiah Grew M.D. Fellow of the Royal Society. 1671. in 12^o.*

Errata.

IN *Numb. 68. p. 2081. l. 10. r. Chylus Urine.* In the Index annexed to *Numb. 68.* add at the very end of the particulars, listed under the Letter *A.* after the word *Reflexion*, these two numbers, 67. 2098.

In this *Numb. 69. p. 2090. l. 15. r. or his Angels. p. 2092. l. 8. r. Experience. Delfer. p. 2095. l. 4. after *et A.**

- Rerum cognoscere causas o la necesidad de identificar causas en todo razonamiento.

Es claro que estos principios de orden -tanto formales como de contenido- se consolidaron desde el origen mismo de la publicación y que ésta, como consecuencia, devino en referencia obligada para los nuevos científicos interesados tanto a nivel nacional como foráneo⁸. Al analizar la evolución de las *Philosophical Transactions* en el transcurso de sus primeros diez años, resulta fácil comprender que la importancia adquirida por ellas garantizó el surgimiento de un curso de acción productiva lo suficientemente fuerte como para llevar, en lo sucesivo, todo procedimiento de difusión en ciencia sobre un mismo cause, lo anterior, no obstante se mantuvieran diferencias profundas sobre la actividad en los marcos privados de los laboratorios o de los centros de trabajo de los científicos de la época. Pronto, la revista se convirtió en el marco obligado de las discusiones científicas más relevantes no sólo de la época sino de la historia de la ciencia como tal.

El mapa que constituyeron las *Philosophical Transactions* había sido creado con tal precisión que ciertos viajeros del conocimiento obtuvieron no solo relevancia contextual sino incluso fama histórica. Muchos hombres de ciencia de la época y en lo sucesivo apelaron a la *Philosophical Transactions* para incorporarse en las discusiones más vigentes, a los tópicos más importantes y en los circuitos más representativos de su actividad. Esta es quizás la raíz de los procesos actuales en

⁸ Es de suponer que la discusión sobre ciertos tópicos y los esfuerzos para sacar a circulación el medio se dieron años antes de su lanzamiento ya que, a partir de 1665, la publicación se abre al lector con artículos de pensadores extranjeros (Monsieur Petit, Monsieur Aztout y Signor Campani) y con cartas al editor provenientes principalmente de Francia.

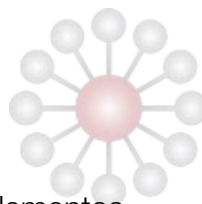
Figura 3

La reseña y la errata como secciones habituales del medio de comunicación científica

Por otro lado, en términos de contenido, los candados disciplinares (que privilegiaban a las disciplinas empíricas por sobre las especulativas) se homologaron a partir de la enunciación de ciertas cláusulas que se respetaban a niveles cuasi religiosos por parte de los autores y ciertos miembros de la Royal Society quienes, a su vez, discutían, comentaban y fungían como una especie de comité editorial primigenio que orientaba y apoyaba al editor.

Todo el trabajo de comunicación académica se armó, en lo sucesivo en conformidad con los siguientes preceptos:

- Nullius in verba o No aceptes la palabra: Determinación de los miembros de la Royal Society de desconocer el argumento por sí mismo o por la persona que lo emite.
- Omnia Probate o La idea de que todo estamento requiere una comprobación.



Factor de Impacto que privilegian la búsqueda de vigencia o inmediatez mostrando, a través de índices, sólo las citas recibidas –cuando mucho– en los tres años anteriores a la aparición del último número de una publicación. Hay que aclarar que, la anterior, es una de las condiciones más criticadas de los procesos bibliométricos contemporáneos (BUELA – CASAL; 2003).

Para hacernos una idea de lo que representó en el siglo XVII esta necesidad de discusión científica actualizada, tomemos algunos resúmenes extraídos de la *Philosophical Transactions* en el curso de dos años. La referencia la darán dos descubrimientos emblemáticos producidos por Sir Issac Newton y que, en su momento, fueron publicados como novedades en esta revista.

A Letter of Mr. Ifaac Newton, Professor of the Mathematicks in the University of Cambridge; containing his New Theory about Light and Colors: sent by the Author to the Publisher from Cambridge, Febr. 6. 1672; in order to be communicated to the R. Society.

(4004)

A Serie of Quere's propounded by Mr. Ifaac Newton, to be determin'd by Experiments, positively and directly concluding his new Theory of Light and Colours; and here recommended to the Industry of the Lovers of Experimental Philosophy, as they were generously imparted to the Publisher in a Letter of the said Mr. Newtons of July 8. 1672.

(4014)

Mr. Newtons Answer to the foregoing Letter.

Figura 4

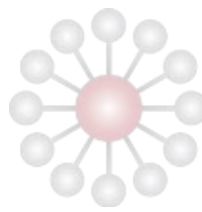
Tres momentos de un debate en torno a la teoría de la descomposición de la luz en un espectro cromático

Las anteriores reproducciones de resúmenes brindan la perspectiva de sistematicidad alcanzada por la revista. El debate sobre un tema emblemático

en física nos es ahora útil para ubicar elementos formales como la numeración (que hacía posible el seguimiento del debate a través de diferentes números de la revista), la citación (con referencias puntuales al artículo al que se aludía) los lugares en donde se ubicaban los interlocutores y las fechas en las que el debate tenía lugar. Aquí tenemos la figura arquetípica de la construcción de conocimiento progresivo que sólo puede tener lugar en medios periódicos. Desde aquellos momentos los debates científicos fueron realizados bajo parámetros de estricto apego al asunto a debatir y a reglas de discurso claras.

Bajo la tónica de trabajo emanada de las *Philosophical Transactions* y el indiscutible esfuerzo de Lord Oldenburg, la comunicación científica quedó instituida en forma y fondo y su alcance superó las fronteras de la Commonwealth. De hecho nombres como el de Christian Huygens, Anton Von Leewenhoek, Issac Newton, Wilhelm Leibniz, Benjamin Franklin, Charles Darwin, James Clerck Maxwell entre otros tantos estuvieron asociados a su actividad editorial y alcanzaron reconocimiento mundial gracias a la revista. La fundación de la ciencia como proceso de comunicación, siguiendo a Michel Serres, quedó asegurada y pasó de ser una “Urbe Condita” a integrarse como un “Imperium” de alcances globales; un aparato de sentido tan fuerte que incorporó a todas las provincias emergentes en una estructura que implicaba:

- El uso de un lenguaje especializado
- A comunidades disciplinariamente hermanadas
- El mantenimiento de una continuidad
- La generación de impacto en la



constitución de conocimiento (frontera disciplinar)

- Cohesión en la comunidad (Colegio invisible)
- Susceptibilidad para generar controversia y discusión (exteriorización)

En este proceso expansivo el propio nombre Philosophical Transactions abre la posibilidad de interpretar al medio de comunicación como la expresión misma o la materialización de una forma particular de trueque en la que lo que se intercambia es sabiduría o conocimiento pero en términos de ciertas normas, procedimientos y estructuras propias de la comunidad en la que se realiza el intercambio; formas todas ellas que no tienen otro fin que el de aseguramiento de los límites y los alcances de la propia comunidad y de los trabajos que la mantienen unida.

¿Implica lo expresado anteriormente una alegoría o una reducción de lo que implica en sí misma la ciencia?

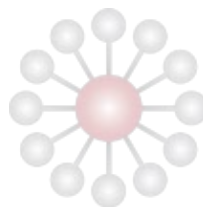
Sí, pero no sólo de lo que ella implica, sino del actuar de cualquier forma simbólicamente orientada que tenga entre sus objetivos principales el mantenimiento de los propios principios codificantes que la engendraron. Lo que hoy día se critica como una especie de burocratización de los formatos de difusión en ciencia (burocracia que aparece representada por instituciones tanto estatales como privadas a nivel mundial) no es sino la consecuencia adaptativa a nuevos contextos de circulación de esa inercia inicial de comunicación.

c). Alcances de la comunicación

La aparición de las Philosophical Transactions de la Royal Society of London no fue un hecho que, por sí mismo, garantizara la consolidación de los procesos de difusión del conocimiento entre científicos. Hubo de generarse todo un proceso de relaciones de sentido que, en torno a ella, generasen las imágenes de vigencia, actualización y solidez. Estos tres elementos fueron el garante o, por ponerlo en términos actuales, la promesa de venta que hizo que la publicación tuviera un alto impacto desde su primera década de aparición.

El estudio que hemos realizado ha encontrado que la imagen del medio de comunicación fue asegurado, casi desde el principio, por la importancia de los textos que en él se difundieron. Entre ellos tenemos artículos emblemáticos como el de Antonii Von Leewenhoek sobre sus observaciones al microscopio en 1665; los textos sobre gases y el peso del aire de Robert Boyle de 1666; el de la descripción de Edmund Halley sobre la aparición del cometa en 1682; los diferentes artículos de Issac Newton sobre la descomposición de la luz y sobre los telescopios refractores en los años subsecuentes a 1672; los textos sobre conducción eléctrica de Benjamin Franklin que le valieron su ingreso a la Royal Society en 1756 y otros más tardíos como los primeros esbozos de la teoría de la evolución de Darwin acerca de la evolución o la teoría de Maxwell acerca de los sistemas y homeostasis.

Todos ellos fungieron como verdaderos hitos en las sagas particulares que vivieron las diferentes disciplinas científicas y lograron generar una auténtica dinámica de discusiones que se sustentaban y mantenían en formas de réplicas,



observaciones, acotaciones, erratas o apostillas plasmadas en el mismo medio. Por consiguiente, la idea de que el medio es el mensaje no podía tener mayor alcance que el que las *Philosophical Transactions* mostraron en su momento.

Pero si el medio fue consolidado por los mensajes, éste operó también como dispositivo de consolidación de nuevos mensajeros. Gracias a la revista múltiples pensadores no sólo noveles sino originarios de latitudes distintas a la Commonwealth pudieron ingresar en las discusiones de punta que imperaban en sus campos de actividad. Tales fueron los casos de Alexander Volta o Cassini; de Leibniz o del propio Franklin.

El medio de comunicación científica se vuelve a la vez intensivo por sus contenidos y extensivo por sus formatos. La condición de circulación se volvió, una vez superados los primeros años de la publicación, sólo cuestión de apego a formatos y lineamientos como los que ya describimos en páginas anteriores⁹.

Después de la aparición de las *Philosophical Transactions*, los esfuerzos de la comunicación científica se han basado en la búsqueda de medios de alta especialización que permitan a las comunidades de científicos de todas las áreas encontrar y participar en las discusiones vigentes que sus propias áreas van reconociendo como propias. Hoy por hoy, existen registradas en bases de datos como Ulrich web más de 55,000 revistas científicas en todo el mundo, de las cuáles sólo un veinte por ciento pertenecen a los niveles de consolidación más altos (ISI web of knowledge).

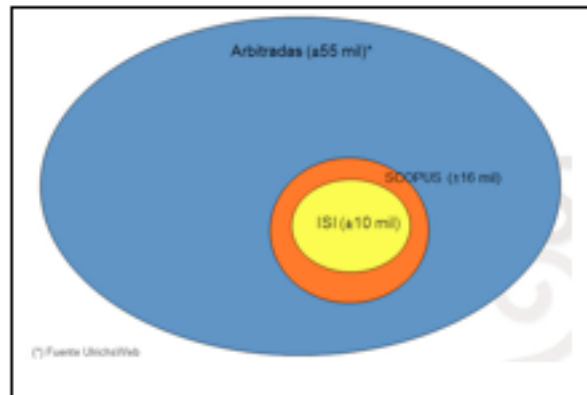


Figura 5

Es comprensible que la mayor parte de lo que hoy día reconocemos como revistas de alto impacto, consolidadas, de corriente principal, etc. Pertenezcan a las áreas de las llamadas ciencias duras ya que fue en ellas en las que se originaron los formatos de intercambio especializado y, desde entonces sus practicantes han dominado los formatos y circuitos de intercambio ya no importando se trate de medios distintos a aquel que en 1665 dio origen a todo.

Las revistas científicas han encontrado, en las diferentes disciplinas, auténticos nichos de mercado y, no obstante sus diferencias temáticas puedan ser abismales, los formatos por los cuáles se integran sus dinámicas de colaboración y de publicación siguen patrones más o menos generales con respecto a las primeras publicaciones.

2. La ciencia, entre la institución y su ontología

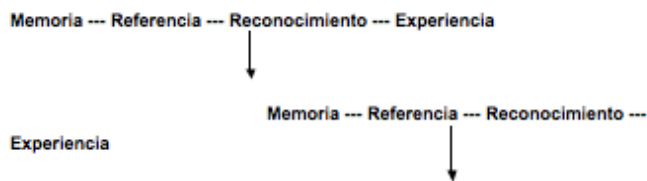
a). Burocracia: Aseguramiento e identidad

Los lineamientos mencionados en el apartado anterior podrían hacer que históricamente las ciencias (como también el lenguaje, los mitos

9 Vid supra 9-11



o las artes¹⁰) aparecieran como campos semi-clausurados, determinados por leyes y parámetros convencionales y consensuados por inercias en donde toda producción se genera a partir de relaciones que encadenan memoria, experiencia y múltiples referencias contextuales bajo reglas de correspondencia y parámetros de reconocimiento¹¹. Como fundaciones han procurado generar instituciones propias encargadas de habilitar dichas reglas y parámetros a modo de incorporar cambios sin perder lo que, en términos de sus bases y objetivos consideran su esencia.



La imagen de la adaptación es la de un proceso en el que las conexiones particulares –nudos– representan solo implicaciones coyunturales en las que las fronteras (formales y de contenido) de una fundación original (la red en sí misma) se alteran para adaptarse a nuevas condiciones de corte político, tecnológico, social y cultural. Es claro que la ciencia no está desligada de un entorno social complejo y resulta obvio que las incidencias de éste permean su actividad.

Ante dichas incidencias, la permanencia de la ciencia se garantiza solo a partir de un auto reconocimiento de sus propias referencias históricas o, dicho en otras palabras, de su identidad. La contrastación de ésta última ante toda la serie de experiencias impuestas por

¹⁰ Formas simbólicas o marcos generalizados de sentido propios del hombre que van determinando las diferentes formas que cobra la cultura (Cf. CASSIRER; 1986)

¹¹ Baste remitirnos a la arquitectura formal manejada por la Royal Society y sus Philosophical Transactions expuesta en el primer apartado de este artículo.

el contexto es el recurso por el cual la ciencia puede generar estrategias de mantenimiento tales como: los indicadores de calidad, las políticas de producción, sus estrategias de difusión y la consecuente realización de taxonomías. Si la consideramos (en un sentido antropológico) la base para la explicación de las condiciones culturales de producción de ciencia implica:

- Códigos reflejados en las condiciones formales y de contenido que motivaron la fundación. De acuerdo con el caso que ocupa a este documento, dichos códigos aparecieron en elementos simbólicos propios de los encuentros entre seguidores de la filosofía natural, en la ideología que (paradójicamente) los condicionaba y en los protocolos tanto para la producción como para su exteriorización ante el grupo.
- Ritos que reproducen las formas de vinculación individual con los objetivos trascendentales trazados y defendidos por la misma. Pensemos en la postulación de los fellows, en su aceptación, en la definición de cargos y en los procesos para relacionarse con los demás miembros en las discusiones sobre filosofía natural. El mismo protocolo de Thomas Sprat estaba plagado de Ritos.
- Mitos sobre los cuáles se erigen figuras ideales y arquetípicas (próceres y grandes generadores de escuelas, paradigmas o productos). Baste pensar que la Royal Society tuvo como



presidente al propio Issac Newton y, entre sus miembros a gente de la talla de Boyle (dinámica de los gases), Leewenhoek (primeras observaciones al microscopio), Halley (descubierto del cometa que lleva su nombre, Darwin (teoría de la adaptación), Volta (celda eléctrica), Washington (inventor), Maxwell (termodinámica), etc.

- Historia o un devenir acotado con respecto al resto del devenir social lo que permite una identificación más precisa de las prácticas propias (identidad). La Royal Society of London obtuvo, desde le principio, una cédula que garantizaba su funcionamiento y, más adelante, estímulos gubernamentales para garantizar sus propios procesos (1850)
- Procesos racionalizados que aseguran la institucionalización. Reglamentos, estatutos y protocolos entre miembros y entre no miembros. Estos procesos garantizaban tanto la autonomía como la identidad.
 - Independencia
 - Restricción a la práctica científica a partir de la diferenciación disciplinaria
 - Empirismo y pragmatismo como bases para una producción que tenga impacto en el mundo de la práctica y la industria.
 - Ciencia como motor social y difusión como nexos.
 - Involucramiento de la

sociedad en la producción de conocimiento¹².

- Diferentes niveles de clausura con respecto a incidencias externas como universidades, gobiernos o empresas. Los vínculos son productivos más no políticos.

Estas condiciones, si bien comunes a otras formas simbólicas, resultaron ser una condición ineludible para asegurar la diferenciación del aparato cultural científico con respecto a otros. La ciencia persistió y se legitimó en términos sociales en virtud de haber conseguido una mayor capacidad para asegurar sus mecanismos identitarios (y de identificación)¹³, mismos que logró estar permanentemente adecuando para adaptarse a las variables espaciales y temporales propias del entorno social donde se encontraba.

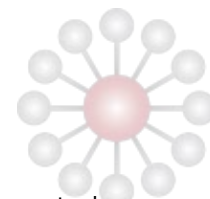
Volviendo al caso que nos ocupa, lo anteriormente expuesto puede ser identificado en la serie de estrategias de producción que determinaron la aparición de nuevos medios de difusión en la propia Royal Society. Más allá de la aparición de las Philosophical Transactions, la academia inglesa tuvo que generar nuevos medios que se abocaran a cubrir la extensión de un espectro disciplinario cada vez mayor y que permitieran incrementar su nivel de especialización a partir de la segunda mitad del Siglo XIX¹⁴.

Cada nueva expansión de la fundación original requería de un dispositivo de aseguramiento que sirviera como forma de integrar los diferentes momentos históricos (evolucionismo, positivismo, cibernética, etc) en el gran curso científico.

¹² <http://royalsociety.org/Strategic-Priorities/>

¹³ Weber lo denominaría "Burocracias Racionalmente determinadas" (1982)

¹⁴ Actualmente, además de Philosophical Transactions, la Royal Society cuenta con 7 revistas disciplinariamente orientadas hacia biología, informática, física, matemáticas, ingeniería e historia de la ciencia. <http://royalsocietypublishing.org/journals>



La posición de la ciencia como fundación siempre será relativa a sus propios esfuerzos para adaptarse al entorno. Para Michel Serres esto podría tener una explicación a partir de la alegoría de flujos y corrientes de agua que, en su devenir se van adaptando al terreno generando ramificaciones, caudales y conflictuándose en turbulencias. Quizás la ventaja más importante de la institución científica sea el balance que prevalece entre la rigidez de sus procesos de aseguramiento de calidad y la flexibilidad para ajustarlos a determinadas imposiciones del entorno. Tal es su esencia, tales son las bases de su existencia. Su ontología.

b). Ontología. Del sistema al producto y del producto al sistema.

Una ontología de la ciencia aparecería como la consecuencia directa de una integración de relaciones entre las dimensiones (formales y de contenido) de una fundación así como de sus consecutivos procesos de cambio, mismos que implicarían la formación de trayectos o la expansión de nodos de sentido susceptibles de adaptar la integración a cambios contextuales

La imagen de las cartografías de ciencia parte de este principio integrador ya que en ellas cada nodo representa un cambio y cada cambio implica la modificación de algún parámetro en términos de forma y fondo. No es de extrañar que las perspectivas más vigentes en sociología de la ciencia o en informática científica se basen en análisis de las configuraciones de red (CASAS; 2001) y que, una vez adoptado el modelo, cada investigador aplique criterios diferentes no sólo en la explicación de los mismos, sino en los alcances socio políticos que tienen para sus entornos nacionales o disciplinares.

Como podemos observar en la figura anterior, el nodo no aparece como una entidad aislada (mónada) sino a modo de un conjunto de confluencias o convergencias que lo unen sincrónica y diacrónicamente con otros muchos nudos en la red de las comunicaciones posibles. Así mismo, el nodo es una réplica de la totalidad de la red llevada a una dimensión diferente. Para Serres la red no es sino un conjunto de réplicas del total de conexiones posibles y supone convergencia y, a la vez, contingencia que la altera o modifica. Tal es la imagen (si posible) de una ontología de la red: La de una dinámica de las conexiones posibles o de las comunicaciones posibles llevada a diferentes dimensiones.

En ciencia cada nodo refleja la consistencia de la red y la red no es otra cosa que la solidez de sus propios nodos. No importando que criterio o punto de partida se utilice¹⁵, la idea de la representación de la ciencia en cartografías implica la representación de consistencias, por ello la necesidad de instrumentos de control permanente.

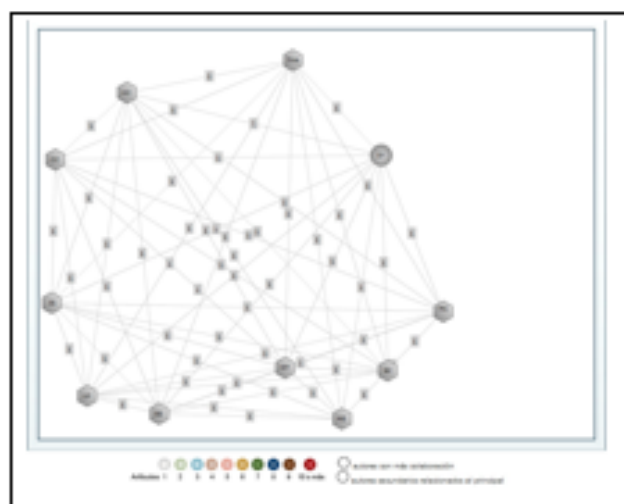


Figura 5

Un nodo o punto de partida (autores) es, a su vez, una alegoría de la red como totalidad.

¹⁵ Redes de autor, redes disciplinares, redes por país o por región, redes institucionales, etc.



Al presentarse como un elemento formado por recurrencias en donde lo micro responde a los mismos principios de integración que lo macro, la red de la ciencia se asemeja a un dispositivo auto-referente que garantiza al unidad y la diferenciación.

“...entre los autopoietas existe un considerable consenso sobre el hecho de que la autorreferencia reproduzca una operación, la cual a su vez consiste en operaciones. Pero no hay consenso sobre el número de operaciones que se deben suponer con ello, mismas que deben hacer comprensible el hecho de que la autorreferencia sea una operación, la cual refinándose a sí misma, se produce a sí misma”
(JOKISCH; 2002, 307)

La idea anterior podría aludir a la imagen leibniziana del cálculo infinitesimal al proponer que cada “unidad” es capaz de contener en sí misma a todo el sistema enotero como réplica, como instrucción en versión reducida.

La ontología de la ciencia a través de su comunicación se manifiesta en cada uno de los productos susceptibles de generar sentido y la esencia se intelige en la capacidad de integrar e incorporar nuevos productos en el aparato general de sentido al que están relacionados. El instrumento para acceder a la ontología por la comunicación es la interpretación y el que nos lleva a identificar

el potencial generativo de la disciplina a través de sus confluencias es el constructivismo.

Una teoría de la interpretación no diferiría mucho con la perspectiva analítica que Serres maneja en el abordaje de los diferentes textos o manifestaciones por las que se pretende acceder al sistema que los engendró (son productos de comunicación). Así hizo Serres con obras artísticas como las novelas de Emile Zola o con las pinturas de Turner, así procedió con las fábulas de Lafontaine o con la historia en Lucrecio, así argumentó que la ciencia o cualquier otra forma simbólica no es un sistema cerrado, sino un nudo en el que confluyen sincrónica y diacrónicamente múltiples incidencias como trayectos de una compleja red de comunicaciones.

Una perspectiva constructivista queda ciertamente manifiesta al momento de considerar la forma en la que los dispositivos o las ideas fundacionales (como las que se dieron en confluencia al interior de la Royal Society) generan tradiciones de pensamiento que se llegan a asentar culturalmente y dirigen o condicionan la capacidad cognitiva de un conjunto de practicantes. Ontológicamente no hay mucha distancia del proceso de formación o fundación de Roma al proceso por el cual se gestó la ciencia moderna. Ambos fueron límites consensuados, ambos generaron cartografías propias y ambos se extendieron como imperios en función de las ventajas que su propia comunicación ofrecía.

En el gran esquema de relaciones de red, los interpretantes –es decir las premisas provenientes del marco alguna de las formas simbólicas- aparecen como un elemento diacrónico y serán sólo una parte de los incidentes que entran en juego al



momento de dimensionar comunicativamente un producto cultural entendido como nodo. A su vez, cada nodo podría ubicarse como un campo de posibilidades de articulación de nuevos sentidos emanados de él (trayectos) y que serán entendidos o interpretados a partir de otros ámbitos de relación presentes en la misma red.

Este juego de relaciones remitiría, en modo general, la idea serresiana de una deslimitación a nivel de disciplina pero, a la vez, como ontología, jugaría un papel fundamental en la caracterización de la comunicación como un evento que, por un lado, está por arriba de cualquier perspectiva o postulado cerrados y, por otro, es capaz de generar sus propios objetos o manifestaciones de sentido. La comunicación pasaría a ser, en sí, la red misma, vista como el conjunto total de nodos, trayectos e incidencias¹⁶ que nos hace posible encontrar “el todo en cada evento” pero, a su vez, la formación que resulta del encadenamiento de todas las posibilidades: una red formada por la sucesión de “cada evento presente en el todo”.

La red propuesta como modelo de esta ontología es móvil en tanto cada nodo puede ser conectado a otros mediante diferentes trayectos o vínculos emergentes y cada vínculo puede resultar parasitado o afectado por ruido de fondo alterando, por consiguiente, a naturaleza o formación del nodo.

Podríamos pensar, desde el enfoque de complejidad propuesto por Edgar Morin (Cf.1997) una perspectiva de pliegues o de cambios de perspectiva en donde la emergencia de nuevas referencias (ad infinitum) fundadas en un criterio

16 (SERRES; 1996)

originario de distinción, sea la esencia de una comunicación en permanente formación y en la que cada evento de sentido contenga en sí todas las posibilidades el sistema en el que fue engendrado. Algo semejante a una perspectiva propia de la arquitectura, la música o la pintura barroca¹⁷ en donde el todo contenga a las mónadas posibles pero éstas, a su vez, no sean sino réplicas de ese todo en el que están contenidas. Cerrando la argumentación podemos afirmar que la ciencia es una fundación cultural asegurada en sus comunicaciones y éstas, como procesos que se clausuran mediante la intervención de dispositivos, tienen una doble función: la de mantener los límites del sistema y la de habilitar su adaptación con el entorno.

Esta doble función es un recurso ontológico que se traduce en generación no sólo de límites científicos sino de parcelas disciplinares y de productos diferenciados, una doble articulación como la que se muestra, a continuación en la figura 9.

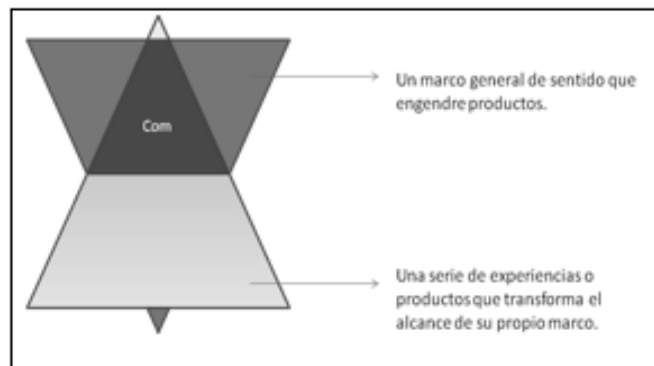
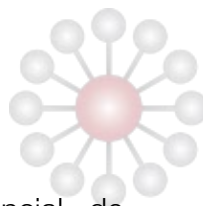


Figura 6

La comunicación de la ciencia es la base sobre las cuáles se realiza este doble proceso y es, más allá de un dispositivo para la verificación o control burocrático de la actividad científica, su propia esencia.

17 Cf. Fig. 6.2



3. Conclusiones:

Los procesos modernos de verificación y control de la calidad en la producción científica han desatado críticas que se fundan en la relevancia, pertinencia, objetivo y naturaleza de dichas prácticas.

Este hecho motivó la indagación histórica de ciertos fundamentos que explicaran esta naturaleza de control en el seno de la comunidad científica.

La revisión del caso de la Royal Society of London y de uno de sus productos emblemáticos, las *Philosophical Transactions*, sirvió como punto de partida para la argumentación de la formación de procesos estructurados de sentido (forma simbólica) que se aseguraron históricamente, mediante una producción mediada por estrategias pertinentes de comunicación, las fronteras de la ciencia natural.

Más allá de su carácter condicionante, la ciencia aparece ya comunicativamente como una fundación. Es decir como un sistema asegurado en sus postulados internos que busca como requisito para su supervivencia el trazar la distinción con respecto al “otro” (formas simbólicas, prácticas, creencias). Esto, más que un aparato de condicionamiento y restricción de la actividad del científico, aparece como un derivado ontológico, una esencia que, una vez fundada, se asegura en la recurrencia de sus procesos y que, mediante la formación de instituciones, alcanza su aseguramiento. Dichas instituciones aparecen, más que nada, en la forma de procesos sistemáticos que reproducen tanto los valores como las operaciones propias de la fundación y operan igual para el mito que para la ciencia, para el arte que para la historia, para el ritual que para el cotidiano. La comunicación es, institucionalmente hablando, el instrumento que asegura el poder de quien la instituye y opera como un catalizador

Pero es precisamente por ese potencial de adaptación –mismo que se traduce en el ajuste permanente de su inercia inicial- que podemos afirmar que la comunicación trasciende los límites de las formas por las cuáles accedemos al conocimiento.

La comunicación es un principio generador de orden que, una vez reconocido, funda y genera su propio dinamismo habilitando la adaptación mediante la transformación de sus propias estructuras. Por un lado mantiene sus criterios de orden generando mapas de sus propias fronteras y diseñando dispositivos para asegurarlos y, por el otro, es modificada por la interacción de dichos mapas en su relación con nodos de un tejido más complejo en el que intervienen factores externos a su propia naturaleza fundacional. El vínculo de integración son, precisamente sus dispositivos de aseguramiento y para ello bastó reconocer las formas por las cuáles tanto la Royal Society como las *Philosophical Transactions* fueron modificándose al fin de adaptarse – y adaptar al aparato científico – al nuevo devenir disciplinario, político y social.

La comunicación habilita la idea de un momento fundacional realizado sobre materiales heterogéneos y caóticos (Proteo) para habilitar el aseguramiento de una red perfectamente flexible que se teje y desteje ante la contingencia externa que contextualmente la adecua y modifica. En palabras de Serres:

“Inútiles son entonces los métodos y caminos de la Comunicación, de punto local y de lugar puntual, si no tienen en cuenta, al menos, estas Distribuciones por cuyos Pasos por parajes tan difractados como los de Noroeste, multiplican a su alrededor,



o dividen, mediante bifurcaciones, imprevisibles a veces, la música, el pan, los peces, el correo, los gases, útiles o peligrosos, los rumores y los mensajes del saber o de la gloria, los microbios o la generosidad... las Traducciones, cuyos resultados afortunados difunden una obra por naciones de lenguas inesperadas... caminos de aquí hacia un Universo que estos mismos caminos, cerrados o no por el Parásito, cuyas intercepciones anulan o cambian los mensajes en beneficio propio, contribuyen a construir o a destruir para sustituirlos por otros, como los Fuegos y Señales en la bruma de hace un rato. Estas posibilidades en miríadas transforman en aventuras los viajes.

(SERRES; 1995a. pp 258 – 259)

Bibliografía:

ALBORNOZ, Mario. 2006. Redes de conocimiento. Construcción, dinámica y gestión. Ed. RICYT. España.

AVRAMOV, I. 1999. "Apprenticeship in scientific communication: The early correspondence of Henry Oldenburg (1656–63)". Notes Rec. R. Soc. London. 53 - 2, 187–201

BUELA CASAL, Gualberto. "Evaluación de la calidad de los artículos y de las revistas científicas: Propuesta del factor de impacto ponderado y de un índice de calidad". Psicothema. 15-1 (2003)

CASAS, Rosalba. 2001. La formación de redes de conocimiento. Una perspectiva regional desde México. Ed. Anthropos. México.

CASSIRER, Ernst. 1986. Antropología filosófica. Ed. FCE. – Breviarios. México

JOKISCH, Rodrigo. 2002. Metodología de las distinciones. Ed. Juan Pablos – UNAM. México.

MC NEILL, J.R. y William MC NEILL. 2004. Las redes humanas. Ed. Crítica. España.

NEWBERGER, R. "What's in a name. Rivalries and the birth of the modern science" en BRYSON, B. Seeing Further. The History of Science and the Royal Society. Londres. 2009. Ed. Harper. Pp 108 - 129

SERRES, Michel. 1991 El contrato natural. Ed. Pre Textos. España.

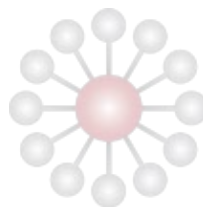
SERRES, Michel. 1996. Hermes I. La comunicación. Ed. Anthropos. España.

SERRES, Michel. 1995. Atlas. Ed. Cátedra. España.

SERRES, Michel. 1995b. Génesis. Ed. Michigan University Press. USA.

SPRAT, Thomas. 1662. The History of the Royal Society. Disponible en: http://www.wwnorton.com/college/english/nael/noa/pdf/27636_17th_U38_Sprat-1-6.pdf

STEENBERGHEN, Fernand Von. 1952. Ontología. Ed. Gredos. España.



VESSURI, Hebe. "Recent strategies for adding value to scientific journals in Latin America". *Scientometrics*, 34. no. 1. (1995)

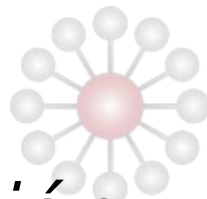
WEBER, Max. (1982). *Economía y Sociedad*. Ed. FCE. México.

Sobre el autor

Grupo de investigación Red ALyC y Cuerpo Académico "Difusión y Divulgación de la Ciencia". Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México.

Referencias en línea:

- Imagen facsimilar de philosophical transactions Vol 1 y 1906 en: http://www.visionlearning.com/library/module_viewer.php?mid=159_
- <http://rsta.royalsocietypublishing.org/content/current>
- Imagen de Lord Oldenburg en: http://images.google.com.mx/imgres?imgurl=http://www.csa.com/discoveryguides/scholarship/images/oldenburg.jpg&imgrefurl=http://www.csa.com/discoveryguides/scholarship/review.php&usg=__WQMkufh-3LQZTar7Py7nO2uK9pk=&h=195&w=150&sz=6&hl=es&start=24&tbnid=kPG94pKYxhp4kM:&tbnh=104&tbnw=80&prev=/images%3Fq%3Dphilosophical%2Btransactions%2BOldenburg%26gbv%3D2%26ndsp%3D18%26hl%3Des%26sa%3DN%26start%3D18
- Royal Society of London:
<http://royalsociety.org>
<http://royalsociety.org/Fellows/>
<http://royalsociety.org/Strategic-Priorities/>
- Autores publicados en *Philosophical Transactions* en:
<http://rstl.royalsocietypublishing.org/content/by/year>



Hacia un modelo de comunicación pública de base semiótica: las Instituciones como elementos básicos de interacción en los debates y asuntos públicos

Evelyn Ávila Alcaraz
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Resumen

La propuesta de un modelo de comunicación pública de base semiótica tiene como interés central explicar los debates y asuntos públicos que surgen dentro de una sociedad. La investigación, aun en desarrollo, realizada por el Grupo de Investigación en Comunicación Pública (GI-COP) de la Universidad de Guadalajara, encuentra sus bases teóricas en la semiótica peirceana y la teoría de la Acción Comunicación de Habermas por lo que se encuentra conformado por tres conceptos básicos que explican cómo son determinados los debates públicos: Interacción, Significación y Acción Comunicativa. Los tres conceptos son el resultado de un modelo básico de comunicación pública que se relacionan a su vez con tres conceptos de visibilización social: Instituciones, Opinión Pública y Espacio Público. Por lo tanto, la presente ponencia sólo presenta una aproximación a las Instituciones y la Interacción como generadoras y mediadoras de flujos informáticos vinculados directamente a la emergencia o no de debates públicos. De igual forma se presenta la manera en que ambas nociones se relacionan con los otros elementos planteados en el modelo desde un punto de vista semiótico. Finalmente, es importante mencionar que lo que aquí se presenta es un proyecto que se encuentra en curso.

Palabras Clave

Semiótica, Instituciones, Interacción, Comunicación Pública, Debates Públicos.



Introducción

Los asuntos y debates públicos son el reflejo de los temas que interesan y afectan a los individuos que forman parte de una comunidad, lo cual lo lleva a una serie de acuerdos ya sean explícitos o implícitos con habitantes de su mismo contexto, sin embargo, los juicios de cada persona dependerán del ambiente socio-cultural y moral en que se encuentre. Dentro de una sociedad estas diferencias de opiniones generan conflictos que requieren una comunicación que funja como mediadora en torno a un objeto de interés público.

Definiendo a la comunicación pública como el proceso en el que intervienen elementos como la opinión pública, espacio público e instituciones para el surgimiento de debates públicos, la presente propuesta realizada por el Grupo de Investigación en Comunicación Pública (GICOP), además de explicar la manera en cómo son determinados estos debates, pretende exponer desde una epistemología semiótica cómo la interacción, la acción comunicativa y la significación participan dentro de este proceso. El modelo encuentra sus orígenes en la propuesta de François Demers quien propone una primera aproximación a la comunicación pública como “el conjunto de fenómenos de producción, tratamiento, difusión y retroacción de la información que refleja, crea y orienta los debates y los temas públicos; la comunicación pública entendida no solamente como el que hacer de los medios, sino también de las instituciones, las empresas, los movimientos y los grupos que intervienen en la plaza pública” (Demers, 2007:67).

1. Hacia un modelo de comunicación pública de base semiótica

Basado en la semiótica peirceana y la teoría de la Acción Comunicativa de

Habermas, el modelo explica el proceso de significación de un asunto de interés público. La propuesta que se plantea está dividida en dos niveles. Uno de ellos está conformado por un modelo básico que explica cómo los debates públicos son determinados por medio de la Interacción, la Acción Comunicativa y la Significación, el siguiente nivel corresponde a un modelo de comunicación pública compuesto por tres elementos visibles dentro de una sociedad: las Instituciones, el Espacio Público y la Opinión Pública. Cuando dos o más elementos realizan una acción recíprocamente, se da por hecho que entre dichos elementos existe una interacción. Dentro del modelo interacción se refiere a la influencia mutua que recibe cualquier sujeto participe dentro de una comunidad con la que comparte una cultura y un código común. La interacción es el elemento fundamental para que pueda existir una acción comunicativa que es el proceso de comprensión que realizan los individuos con relación a su entorno. El término significación se refiere al proceso realizado con el fin de dotar de sentido una acción u objeto y que se encuentra condicionado por una serie de signos y códigos pertenecientes a una sociedad en particular. Por fines expositivos, lo anterior se sintetiza en el siguiente esquema.

El modelo de Comunicación Pública

La siguiente triada que compone la propuesta teórica, tiene como primer elemento a las Instituciones, componente en el que se ahondara



más adelante, y refiere a estructuras a base de norma y valores que tienen como fin regular y mantener el orden dentro de una sociedad. Por su parte, el Espacio Público es el lugar donde cualquier individuo puede exponer o debatir algún asunto de interés público de manera equitativa. El espacio público da paso al tercer elemento que es la Opinión Pública y podría definirse como el juicio que un individuo tiene respecto a un tema o asunto de interés público y que tiene como fin el debatir y llegar a un acuerdo en común. Con este primer marco general es posible pasar ahora a la explicación del papel de las Instituciones y la Interacción en el modelo teórico que se propone.

2. Las instituciones como mediadoras de flujos informáticos

El análisis de las Instituciones nos permite entender por qué ciertos temas son posicionados dentro del debate público debido a que las instituciones se encuentran conformadas por reglas y costumbres que regulan el comportamiento de una sociedad. Además de estructurar las prácticas y hábitos de una comunidad, son participes en la estructuración y organización de los sistemas políticos, sociales, económicos y legales de una sociedad.

Según José Antonio Rivas, “[...] las instituciones, en un sentido amplio, son las reglas, normas, costumbres de operación del sistema; son al mismo tiempo las redes que sirven para enlazar y encauzar institucionalmente las relaciones de intercambio económico, social y político entre los subsistemas o distintos componentes del sistema” (Rivas, 2003, p.39).

Con base en lo anterior, es posible suponer que las instituciones determinan la forma en cómo se relacionan unos con otros en una comunidad, así como todo aquello que confiera a lo propiamente social, sin embargo, las instituciones no son tangibles dentro de una sociedad, sino que están representadas por entidades u organizaciones “compuestas por grupos de individuos con objetivos comunes y su calidad, lo mismo sus rasgos, están determinados por las oportunidades definidas por el marco institucional vigente” (Valdivieso, 2004:125). Así, las instituciones como reguladoras de flujos de información, tienen como función evitar y controlar lo que debe o no ser de interés para la sociedad determinando la forma en que la información debe ser dada a conocer, considerando siempre lo que es más conveniente para la misma.

La existencia de instituciones configuradas por distintas normas y costumbres dentro de una sociedad, generan juicios diversos sobre un tema de interés público, dando lugar a debates que tienen como objetivo llegar a un acuerdo en común y benéfico para la mayoría. De acuerdo con el modelo aquí propuesto, las instituciones se encuentran ligadas a la Interacción es de esta manera como la información y las instituciones hacen contacto con la sociedad.

Por lo tanto, si las instituciones son vistas como reglas y normas sociales, entonces dichas normas pueden ser vistas como condicionantes semióticos que operan en los procesos de interacción y construcción de lo social a través de procesos de construcción de sentido. Sin embargo, aquí el sentido no es una dimensión propiamente interpretativa, sino una dimensión ligada a la



emergencia de debates públicos en un sistema social particular.

Tomando como referencia la teoría de la acción comunicativa de Habermas (1987) de sujeto-acción-objeto. Podríamos decir que la construcción de sentido respecto a un tema de interés público inicia con un sujeto que intenta dar significado a un nuevo elemento tomando como referencia los objetos ya conocidos y que a su vez ayudan a generar un nuevo conocimiento.

La semiótica es entonces un operador básico de la noción misma de Institución, dado que plantea como una posibilidad su configuración como lugar de observación, como epistemología que escapa de lo puramente interpretativo para colocarse como un punto de vista particular (Vidales, 2009). Así, la Interacción también puede ser vista como un componente dinámico, como la semiosis misma teniendo lugar en un tiempo y un espacio particular. Sobre esto se desarrollan las siguientes líneas.

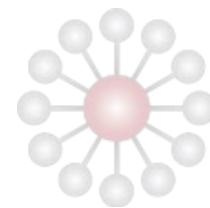
3. Las Instituciones como elementos básicos de interacción en los debates y asuntos públicos

Toda interacción entre individuos conlleva un intercambio de símbolos (Giddens, 1994). Para que existan una interacción entre dos o más individuos deben compartir un código de signos que permitan comprender una acción. Dentro de los asuntos y debates públicos, las personas interactúan con el fin de dotar de significado a una acción que afecta a la sociedad, y así poder tomar postura en torno a un tema, de ahí la importancia de incluir una teoría de la significación dentro del

modelo que aquí se propone, es decir, de incluir una epistemología semiótica para comprender cómo es que los procesos de producción de significados operan en la conformación de asuntos públicos en todo sistema social.

Las instituciones como mediadoras de información responden a códigos sujetos a un marco socio-cultural que les permite interactuar con la sociedad, interacción mediante la cual es posible generar una comprensión en torno al contexto en el que un individuo se desarrolla. Así, la convergencia de flujos informativos pertenecientes a distintas instituciones, permite al individuo tomar postura y generar una opinión respecto a un tema, teniendo como consecuencia una participación activa dentro de los debates y asuntos públicos. Las instituciones son el eje principal de la interacción puesto que es la que dota de código y significados dentro de un grupo que las tomara como referencia para interpretar y mantener el orden en la vida cotidiana. Vanesa Ramírez (2002) menciona que para Marc y Picard “no existe relación social que no se inscriba en un cierto contexto institucional (...) [esta consiste en] una matriz que aporta a la relación un código, representaciones, normas de roles y rituales que permiten la relación y le dan sus características significativas (Marc y Picard 1992:91)

Para poder comprender cómo un tema se posiciona dentro de los debates y asunto público es necesario analizar los códigos de significación y las estructuras sociales e institucionales en los que se encuentra una sociedad, pues esto determinara lo que es considerado o no de interés público. Cabe mencionar que no toda la información mediada por las instituciones pasara



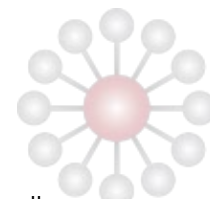
a ser un debate público. Por lo tanto, según lo apuntado hasta ese momento, el Espacio Público se encuentra conformado por personajes que comparte un mismo código de significación y que interactúan alrededor de un tema o acción que les afecta ya sea directa o indirectamente, por lo que esta interacción se encuentra dentro de un marco de normas establecidas ya sea explícita o implícitamente. Por otro lado, este código de signos es interpretado mediante un proceso de reproducción e intercambio de saberes socio-culturales, proceso de significación que dará como resultado una opinión pública que se establecerá dentro de un debate público mediante la participación activa de sus integrantes.

Las normas bajo las que estén estructuradas las instituciones dictaran la manera en cómo se conformara el espacio público y los temas que pueden ser de debate público y restringirán todo aquello que sea considerado fuera de este marco, por lo que la interacción es fundamental dentro de los debates de interés público, puesto que es por medio de este mecanismo como las diferentes opiniones públicas se relacionan con el fin de llegar a un acuerdo mientras que las instituciones serán mediadoras de los conflictos que se pueden presentar. Así, el Espacio Público funciona como el medio donde un grupo manifiesta su interés respecto a un tema común. Dicho grupo encontrará sus bases cognoscitivas en los flujos de información mediados por las instituciones pertenecientes a una sociedad, estas bases serán retroalimentadas por medio de la acción comunicativa. Finalmente, el intercambio de ideas y conocimientos culturales generará un juicio en los participantes que les permitirá tomar una postura dentro de debate haciéndolos participantes activos.

Conclusiones Preliminares

La importancia de un modelo de comunicación que explique cómo son determinados los asuntos y debates de interés público a través de una epistemología semiótica, radica en la necesidad de hacer explícito el proceso de significación que intervienen en las distintas sociedades independientemente de los códigos socio-culturales que determinan el interés público. Así, la emergencia de distintos públicos dentro de una misma sociedad tiene como condición una comunicación que responda a los intereses de cada grupo y tome en cuenta el benéfico de la mayoría y es la comunicación pública la encargada de mediar estos procesos de deliberación que tienen como fin llegar a un acuerdo con las distintas comunidades que conforman una sociedad.

La participación de un individuo y la deliberación de acciones que benefician a una sociedad no necesariamente son democráticas. Existe dos corrientes de participación ciudadana dentro de los debates y asuntos públicos, ambas tienen como principal motor la opinión pública, sin embargo existen diferencias en ambas. La primera de ellas es la democrática esta se caracteriza por tomar en cuenta a todos los integrantes de manera igualitaria; todo hombre dotado de razonamiento podrá ser sujeto de opinión pública, esta opinión será mediada por las instituciones. La segunda es denominada opinión liberal, en este caso liberal no es sinónimo de igualdad, este tipo de opinión consiste en la participación de los individuos dependiendo de sus capacidades, estas capacidades de opinión dependen directamente con el nivel económico y social que tenga el individuo, entre mayor sea su posición económica mayor será su poder de opinión.



Cabe mencionar que la comunicación pública es una disciplina relativamente nueva, sobre todo en México por lo que los debates de intereses público dentro de la sociedad pueden ser poco visibles, es tarea de los nuevos comunicadores, en especial los comunicadores públicas fomentar la participación ciudadana dentro de los temas de interés público. Finalmente es necesario recalcar que el modelo presentado es un modelo en construcción y por lo tanto sufrirá modificaciones hasta llegar al final de su investigación en donde se aplicara a circunstancias reales.

Bibliografía:

DEMERS, François (2007) La comunicación pública: Una prioridad contemporánea de investigación en Comunicación y sociedad, Julio-diciembre, número 008. Universidad de Guadalajara. Guadalajara, México. Pp. 65-87.

EDMOND, Marc (1992). La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación. Paidós Editorial, España. 207 pp.

GIDDENS, Anthony. (1994) Sociología. Madrid, Alianza Editorial.

HABERMAS, Jurgen (1987) Teoría de la Acción Comunicativa I y II . Madrid: Alfaguara.

RAMÍREZ, Vanesa (2002). Reseña de “La interacción social, cultura, instituciones y comunicación” de Edmon Marc Y Dominique Picard en Estudios sobre las culturas Contemporáneas, junio número 015. Universidad de Colima, México pp. 162-165

RIVAS, José Antonio. (2003) El neoliberalismo y la revalorización de las instituciones en Reflexión política. Junio número 9. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Colombia pp. 37-46.

VALDIVIESO, Susana (2004). Instituciones y desarrollo: una mirada crítica en Reflexión Política. Junio, número 011. Universidad de Bucaramanga, Colombia pp. 122-127

Sobre el autor

Miembro del Grupo de Investigación en Comunicación Pública.



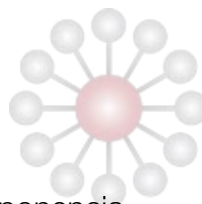
Hacia un modelo de comunicación pública de base semiótica: el Espacio Público como condición para la emergencia de los debates públicos

Yessica Annay Aranda García
UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Resumen

El modelo de Comunicación Pública surge por la necesidad de crear una base teórica y conceptual que defina la emergencia y comprenda la construcción de los Debates y Asuntos Públicos dentro de una sociedad. El modelo es una propuesta en construcción del Grupo de Investigación en Comunicación Pública (GICOP) de la Universidad de Guadalajara. Este modelo posee tres grandes esferas conceptuales: Instituciones, Espacio Público y Opinión Pública, cimentadas en un marco semiótico que explica cómo se van desarrollando los Asuntos y Debates Públicos. Estas tres dimensiones tienen a su vez un segundo nivel conceptual que complementan la triada principal con tres conceptos que pertenecen a la semiótica peirceana y la teoría de la acción comunicativa de J. Habermas que son: Interacción, Acción Comunicativa y Significación respectivamente. Por lo tanto, en esta ponencia se hace especial énfasis a la segunda esfera, el Espacio Público como constituyente de una cultura del debate y el cambio social apoyado en la Acción Comunicativa que define las acciones y el entendimiento de los individuos y su relación con el mundo de la vida. Por lo tanto, lo que la ponencia presenta es una primera aproximación al Espacio Público, las acciones y el entendimiento de los individuos desde un punto de vista semiótico al tiempo que bosqueja una primera aproximación a la relación que guardan estas primeras nociones con los otros elementos planteados en el modelo. Finalmente es importante mencionar que la ponencia muestra los avances de un proceso de investigación que aún se encuentra en desarrollo.

Palabras clave: Semiótica, Espacio Público, Acción Comunicativa, Comunicación Pública, Mundo de la Vida.



Introducción

Las sociedades actuales requieren de una comunicación que no esté dirigida solo a una masa, sino de una comunicación que responda a los intereses de los públicos que conforman una comunidad; es aquí donde surge la preocupación por un modelo comunicativo que permita explicar la formación de debates generados en torno a un asunto público y que promuevan una participación activa en los miembros de una sociedad. Por lo tanto, el modelo propuesto por el Grupo de Investigación en Comunicación Pública (GICOP) de la Universidad de Guadalajara, surge como una propuesta alternativa que pretende explicar cómo un hecho social puede dotarse de interés y posicionarse dentro de los asuntos y debates públicos en un sistema social particular. Así, tomando como punto de referencia el modelo de François Demers, la naturaleza de esta nueva propuesta que pretende desarrollar el presente proyecto de investigación pone especial énfasis en un trabajo de reconstrucción genealógica y de construcción conceptual, sustentada en juicios semióticos en torno a la noción misma de Comunicación Pública al nivel ontológico de lo que define y a un nivel epistemológico de lo que supone su construcción teórica.

El modelo consiste de tres grandes esferas conceptuales: Instituciones, Espacio Público y Opinión Pública que explican cómo se van desarrollando los Asuntos y Debates Públicos dentro de la sociedad. Éstas a su vez tienen un segundo nivel conceptual que complementan la triada principal con tres conceptos que pertenecen a la semiótica peirceana y la teoría de la acción comunicativa de J. Habermas que son: Interacción, Acción Comunicativa y Significación

respectivamente. Por lo tanto, en esta ponencia se pondrá especial énfasis en la segunda esfera del modelo que corresponde al Espacio Público como dimensión donde se surgen los debates. En un primer plano se intentara definir qué es el Espacio Público y los elementos que lo conforman, en segundo término a la acción comunicativa que sustenta conceptualmente al Espacio Público y su definición por las acciones de los individuos y su relación con el concepto Mundo de Vida. Y por ultimo, se analizará la relación de estos dos conceptos con los restantes elementos del modelo situándolos en su nivel conceptual. Sin embargo, es importante mencionar que estas son las primeras aproximaciones de un modelo de Comunicación Pública que aun se encuentra en desarrollo, por lo tanto, lo que se muestra a continuación es una primera aproximación a la dimensión conceptual de su construcción.

1. La construcción del Espacio Público como categoría analítica

La sociedad es el producto de las relaciones sociales que se generan entre los individuos quienes se encuentran constantemente en procesos de interacción social, las cuales a su vez se estructuran por reglas cognoscitivas. Este tipo de reglas estructuradas se conocen como reglas sociales, las cuales al ser creadas por los individuos están cimentadas en un mundo simbólico que permiten determinar los límites sociales establecidos de manera implícita. Por lo tanto, los individuos son capaces de organizar sus acciones con otros estableciendo los límites de organización y relación, de esta forma las interacciones sociales creadas entre los individuos requieren de la identificación



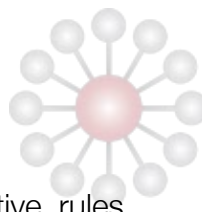
de reglas del mundo simbólico pues después de todo, son los individuos los que crean la sociedad en la que viven.

El eslabón de significado que une a los individuos se refiere a las reglas implícitas que compartimos para definir un mismo territorio conceptual, donde todos los individuos son capaces de entenderse. Este eslabón común a todos los individuos pertenecientes a una sociedad va más allá de las capacidades físicas, es decir va más allá del lenguaje. Aunque el lenguaje es un motor de interacciones sociales, los individuos dependen de sus relaciones para compartir un código de interpretación del mundo que están creando. Este territorio conceptual, significaciones comunes y reglas sociales, constituye en cierta medida una parte del Espacio Público. De acuerdo a Eder, "the public sphere is the locus par excellence of social communication conceived as a process based on cognitive rules. The public sphere requires from those participating adherence to rules to be accepted as legitimate participants. These rules are the rules of the equal consideration of the arguments of the others which in turn forces those participating in such reciprocal recognition of arguments to accept the force of the better argument" (Eder, 2007).

El Espacio Público es entonces la esfera donde los individuos de una comunidad participan con base en sus reglas establecidas con un significado común, donde los individuos se vuelven partícipes dentro de esa esfera y donde se reconocen los argumentos de otros para obtener y llegar a un consenso. Sin embargo, el Espacio Público requiere de reglas cognoscitivas, las cuales son en realidad la consecuencia de la capacidad cognoscitiva de los seres humanos que se aprende en una comunidad, es decir, el

ser humano está envuelto en interacciones que generan un proceso de conocimiento colectivo (Eder, 2007). De esta forma, vemos que el Espacio Público no hace solo referencia aun espacio 'físico' donde convergen las personas, sino que tiene un nivel abstracto conceptual que necesita de legitimaciones acordadas por la comunidad, de un territorio común donde se genere aprendizaje. De esta forma se construye un mundo social. El Espacio Público se le ha denominado también el lugar donde es posible que haya debate si se tiene participación por parte de los individuos de la comunidad, de esta forma se genera la Opinión Pública, y de esta forma se hace posible la democracia en dicha comunidad.

En contraposición a esta primera visión, el Espacio Público que plantea Jürgen Habermas difiere de algunos pares de conceptos que es pertinente tener claros para la comprensión de su construcción conceptual y poder así generar un vínculo con la propia concepción del Espacio Público en el modelo de Comunicación Pública que aquí se propone. Por lo tanto, es importante distinguir entre lo público y lo privado, sistema y mundo de vida, expertos y ciudadanos, lo universal y lo particular, lo global y lo local, proximidad y distancia, y entre presencia y ausencia (Garnhan, 2007). El debate sobre qué es lo público y qué es lo privado se ha venido modificando con los años dado que el Espacio Público es móvil y cambia con el tiempo. En un inicio se consideraba al Espacio Público como un espacio para controlar el poder político a través de la cultura política. Se relacionaba al Espacio Público con el funcionamiento de la democracia y se le veía como el continente mientras a la Opinión Pública como el contenido, en otras palabras, el Espacio Público es el lugar donde converge la Opinión Pública.



El Espacio Público constituye así una cultura del debate y el cambio social, pues en él los individuos tienen la posibilidad de participar de manera activa y responsable.

El Espacio Público es visto entonces como una forma de legitimizar la Opinión Pública, dado que es por medio de ella que se hacen visibles los argumentos de una sociedad, se trata de publicidad pero no de la forma de anunciar o vender algún producto sino de 'hacer público algo', de esta forma se expresan las necesidades o problemas de una sociedad y poco a poco se va constituyendo los debates públicos. En este sentido, el Espacio Público es para todos, es un espacio cultural, la democracia ya pasa por múltiples dimensiones. El Espacio Público entonces está compuesto por muchas esferas que pueden comprender lo cultural, lo político, las instituciones, la educación, etcétera. Por lo que es importante reconocer los límites entre lo público y lo privado. En el Espacio Público contemporáneo lo público y lo privado ya se superpone, lo personal ya se presenta en dentro de la esfera de lo público y los conflictos personales ya son exteriorizados pasando de una 'intimidad' a una 'extimidad' (Maigret, 2007). En el modelo de Comunicación Pública que aquí se plantea es importante entender cómo es que suceden dichos fenómenos y por qué un hecho que podría no considerarse de carácter público puede llegar a transformarse en uno de ellos perdiendo los límites de lo público y lo privado.

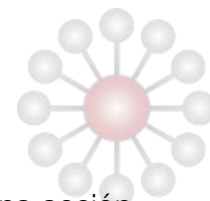
Todos estos procesos, como ya se había mencionado, son creados de forma cognoscitiva, sin embargo, las reglas sociales no son construidas en nuestra psique sino que son construidas en nuestro mundo de vida. En palabras de Klaus, "the life-world is certainly not only a collective mind; it is also a system of social relations that is organized

(or organizes itself) according to cognitive rules and produces collective representations of itself" (Eder, 2007:400). De esta forma vemos que las construcciones dadas en el Espacio Público se deben a nuestro mundo de vida. Pero el mundo de vida es nuestro desarrollo cognitivo, es la distinción de la relación con los objetos físicos de la relación con los objetos sociales, es decir, la separación de sujeto-objeto, objeto-sujeto. Nuestro desarrollo cognitivo debe darnos la capacidad de construcción de un sistema de referencia para la separación del mundo objetivo del mundo social frente al mundo subjetivo (Habermas, 1987).

El Espacio Público debe darnos la capacidad de afrontar en nuestro mundo de vida situaciones que nos permitan la solución de las mismas y por medio de la interacción formar un mundo de vida posible. Estas interacciones logradas lingüísticamente son procesos que generan conocimiento por medio del entendimiento, por lo que pueden ser explicadas por medio de la Acción Comunicativa. El Espacio Público opera sus interacciones por medio de esta acción denominada como un proceso de entendimiento de las relaciones actor-mundo que pueden ser reconocidas o puestas en cuestión.

2. La Acción Comunicativa como operador dinámico de las relaciones sociales

Las interacciones entre los individuos de una sociedad suponen aprendizaje de estructuras y aprendizaje de contenidos, es decir, desarrollo cognitivo. Las relaciones entre los individuos se logran por medio lingüístico, las cuales a su vez construyen las relaciones actor-mundo que permiten posteriormente llegar a un consenso. El



consenso se logra después de que los miembros de una comunidad hayan argumentado sus ideas y éstas hayan sido acordadas por todos llegando a un acuerdo unilateral. Por lo tanto, en la Acción Comunicativa el lenguaje funge como medio normativo, como medio de entendimiento entre los individuos de una determinada sociedad. De acuerdo con Habermas, “en realidad el entendimiento lingüístico es sólo el mecanismo de coordinación de la acción, que ajusta los planes de acción y las actividades teleológicas de los participantes para que puedan constituir una interacción” (Habermas 1987:138). Ciertamente existe una complejidad en los actos de habla pues aunque se tenga un sistema de signos convencional cada uno expresa un contenido diferente, los cuales pueden responder a lo proposicional, la oferta de una relación interpersonal y a una intención del hablante. Sin embargo, cualquiera que pretenda ser la intención de los actos de habla, todos establecen una relación con el mundo.

En la intención de los actos de habla también se ven influenciados por los movimientos corporales pues por una parte pueden constituir la manera en que un sujeto interviene con el mundo y por otra parte el sujeto encarna un significado, pero el movimiento no es una acción en sí, sino un elemento de ésta (Habermas 1987). Por lo tanto, la Acción Comunicativa es la relación que se da por medio del lenguaje que constituye un proceso de entendimiento de las relaciones actor-mundo. Todo acto de entendimiento presupone una Acción Comunicativa, así, las acciones comunicativas persiguen fines individuales bajo la condición de que sus respectivos planes de acción puedan armonizarse entre sí. Pero estos fines no son orientados al éxito, es decir, no siempre constituyen un agente teleológico, pues el concepto de acción

comunicativa no puede ser reducido a una acción teleológica, es decir a una acción con un fin.

Por otro lado, la Acción Comunicativa supone también la definición de la situación, es decir, exige una tarea interpretativa para su realización. Acción Comunicativa responde entonces a aquellas interacciones mediadas lingüísticamente en donde los participantes persiguen con sus actos de habla, fines significativos, es decir, se trata de «hacer diciendo algo». De esta forma entenderemos sólo como actos determinantes aquellos actos de habla a los que el hablante vincula pretensiones de validez susceptibles de crítica (Habermas, 1987). Por lo tanto, las acciones comunicativas difieren de las acciones sociales porque éstas últimas no poseen pretensiones de validez, no buscan la significación de lo dicho. La acción comunicativa es el entendimiento como mecanismo de coordinación de la acción.

Toda interacción recurre al medio lingüístico para su realización, es decir, necesita de los actos de habla, y cada acto de habla responde a una reproducción social. Los participantes en un interacción se entienden por medio de símbolos, el lenguaje constituye un sistema de signos que brinda las herramientas que da las oportunidades de entender. Sin embargo, otro sistema de signos que opera dentro de las interacciones es el citado Mundo de Vida, delimitado el conjunto por el cambio estructural de la sociedad y cómo se transforma a medida que se produce ese cambio. Dentro de toda interacción existen límites que definen y adecuan las ideas entre los participantes de la interacción para llegar a un consenso que determine y ponga en común las situaciones que los rodean. Cuando algo cambia dentro de la interacción el horizonte establecido por el significado en común se desplaza, es decir, el



fragmento de mundo de vida a como la situación lo demanda.

Los horizontes establecidos en toda interacción son móviles y para generar estos horizontes los participantes en la comunicación hacen uso en los procesos cooperativos de interpretación y por lo tanto, de procesos de significación, así, en todas las interacciones no existen situaciones que nos sean completamente desconocidas, pues compartimos códigos de signos que generan un conocimiento en común. Compartimos aspectos similares dentro de nuestro mundo de vida. Como afirma Habermas, “[...] toda situación tiene un horizonte externo e interno ilimitado, es interpretable desde el punto de vista de las relaciones que guarda con otras situaciones, experiencias etc....la situación sólo necesita ser definida en el grado necesario para dominarla” (Habermas, 1987:182).

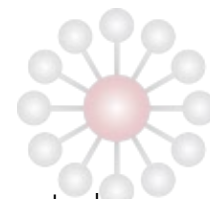
Existen tres componentes estructurales de mundo de vida según Durkheim (Habermas, 1987): cultura como acceso del saber, sociedad como la forma en que se regulan las interacciones, y personalidad como las herramientas del individuo para formar parte de procesos de entendimiento. De esta forma la acción comunicativa se presenta como mecanismo de interpretación a través del cual se reproduce el saber cultural.

3. La importancia de la Esfera Pública y la Acción Comunicativa dentro de un modelo de Comunicación Pública.

Dentro del modelo de Comunicación Pública desarrollado por el GICOP –aun en construcción– tenemos tres grandes esferas conceptuales, en este apartado se hizo especial énfasis en el

Espacio Público, el cual junto con las Instituciones y la Opinión Pública pretenden explicar la forma en cómo se van desarrollando los debates y los asuntos público. La relevancia del Espacio Público dentro de un modelo de Comunicación Pública radica en la necesidad de los individuos de una sociedad por establecer normas y reglas sociales que determinen el espacio de interacciones de los participantes donde estos configuren un significado común que regule sus acciones dentro de dicha comunidad. Los individuos buscan un común denominador que los apoye a la organización y de esta forma generar conocimiento.

Esta necesidad de las persona de compartir conocimiento genera códigos de significados comunes dentro de las sociedades. En todos los procesos sociales encontramos procesos de semiosis. Basándonos en la lógica triádica de Pierce en estos procesos intervienen tres elementos fundamentales: representamen, objeto e interpretante. El primero de ellos representamen responde a lo que es un signo, aquello que esta en lugar de algo. El segundo de los elementos, el objeto, es el producto terminado de la semiosis, lo que se percibió. Y por último el interpretante es el resultado de la interacción de los dos primeros elementos, uno nuevo, un nuevo signo. En los procesos sociales podemos traducir el representamen cómo la gramática, las letras articuladas para formar palabras y sentencias, de estas sentencias obtenemos un significado (objeto) y con base a ese significado tenemos una respuesta (interpretante) al primer estímulo al primer código que se nos transmitió. El significado que atribuimos a los códigos y la manera en qué se genere nuestra interacción, cómo se lleve a cabo el proceso semiótico depende de nuestros conocimientos, de nuestras experiencias, de nuestro Mundo de



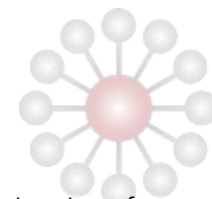
Vida. El Mundo de Vida responde a esta necesidad de estandarizar los límites del conocimiento que se dan dentro de las interacciones, las cuales son vistas como acciones que determinan en cierta medida la construcción del Espacio Público al ser generadoras de conocimiento con base en sus reglas cognoscitivas. El Espacio Público es el lugar donde las personas comparten el conocimiento del mundo que están creando y las Interacciones son relaciones que cuentan con un medio lingüístico que permite el consenso. Por su parte, la Acción Comunicativa en relación al Espacio Público puede liberarse en esta etapa de contextos particulares, mas, permanece ligada al espacio circunscrito por las normas y reglas sociales creadas en la tradición de una comunidad (Habermas, 1987).

De esta manera, la Acción Comunicativa estandariza las interacciones de los individuos en relación a lo que perciben, su mundo de vida, y permite la creación de códigos comunes, de espacios de relaciones donde es posible la argumentación y funciona como motor para la creación de la opinión pública. Así, la conexión creada por dos de las esferas conceptuales del modelo, el Espacio Público y la Opinión Pública, permiten crear una tercera conexión con la tercera esfera del modelo de Comunicación Pública, las Instituciones. Las Instituciones operan dentro del modelo como mediadoras que otorgan los códigos de significación que suponen –en relación a Espacio Público- ser comunes. Son el conjunto de normas establecidas dentro de un Espacio Público que determinan o regulan el comportamiento de los individuos, regulan las interacciones de los participantes en el Espacio Público, por lo que pueden ser entendidas como generadoras de Opinión Pública.

Cada uno de estas esferas conceptuales contiene un segundo nivel de abstracción: la Acción Comunicativa supone al Espacio Público, la Significación a la Opinión Pública y las Interacciones a las Instituciones. Todas estas operan de manera social en las relaciones que se generan dentro de los individuos de una comunidad al ser las que rigen la forma en que se generan dichas relaciones. La Acción Comunicativa nos permite traducir el mecanismo de interpretación a través del cual se reproduce el conocimiento dentro de dicha interacción que supone en la acción una significación, es decir, toda interacción orientada a una acción, acción que posee un significado. La forma en que todos estos elementos operan son de manera relacionada para la comprensión de un hecho, saber cómo y qué opera dentro de él para determinar si estamos ante un hecho que propicie el Debate Público.

Conclusión preliminar

Las sociedades necesitan de una comunicación que no sólo opere de manera particular, sino que ayude comprender lo que ocurre dentro de la esfera pública. Es aquí donde los miembros del Grupo de Investigación en Comunicación Pública (GICOP) generaron un modelo de Comunicación Pública que opera dentro del tema de lo público. Este modelo pretende explicar el desarrollo y creación de los asuntos y debates públicos dentro de un marco teórico–conceptual desde una mirada semiótica. Este modelo integra tres grandes esferas conceptuales como lo son instituciones, Espacio público y Opinión Pública. En esta ponencia se puso especial énfasis en el Espacio Público como espacio donde las reglas cognoscitivas generadas por una comunidad



determinan las interacciones y propician la Opinión Pública. En estas mismas interacciones operan de manera simultánea la Acción Comunicativa como generadora de conocimiento entre las interacciones de los individuos y mundo de vida como aquellos conjuntos de conocimientos que permiten el desarrollo cognitivo y a su vez la transmisión de ese conocimiento por medio del lenguaje, medio lingüístico que permite las relaciones entre los participantes de las comunidades. Estos elementos a su vez se relacionan con los otros elementos del modelo y operan de forma igual en la sociedad y de esta forma comprendemos la creación de los Asuntos y Debates Públicos.

Finalmente, cabe mencionar que estos son resultados preliminares de una investigación que aún continúa por parte del GICOP en cuanto a la Comunicación Pública se refiere, por lo que todavía requieren ser puestas a prueba algunas de las afirmaciones aquí realizadas en un caso particular de estudio, un segundo momento en el desarrollo del modelo que aún se encuentra en desarrollo.

Bibliografía:

EDER, Klaus (2007). "Cognitive Sociology and the Theory of Communicative Action: The Role of Communication and Language Making of the Social Bond" En *European Journal of Social Theory* 10:389 [En línea 04 de septiembre de 2010] Disponible en: <http://est.sagepub.com/content/10/3/389>

DEMERS, Francois (2007) "La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación" en *Comunicación y Sociedad* julio-diciembre no. 008. México: Universidad de Guadalajara.

DURHAM Peters, John (1993) "Distrust of representation: Habermas on the public sphere" en *Media Culture Society* 15:541 [En línea 04 de septiembre de 2010] Disponible en: <http://mcs.sagepub.com/content/15/4/541>

GARNHAN, Nicholas (2007) "Habermas and the Public Sphere" en *Global Media Communication* 3:201 [En línea 04 de septiembre de 2010] Disponible en: <http://gmc.sagepub.com/content/3/2/201.citation>

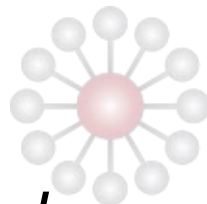
HABERMAS, Jurgen (1987) *Teoría de la Acción Comunicativa I y II*. Madrid: Alfaguara.

MAIGRET, ERIC (2007) *Sociología de la Comunicación y de los Medios*. USA: Fondo de Cultura Económica.

STRYDOM, Piet (1999) "Triple contingency: the theoretical problema of the public on communication societies" en *Philosophy Social Criticism* 25:1 [En línea 04 de septiembre de 2010] Disponible en: <http://psc.sagepub.com/content/25/2/1>

Sobre el autor

Miembro del Grupo de Investigación en Comunicación Pública



La identidad significada: El sicario mexicano en Youtube

Ulises Pineda
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA. XOCHIMILCO.

La investigación realizada parte de la suposición de que los personajes que se muestran en los videos son sicarios, ya que éstos se encuentran en un ambiente violento; ello nos refiere al tema del narcotráfico por el elemento más evidente en los audiovisuales: el corrido, que maneja el tópico del narcotráfico que, a su vez, está relacionado con imágenes violentas. Los videos nos llevan a profundizar en este tema mostrándonos un elemento clave dentro de la estructura del mismo, el sicario.

En dichos audiovisuales aparecen representaciones de sí de los protagonistas, que nos hacen pensar en un entramado cultural proyectado en una serie de imágenes, acciones y sonidos. Estos elementos no fueron analizados como aspectos independientes, para la presente investigación el audiovisual se consideró como una unidad; es decir, como un texto. Al considerarlo como tal se llevó a cabo un análisis preiconográfico e iconográfico, ya que éstos proporcionaron los elementos que subyacen en los audiovisuales para llevar a cabo la interpretación. A partir de lo anterior se concibieron tres niveles: el semántico o semiótico, la sintaxis sonora y el iconológico, niveles que nos dieron las herramientas para dilucidar estas formas provenientes de una cultura

visual contemporánea, que posee su propio discurso iconográfico y significativo.

Hombres que sostienen armas y las disparan al aire o a algún blanco específico, mientras que en primer plano se escucha un corrido que nos va contando una serie de sucesos, y conforme va avanzando la letra del corrido se observan imágenes violentas de personas asesinadas o imágenes fijas de armas, municiones, gente conviviendo, militares, camionetas tipo pick up, etcétera. Los anteriores son tan sólo algunos de los elementos que son evidentes a primera vista en estas historias encontradas en Youtube, mismos que nos hicieron querer indagar en las implicaciones significativas de esta construcción discursiva.

La forma en la que se nos narra no es lo único que nos aporta los elementos significantes de este fenómeno, también se toma en cuenta desde dónde se nos muestra, en este caso, desde la red social Youtube. Dicha red es utilizada como un recurso para compartir principalmente videos, que cruzan fronteras, que pueden permanecer en la red, y así llegar a más gente, potenciando la propagación de audiovisuales totalmente autogestivos, donde nuestros personajes también participan tomando de manera literal el slogan de esa red social: Broadcast yourself (transmítete a ti mismo).



En lo relativo al concepto de “sicario”, por momentos nos hizo ver un camino intrincado acerca de su significado en México, ya que a pesar de ser un término recurrente en los encabezados de los diarios, los noticieros y, en general, en la vida social de nuestro país, aún no se ha ubicado teóricamente a este personaje y su creciente protagonismo requiere una reflexión teórica acerca de éste: su génesis, su lugar en la infraestructura del narcotráfico y su identidad. En este punto es donde radica la pertinencia e importancia de nuestro trabajo: el sicario que emerge como un nuevo actor social.

Sin caer en una apología sobre valores, conceptos o creencias, la finalidad de la presente investigación radica en acercarnos a una identidad del sicario mexicano con base en una representación de sí en la narrativa audiovisual presentada en un mundo virtual, una identidad que toma en cuenta sus universos culturales, resignificaciones religiosas y, sobretodo, su génesis. Además, consideramos fundamental un análisis de este tipo a partir de la coyuntura actual del país y la emergencia de las redes sociales como poderosas herramientas de comunicación masiva que están revolucionando la interacción de los usuarios, empoderándolos y volviéndolos sujetos activos, creadores de su propio significado.

Es este, otro panorama desde el cual se contextualiza a nuestro sujeto de estudio; esto es, a partir de Internet, cabe mencionar que en la actualidad el uso y auge de las herramientas electrónicas que utilizamos para obtener información o comunicarnos genera que los vínculos del territorio se flexibilicen y se puedan crear redes y comunidades en las que la conexión geográfica es, en algunos casos, sustituida por afinidades, intereses comunes y objetivos compartidos.

Pese a la creciente participación de la tecnología en la vida social, no es ésta quien impone conductas a la sociedad, sino que es la propia sociedad quien se autodetermina y condiciona a la tecnología. Podemos afirmar entonces que las personas y las organizaciones de personas son quienes modifican y diseñan los usos de la comunicación para adaptarlas a sus hábitos, intereses, valores y aspiraciones.

Entre todos los fenómenos que se le pueden atribuir a Internet, cabe destacar uno: la transición del receptor desde una posición pasiva para convertirse en un emisor activo. Esta nueva forma de concurrencia de la información nos advierte de la lenta y paulatina consolidación de un nuevo estilo comunicativo que se manifiesta en la capacidad de producción pública, no convencional, que, hasta ahora, se había atribuido sólo al emisor que comúnmente conocíamos. La capacidad productiva de este nuevo emisor, que antes sólo fue usuario o consumidor, se debe, por un lado, a su propio deseo de producir y, por otro, a la necesidad que el capitalismo tiene de encontrar nuevos modos de producción más flexibles, menos rígidos, menos costosos. La puesta en práctica de este nuevo modelo de producción actualmente es posible mediante los nuevos dispositivos tecnológicos y los canales de comunicación existentes en Internet, lo cual está, transformando la experiencia social de nuestros días.

Ken Paterson, director de Frontera Norte, un servicio de noticias en línea, afirma que estos videos comenzaron a circular en la red en el año 2005. Vanguardia, en su edición impresa del 12 de abril de 2009, edita un artículo donde saca a luz estos videos, y se aventura a describirlos: “Horrorosos videos y salas de chateo, oficiales de policía ejecutados, vehículos de las policías



rociados con balas de ametralladoras, casquillos sobre cuerpos inermes” (JERVIS, Rick, 2009).

Es sobre estos textos dónde Ricoeur menciona a la identidad construida a partir de la dimensión temporal considerando que por el paso del tiempo hay un proceso de desemejanza; aun cuando observamos la continuidad ininterrumpida (RICOEUR, Paul, 1990), no podemos establecer una identidad de los mismos hasta que la permanencia en el tiempo refuerce que cierta sustancia o sustrato de lo real nos permita reconocer algo como lo mismo.

A las disposiciones adquiridas se une la costumbre con una doble valencia: las costumbres que ya adquirimos y las que estamos contrayendo, la costumbre le proporciona una historia al carácter. Entonces, nos sigue explicando Ricoeur, estas disposiciones duraderas, unidas a las costumbres, son rasgos o signos por los cuales podemos identificar a una persona como ella misma. El carácter es el conjunto de estos signos distintivos. El siguiente concepto que se une con la noción de disposición son las identificaciones adquiridas, aquí lo otro entra en composición de lo mismo:

“...hechas de valores, normas, ideales, modelos, héroes, en los que la persona, la comunidad se reconocen. El reconocerse dentro de contribuye a reconocerse en (...)” (RICOEUR, Paul, 2007).

En este punto Ricoeur menciona que la identificación con figuras heroicas manifiesta la alteridad adquirida.

Por medio de las disposiciones, las nociones de identidad como la numérica, la cualitativa, la ininterrumpida y la permanencia en el tiempo quedan aseguradas por el carácter, así mismo, estas nociones definen la mismidad.

A partir de ello surge la pregunta ¿qué soy? El carácter tiene una historia en el proceso de la

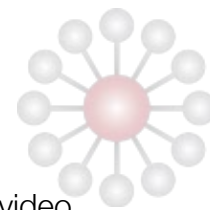
identificación en el personaje de la historia narrada. En la identidad de una comunidad histórica debe colocarse particularmente el movimiento de una narración cuando ésta tiene por mira “la identidad”; en este punto se debe considerar la trayectoria histórica de los grupos del narcotráfico para encontrar los rasgos constitutivos que podrían observarse como características generales.

La palabra dada es otro elemento de permanencia en el tiempo a partir de un enunciado con fuerza ilocutiva como la “promesa”, con la cual la persona deja un reconocimiento de sí mismo cuando al hablar también se actúa. Ricoeur la observa como la fidelidad a la palabra dada, que tiene como implicación el mantenerse a sí.

“la promesa (...) parece constituir un desafío al tiempo, una negación del cambio: aunque cambie mi deseo, aunque yo cambie de opinión, de inclinación, me mantendré (...) Basta por sí misma la justificación propiamente ética, tomada como tal, desarrolla sus propias implicaciones temporales, a saber, una modalidad de permanencia en el tiempo” (RICOEUR, Paul, 1990).

Sin embargo, esta construcción identitaria podríamos comprenderla mediante otra perspectiva: el conflicto, como factor determinante, para llegar a una comprensión de cómo se asimila la otredad mediante éste, que es inherente a la vida y no puede ser eliminado, siempre va a estar presente, sólo que las causas ni sus elementos serán siempre los mismos:

“En toda sociedad conviven grupos diferenciados y cuyas identidades sociales señalan diversas percepciones, códigos y sensibilidades compartidas que separa al nosotros de un otro. En este sentido, la otredad es una condición normal de toda convivencia social. Sin embargo, la distancia con ese otro varía sencillamente desde



la convivencia efectiva a la intolerancia radical por la cual se le adjudica a un grupo determinado una carga afectiva y actitud apreciativa negativa. Es la distancia que ha señalado Edelman entre el enemigo y el adversario. Mientras este último es tomado como un rival con el cual se relaciona bajo el amparo de un mismo conjunto de principios interaccionales, aquel es un extraño ilegítimo con el cual sólo puede sostenerse una relación antagónica.” (LITERAS, Luciano, 2010).

Para efectos de la investigación, a pesar de que no se hizo un análisis a partir de materiales considerados filmes en el sentido estricto, los videos que hemos elegido muestran dos grandes clases de elementos diegéticos: unidades funcionales y unidades indiciales. Las primeras son unidades distribucionales que se ordenan linealmente con el relato, que estructuran de cierta forma el relato, y que consisten en el cuerpo consecutivo de la historia. Las unidades indiciales son de carácter integrativo, no llegan a ser cadenas de acciones como en las unidades funcionales, sino que éstas tratan de informar sobre la identidad y el carácter de los personajes, sobre las condiciones del espacio, ambientación y la atmósfera de la historia (LIZARAZO, Diego, 2004). Los acontecimientos que se relatan en las canciones, de alguna u otra manera se relacionan con nuestros personajes y las acciones que ellos ejercen dentro del video; estos elementos son los que nos hacen pensar en pequeños relatos narrados. Para estos relatos hay dos valoraciones que se reflejan en la historia, las cuales modifican sustancialmente la identidad de la narración, denominadas unidades cardinales indispensables (LIZARAZO, Diego, 2004) y, por el otro lado, las unidades catalíticas cumplen la función de llenar y conectar con las unidades cardinales, que a su vez no son tan indispensables

pero sí contribuyen a la verosimilitud del video.

Hay una segunda gran clasificación de unidades narrativas, que son los indicios, Barthes los divide en dos subgrupos: los informantes y, propiamente, los indicios (LIZARAZO, Diego, 2004). Los informantes son los elementos que nos permiten ubicar la historia en un espacio definido y en un lugar determinado, como los interiores y los exteriores de los videos. Por otro lado, los indicios son los que dan y hacen de la historia una mayor comprensión de la misma, como la que dan a conocer nuestros actantes implícita o explícitamente.

La definición de personaje nos remite directamente a la noción de una conciencia humana, es por eso que hemos decidido modificar la denominación personaje y nombrarle actante, pues este concepto abarca más ampliamente a quien realiza una acción dentro del video, colocándolo como quien propiamente se diría, actúa en el relato.

Estos actantes, inmersos en una narrativa audiovisual repleta de símbolos, comulgan con elementos que tienen la facultad de dar significado a los elementos que derivan de un consenso. Son los símbolos que representa algo, los que adquieren cualidades análogas por asociaciones de hechos y pensamientos; es decir, el significado de los símbolos tiene un contexto.

En esta estrategia de la clase dominante hay ciertos elementos que vemos en la vida social que son tomados en cuenta con “naturalidad”, con anuencia de los individuos. Es en esta parte donde se toma en cuenta la violencia simbólica: “La violencia simbólica es esa coerción que se instituye por mediación de una adhesión que el dominado no puede evitar otorgar al dominante (y, por lo tanto, a la dominación) cuándo sólo dispone para pensarlo y pensarse o, mejor aún, para pensar su



relación con él, de instrumentos de conocimiento que comparte con él y que, al no ser más que la forma incorporada de la estructura de la relación de dominación, hacen que ésta se presente como natural” (CALDERONE, Mónica, 2004).

“La violencia simbólica es, para expresarme de la manera más sencilla posible, aquella forma de violencia que se ejerce sobre un agente social con la anuencia de éste. (...) En términos más estrictos, los agentes sociales son agentes conscientes que, aunque estén sometidos a determinismos, contribuyen a producir la eficacia de aquello de los determina, en la medida en que ellos estructuran lo que los determina.” (CALDERONE, Mónica, 2004)

Los conceptos revisados nos ayudarán a vislumbrar una identidad que se mueve en lo social, adquiere, conserva y modifica significaciones a través del tiempo, entonces los audiovisuales que serán analizados, deben ser tomados como una construcción de una narración que nos muestra una trama donde podremos leer construcciones simbólicas que nos lleven a construir una visión de sí mismo del sicario.

Entonces, comenzaremos con esa interpretación sobre los textos audiovisuales nuestra construcción conceptual nos facilitará esa tarea, creemos pertinente esta construcción para obtener un acercamiento hacia la identidad del actante que nos atañe.

Análisis que nos llevó a cuatro líneas de interpretación:

1ª: Alteridad: sicario – militar. Esta línea está basada en la construcción de sí (sicario) a partir del otro (militar); esta construcción parte de las identificaciones adquiridas de los rasgos que construyen el carácter del actante. La similitud que existe entre esta dualidad, se cristaliza a partir de los elementos narrados, pero también se pone en

juego la contradicción de éstos.

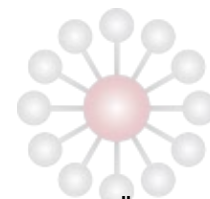
2ª: Conflicto permanente con el otro. En esta línea se hace una revisión acerca de la permanencia del conflicto por las constantes confrontaciones de los cárteles, éstas mismas ayudan al mantenimiento de la estructura de la organización, y es por medio del conflicto que se adquiere la calidad de permanente; es en este contexto donde el sicario toma protagonismo al ser el brazo ejecutor de la organización.

3ª: El sí mismo encontrado mediante la confrontación con su destino. En esta línea se observa cómo la asimilación que tiene el sicario de la muerte lo hace transformar valores existentes de forma contradictoria y utilitaria.

4ª: Hacia un imaginario del sicario mexicano. Adentrándonos en su mundo se encuentran aspectos más significativos que otros, aspectos que emergen como elementos transversales en las tramas producidas por nuestros actantes, es en esta trama donde tratamos de comprender el mundo del sicario.

Los textos comienzan a definir una identidad del sicario mexicano, su relación con la vida y la muerte; su alteridad militar; el conflicto y la amenaza como elementos inherentes a él; su utilitaria religiosidad; y su concepción dual sobre lo material sin aprehenderse de ello, la adquisición y el consumo como elementos explícitos pero que no se arraigan, que se desprenden de ellos.

Al vivir al límite, el sicario asume las consecuencias de la inmediatez de su existencia debido a que su labor lo pone muy cerca de la muerte a cada momento. Para poder analizar su estrecha relación con ella, se tiene que asumir como desarrollador de una actividad del capitalismo llevado hasta las últimas consecuencias y es ésta la que transforma el sentido de los valores de la religiosidad llevándolos a lo utilitario, modificándolos y también encontrándole



un nuevo significado a la vida y la creencia ha sido reemplazada, hay un desplazamiento en torno a la fe en Jesucristo o en la de la Virgen María hacia la devoción a la Santa Muerte. La gente que ha vivido en este contexto ha visto en estos personajes una devoción agregada de chamanismo, en general, son jóvenes sin una formación religiosa, formando una “eficacia simbólica”: si ellos se encomiendan a él y resulta favorable, se apropia y se encomiendan a sus servicios.

En las armas se observa la combinación de la opulencia y la utilitaria religiosidad, así como la presencia constante y excesiva del dinero y la jerarquía. La contradicción se observa a partir del oficio de “ejecutar” a un contrario con un arma construida de elementos de la religión cristiana, de la cual solamente se toman los valores que pudieran serle útiles en su andar de sicario y que no le impidan su labor sin excluirlo de su derecho a tener devoción en un ser supremo que los protege en el día a día.

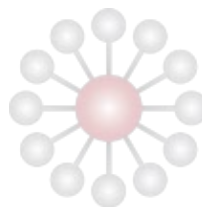
La vida empieza a resignificarse por medio del pesimismo ante la situación límite de existencia; se proyecta entonces el hedonismo, la pérdida de la razón por el cambio de las funciones vitales, como se muestra en la siguiente frase del corrido “La tambora va a sonar”: “el dinero es pa’ gastarlo, no pa’ tenerlo guardado, porque cuando uno se muere, no se lleva ni un centavo” (Fragmento del corrido “La tambora va a sonar” de Valentín Elizalde y Mario Quintero). A partir de ello podemos notar que se sabe de lo efímero de la existencia y, por lo tanto, si bien existe un deseo de poseer, en éste no se observa arraigo con lo material, pues lo importante es tenerlo para gastarlo. En este contexto todo se vuelve consumible, incluso se toma a la mujer como un objeto de lujo: “la mujer que a mí me gusta siempre la tengo a mi lado”,

(Fragmento del corrido “La tambora va a sonar” de Valentín Elizalde y Mario Quintero) experiencias que se vuelven expresión de una concepción de vida a partir de una actividad trágica y antagonista que finalmente expresa la misma dinámica de oferta y demanda del sistema capitalista, que es tocado hasta su última expresión: la muerte como mercancía.

Otro elemento sustancial que encontramos en esta nueva construcción de identidad es la voluntad de ser, explicada por medio del corrido cuando se expresa: “(...) solamente una llamada esperan para ir por ellos, a quien se pase de lanza, lo despachan al infierno (...)” (Fragmento del corrido “Cuidando al jefe” de los Sembradores de la Sierra). Es aquí donde la ausencia de voluntad de ser por parte del sicario genera una relación de poder, donde es dominado por otro, y sólo está a expensas de lo que se le ordene. Este elemento convierte al sicario en un ente desechable, que se subordina para cumplir con las órdenes de su superior.

En esta construcción de identidad existe el sentido vicario por la situación de identificarse con ciertos rasgos o valores militares –policíacos, pero también existe la contradicción en cuanto a la lucha permanente contra éstos mismos, por la frontera lucha legal – ilegal. De esta manera vemos al militar como fuerza del Estado, mientras que el sicario es el brazo ejecutor del narcotráfico.

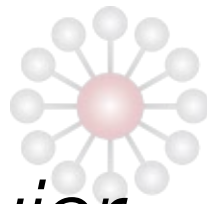
Cuando estos personajes se observan en el otro como una composición de lo mismo a través del discurso construido en el audiovisual, emerge un significado trascendental sobre las creencias, lo permitido y no permitido, su deber y la posición frente a la vida y la muerte de un actor social que toma las redes de Internet para representarse; donde el problema de la violencia va y viene desde sus orígenes, que muestra a los aparatos represivos



del Estado y su relación de conflicto y dualidad con éstos; y donde la aparición de estos audiovisuales cristaliza una identidad que pretende legitimarse cada vez más en la vida social mexicana.

Bibliografía.

- Barthes, Roland, Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos y voces. Paidós Comunicación, España: 1986, 447 pp.
- Jervis, Rick, con información de USA Today. "YouTube: la otra arma de los narcos". En http://www.vanguardia.com.mx/diario/noticia/seguridad/nacional/youtube:_la_otra_arma_de_los_narcos/333723. (Consultado el 20 de febrero de 2010.)
- Literas, Luciano, "Poder simbólico y realidad social", Nómada revista crítica de ciencias sociales y jurídicas, Universidad Complutense de Madrid. En <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/html/181/18101014/18101014.html>
- Lizarazo A. Diego, La fruición fílmica. Estética y semiótica de la interpretación cinematográfica, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, México: 2004, 345 pp.
- Ricoeur, Paul, El Sí mismo como otro, 3ª reimpresión, Siglo XXI editores, México: 2009, 416 pp.
- Ricoeur, Paul, Tiempo y Narración I: configuración del tiempo en el relato histórico, 6ª edición, Siglo XXI editores, México: 2009, 376 pp.



La representación de la mujer en la novela “Los recuerdos del porvenir”: análisis semiótico del texto

Lic. Lidia Aurora Almanza Orozco
UNIVERSIDAD DE LA SALLE BAJÍO

Resumen

Pisoteadas, anuladas, culpadas, discriminadas, adoradas, necesarias y amadas, las mujeres son el personaje que en todos los tiempos y en todos los lugares han causado polémica y controversia, independientemente de la ficción o de la realidad en donde ejecutan sus acciones.

El siguiente trabajo responde a la necesidad de hallar en la literatura, manifestación artística y cultural, la forma no sólo de leer historias “ficticias”, sino y sobre todo, la forma de leer estructuras y significaciones de la actual configuración social, en este caso, del papel que jugó y juega actualmente la mujer en el contexto mexicano, tratando de descubrir hacia dónde y cómo va.

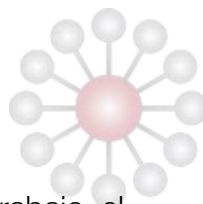
Se presenta un análisis semiótico y literario sobre el papel, rol y representación de la MUJER en la novela, “Los recuerdos del porvenir”, de la escritora mexicana, Elena Garro.

Educadas y resignadas bajo el precepto del miedo, las mujeres, sus acciones o la falta de ellas, sus amores, su muerte y su vida, sus hombres y sus oraciones, todo y todas ellas son definidas por la constante y contradicción del miedo y el valor.

Así pues, se encuentra que el miedo sigue siendo la constante en la vida de las mujeres. Éste traspasa el tiempo post revolucionario y se instaura en la actualidad, las guía. Las mujeres siguen definiéndose por el miedo al pecado, a su sexualidad, a quedarse solas, a no ser madres, a ser madres, a no triunfar en el campo laboral, miedo al que dirán, miedo a ser, simplemente, ellas mismas.

Palabras clave

Literatura; Los recuerdos del porvenir; Análisis semiótico del texto; Mujeres; Miedo.



Introducción

La mujer y el papel que ésta desempeña en el mundo en general, ha sido motivo de múltiples investigaciones. Se convierte en objeto de estudio, dada su condición a través de la historia como personaje sumamente conflictivo.

Los usos que se le da a su persona, la forma en como se le trata y se le ve, el lugar que ocupa en la historia y en la sociedad en general, son principio de investigaciones que permiten entender y comprender la forma y fondo de lo que se vive a diario en la actualidad, teniendo la posibilidad de transformar el mundo que hoy nos rodea, este mundo que pareciera siempre ha estado ahí, así, marcando la forma de actuar de todos y cada uno de los que participan en la sociedad. Sin embargo, ¿quién le dijo qué, quién y cómo ser?

Mucha de la información que se recibe para ser y ocupar un lugar en la actividad social, no está dicho sólo de forma literal. Básicamente, la información sobre la forma de comportarse ha sido, en primer instancia, herencia familiar. Después, fuera del núcleo, el comportamiento, el lugar, el ser, se ve reforzado por la sociedad a cada paso. Cada manifestación del inmediato contexto social, dice a través de la multiplicidad de lenguajes, signos y símbolos, quiénes, cómo ser y comportarse.

“Hoy la sociedad de la cultura mediática, se sumerge en el mundo de los signos, y en su compañía trabajan, modifican costumbres, ideas, ríen, lloran, se emocionan, y a veces, ellos son también la ilusión que reemplaza la realidad. La vida que fluye permanentemente en el simulacro signico, no llega a cristalizarse ni a fijarse en la consistencia del ser real.” (Mora, 2002)

Parte de la información que se adquiere para ser quien se es, se recibe de forma “inconsciente”.

Refuerza la televisión, la radio, el cine, el trabajo, el deporte, la calle, la plaza, el arte, y dentro del arte, la literatura. ¿Cómo ve la literatura a la mujer, en particular, a la mujer mexicana?

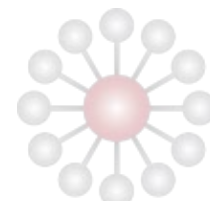
La mujer, matriarca de una sociedad machista, detonante y soporte de un todo. Creadora, madre, prostituta, rebelde, sumisa, mágica, sensual, abuela, hija, amante, la mujer, su papel, su historia, a través de una de las obras más geniales de la narrativa mexicana del siglo XX, Los recuerdos del porvenir, de la particular revoltosa escritora, Elena Garro.

Pero, ¿cómo puede abordarse el estudio de la mujer como representación y símbolo?

“Se estima que la semiótica ayuda a deshilar la madeja mediática, a comprender su estructura y qué es, en definitiva, lo que hay detrás del complejo proceso comunicativo, por qué se crean discursos y qué sentidos ellos diseminan. Pareciera que el papel de la semiótica es, en el fondo, buscar los fantasmas que alimentan los lenguajes humanos.” (Pérez Martínez, 1995)

Así pues, a través de la semiótica narrativa de Algirdas Julien Greimas y su cuadro semiótico, que transformó el análisis del texto viendo a éste como una forma a través de la cual podemos comprender la estructura social, es que se analizó a la mujer, símbolo de fuerza y enormes contradicciones e incongruencias, fuente de innumerables luchas y pasiones.

Se abordó la explicación paso a paso de este particular método. De igual forma, y obedeciendo a un orden dado de los temas, se conoció la historia, origen, elementos y obras más importantes de Elena Garro, así como las reacciones que generó y sigue generando esta novela que desafía a los críticos desde hace varias décadas.



El objetivo, poder contestar a las preguntas, ¿quiénes y cómo son las mujeres de Los recuerdos del porvenir?, ¿qué las caracteriza?, ¿cuál es su relación con la religión?, ¿qué papel ocupan los hombres en sus vidas?, ¿esas mujeres de "ficción", pueden decirnos algo de las mujeres "reales"?, ¿esas mujeres, son recuerdos del porvenir?

Encontrar la respuesta a estas y otras preguntas, que en general nos dejan ver con claridad la representación de la mujer en la novela Los recuerdos del porvenir, no es cuestión sólo de un análisis literario, sino de una delicada operación con guantes y bisturí, a través de la vida, pensamientos, actos y sentimientos de cada uno de los principales personajes femeninos. Cada una tiene su historia y sus razones, cada una es símbolo de acciones y reacciones.

La necesidad a que responde esta investigación, es la de reconocer en la literatura, manifestación artística y social de suma importancia para el desarrollo y trascendencia de la humanidad, la identidad de los mexicanos y sobre todo de las mujeres. Ver en la literatura, comunicación escrita, algo más que un objeto de arte o simple texto de librería, ver la creación, el espejo, la representación y la posibilidad de transformación de la identidad a través de la obra literaria.

Si la literatura maneja algo más allá de simples ficciones, se re-conocerá el valor que no sólo tiene leer, sino, leer entre líneas, entre signos y símbolos, la forma de descubrir en los textos la historia, la identidad, los lugares y los tiempos de la historia misma, de la conducta, de la estructura social.

La interpretación simbólica del análisis del texto, responde a "la necesidad de comprender... la dinámica misma con que se generan las estructuras que forman nuestro mundo de hoy." (Raúl Mora, 2002, p.39). Así, Los recuerdos del

porvenir, desde su indiscutida ficción, algo recoge de la identidad mexicana, que va dejando entre sus líneas un rastro a seguir.

Tener la posibilidad de observar a través de los ojos de los escritores reflejos de la sociedad, que desde la butaca y el escenario donde ven y actúan a diario, van recogiendo pedazos de lo que es la vida, nos brinda la oportunidad de comprender desde otro punto de vista el papel de la mujer.

Tener la oportunidad como Licenciados en Ciencias de la Comunicación, de utilizar las herramientas que nos ofrece la semiótica para leer, en este caso el texto literario, con el objetivo de ir más allá, de entender, comprender, identificar, comparar y reconocer, lo que el símbolo desnudo nos puede decir, nos permite tener mayores herramientas para movernos entre la estructura de la sociedad que es, en general, el campo de acción.

Dos son los sujetos que mueven a la sociedad, hombres y mujeres, y éstas últimas, mutiladas de diferentes formas, han movido a la sociedad sin lugar a dudas, a extremos que hoy parten desde la sumisión hasta la rebeldía absoluta. Este estudio se centra en entender la representación que de ellas se hace en la novela, Los recuerdos del porvenir, para conocer si la ficción da la posibilidad de percibir la realidad desde otro punto de vista, y así, utilizar la literatura y su profundo análisis como una herramienta que permita reconocer en ella el medio social en el que se desenvuelven.

La elección en particular de esta novela, responde más a un gusto personal que a alguna causa extraordinaria que el texto presente en sí mismo, que vale la pena aclarar, sí es un texto extraordinario por todo lo que representa y logra en el mundo literario, y parte de la investigación, ha sido descubrir en Los recuerdos del porvenir, la



genialidad de una escritora, mujer y mexicana, para representar en una simple historia de amor y odio, de cobardías y valentías, no sólo los diferentes roles que ejecuta la mujer, sino también, la historia mexicana.

El siguiente trabajo gira alrededor de los siguientes ejes: la representación de la mujer que hace la extraordinaria escritora Elena Garro en su obra literaria, *Los recuerdos del porvenir*, investigación realizada a través de un análisis literario y semiótico del texto, según Algirdas Julien Greimas.

Elena Garro y los recuerdos del porvenir

Soy Elena Garro, nacida de José Antonio Garro y Esperanza Navarro en la ciudad de Puebla el 11 de diciembre de 1917. En piedra me convertí, como mi personaje Isabel Moncada, el 22 de agosto de 1998, delante de los ojos espantados de mi hija Helena Paz Garro. Causé la desdicha de mi marido Octavio Paz, al igual que él causó la mía. No quise escuchar los consejos de mi padre quien sabiamente me advirtió de no casarme, porque creía que no era el hombre indicado para mí. Lo desobedecí y Octavio y yo nos casamos sin haber cumplido mis dieciocho años, únicamente cegados por el amor revuelto con admiración y envidia, que desde estudiantes sentimos el uno por el otro. Años después, esa mezcla de sentimientos se me convirtió en odio y rencor, cuando Octavio intentó cortarme las alas al pretender que dejara de escribir. (Landeros, 2007, p. 31)

Innumerables trabajos, análisis e investigaciones se han hecho acerca de Elena Garro y su obra.

Su historia de vida, generó y sigue generando, tanta curiosidad, que ha sido imposible reconocerla solamente como una genial escritora mexicana.

Su relación con Octavio Paz marcó tanto su existencia, que pareciera sólo haber una Elena subrayada por el antes, el durante y el después de Paz. Un Paz que fue la guerra completa de su vida, y que así como la catapultó para escribir, el sólo hecho de su nombre, la opacó como mujer y escritora, a tal grado, que pareciera imposible reconocer a Elena sin el típico: "¡ah, la mujer de Octavio Paz!". Hecho que sin lugar a duda la lastimó hasta la soledad y amargura casi absoluta.

Algunos han tratado de entender más a la persona que a analizar su obra. A través de su biografía, unos; otros, entre las líneas de sus textos van escudriñando a la Elena mujer y escritora.

Así, Virginia Careaga en su artículo, "Elena y sus recuerdos", nos cuenta el abuso que los reporteros cometieron contra Elena, aprovechando su ya muy escasa salud física y mental, para aventar declaraciones sin ton ni son, sobre el fallecimiento de Octavio Paz. De esta forma, nos introduce poco a poco, en la historia de su vida, y el recuento de sus obras.

De igual forma, Claudia Bernaldéz en, "Elena Garro, una partícula revoltosa", nos presenta a la Elena que sufrió la persecución del gobierno y de los intelectuales de izquierda, con motivo de los terribles hechos ocurridos el 2 de octubre de 1968.

Carlos Landeros, amigo de Elena de casi toda la vida, publica por su parte, "Yo, Elena Garro", un libro de entrevistas revelador y apasionante, que deja ver de cerca a Elena, no sólo como escritora, sino y sobre todo como ser humano, con sueños, amores, odios y frustraciones.



Por su parte, *Los recuerdos del porvenir*, su novela más reconocida, tiene el poder de hipnotizar, de tal forma, que a pesar de la versatilidad como escritora de Elena, es la obra que se pega a su nombre, y el nombre que se pega a su obra, sin posibilidad de reconocer a la una sin la otra.

El escritor René Avilés Fabila, en su artículo, "Elena Garro en *Los recuerdos del porvenir*", reconoce la grandeza de Elena Garro como escritora: "la mejor escritora que ha dado México luego de sor Juana Inés de la Cruz." (p.9)

De igual forma, en este artículo en general, Avilés saluda la aparición de "La memoria del tiempo", de Margarita León.

...un libro hermoso, agudo, inteligente y muy reflexionado sobre la obra maestra de Elena Garro, "Los recuerdos del porvenir." La novela... es laberíntica, múltiple en personajes, rica en estructura, magnífica en su prosa... es, a cada paso, una propuesta de lectura que a su vez es una propuesta de texto 'posible'. (p.9-10)

La literatura de Elena Garro pocas veces había sido tratada con tanta profundidad. Margarita León no sólo analiza, *Los recuerdos del porvenir*, también estudia otras obras fundamentales de Elena como, *Y Matarazo...* no llamó y *Testimonios de Mariana*. Más correctamente, se sirve de ellas para darle al lector una más amplia visión del mundo narrativo de Garro.

Por su lado, Bárbara A. Gunn, en su artículo, "Dos 'queridas', la ilusión y la realidad en *Los recuerdos del porvenir*", expone que, aunque la visión de Elena Garro en *Los recuerdos del porvenir*, en cuanto al gobierno revolucionario mexicano y la existencia del ser humano en general es bastante pesimista, dentro del contexto de la novela, y por extensión en el mundo que representa, todavía se pueden

identificar algunos momentos de posibilidad y esperanza.

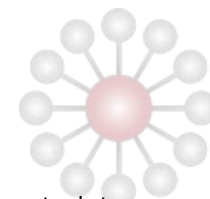
De igual forma, un análisis de las dos protagonistas femeninas de la novela, Julia Andrade e Isabel Moncada, ayuda a destacar algunos temas importantes de la historia y a esclarecer esta aparente paradoja. Para Gunn,

Isabel, la que se queda en el espacio circunscrito del pueblo de Ixtepec, representa la permanencia, la inercia, la inmutabilidad de la provincia mexicana. En cambio, Julia, la que logra "escaparse", representa la ilusión, la esperanza y la posibilidad de progresar, de cambiar, de empezar de nuevo. (2001, <http://www.utep.edu/rlmc/6gunnbarb.html>)

Por último, Ute Seydell, en su ensayo, "Memoria, imaginación e historia en *Los recuerdos del porvenir* y *Pedro Páramo*", realiza un grandioso análisis comparativo, entre estas dos novelas que definen sin duda alguna, la literatura mexicana.

Para Seydell, ambas novelas arrojan luz sobre los acontecimientos de la historia nacional desde una distancia temporal que permite reflexionar sobre el significado que tuvieron la revolución mexicana y la lucha contra los cristeros respecto del proyecto de crear una nación moderna, laica y mestiza.

Las diferentes formas de abrirse un espacio alternativo a la opresión imperante se manifiestan en los personajes femeninos... Julia la imaginación e Isabel transita entre el mundo de la imaginación y el ámbito del poder... Julia evaden al opresor. Julia logra, incluso, no ser contaminada en ningún momento. (p.77)



Análisis literario

La literatura tiene un papel fundamental en la creación y perpetuación de la cultura. Todas las culturas comienzan en las letras, en esa necesidad de expresar, pero, ¿qué hay ahí, entre esas letras? "...la literatura presupone un código de entendimiento entre el autor y el lector. Por eso, mediante el análisis metódico de una obra literaria, podemos averiguar la intención del autor." (Lynn)

Pero, ¿por qué es necesario averiguar la intención del autor? Porque una obra literaria no sólo esconde una historia, esconde además, "su historia", la del autor, la de una época, la del estilo, la de los personajes "ficticios", la de los lugares, y esa otra historia, es la que se lee a través del análisis, y es la que nos ofrece la riqueza completa de una obra literaria y su entorno.

La importancia de someter a la literatura a un análisis, es el cómo, "La interpretación literaria no nos permite contentarnos con los significados de las cosas y sucesos; nos insta a elevarnos al nivel del sentido". (López, 1993-1994) La lectura nos eleva, su análisis, nos permite volar. No sólo conocemos el terreno, conocemos y comprendemos qué hay en él.

Por otro lado, y a pesar de los diferentes autores o fuentes de donde provenga la información y la explicación para realizar un análisis literario, así como los puntos a analizar, que realmente es el único asunto en donde difieren ligeramente los autores, todos coinciden en la importancia de la literatura y su análisis. Entonces, ¿cuál el método, cuáles los pasos a seguir?

Sabemos que no existe –que no puede existir- un método o modelo único. Los resultados de un comentario de texto dependerán en cierta medida de la agudeza,

conocimientos y aptitudes del comentarista. Además, puede haber comentarios en los que predomine un enfoque gramatical, el sociológico, el ideológico, el estilístico... Pero sí es posible seguir un orden y partir de unos principios fundamentales para aplicar a cualquier texto literario... o por lo menos, a la mayoría de ellos. (http://clientes.vianetworks.es/personal/rescoto/files/tl_comentario_de_textos.PDF, p.2)

Estos principios fundamentales tienen que ver básicamente con investigar y analizar los siguientes puntos:

1. Autor
2. Contexto de la obra literaria
3. Narrador
4. Personajes
5. Tiempo
6. Espacio
7. Acciones
8. Estructura
9. Género

En conclusión, el análisis literario como un primer ejercicio detectivesco, en el que apenas la lectura en sí, es la pista a seguir, y el desgloce de cada una de las pistas ahí expuestas, así como su interacción, el hallazgo de una "verdad" que no pretende ser absoluta, sino que en el ejercicio de desmenuzar, va abriendo los ojos del lector a una realidad más amplia.

Los recuerdos del porvenir (Análisis Literario)

Aquí estoy, sentado sobre esta piedra aparente. Sólo mi memoria sabe lo



que encierra. La veo y me recuerdo, y como el agua va al agua, así yo, melancólico, vengo a encontrarme en su imagen cubierta por el polvo, rodeada por las hierbas, encerrada en sí misma y condenada a la memoria y a su variado espejo. La veo, me veo y me transfiguro en multitud de colores y de tiempo. Estoy y estuve en muchos ojos. Yo sólo soy memoria y la memoria que de mí se tenga. (Garro, 1963, p.11).

Y con el paso de la Revolución, Ixtepec quedó hundido en un montó de recuerdos de lo que fueron, de lo que serán y de sí mismos. Intocables en el pasar del tiempo, el pueblo / lugar, junto con el pueblo / gente, reconstruyen paso a paso los hechos que dejaron en la desdicha, no sólo a una familia, sino a todo un “pueblo”.

Es así como magistralmente, la escritora mexicana Elena Garro, en su novela, “Los Recuerdos del Porvenir”, nos narra paciente y apasionadamente la historia de los Moncada, de Julia, del General Francisco Rosas. La boca de todos y los ojos de nadie son los testigos, y cada uno, en su momento y tiempo preciso, nos cuentan.

El título, relacionado con el texto, y claramente opuesto en sí mismo, nos hace preguntarnos, ¿cómo es posible tener recuerdos del porvenir? Lo imposible se vuelve posible, lo ordinario, extraordinario, y así, en un tiempo estático, los recuerdos del porvenir, son todas esas voces dispuestas a contar su historia, dispuestas a dejar una huella, para aquellos que lleguen después.

El narrador principal de esta historia, extraordinario por ser el pueblo / lugar, pasa casi impalpablemente de la primera a la tercera persona, ya que se auxilia,

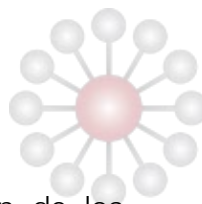
de lo que “dicen” los otros, el pueblo / gente.

El tiempo y el espacio se vuelven mágicos cuando es posible detener las horas, cuando es posible alargar la noche. El espacio mental, es el espacio aparte que permite conocer a los personajes desde las entrañas. No obstante, existen referencias exactas de un tiempo post- revolucionario, donde la guerra cristera, no sólo marca el porvenir de todo un país, sino que destroza la vida de un pueblo.

El espacio físico, por su parte, es perfectamente descrito: Ixtepec, calles, casas, plaza, iglesia, prostíbulo, cárcel, cada lugar es construido a la perfección. De igual forma, el tiempo que avanza prospectivamente, (avanza en línea natural), juega una y otra vez, zig zageando entre los hechos, los recuerdos y los perspectivas de cada personaje.

Los personajes por su parte, innumerables, son un pueblo: lugar, gente, que después de soportar la vejación, los maltratos y la humillación de un ejército hecho en el campo de batalla, al mando del General Francisco Rosas, hecho de igual forma, en medio del campo y a balazos, despierta del sopor, sólo cuando la Iglesia es tocada por estos truhanes, que reparten las tierras a los más ricos y que ahorcan siempre a los más pobres. Sólo así despiertan; sólo así se ve a la familia Moncada organizada juntos con otras familias, para rescatar al padre Beltrán; sólo así se ve a éste entrar en la casa de las “cuscas”; sólo así Isabel tiene la oportunidad de estar en brazos del tirano de su corazón; sólo así Julia Andrade y Felipe Hurtado, tienen antecedentes y algunas posibilidades en la magia que una noche infinita puede esconder.

Finalmente, la estructura de esta novela, que cuenta con una primera y segunda parte en el mismo libro, está dividida en cada uno de ellos, en pequeños capítulos que van tocado diferentes panoramas de la misma historia.



Descriptiva más que narrativa, "Los recuerdos del porvenir", juega entre la estructura AB OVO, (por el principio, lineal) y la IN MEDIAS RES, (por la mitad de la historia), sin embargo es cerrada, contando con un lenguaje altamente mexicano, entendible e innovador para las fechas en la que fue escrito. Éste nos deja viajar por la historia y por lo personajes sin tropiezos, y aunque tal vez nos podamos perder en algunas partes sumamente descriptivas e introspectivas, la acción nos devuelve al cause de la historia.

De igual forma, y ya por último, debemos hacer notar que lo poético de esta novela, se debe al extraordinario y auténtico uso del realismo mágico, que sin empalagar al lector, logra cautivar ciertos momentos en deliciosos espacio donde todo aquello que no puede ser, sucede sin duda alguna.

Análisis semiótico

Se debería comenzar por definir qué es la semiótica, pero como bien lo expone Herón Pérez Martínez, en la introducción de su libro, "En pos del signo: introducción a la semiótica", del año 1995, esto dependerá según el autor a través del cual veámos al signo. Sin embargo, se tomará como guía la definición que expone en este libro, y la semiótica será el "término general para designar la disciplina que se ocupa de cualquier asunto relacionado con el fenómeno de la significación". (p28) Así pues, se deja de lado esta discusión y se concentran los esfuerzo, "más allá del nombre, nos interesa la semiótica como una práctica analítica", (Pérez Martínez, p.20).

¿Por qué entonces ayudarnos del proceso de análisis semiótico propuesto por Greimas? "...es la más desarrollada", explica Pérez Martínez:

es aplicable no sólo a cualquier tipo de relato... los mecanismos de análisis...

descansan en la descomposición de los distintos elementos de que consta un texto... consiste en poner en evidencia el dispositivo productor del sentido, lo que sucede en el "interior" del texto. (p.220)

Este tipo de análisis, encuentra sus bases en la teoría del estructuralismo. Una estructura es un nivel de la realidad que existe más allá de los confines de las relaciones visibles entre los hombres, y cuyo funcionamiento constituye la lógica fundamental del sistema, el orden subyacente por el que puede explicarse el orden aparente.

En particular, las estructuras lingüísticas son las que más nos interesan. Lo que se debe tomar en cuenta, es como el estudio de las estructuras, sea la corriente que sea a seguir, (estructuralismo antropológico, marxismo estructural, posestructuralismo, etc.), trata de entender al individuo a partir de las estructuras que lo rodean, que lo forman o lo condicionan. Así pues, tenemos un mundo en el que las personas, así como otros aspectos del mundo social, están particularmente moldeadas por la estructura del lenguaje.

Lo que es visible es una realidad que esconde otra, una realidad más profunda, que se oculta, y el descubrimiento de esa realidad constituye el verdadero propósito de la cognición científica.

"En lo más profundo de nuestras relaciones humanas, está la necesidad de comprender, además de los símbolos que nos comunican unos con otros, la dinámica misma con que se generan las estructuras que forman nuestro mundo de hoy". (Raúl Mora, 2002, p.39)

La semiótica greimasiana, permite entonces descubrir las estructuras que constituyen a Los recuerdos del porvenir. La literatura es parte de las estructuras sociales, construyen y de - construyen el universo que rodea, a estos, los "personajes"



de la "realidad". La mujer aparece, articulada y desarticulada de las estructuras: hombre, iglesia, educación, familia, gobierno, etc., haciendo visible esa realidad – reflejo, que permite comparar, conocer y entender parte de la identidad de las mujeres mexicanas.

En particular se reconoce a las mujeres, por ser siempre éstas los personajes, reales o ficticios, más controversiales de la historia. De igual forma, se exponen en una época de la historia mexicana, que marcó cercanamente a los abuelos, éstos heredaron estas vivencias a sus hijos, y hoy los hijos de los hijos, de alguna forma, enfrentan las repercusiones de una época marcada por la violencia y la represión de militares y gobiernos; por la religión y la iglesia que siempre ha tenido el poder de mover o inmutar al pueblo mexicano; así como por el rechazo y el maltrato a su sangre madre: los indios.

una pequeña ventana y echar una mirada a lo que fue la historia mexicana, desde otra perspectiva y a través de los ojos de mujeres personajes.

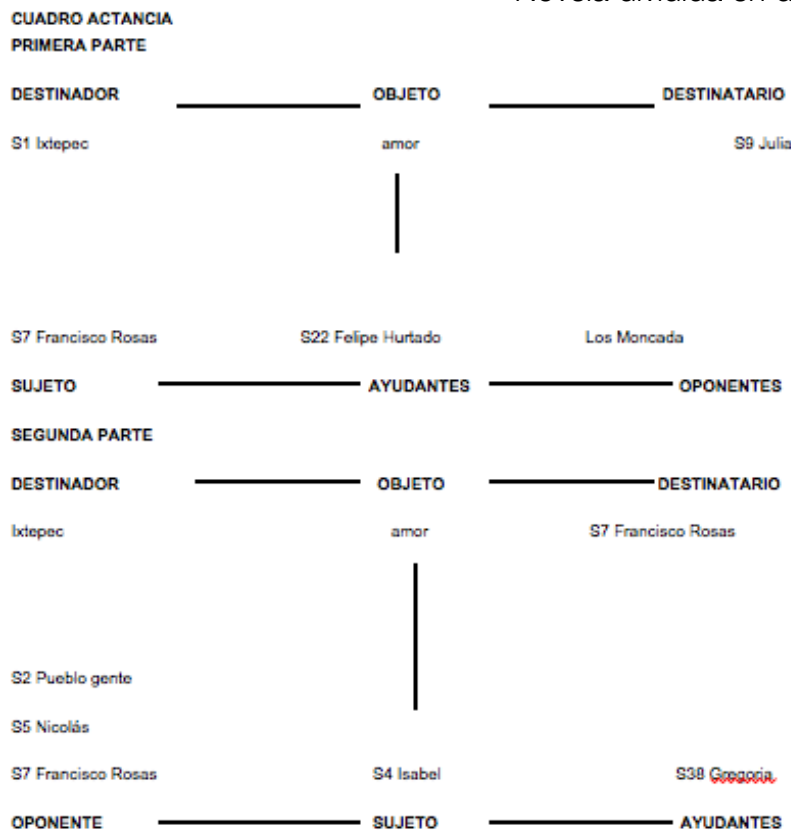
El análisis de esta obra literaria, permite conocer además, a la escritora y mujer, a la época, y sobre todo, al símbolo que cada mujer ficticia representa.

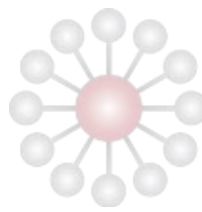
La representación de la mujer en Los recuerdos del porvenir

Y ellas,
 muchos más pobres que pobres,
 las más pobres entre los pobres.
 Partidas de un rayo,
 excluidas del cielo,
 vencidas de brazos,
 negadas a un vuelo,
 escondidas de todo,
 asaltadas de nada,
 tapadas de ojos,
 pobres y desheredadas.
 (Pobres – Pedro Guerra – Hijas de Eva)

Los recuerdos del porvenir, permite así, abrir

Novela dividida en dos partes; cincuenta





y dos personajes en total; dieciséis mujeres en acción, dos de ellas las principales detonantes de la desgracia de un pueblo, y un solo objeto del deseo: el amor, (figura 1). No obstante, la isotopía reinante en la novela, es el miedo.

Los símbolos que se contradicen, cuando analizamos a cada personaje femenino, son la cobardía o la valentía, (figura 2). Ellas se mueven entre estos dos extremos, a veces quedándose en medio.

Algunas son valientes como Julia e Isabel, por seguir sus convicciones sentimentales, que aunque las condena a un mal fin, les da la oportunidad de arriesgarse e intentarlo, y ser congruentes con ellas mismas.

Sin embargo, el miedo es la gran constante en los personajes femeninos que describe Elena Garro.

Todas, de diferente forma son mujeres con miedo. Al futuro, a la pobreza, a la muerte, a la sexualidad, a las consecuencias. El miedo las paraliza de tener alguna acción – reacción, y terminan por conformarse con lo que creen es su destino.

Algunas otras, se quedan tibias, aceptan con resignación su vida, su historia, y sólo esperan a que ésta haga lo suyo.

Conclusiones

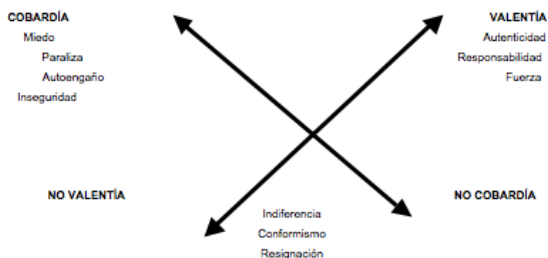
La representación de la mujer que se hace en la novela Los recuerdos del porvenir, y que ha sido desestructurada a través de un análisis literario y semiótico, es el de mujeres en general, llenas de miedo

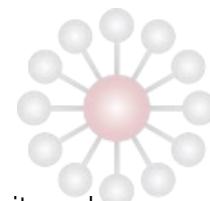
La educación que se ha dado a las mujeres, más allá de prepararlas para enfrentar la vida diaria, condiciona a través del miedo, dictando e imponiendo lo que debe y no debe hacerse. Y lo que debe y no debe hacerse, normalmente gira entorno a no estorbar a los hombres, satisfacer las necesidades de éstos, y dar hijos.

Las costumbres, tradiciones, normas, reglas y valores que rigieron a las mujeres del pasado, y de los que actualmente van quedando “rezagos”, castran al ser que quiere o desea hacer o decir. Sólo existe el deber y la secuencia de la vida a la que hay que acatarse sin cuestionar.

Sólo existen para ellas limitadas opciones de “desarrollo personal”: casarse, y si tienen la dicha, enviudar pronto, porque casarse enamorada no es un opción, es suerte, el matrimonio realmente es un contrato social, político y económico; otra opción, quedarse, literalmente, a vestir santos, y dedicar la vida a diferentes actividades eclesiásticas; o, ser putas, para las que tienen suerte, “queridas” de algún “militar”, para las desafortunadas, mujeres de todos y nadie, a las que no se cansará de ofender y discriminar.

El papel que la iglesia juega en la vida de estas mujeres, y en general en la vida de los mexicanos, es fundamental. El ritmo del calendario, las fiestas, las reuniones, los pecados, todo dictado directa o indirectamente por la “santa iglesia”. Es ella donde se refugian aquellas que no tienen más hombre que el sacerdote y más hijos que los santos. Es la





iglesia donde se encuentran pobre y ricos, indios y soldados, putas y ésas, las decentes.

Con cada personaje femenino, se rebela sin pudor el miedo. Unas a la muerte; otras, a la pobreza; a la vida, a ser ellas mismas. Las mujeres burguesas tienen miedo a romper las reglas en las que fueron educadas. Las putas y las queridas, ya se salvaron de ésa, sin embargo, la decisión que han tomado de lo que son, las marcará para siempre impidiéndoles dar marcha atrás. Tendrán que resignarse, aguantarse y esperar. Tal vez no tenga miedo al "pecado", ya se atrevieron a desafiarlo, pero sumergidas en la sociedad y suciedad en la que viven, totalmente dependientes de los hombres, porque sólo así se puede ser puta o querida, la resignación es la única opción, y, ¿no es ésta una forma de miedo? Hay que resignarse, porque no hay valor para cambiar la situación.

Por otro lado, ¿qué hay de las mujeres indias? Son las sirvientas de las casas, son las que andan descalzas y comen tortillas con sal, de las que se habla muy poco en la historia, para los pobres no hay lugar.

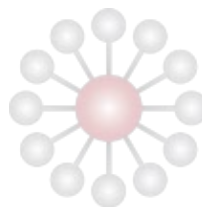
Sólo una de ellas resalta en la historia: Inés, que trabaja en la casa de doña Elvira Montúfar y Conchita. Es Inés, la que se hace novia del sargento Illescas, quien, por órdenes de sus jefes y como parte de un plan para encontrar al soplón que rebele lo que se traen los del pueblo, busca a la sirvienta, quien sin ton ni son, cuenta el chisme que anda en casa de las Montúfar.

En general así están las indias: en la cocina trabajando, chismorreando, comiendo. Andan por las casas como fantasmas, abriendo la puerta, haciendo el mandado. Silenciosas. No opinan sobre sus "hermanos" ahorcados, ese es el destino de los pobres.

Así, Los recuerdos del porvenir, permite echar una mirada a una época que va quedando bastante lejos. Entender a las mujeres del pasado, permitirá, no sólo entender, comprender y tener otra visión de la identidad como mexicanas, sino también, tener la oportunidad de experimentar a través de la lectura y el análisis otra época, que, como bien lo dice el título, son recuerdos del porvenir, del pasado, ese que persigue hasta convertirse en presente y futuro, porque aunque muchas cosas han cambiado en el tiempo, y la evolución de las mujeres hacia la liberación, es mucho mayor y notoria, la verdad sigue en el fondo, desde donde las manos del miedo, las mantienen ancladas al deber ser. Las pocas mujeres que se atreven a ser ellas mismas, a escuchar, decir, y hacer lo que de ellas realmente emana, son y siguen siendo juzgadas y castigadas.

Julia, aunque pintorescamente retratado como una romántica escapatoria, realmente fue asesinada. Isabel, convertida en piedra por los siglos de los siglos, quedará como recuerdo del porvenir para aquellas que se atrevan a desafiar y/o traicionar la costumbre. Las demás, las llenas de miedo, condenadas a la soledad y a la presencia infinita de ellas mismas, a la muerte y al abandono. Son ellas, Julia e Isabel sin embargo, las más parecidas, son ellas las más castigadas, porque son ellas las más atrevidas, las desafiantes, las enamoradas y transgresoras. Las dos terminan mal, tal vez Isabel más castigada que Julia, por traicionar a su pueblo, a su familia, a su Nicolás, por no ser correspondido su amor hacia el General Francisco Rosas.

Por otro lado, esas mujeres, en mayoría, tienen un dejo de valentía que debe reconocérseles. Enfrentadas a fuerzas a una época de extrema violencia -posrevolucionaria y guerra cristera-,



donde los hombres dominan los espacios, ellas, juntas, son las que logran organizar al pueblo, planear un escape e intentar engañar al General que ha agonizado sus vidas. Ellas, sin importarles clase o condición social, se unen y ejecutan. Son obedecidas por los hombres. Sin cuestionamientos o peros.

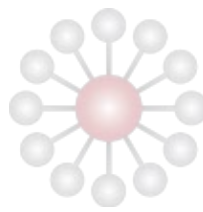
Sería fácil decir que esas mujeres son simplemente ficticias, pero como bien lo confiesa Elena Garro, "... como un homenaje a Iguala, a mi infancia y a todos aquellos personajes a los que admire tanto y a los que tantas jugarretas hice". Así pues, las mujeres de *Los recuerdos del porvenir*, una novela con toques de realismo mágico, viene a presentar, en específico, mujeres en cuyo análisis sale a relucir, el miedo, la cobardía, la valentía, la resignación, ello las mueve o las detiene, así se definen y por eso son castigadas, olvidadas o condenadas ¿no es esto, lo que ha marcando a las mujeres de hoy?

El fin de este análisis, no es sólo desentrañar el papel que representan las mujeres de Ixtepec, es, sobre todo, hacer conciencia de la necesidad de difundir el análisis semiótico y literario como una herramienta de diario.

El secreto que entre líneas esconden las lecturas, nos construyen día a día. No sólo es necesario el hábito de la lectura, sino también de su análisis escudriñador. Y sobre todo, si esos textos son de origen mexicano, ya que nuestra identidad e historia están plasmados mágicamente por los siglos de los siglos, dejando testimonio de quienes somos, no sólo como prueba de que existimos, sino también, para aquellos que vienen, son un documento a través del cual pueden ver y verse, leer y leerse, escribir, y lo más importante, re-escribirse.

Bibliografía:

- GREIMAS, Algirdas Julien. (En línea). Recuperable en: <http://www.monografias.com/trabajos13/trasemio/trasemio.shtml#ALGIRDAS>
- ANÁLISIS LITERARIO (En línea). Recuperable en: <http://www.cord.edu/faculty/gargurev/parte1.html>
- Cómo realizar un correcto comentario del texto. (En línea). Recuperable en: http://clientes.vianetworks.es/personal/rescoto/files/tl_comentario_de_textos.PDF
- ARGUETA, Manlio. (1996) La mujer en mis novelas. Ciclo de actividades extra-curriculares realizadas en el Centro de Estudios Brasileños ÓCEB. Recuperable en: <http://www.netcomsa.com/embbrazil/mujer.html>
- ASTURIAS, Miguel Ángel. (En línea). Recuperable en: <http://home.wlu.edu/~barnettj/Holding/99/kdunphy/Asturias.htm>
- AVILÉS, Fabila René. (marzo, 2005). Elena Garro en *Los recuerdos del porvenir*. Universo de el buhó. Año 6, No. 61. Recuperable en: <http://www.renevilesfabila.com.mx/universodeelbuhó/61/61avilesfabila.pdf>
- BERNÁLDEZ, Bazán Claudia. (junio – julio, 2002). Elena Garro, una partícula revoltosa. *Razón y Palabra*, Primera revista electrónica en América Latina especializada en tópicos de comunicación. No. 27. Recuperable en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n27/cbernaldez.html>
- CAREAGA, Virginia. (agosto, 2000). Elena y sus recuerdos. etcéter@,



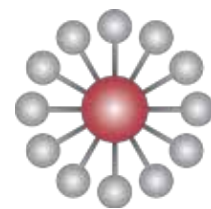
política y cultura en línea. Número 395. Recuperable en: <http://www.etcetera.com.mx/2000/395/vc395.html>

- COMSA, Mihaela. Elena Garro, personaje de su existencia. La Colmena, revista de la Universidad Autónoma del Estado de México. No. 45. Recuperable en: <http://www.uaemex.mx/plin/colmena/Colmena%2045/Aguijon/Mihaela.html>
- CUBA, Vega Lidia E. La minificción El mal poeta. (En línea). Recuperable en: <http://fayl.uh.cu/Documentos/Articulos/El%20mal%20poeta.doc>
- El método lingüístico. Biblioteca virtual: Miguel de Cervantes. Recuperable en: <http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/>

Sobre el autor

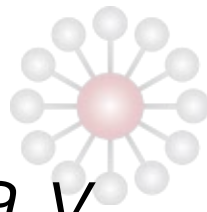
Lidia Aurora Almanza Orozco

- Fecha y lugar de nacimiento: 26/11/1980; León, Guanajuato.
- Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad De La Salle Bajío, ago. 99 - dic. 03.
- Investigadora en contenidos y Guionista; Colaboradora Editorial de la Revista Mensual de Programación y Asistente del Área de Relaciones Públicas y Mercadotecnia de TV4, Unidad de Televisión del Estado de Guanajuato, de dic. 03 a ene 05.
- Alumna de la Escuela de Escritores de la SOGEM, en Guadalajara, Jalisco, en julio – agosto 2005.
- Docente de Guionismo desde febrero 08 y Comunicación Escrita 3 – Literatura desde agosto 2008, en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UDLSB.
- Jefa del Club de Periodismo, proyecto de la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia de la UDLSB, desde marzo 2008.
- Maestría en Educación, 07- 09, titulación en proceso con el proyecto: “Desarrollo de estrategias de enseñanza – aprendizaje para resolver problemas de redacción en texto académico universitario.”
- Diplomado en investigación, 09-10.



Capítulo 5. Estudios Cinematográficos

Coordinadores: Mtra. Ma. de Lourdes López Gutiérrez
Mtro. Guilebaldo López López



Aproximación compleja y fractal a la realidad ambiental del planeta: el uso del documental como estrategia de comunicación ambiental

Rafael Tonatiuh Ramírez Beltrán
Universidad Anáhuac

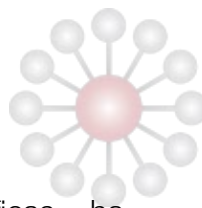
Resumen: La ponencia da cuenta de la experiencia y hallazgos de investigación que sobre el tema de cine y educación se han tenido en la última década en ámbitos educativos y relacionados con la comunicación ambiental. Se expresan las tres formas de relación encontradas: cinematográfica, comunicativa y pedagógica. Esta última relación es la que se explora en el presente documento, en particular la de estrategias didácticas, proponiendo usar el Documental cinematográfico, con temática ambiental, en forma didáctica, potenciando estrategias como la pregunta generadora, el estudio de caso y las redes conceptuales para una aproximación compleja a la realidad. Se proponen tres estrategias con ejemplos de documentales ambientales recientes susceptibles de ser aprovechados en diferentes partes del sistema educativo nacional como táctica educativa.

Palabras clave: Complejidad, Educación Ambiental, Estrategias Didácticas, Documentales

1.- Cine y Educación; entre pizarrones y fotogramas: algunas cosechas

Desde hace más de 14 años un colectivo de académicos nos hemos dado a la tarea de documentar los referentes educativos en el arte cinematográfico. Esta experiencia, que inició como auto esclarecimiento, ha generado, sin que casi nos lo propusiéramos, varios artículos, revistas monográficas, ensayos, investigaciones,

ponencias, conferencias y libros. Es justo dar cuenta en este encuentro, así sea a vuelo de pájaro, de los principales hallazgos de esta travesía, hasta ahora encontrados en este objeto de estudio que reconocemos genéricamente, como cine y educación:



- El contexto de lo indagado es necesariamente una civilización en vertiginoso cambio. Nos encontramos en una sociedad sin precedente en la historia, con mayor número de habitantes vivos de cualquier tiempo; urbana, occidental, con una centralidad tecnológica, pos-industrial, global, injusta, hedonista y simultáneamente poblada de imágenes hasta el límite. En este nuevo espacio social hay autores que no han dudado en definirlo como “videoesfera” (Debray, 1992) y otros como iconósfera. Lo anterior, necesariamente ha transformado vertiginosamente la forma de percibir el mundo. El planeta se desborda en imágenes cada día más inaprensibles, ante una multitud de espectadores diversos y efímeros.

- Son estos tiempos de exceso de modernidad o del desbordamiento de la misma (pos deber/sobremodernidad/ posmodernidad: según diversos esquemas teóricos), de cambio respecto de los lugares en los que se gestan los aprendizajes. Los espacios tradicionales de aprendizaje, como la escuela, se pasa a no- lugares como los medios de transporte, los supermercados, y otros espacios de anonimato como el cine. La sociedad se traslada del mundo real al virtual. El cine y la educación no son ajenos a estos procesos, al contrario, están imbricados complejamente en ellos.

- La relación entre el cine y la educación es por lo tanto compleja. El cine es una experiencia artística mundial e histórica; en todos los países y culturas ha pasado lista de presente y en el poco más de un siglo de su existencia, la contundencia de la gramática

de las imágenes cinematográficas ha documentado –en general– los sucesos de la humanidad. El impacto del cine en la sociedad es, sin duda, uno de los acontecimientos significativos que quedarán en la memoria de largo plazo del controvertido siglo XX.

- Del discurso cinematográfico se puede extraer un conjunto de valores, creencias, formas de ver el mundo que intentan imponerse como patrón de una conformación social y que, por lo mismo, convergen con el discurso educativo.

- La educación que, paradójicamente, violenta al hombre para civilizarlo (Fullat, 1997), cristaliza en los individuos los manifiestos dominantes de una cultura. Cine, cultura y educación se atan en forma múltiple. Convergen con diversos eslabones en el contexto actual de la sociedad posmoderna. La última cadena de esta articulación son los abrumadores proceso de globalización salvaje se ha trabajado en documentos anteriores, (La vida es mejor que la escuela, 1998, Maestra vida, 2000; Globalización, cine y educación, 2003) la triple relación que tiene como eje principal a los docentes y alumnos- espectadores; a saber:

1. Una relación cinematográfica: experiencias educativas que el docente y los alumnos viven y son recreadas en la práctica educativa manifiesta en el arte cinematográfico.
2. Una relación comunicativa: el docente y el alumno como espectador del cine.



3. Una relación pedagógica: el uso didáctico del cine en el salón de clases.

De estas tres problemáticas relaciones hemos desprendido las implicaciones de nuestro campo de análisis que observan al cine, en primer lugar, como una manifestación y proyección de lo educativo, esto lo nombramos: lo imaginario del cine en la educación. El segundo objeto de este campo es el que tiene que ver con como el cine retrata/ documenta/ exhibe/ crea/ recrea el hecho educativo, el cine es condicionado en algunos rasgos por lo educativo, pero también condiciona lo educativo a esto lo llamamos el imaginario de la educación en el cine. El tercero, y para los fines de este trabajo fundamental, es el uso con fines de aprendizaje que tiene el cine en la práctica educativa, a esto lo llamamos en tanto concreción pedagógica: el imaginario didáctico del cine.

En resumen: el cine educa aún sin proponérselo; el cine relata lo educativo; con el cine, intencionalmente, se puede educar. En este triple imaginario se ha desarrolla nuestro campo de conocimiento.

Hemos encontrado otras virtudes en este arte interdisciplinario: el cine ayuda a los procesos de integración social por lo menos en cuatro aspectos: socialización, a niños y adultos en las normas, obligaciones y privilegios de los grupos sociales; formación de la personalidad, muestra características de las otras personas consolidando mecanismos como la identidad y la proyección; fortalece el comportamiento colectivo ejemplificando las características especiales que adopta la gente en grupos; y permite el conocimiento de pautas culturales de un tiempo y espacio definidos.

El cine potencia el pensamiento, tiene la facultad de expandir la mente al posibilitar nuevo conocimiento, ilustra al mudo y sus costumbres, alimenta la fantasía, dota de representaciones sociales, fortalece o niega las ideas propias, genera actitudes hacia el entorno, aumenta la capacidad léxica, posibilita organizaciones cognitivas.

La exposición de los medios de comunicación en el ámbito de nuestras vidas personales representa un peligro potencial de banalización y homogenización de la cultura. Este aspecto de sus mensajes contribuye al despojo del mundo interior de las personas que, tradicionalmente, se ha construido mediante la experiencia reflexiva del aprendizaje (Jaim Etcheverry 1999; pag. 11)

Con relación, a nuestro tercer imaginario (el imaginario pedagógico) y en general al uso de medios audiovisuales en el salón de clase, desde la década de los cincuentas se experimentan acciones pedagógicas donde están involucrados éstos, sobre todo en el primer mundo. Una de las primeras formas de usarlo fue el caso de la capacitación de militares para la guerra. Unos años más tarde, en nuestro país, se desarrolla y concreta el proyecto de telesecundaria que fue, y sigue siendo, una posibilidad de llevar la educación media básica (más adelante otro tipo de nivel) a todos los rincones del país, incluidos los más apartados y las muy dispersas poblaciones de menos de cinco mil habitantes. No es materia de este estudio evaluar resultados de esta experiencia, pero sí hacer notar que la televisión es un medio criticado (no sin razón) por el carácter enajenante y evasivo que se manifiesta en los contenidos de la televisión comercial y que pudiera ser todo lo contrario, asumiendo un carácter educativo.



El contenido es lo que define al medio. Es justo repetir al gurú canadiense: el medio es el mensaje. Por eso lo que hay que analizar son los contenidos del medio.

La experiencia de la educación vía medios se intentó reproducir en los mismos años sesentas en países pobres, como instrumento que apoyará, sobre todo acciones de alfabetización. Estas experiencias tuvieron en común dos problemas: el aparente eterno conflicto de la capacitación adecuada de quienes operan estos proyectos (maestros, administradores, técnicos, etc.); y la inadecuada instalación y uso del equipo técnico.

Una década más tarde se comenzaba a extender el uso de los medios audiovisuales, sobre todo por la irrupción dominante de la tecnología educativa. Esta propuesta teórica tenía dos características generales (Porlán, 1996): la obsesión por los objetivos y el uso de estrategias e instrumentos diversos para la obtención de los mismos. Cabe destacar entre ellos las dinámicas grupales, el uso de diapositivas, material didáctico sofisticado, filminas, grabaciones, etc. El cine llegó a las escuelas en formato de 16 mm con ruidosos proyectores que milagrosamente servían.

Sin embargo, tanto el uso del cine, como el de los otros medios audiovisuales, no se generalizó en la escuela. Tampoco logró un cambio en las prácticas educativas. El tradicionalismo no abdicó con la llegada de la teoría sustentada por el conductismo. Ni este con la educación centrada en el alumno. Las prácticas educativas de los docentes hoy están sedimentadas y es difícil, desde la teoría, encontrarles una sola base epistémica o pedagógica.

Esta realidad escolar contrasta con el uso casi indiscriminado de los medios en la sociedad actual. Arévalo y Ojeda (2004) señalan categóricos:

Estudios recientes revelan que los niños pasan alrededor de cinco horas al día expuestos al televisor, el equivalente al tiempo diario escolar, con la diferencia de que no hay para el televidente fines de semana, días festivos o vacaciones. La televisión se ha convertido en un elemento importantísimo en la formación del individuo. Un somero análisis a la programación nos revela la escasez de contenidos educativos, culturales o científicos, con lo cual, la formación integral del individuo se encuentra en una enorme desventaja en esta desleal competencia.

Es indispensable reiterar que hay otros ingredientes que se pueden agregar a la seducción televisiva actual y a la de los medios en general(pensemos en el i pod, el Internet o los videojuegos: hay una gran cantidad de mensajes violentos que llegan sin ninguna mediación por parte de los adultos, a los niños y la niñas; hay una sobresaturación de mensajes comerciales que llegar a ser casi la mitad del tiempo de transmisión en el caso de la televisión, pero que está presente en todos los demás medios, incluida la internet. Hay una falta de regulación de las emisiones, lo que es agravado por la carencia de un contrapeso escolar informativo sólido. Sorprende por ejemplo en la discusión actual sobre la Ley de Televisión la ausencia de debate social sobre contenidos y elementos educativos que deberían tener obligadamente quien aspire a nuevas concesiones. O a manejar estas.

Los mass media, los audiovisuales, otras nuevas tecnologías y, por supuesto el cine, van a estar



entre nosotros, mutando ante nuestras miradas, por lo menos unas generaciones más. Lo que parece incomprensible es que todavía hoy, a más de 400 años de la aparición de la aparición del periódico, más 100 del cine y casi 60 de la televisión, la educación para los medios sea vista como una innovación y no se haya trabajado lo suficiente en la misma.

Por lo anterior, será inevitable, a nuestro juicio, que se tuvieran en cuenta cuatro consideraciones:

- o El reconocimiento de las instituciones educativas –sobre todo de los profesores, actores fundamentales del proceso educativo– de la presencia irreversible de los medios y su impacto en nuestras vidas. Esta presencia debe ser asumida en forma crítica y sin concesiones. Un ejemplo reciente; al teléfono celular en ámbitos educativos se le persigue y silencia, no se le analiza ni tampoco usa;
- o Se hace necesario crear estrategias, junto con los maestros para la apropiación no pasiva de los contenidos. Este discurso educativo aparece y desaparece de las discusiones teóricas sin arraigar en la cultura escolar. Se hace necesaria la formación de maestros para los medios.
- o El uso de los medios en el salón de clase deberá ser con fines de información, ilustración, investigación, caso práctico, formulación de hipótesis, exposición de ideas, introducción, análisis, conclusión de descodificación de significados. El cine en el aula no debe ser sólo pasa tiempo o llena tiempo. Debe servir para detonar discusión, no para rendirle culto a la imagen. Esto ayudará a respeto a las ideas

de otros y propuesta de enriquecimiento permanente por medio de la re-construcción en el grupo, visto siempre como un recurso didáctico dinámico.

- o El cine dada su característica de arte múltiple, es por incuestionablemente multireferencial; se puede analizar, la actuación, los diálogos, el mensaje, la fotografía, la música, el guión, la escenografía, etc. Pero en lo que nos queremos detener es que es una posibilidad de romper el pensamiento lineal, repetitivo, prescriptivo y memorístico, por desgracia todavía dominante en el sistema educativo nacional. Creemos que es particularmente el género cinematográfico documental una posibilidad de ir caminando hacia formas de pensamiento, abiertas, escépticas, que generen más preguntas que respuestas y que caminen hacia la complejidad. Esta evitada en el salón de clase y habitada cada vez más por los alumnos. Basta observar a un adolescente y el manejo y conocimiento eficiente de la tecnología para saber a que me quiero refiero.

En resumen, la impunidad de las imágenes y los sonidos de la diáspora actual debe ser enfrentado con la creatividad pro activa de su uso, aprovechamiento y crítica implacable en los colectivos escolares de los medios y en particular del cine.

Nosotros sostenemos, a pesar de lo anterior, que hay varias bondades que ofrece el cine como un recurso viable para ser usado por el docente y favorecer el aprendizaje al interior del aula. Por principio de cuentas, tendríamos que decir que el cine atrapa, enamora, recrea y seduce, una película bien narrada cinematográficamente



captura la atención del sujeto por medio de los diversos vehículos comunicativos que conjuga (imágenes, la estructura cinematográfica, sonidos, ambientes, lenguajes verbales y no verbales, la historia que cuenta, etc.). Acerca a lugares, objetos y ciertos acontecimientos que difícilmente podrán encontrarse al alcance de los alumnos. Con el cine se logra experimentar con estímulos tanto visuales como auditivos que posibilitan un mayor proceso de percepción.

El cine permite observar procesos que son más largos que la vida humana, identificar elementos sustantivos de ellos y vincularlos con las vivencias propias. Acerca al aula experiencias que suceden fuera de ella. De la misma forma, al exhibir una película al grupo –o ir juntos al cine - se establecen significados comunes respecto de algún tema, enriqueciendo además los vínculos afectivos entre los integrantes del grupo.

Es necesario tener en cuenta que el objetivo explícito de una cinta difícilmente es el de educar o apoyar el aprendizaje de un contenido o unidad temática. Los directores, productores y dueños de los medios se guarnecen el argumento de que esa no es su finalidad. Sin embargo, es cada vez menos sostenible que la influencia del cine es inevitable en la mente y la conducta de la humanidad. No de manera mecánica, si de forma compleja.

Por lo anterior es el docente quien asume el propósito de enseñar y a él corresponde también ubicar y resaltar aquellos aspectos relevantes y significativos del filme. Por otra parte, la socialización o intercambio de impresiones y opiniones que tengan los alumnos respecto del material visto no es prescindible en modo alguno para un educador comprometido. El espacio que

propicie este intercambio debe formara parte de la planeación y concedérsele suficiente importancia, en ello se pueden involucrar foros grupales o escritos breves de muy diversa índole.

Lo hasta aquí expuesto nos mueve a señalar algunas afirmaciones:

1. El maestro no usará el cine para enseñar en tanto no vea cine con ojos analíticos. Las películas deben ser mucho más que un pasatiempo.
2. El cine en la escuela sólo tendrá éxito cuando, además de un bagaje mínimo de películas, el docente profundice su profesionalismo como tal. Es necesario, como sosteníamos más arriba, también procesos formativos (cursos, capacitación, etc.) a este respecto. También es necesario investigaciones específicas al respecto.
3. Para introducir el cine en el salón de clases se tiene que tomar en cuenta varias cuestiones como: considerar las características de los alumnos, definir los propósitos y la relación con los contenidos, prepara las preguntas de mediación para el análisis y realizar una guía general de la sesión, tener claro los objetivos y estrategia a seguir.

Por su parte, son cuatro las formas que recomienda Acosta de introducir al cine como recurso didáctico, a saber:

- a) El cine como herramienta ilustradora un paisaje, época, biografía, un futuro posible o probable, una ubicación geográfica, o la resolución de un problema.



- b) Cine como herramienta de modelación. El cine provee modelos, ejemplos, referentes claros y tangibles, que pueden retratar hasta el concepto más abstracto.
- c) Cine como herramienta sensibilizadora: El maestro también debe trabajar aspectos emocionales y sensibles. Los problemas actuales de la sociedad (pobreza, deterioro ambiental, guerra/armamentismo, drogadicción, etc.). Se puede mostrar en el cine.
- d) El cine como herramienta cuestionadora en la crítica y la toma de conciencia el cine puede llegar a ser indispensable.

En esta última creemos que el cine debe servir para ayudarnos a explicarnos la realidad, pero tal y como es decir en forma compleja: como un entramado en el que los elementos no aparezcan separados sino que tiendan a relacionarse en forma diversa.

Pero con frecuencia este proceso es obstaculizado por la ideología.

Como argumenta Camarero (2002) la ideología está ligada básicamente a la representación, como sistema de representaciones (imágenes, mitos, ideas o conceptos) que existen y cumplen un papel en una sociedad concreta. En tal sentido toda película influye en el modo que el individuo tiene de percibir las cosas, influye en la concepción que tiene de sí mismo y del mundo que le rodea. Crea hábitos, normas de comportamiento, mentalidades, formas de vida, mitos en definitiva imágenes que constituyen la ideología.

El término ideología ha estado manchado por dos marcas indelebles. No es se reduce a las ideas

políticas ni tampoco se puede reducir a la falsa conciencia..

La ideología sería más bien un inconsciente vital que se segrega desde unas relaciones sociales, y que sirve para legitimarlas, convertirlas en lo “natural” y hacer funcionar así a esas relaciones sociales, configurando la individuación de cada vida subjetiva, desde el trabajo al beso al vestido.

Por lo anterior se hace inevitable una mirada crítica o alternativa que lleve a preguntarse no sólo que imagen estoy viendo sino a la vez sino que es lo que esta imagen quiere hacer conmigo.

Y puesto que la mirada que habla nos pigmenta la piel, nos hipnotiza, la única manera de defensa es el contraataque: ejercer el poder de nuestra propia mirada para intentar desbloquear todo el inconsciente que la pantalla destila. Establecer una distancia continua, que a la larga nos permita ver lo que hay detrás – o dentro- de la mirada que nos habla.

2.- La escuela y la fragmentación.

Durante las últimas décadas se ha hablado mucho de cómo la institución escolar (en general), siguiendo la racionalidad occidental dominante, tiene la tendencia a fragmentar el conocimiento con la justificación de facilitar los procesos de enseñanza. EL problema radica, en que sobre todo por la ausencia de generación de procesos de integración o articulación, los alumnos en el mejor de los casos sólo logran conocimientos parciales y aislados. No articula, no relaciona, no hay conexiones ni ocultas, tampoco evidentes. Es necesario, también didácticamente, posibilitar esta



acción hacía pensamiento complejo.

2.1.-En aula, un espacio ecológico

Hasta aquí hemos visto la relación cine y educación desde algunos elementos un tanto abstractos. Sin embargo: ¿dónde se concreta esta relación? Tradicionalmente el aula es definida como “el espacio didáctico en el que se lleva a cabo la mayoría de las tareas escolares (Chama Beristain: 2005)”. Desde esta definición podemos darnos cuenta que tal concepción considera sólo el aspecto físico dejando de lado otros muchos elementos que a pesar de no estar conscientes de ellos se presentan e influyen en los complicados procesos de enseñar y aprender.

Hoy la educación enfrenta un gran desafío puesto que “existe una contradicción entre problemas globales, interdependientes y planetarios y nuestro modo de enseñar y conocer cada vez más fragmentando, parcelario y compartiendo”, lo anterior nos lleva a pensar que se hace necesario implementar otras formas de acceder al conocimiento, y no me refiero a reformas de programas y planes sino a una reforma del pensamiento que tiene que surgir de la mente de cada uno de los maestros que se encuentre frente a su clase y que tenga la responsabilidad de formar niños, jóvenes o adultos, pues es un hecho que reformas van y vienen, planes y programas maravillosos se ponen en marcha y el resultado ha sido mas o menos el mismo. Como lo hemos venido señalando en esta nueva construcción de lo educativo en el siglo XXI el cine tiene mucho que aportar.

Para lograrlo hay que transformar, primero la manera de entender el aula escolar; verla como un espacio de posibilidades casi infinitas, más que de monólogos. En su interior se establecen diversas relaciones que le otorga un sentido ecológico, es decir, organizativo, político, contextual.

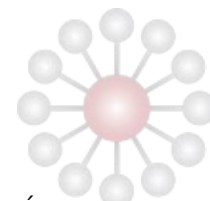
El aula entonces como nicho incluye una dimensión física que rebasa el salón de clases donde las relaciones que se establecen le otorgan una cualidad ecológica, es decir, la diversidad de actores que están presentes en una institución educativa y las relaciones que establecen son las que posibilitan la emergencia de un aprendizaje significativo.

Al refirme de los actores estoy considerando a todas aquellas personas que intervienen en el acto educativo, comúnmente se hace una separación entre docente y alumno, dicha separación proviene de la asignación de roles no intercambiables, el docente es el que enseña y el alumno el que aprende, sin embargo, concebir al aula como espacio ecológico significa dejar de lado esa posición dicotómica ya que más allá de cumplir con un rol especializado de docente y alumno hay seres humanos con todos los aspectos que los conformaban.

3.- La complejidad: una salida.

Es necesario en el salón de clase, la generación de pensamiento amplio y profundo y este se puede irse alimentando de los aportes de la complejidad.

Hay que recordar que un sistema complejo es una estructura compuesta por varias partes interconectadas o entrelazadas cuyos vínculos



entre ellas contienen información adicional y oculta al observador. Como resultado de las interacciones entre elementos, surgen propiedades nuevas que no pueden explicarse a partir de las propiedades de los elementos aislados. Dichas propiedades se denominan propiedades emergentes.

El trabajo del Documental cinematográfico en clase, ofrece pistas de para develar la red de conexiones invisibles de los hechos, por ejemplo, ambientales.

4.- El Documental: la diferencia de atrapar la realidad o asomarse a ella.

Aprovechando la metáfora de Cortazar si el cortometraje gana por nocaut, el documental siempre gana por puntos. El documental lo es más cuando cambia de posición para mirar, cuando se acerca o se aleja, cuando toma otro ángulo de lo que documenta, también cuando compara, cuando relaciona con fenómenos semejantes del presente o del pasado, cuando busca semejanzas o diferencias.

Los documentales tienen una primera tarea: retratar la realidad. El documental tiene como materia del trabajo la vida; plantas, animales, ecosistemas, personajes, hechos sociales recientes o históricos. Pero también con el sólo mostrar pretenden transgredirla. Cambiarla.

Para influir en este cambio el documental usa en diversa en proporciones las herramientas del lenguaje cinematográfico, que a lo largo del tiempo si han ido aderezando de las diversas tecnologías que va desarrollando la civilización; fotografía, sonido directo, zoom, ediciones,

animación, imágenes obtenidas por cámaras, videos, llamadas, etc. Sin embargo, creemos que la finalidad de todo esto es seducir y percutir al espectador para educarlo.

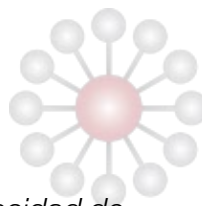
Todo el cine influye, y en mayor o menor medida es un vehículo ideológico por el que transitan pautas culturales, así como estilos de vida. Sin embargo ningún género cinematográfico esta tan interesado en influir en la educación del espectador como el documental. Nadie ve documentales sólo para entrenarse o pasar el tiempo, siempre hay una búsqueda atrás, una segunda intención en consumir de los mismos. El documental es en tal sentido una sumersión en la realidad, a veces es el barco, el equipo de buceo y el arrecife de coral

En estos documentales se hace evidente lo que intuíamos, de lo que sabíamos, en la primera capa superficial de conocimiento que teníamos sobre hecho o personaje. Aquí hay trabajo de complejidad: nos enseñan, recrean, comparten, posibilitan, guían y dejan ver el reflejo de una realidad poco humana y con frecuencia desencarnada, a veces indescriptible, a veces luminosa.

El documental es uno de los ejemplos más acabados de la intercomunicación: se conecta con documentos históricos, con tradiciones, con diversas lenguas, con múltiples culturas, con las más distintas expresiones formales o populares, con otros medios de comunicación.

Los documentales también ahora tienen una parte que se dirige a lo emoción a vivir una experiencia.

5.- El destino nos alcanzó. ¿Cómo que el clima se relaciona con la civilización?



Para contextualizar la problemática ambiental, en el presente apartado utilizaremos a Imanuel Wallerstein (2007) y los tres problemas que anota como obstáculos que superar la actual crisis planetaria dado que entenderlo resulta fundamental para comunicar ambientalmente. Es indispensable aclarar que, tal y como están planteados, nadie escapa, a los síntomas evidentes del Calentamiento global. Estos son estos tres obstáculos: los grandes productores industriales, la búsqueda de estándares de competencia en los países en desarrollo y el estilo de consumo actual.

Sobre la incontenible producción capitalista contemporánea y la dificultad para internalizar los costos ambientales a la economía Wallerstein, señala.

A los productores/empresarios les preocupa primero que nada obtener ganancias con sus actividades. Si uno les pide que internalicen costos que actualmente no tienen que pagar (el mejoramiento o limpieza de sus procesos de contaminación), esto afecta seriamente sus ganancias en dos formas. Primero, los fuerza a elevar sus precios, lo que puede ocasionar la eliminación de ciertos clientes suyos. Y si internalizan sus costos pero los competidores no lo hacen, pueden perder ventas que lograrán estos competidores.

De las economías emergentes o en desarrollo como las de la Europa del este China, o los países de la Cuenca del Pacífico y la imposibilidad de llegar a las metas de reducción de Co₂ del Protocolo de Kyoto, el autor destaca:

El segundo problema es precisamente el de la competencia internacional. Los países

más pobres buscan mejorar su capacidad de competencia en el mercado mundial. Una de las formas en que hacen esto es produciendo ciertos productos a un menor nivel de costos de tal modo que algunos artículos puedan ser comercializados a un nivel menor de precios. Si se ordenaran (digamos mediante algún tratado internacional) ciertos virajes en el proceso de producción (la reducción en el uso de carbón como fuente de energía), esto requeriría una costosa reestructuración de las industrias en esos países.

Durante décadas un cierto tipo de ambientalismo, tipo la ecología profunda, se limitó a señalar como culpables a esta gran producción industrial como los culpables de la crisis ambiental y de la emisión de gases de que provocan el efecto invernadero en la atmósfera de la Tierra. Wallerstein afirma que en el tercer problema todos tenemos un grado de responsabilidad.

Ustedes y yo constituimos el corazón del tercer obstáculo. Se le llama consumismo. A la gente siempre le ha gustado consumir. Pero en los pasados 50 años, el número de personas que podrían consumir más allá de cierto nivel mínimo de supervivencia se ha incrementado notablemente. Cuando llamamos a los individuos a consumir menos electricidad o potencia, o a consumir menos de los productos que requieren de estos insumos, estamos convocando a quienes ahora son consumidores a que cambien su estilo de vida, de modos significativos



6.- Los tres casos de documentales:

A continuación se da una breve descripción de los documentales y se propone una estrategia didáctica distinta para cada uno de ellos. Estamos seguros que no son la única forma de trabajo y que se pueden experimentar otros documentales y, por supuesto, otras intervenciones didácticas.

a) Los cosechadores y yo.

Documentada en primera persona, la obra y visión de Agnès Varda (Francia; 2000), es un retrato cercano, de relación de la autora en la misma obra de los cosechadores actuales, que ya no cosechan espigas de trigo- como aquellos cuadros realistas o impresionistas- sino de objetos/desechos/sin dueño. La autora no solo no evita sus juicios personales, sino que participa activamente aun con ideas propias, vinculadas o no con el tema- que le van surgiendo mientras filma.

El documental relata la vida de los modérenos pepenadores en Francia, recolectores, por ejemplo de papas o jitomates que no son aceptadas en el mercado por algún desperfecto natural o por que no alcanzaron el tamaño estándar.

Es también un relato de viaje. No sólo se esta en el campo, sino que se recorre el paisaje entero de Francia, de las ciudades a los ámbitos rurales. Descubre los intersticios y los bordes de una sociedad de consumo, que genera desigualdades y marginados que sobreviven entre el ingenio y la falta de opciones.

Mexueiro (2004) sostiene que en el discurso ambiental tarde o temprano se tropieza con la basura. El punto es el abordaje de la temática:

aquí se va de la reflexión filosófica, al arte, a la subjetividad de la pobreza. No es como en el caso de la muy notable obra de mexicano de Martínez Merling, (Pepenadores; 1989), ir al relleno sanitario a buscar a los seleccionadores de basura, sino más bien de verlos, en el mundo cotidiano, lleno de objetos y sujetos desechables en acción en un relleno más amplio que es la sociedad actual.

El uso didáctico que sugerimos de Los cosechadores y yo, tendrá que ver con una dinámica, de preguntas detonadoras alrededor de los siguientes tópicos:

- ¿Dónde va a dar lo que ya no usas?
- ¿Es visto a alguien recogiendo basura?
- ¿Hay un tamaño específico para cada fruta?
- ¿Este tamaño lo ha dado la naturaleza?
- ¿Sabes que es un pepenador?
- ¿Cómo se entiende en el Documental el término reciclar?
- ¿En nuestro país también hay gente que come de la basura?
- ¿Relaciona el documental con la forma en que consumimos?
- ¿Como son entendidas las antigüedades en el film?
- ¿Haz realizado un viaje como el que muestra el documental?



b) La pesadilla de Darwin (Sauper H.;Francia, Austria y Bélgica:2004)

Sobre *La pesadilla de Darwin*. El corazón de este relato es el aprovechamiento de la perca del Nilo procedente del Lago Victoria, en Tanzania en África; pero no es un documental del paisaje o del uso sustentable del recurso. Más bien al contrario es la historia de una red que se va conectando, mientras se desligan ante nuestros ojos el uso de los recursos naturales:

Cuenta la situación de 25 millones de personas que viven en los alrededores del lago, más de la mitad de las cuales se encuentra en situación de desnutrición. Muchos de ellos pescadores, o realizadores de la limpieza e industrialización de la perca, que no estará jamás en su mesa.

Narra también las verdaderas hazañas de los pilotos en aeroplanos, destartalados que llevaran este pescado a Europa, no sin antes haber convivido, en bares con prostitutas que ven ellos una de las pocas alternativas de sobrevivencia. EL paisaje se completa con niños de la calle y ejecutivos financieros internacionales.

Es la historia estrictamente ecológica de la introducción de una especie que alterara la dinámica de todo el ecosistema incluido al humano.

- La propuesta didáctica que se propondría sería el estudio de caso. Como se recuerda está técnica tiene la finalidad de enfrentar al alumno a la realidad, poniendo en juego su capacidad de conocimiento disciplinar previo, el análisis y comprensión de la problemática, así como la capacidad de expresar las ideas y aprender de la discusión, para tratar de llegar a proponer alternativas de solución,

considerando los elementos principales y los subordinados.

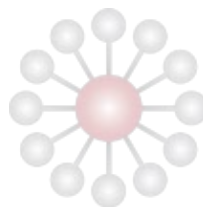
- Una pregunta detonadora sería: ¿Qué otros recursos naturales son aprovechados en forma semejante en los países pobres?

c) Una verdad incómoda (Guggenheim D. Estados Unidos: 2006)

Después del muy cuestionado proceso de elección a la Presidencia de los Estados Unidos de Norteamérica (2000), Al Gore, candidato demócrata vencido se dio a la tarea de recorrer su país y otras capitales del mundo dictando una conferencia sobre el cambio climático; las causas, repercusiones y posibles acciones para mitigar y en su caso disminuir la producción de los gases de invernadero en la atmósfera terrestre.

- El documental recupera el sentido crítico de cierta tradición de documental norteamericano, soportado científicamente las evidencias. Resulta tremendamente claro, por el uso de un gran número de recursos (desde la anécdota familiar a la animación, de la gráfica al dato duro y de ahí al chiste, del diagrama a la dramatización, etc.) sin perder jamás el escenario de la cátedra en la que parece sentirse muy a gusto.

- La recomendación pedagógica para este documental sería la creación primero individual y luego colectiva de una red conceptual. Una reconstrucción de los nodos, su conectividad y el análisis profundo de las propuestas que realiza el político, ahora ambientalista, para ver su factibilidad.



Finalmente de las propuestas que se hacen el concluir el documental, se debatirá en para ver su factibilidad y sus repercusiones reales en la sociedad y la naturaleza actual.

Propuestas final del documental y preguntas:

a) Preguntas sugeridas

¿Estás propuestas posibilitarán una naturaleza y sociedad mejor?

¿Son remediales o radicales los cambios que se proponen?

¿Cómo civilización: estamos en condiciones de llevarlas acabo?

Referencias:

Acosta V.W. (2000) Las ciencias sociales a través del cine. Aula Abierta. Magisterio, Santa Fe de Bogota, Colombia perativa Taller Abierto.

Arévalo, J. y Ojeda J. (2004). Riesgo Moral y Contratos: Cierta Evidencia: Dos modelos para el análisis de la industria de televisión en Colombia. Santa Fe de Bogota Colombia. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Economía.

Aparici, R. y García Matilla, A. (1987) Imagen, video y educación. Prólogo de Javier Arévalo Zamudio y Gerardo Ojeda Castañeda. Fondo de Cultura Económica, México.

Augé M. (1999) Antropologías de la sobremodernidad. En Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, junio, año/vol. II. Barcelona.

España.

Blanco J (2007) Al Gore y el calentamiento global. En La Jornada 31 de julio del 2007. México.

Camareno Gloria , 2002 (ed.) La mirada que habla (cine e ideología) Akal/ Comunicación, Madrid España.

Chama L (2005) Complejizar el aula. En Complejidad y transdisciplina: acercamientos y desafíos. Editorial Torres Asociados. México, Pág. 109 a122.

Debray R (1992) Vida y muerte de la imagen. Paidos -Barcelona, España.

Fullat. O. (1997) La peregrinación del mal. Planeta. España.

Gubern R (2000) Historia del cine. Editorial Lumen. España.

Jaim Etcheverry G (1999) La Tragedia Educativa, Fondo de Cultura Económica, México.

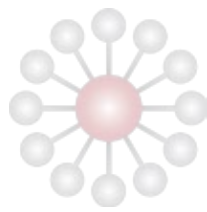
Jarvie I. C. (1978) El cine como crítica social. Ediciones Prisma. México

Meixueiro A y Ramirez T, coord. (1998) La vida es mejor que la escuela. Sociedad Cooperativa Taller Abierto. México

----- (2000) Maestra vida. Sociedad Cooperativa Taller Abierto. Centro de Estudios superiores en Educación. Universidad Pedagógica Nacional. México

----- (2003) Globalización, cine y educación. Sociedad Cooperativa Taller Abierto. México.

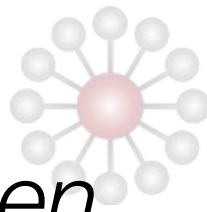
Porlán R (1996) Cambiar la Escuela. Editorial La Plata. Magisterio del Río de la Plata- Buenos Aires.



Wallerstein (2007) Desastres climáticos: tres obstáculos para hacer algo. En La Jornada, del domingo 22 de abril del 2007. México

Sobre el autor:

Rafael Tonatiuh Ramírez Beltrán. Profesor investigador del Centro de Estudios para la Comunicación Aplicada. Facultad de Comunicación. Universidad Anáhuac.



El análisis sonoro en “Mil nubes de paz cercan el cielo” de Julián Hernández

Noé Santos Jiménez
Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco

El estilo del director

Julián Hernández es egresado del CUEC y director de teatro, ha realizado varios cortometrajes como: *Hubo un tiempo en que los sueños dieron paso a largas noches de insomnio (1998)* y *Por encima del abismo de la desesperación (1996)*. Por su opera prima *Mil nubes de paz cercan el cielo (2003)* recibió el premio Teddy Award al mejor largometraje del LIII Festival Internacional de Berlín y el premio al mejor director de la XVIII Muestra de cine mexicano de Guadalajara, así como el premio al mejor director en el Festival Internacional de Turín de 2003. También recibió el Ariel al mejor guión y el premio por mejor ópera prima en el Festival de Lima por la misma película.

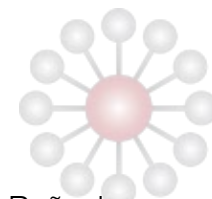
Su siguiente película *Cielo dividido (2007)* fue presentada en el Festival de cine de Berlín del 2006 y en la Muestra de cine de Guadalajara en la cual compraron los derechos para su distribución y exhibición para Estados Unidos y Europa, con lo cual inmediatamente recuperó su inversión. La película se estrenó en las salas mexicanas el 7 de septiembre de 2007 con diez copias.

El cine de Julián Hernández presenta varios puntos

que coinciden con el cine de *experimentación* como son: una propuesta de expresar el sentido de lo que se cuenta a través de las imágenes sin la necesidad de que los personajes hablen. El trabajo con los actores busca explotar al máximo su fotogenia y miradas; el cambio de tiempo en un mismo plano; la utilización del plano secuencia en toda la película; así como la utilización de encuadres simbólicos y la mezcla musical de diversas procedencias, entre otros muchos, son aspectos con los que al realizador le gusta de innovar en sus filmes.

Julián Hernández como cine de autor

Un cineasta es aquel que tiene un proyecto e intenciones particulares por hacer una película. Aunque sin duda influye su personalidad debido a que selecciona determinados temas, maneras de contar y técnicas específicas. Además de que tiene claramente una visión de lo que es el cine y la finalidad que el medio tiene. El cineasta está ligado al mundo social y trata de mantenerlo o de cambiarlo, quiere crear determinados sentimientos e ideas en los espectadores con la finalidad de influir de determinada manera. En



este trabajo nos preguntamos ¿Cuáles elementos formales sustentan sus filmes? ¿De dónde parten para elaborar su obra? Sin duda cada película resulta particular, pero se pretende encontrar ciertas afinidades conceptuales y estructurales a la manera de Jacques Aumont y su libro *la Teoría de los cineastas (2004)* en el cual plantea lo que significa ser un cineasta.

Para Claude Chabrol uno de los principales representantes de la *Nueva Ola Francesa*, “un cineasta sólo merece ese nombre cuando sabe lo que hace”, es el que reflexiona en cómo está realizando las películas, en su oficio y en el cine.

Los cineastas también reflexionan acerca del arte cinematográfico y consideran artística la obra cuando existe una intención clara por producirla y según ciertas intenciones particulares que se expresan en la forma y el contenido. Es decir, cuenta con un proyecto y éste no se da por casualidad; se entrelaza, por supuesto, con un largo proceso creativo y una poética con respecto al cine. Existe toda una toma de postura sobre los elementos que trabaja y la manera en que estos serán utilizados. En este caso principalmente a aquellos que corresponden con la imagen, el sonido y el montaje.

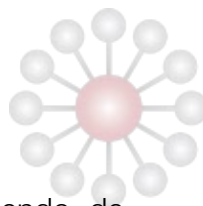
Estas intenciones se relacionan con una personalidad clara y definida, por el cineasta que sabe a la perfección lo que está haciendo y lo inscribe dentro de un proyecto de carácter cinematográfico. Durante mucho tiempo, el *autor* fue intocable y toda una crítica *auteriste* (teoría del autor) sintió gran empatía y fusión sentimental por determinados directores: Truffaut con Hitchcock, Bazin con Welles, Rohmer con Bresson, y en el caso de México: Emilio García Riera con Arturo

Ripstein, Tomas Pérez Turret con Luis Buñuel y Gustavo García con Roberto Gavaldón. Pero más recientemente, Jorge Ayala Blanco ha defendido los filmes de Julián Hernández dentro de esta categoría.

El cineasta, por otro lado, es reconocido por una institución por tener un proyecto personal y por inventar nuevas formas cinematográficas. Se diría que es el que ha realizado o se encuentra escribiendo la historia del cine. Algunos de ellos los podemos catalogarlos como *teóricos* como: Eisenstein, Rivette, Godard, Truffaut y Pasolini, entre otros muchos, que han teorizado acerca de sus películas, de las de otros directores afines o acerca del cine como dispositivo y lenguaje. Estas teorías muy copiosas o apenas entre líneas, dependiendo del caso, sin lugar a dudas influyen en el resto de los cineastas, ya que forman parte de la cultura y de los saberes de los cineastas. Fassbinder influye en Julián Hernández y en Almodóvar; Eisenstein en Greenaway; Buñuel en David Lynch, etc. Se crean líneas de continuidad, correspondencias, cruces e inquietudes similares entre unos y otros cineastas. De ahí la importancia de una(s) teoría(s) propiamente de los cineastas, es decir, de aquellos directores que realizan películas y que les interesa *teorizar* sobre el trabajo que están haciendo y los medios para producirlo.

Al respecto, Ayala Blanco caracteriza el filme de *Mil nubes de paz cerca del cielo*: “Se trata de distinguir, captar y capturar en un mismo ensayo de fotogenia urbana, de manera natural, el mundo interior y universo exterior, la técnica subjetiva y el despliegue objetivo.” (Ayala, 2006, p.308)

Para Jacques Aumont: “Otros artistas piensan que



el arte es eso que produce ciertos efectos que sólo él es capaz de producir. Efectos emocionales y estéticos: el cine deslumbra o seduce a su espectador como ninguna otra forma de arte. Efectos sociales e ideológicos: el cine convence, informa (en el sentido literal del término: da forma). Veremos como muchos cineastas se preocupan por tales efectos, y en especial por los efectos colectivos, hasta alcanzar un pensamiento político: de todas las artes, el cine es incontestablemente el menos aislado de la realidad social y, por más que en nuestros días otros medios lo hayan superado en influencia ideológica, buena parte de su actividad teórica sigue encaminada a sopesar sus poderes (y, llegado el caso, sus deberes) de ciudadano". (Aumout, 2003 , p.13)

Sin duda alguna Julián Hernández en sus películas siempre se ha preocupado por los "efectos emocionales", al tratar el tema de las relaciones entre la pareja, en relación con la memoria y los recuerdos. Pero tampoco, el director ha dejado de olvidar los efectos ideológicos y sociales. Acerca de *Mil Paz de paz cercan el cielo* el director ha declarado: "Con el tiempo he llegado a definir un poco qué es lo que me interesa del cine. Por supuesto, conmover y hacer llorar al público, ya siendo extremista. Mi ideal es este tipo de cine de cámara infalible de los años cuarentas, que lograba la identificación directa con el público, el cine de Emilio Fernández.

En este sentido he logrado definir mi forma de trabajo, como un modo de distancia-afección. Esto es, conseguir en el espectador una visión distanciada y después un acercamiento emotivo." (Mora, s/f, p. 133)

Estos efectos emocionales, políticos y estéticos

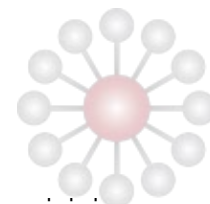
varían de un cineasta a otro, dependiendo de sus inquietudes personales, sus necesidades expresivas y su compromiso político. Por ejemplo, *Porcile* (1969) de Pasolini, no puede entenderse sin una clave política. En cambio, *Pauline en la playa* (1983) de Rohmer se relaciona la pintura impresionista y el cine, por lo cual hay que ubicarla dentro de una preocupación de carácter estético. Mientras que *Psicosis* (1960) de Hitchcock se interesa por el juego de la identificación entre el personaje y el espectador (es decir de los efectos emocionales). Pero ¿Cuáles son las características formales que se utilizan en *Mil Nubes de paz cercan el cielo*? En esta pregunta es qué es que centraremos nuestra investigación.

La obra de Julián Hernández

En la reciente entrega de premios Teddy Award dentro del Festival de cine de Berlín se le concedió a Julián Hernández el premio del jurado por su película *Rabioso sol rabioso cielo* (2009) declarando que se le entregaba debido a "su visionario uso de la fotografía el color y el sonido; así como por el manejo de los mitos antiguos y su yuxtaposición con la moderna urbanidad."

Julián al recibir el premio dijo -en video de youtube- tengo dos películas y dos premios Teddy, recibir este premio realmente te cambia la vida.

Estas palabras de los miembros del jurado resumen acertadamente el *estilo* de Julián Hernández el cual en sus filmes le gusta de experimentar con la imagen y del sonido, esto elementos ya están presentes desde su primer filme *Mil nubes de paz cercan el cielo* (2003). En el cual el tema central es el tema del amor de un muchacho de diecisiete años (Juan Carlos Ortuño) que tiene unos breves



encuentros con Bruno (Juan Carlos Torres) otro hombre del que solo sabe que vive en Ciudad Azteca. Cuando éste promete que se encontrarán como en otras ocasiones y no llega. Gerardo lo esperara varios días junto a un puente cercano al tren ligero de la Línea B. El lugar resulta importante ya que es el oriente de la ciudad de México una zona densamente poblada y con pocos recursos económicos, cercana a ciudad Netzahualcóyotl.

Gerardo trabaja en un billar precisamente el lugar donde conoce Bruno y el cual también había conocido a varios de sus amantes ocasionales. Un día su jefe le entrega una carta de Bruno en la cual le informa que lo deja debido “a que no quiere hacerle daño”.

Gerardo seguirá buscando a Bruno junto al puente donde se encontraba con él, en el metro de Ciudad Azteca y en el billar del centro en el cual trabaja.

El filme se convierte en sí mismo en una mirada subjetiva acerca de la búsqueda del amor perdido, de los recuerdos de ese amor fallido y de la decepción que sufre Gerardo el cual es incapaz de comunicar sus sentimientos con su madre y a sus amigos cercanos. Esta historia se enmarca en un amor de personajes marginados que para el crítico Jorge Ayala Blanco supera por mucho a películas como *Perfume de violetas* (2000), *Amar te duele* (2002), *Ciudades oscuras* (2002) y *Sin destino* (1999) en cuanto a su visión de las clases más desprotegidas. (Ayala, 2006, p.303-306)

Otra característica que también menciona el propio Julián Hernández es el tratamiento de la ciudad de México no como algo bonito sino como una ciudad mal trazada, con un crecimiento incontrolable, llena de calles oscuras y con basura. Así como exceso de automóviles, caos vial en el que sobresale el

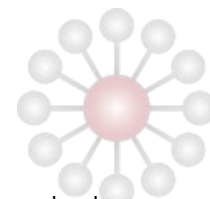
Metro de la ciudad de México y los municipios cercanos del estado de México lo cual por otro lado, constituye una *frontera invisible* entre la ciudad con recursos culturales y económicos y la zona oriente del Estado de México con un desarrollo menos intenso.

La utilización sonora

Respecto al sonido de su película *Mil nubes de Paz cerca el cielo* el director ha declarado: “El sonido está construido desde la perspectiva de los personajes. En el caso de *Mil nubes...*, del protagonista se trataba de hacer presente el mundo interior del chavo, que aparentemente era poco visible en su perpetuo deambular, como de autómatas, por toda la película. Era hacer identificable su espacio sonoro, todo aquello que escucha el protagonista en su obcecación. El sonido no es en absoluto realista. Sobre todo estaba construido con la finalidad de hacer existir. O dotar de personalidad, al espacio fuera de campo. Queríamos que el espectador, al ver la película, reconociera la Ciudad de México a través del sonido. Que reconociera los sonidos de la ciudad.” (Mora, s/f, p. 137)

El Cine de Julián Hernández se caracteriza por el marcado tono subjetivo de sus imágenes y de sus sonidos por lo que se ha hecho acreedor a dos veces del premio Teddy del Festival de Berlín. Sin embargo, la parte sonora ha sido poco estudiada dentro su filmografía. Tratemos a continuación de desglosar un poco el manejo sonoro en su filme *Mil nubes de paz cerca el cielo* (2003).

Para lo cual analizaremos los siguientes aspectos diálogos, ruidos, música, canciones, voz en off y la utilización del sonido subjetivo.



1. En el primer punto de los **diálogos**. Son escasos en comparación con otras películas debido a que el director le gusta apoyarse en las acciones de los actores y sus gesticulaciones. En el caso de *Mil nubes de paz cerca del cielo* los diálogos más que ser pronunciados por el personaje principal, éstos son declarados por las personas que encuentra y conoce en su recorrido lo largo de la ciudad. En una *secuencia* llega a un restaurante y es la mesera la cual se encarga de contarle acerca de su embarazo y de su trabajo. A una mujer que conoce en el puente ella le cuenta acerca de su vida en pareja y como se pasa esperando a su novio y de las esperanzas que tiene de que algún día regrese. Cuando va a visitar a su madre que trabaja en un mercado ella es la que lo regaña por no estudiar y andar de vago con sus amigos, ante lo cual Gerardo permanece en silencio sin mencionar una sola palabra. En general se puede considerar que Gerardo presenta más un papel del que escucha (*narratario*) que de narrador de su propia historia.

2. **Los ruidos** están presentes todo el tiempo en el filme desde la primera secuencia en la cual Gerardo se encuentra realizando el sexo oral a un desconocido dentro de un automóvil en el cual podemos escuchar algunos gemidos.

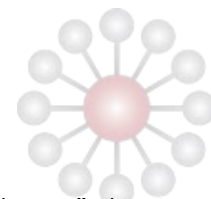
También existen varias secuencias dentro de las cuales los ruidos son de suma importancia como sería el caso de la secuencia en que Gerardo va a buscar a Bruno a la estación del metro de Ciudad Azteca y lo más

importante es el *ambiente sonoro* de los ruidos del metro, las personas, las combis y camiones afuera de la estación. Estos ruidos caracterizan un estado claustrofóbico y, a la vez, el estado subjetivo de Gerardo que se encuentra perdido en un espacio el cual no conoce.

Los ruidos también son de suma importancia en los momentos que Gerardo espera la llegada de Bruno afuera tren urbano de la línea b, en la cual el pasar de los automóviles marca con gran fuerza el *espacio sonoro* de la ciudad de México.

Otra secuencia construida a partir de solamente ruidos es cuando Gerardo camina por el Eje Central en busca de un disco mientras la imagen nos muestra un puesto de periódicos que indican las noticias amarillistas y la gente que camina aglomerada por las calles. En un plano posterior la Torre Latinoamericana queda atrás de la cabeza de Gerardo en un claro homenaje a Luis Buñuel en su filme *Los Olvidados (1950)* cuando Gerardo camina por el Eje Central tal como lo hacía el Jaibo.

3. **Música** es utilizada en muy pocas ocasiones y sólo es con la finalidad de marcar aquellos momentos que importantes dentro de la película. Existe una *secuencia* en que toda esta la música es montada con un tema de música clásica y es cuando el anda caminando cerca de una avenida y Gerardo se encuentran con un desconocido. Se cruzan se miran y Gerardo lo sigue hasta atrás de una fábrica, Gerardo considera que es para tener un encuentro sexual furtivo, pero el desconocido lo golpea violentamente



en su cara y cuerpo.

4. **Canciones.** Al igual que la música estas son escasas y solo se utilizan dos temas el primero es uno de José José titulado “Gente” al principio de la película en la cual se nos presenta el paisaje urbano de la ciudad de México: llena de edificios y de zonas marginadas como calles oscuras o aquellas calles que son utilizadas como basureros. La ciudad es uno de los temas principales del filme como el director ha declarado estéticamente el filme no quiere mostrar una ciudad agradable sino por lo contrario la aglomeración de edificios, publicidad, automóviles y vías rápidas que casi hacen imposible el que se pueda habitar. Y los contrastes entre el blanco y el negro son muy marcados en una fotografía ausente de color.

Otro tema de suma importancia es el tema de “Nena” de la cantante española Sarita Montiel de su filme *el Último cuplé, Orduña (1957)* que hace referencia a un amor trágico entre una cantante y un torero. Este tema aparece en los momentos de felicidad con Bruno que se escucha en el televisor de un café de chinos del centro de la ciudad de México. Después Gerardo va a buscar el disco a un mercado de viejo, también se escuchará cuando llega a su cuarto y recuerda a Bruno; y en varios momentos más éste tema es clave pues funciona como el *leit motiv* de la película y marca el estado emocional y melodramático del personaje de Gerardo.

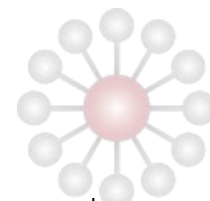
Hasta la mujer que conoce en el puente se deprime y recuerda a su pareja escuchando el mismo tema.

El tercer tema es un tema pop “Mirame” de la cantante Natalia que aparece justo al final de la película y que abarca toda la secuencia de créditos. Y que contrasta de manera muy evidente por la ausencia de música y canciones a lo largo de todo el filme.

5. **Voz en off.** Este es un recurso bastante utilizado a lo largo del filme y es de suma importancia ya que acompaña a la imagen para crear un *tono subjetivo* a lo largo de la historia. Así como para unir el tiempo pasado con el presente en una *secuencia* se ve salir a Gerardo mientras Bruno lo espera. Pero la *voz en off* corresponde a un momento anterior de un pasado cercano.

También la *voz en off* se escucha en momentos del filme cuando conocemos fragmentos de la carta que le dejó Bruno a Gerardo y que son sólo breves frases sin que el espectador conozca el contenido completo de dicha carta.

6. **Sonido subjetivo** la utilización subjetiva del sonido funciona de que en muchos momentos estos son escuchados a través del personaje de Gerardo. Además de que una misma secuencia se pueden combinar varios elementos sonoros simultáneamente. En una secuencia Gerardo se mira al espejo, se desnuda y toca el cuerpo, escuchamos el tema de “Nena” mientras la cámara realiza un *paseo* y pasa por la portada del disco hasta llegar al cuerpo de Gerardo que se encuentra en la cama masturbándose para terminar con un fragmento de la carta leída por Bruno. La combinación de varios elementos sonoros



contribuye de sobremanera a crear el *tono subjetivo* del relato.

Hasta ahora momento hemos hecho una explicación general de cuál es el funcionamiento de los elementos sonoros, pero convendría explicarlos más particularmente dentro de una *secuencia* particular de la película. La *secuencia* que he seleccionado es la secuencia final en la cual Gerardo se encuentra en un puente cercano a su casa.

Esta *secuencia* guarda una estrecha relación con otra anterior en la cual él se encuentra en el mismo puente un poco más tarde y la cámara le da un *travelling circular* a Gerardo mientras que en sonido se escuchan en primer plano los ruidos de la ciudad y escuchamos el *sonido subjetivo* de un latido del corazón.

En esta *secuencia* final a partir de una hora 12 minutos. Gerardo entra corriendo cruzando el puente al lado pasan varios automóviles. En cuanto a *sonido* se escucha que busca un papel en su bolsillo, se agacha y encuentra una hoja sin nada escrito. La cámara lo toma en un *ángulo contrapicado* y él está completamente hincado los *sonidos* de la calle y de la gente que pasa están todo el tiempo presentes.

Se levanta desilusionado de no haber encontrado lo que buscaba, los *ruidos* siguen presentes tales como: el cantar de un gallo, los ladridos de perros, su caminar, camiones que pasan, la hoja de papel la cual arruga. Estos *sonidos* nos contextualizan en un *paisaje urbano* de la ciudad de México que apenas comienza a amanecer. Esto se comprueba porque la calle se muestra poco concurrida de personas y vehículos.

Gerardo se levanta y camina apoyándose en el puente, la cámara realiza un *dolly in* como

una indicación del *sujeto narrador* de que algo importante está a punto de ocurrir. Gerardo se queda completamente de espaldas y al fondo se mira una serie de edificios y casas completamente aglomeradas con la luz del día que apenas está amaneciendo. Entra la *voz en off* de los recuerdos subjetivos de las personas con que Gerardo ha estado estado a lo largo de las últimas semanas. La primera voz en escucharse es la de su madre que le dice:

“Como has crecido hasta pareces otro”

Después la de su amigo que menciona:

“Sabes dónde encontrarlo”

Después el de una mujer que le dice:

“Veras un día cuando ya no lo vas a recordar

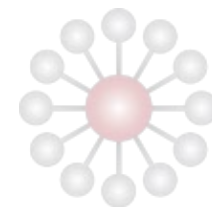
Y la voz de otra mujer:

“Esto no puede durar”

El de su amiga la mesera:

“A mí no me engañas. Se te ve en los ojos eso es amor.”

Mientras en la imagen realiza un *paning circular* bastante rápido pasa por todos los edificios y el puente, hasta encontrar otra vez con Gerardo. Cuando regresa con Gerardo se encuentra en tres cuartos y ríe. Este recurso de la utilización la *voz en off* en los recuerdos más importantes del personaje con los conocidos los cuales le dan algún consejo ha estado ha sido utilizado desde el *cine clásico* para resaltar momentos de importancia dentro de la historia. Pero aquí, coincide con la subjetividad del *sujeto enunciator* que realiza el *paning circular* mientras Gerardo recuerda un resumen de algunas de las opiniones de los personajes que le han contado sus experiencias respecto del tema del amor. Es decir, el sonido tiene una utilización subjetiva que resalta la *voz en off* de los personajes que ha conocido y la imagen



también resulta completamente subjetiva debido a que el *paning circular* solo es utilizado dentro de la gramática fílmica en momentos muy particulares del relato.

La *voz en off* continúa con el personaje que conoció en el puente que le dice:

“Nosotros no somos nada .pero el es el rey de reyes.”

Gerardo camina a lo largo del puente, mientras escuchamos en primer plano el ruido de un corazón que late fuertemente. En un plano del principio de la *secuencia* se ha observado que Gerardo ha sido golpeado en un ojo y en su la camiseta blanca se encuentra manchada de sangre.

Esta *secuencia* continua con la *voz en off*, pero como ya la hemos escuchado en otras ocasiones; el espectador reconoce que es la voz de Bruno, la cual corresponde con las palabras que le escribió en la carta antes de marcharse. Pero, que sólo se han conocido fragmentos muy pequeños del contenido de la carta. Y es hasta este momento el cual conoceremos la parte final de la misma. La carta siempre ha sido bastante importante a lo largo de todo el relato, pero no se ha conocido su contenido íntegramente.

La voz en off de Bruno dice:

“Voy a seguir en contacto,
sé que vas a estar cerca de mí,
porque tendremos
que estar juntos.

Es una certeza; así juntos simplemente
como el amor.

Te daño
Te amo.”

En la imagen Gerardo cae al piso y se escuchan nuevamente en primer plano los ruidos del corazón. Mientras, que se escucha el ruido de un viento que

sopla intensamente.

En este momento se realiza un cambio de intensidad emotiva hacia otro tiempo y espacio mediante la transición de un *fade a blancos*. El *fade blanco* se vuelve a abrir para dar paso a un *close up* de Gerardo que muestra la mitad del rostro mientras su mano toca su pecho. Esta imagen ha aparecido al principio de la película cuando Gerardo se masturba recordando a Bruno. El sonido cambia a sólo a los gemidos de Gerardo y, ahora, se nos muestra a Gerardo de espaldas mientras otras manos lo tocan.

Aparece un *fade a negros* el cual vuelve a romper con la continuidad espacio-temporal para posteriormente dar paso al momento en que Gerardo no se encuentra solo sino se encuentra acompañado de su pareja Bruno.

Vuelve a escucharse la *voz en off*, pero esta vez es la de Gerardo que se encuentra a punto de morir:

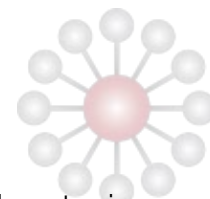
“Si supieras el camino tan largo
que he recorrido para estar junto a ti.”

Aparece otro *fade a blanco* que continúan con los créditos de la película siendo el primero de ellos el que dice:

Escrita y dirigida por Julián Hernández

Entran los créditos junto con la canción de
Natalia Lafurcade.

La *secuencia* final que hemos analizado es una secuencia que se encuentra muy cercana con el manejo de un *tono subjetivo* tal como lo menciona el teórico Marcel Martín (1996), pero también por la forma en que esta construida en cuanto a los elementos técnicos se confunde la *subjetividad* del personaje de Gerardo, en cuanto a las voces que recuerda en *voz en off* y el *dolly circular* que realiza el *sujeto de la enunciación* encargado de



la narración. A nivel teórico este caso presenta dos subjetividades entrelazadas coincidiría con el discutido concepto propuesto por Pier Paolo Pasolini (2006) de el *monologo interior libre* en cine en el cual se confunden y entrelazan ambas *subjetividades* que resultan casi imposibles de ser separadas.

Habría que preguntarse de quién es el corazón el cual se escucha como lo haría Francois Jost (1995) ya que es casi imposible decir si corresponde con el personaje de Gerardo o si es una marca del *sujeto de la enunciación* el cual “marca” sonoramente la muerte del personaje. Por otra parte, en el relato ha habido una *elipsis* sumamente importante en la cual nunca se ha observado la causa del porque Gerardo se encuentra ensangrentado.

Se puede decir sin lugar a dudas que las *imágenes subjetivas* dentro del filme no podrían haber sido construidas si no tuvieran un equivalente sonoro, en el cual el tratamiento no se trabajara de igual forma. En la *secuencia* analizada existe una perfecta sincronía a nivel de la imagen mediante el *dolly circular* que coincide con el resumen de las *voces en off* que representan los recuerdos más importantes que ha vivido Gerardo en su búsqueda del amor de Bruno.

Además, el *sujeto de la enunciación* vuelve a hacer su aparición mediante otras **marcas** dentro de la imagen como son los *fade a blancos*, las disolvencias, el *fade a negros* y la utilización nuevamente de la *voz en off* que contrasta con los otros personajes Y, que por demás, esta voz es pronunciada desde la más profunda de las subjetividades y que se reproduce justo ¿Antes, durante o después de la muerte? Debido a que el corazón de Gerardo ha dejado de latir y es desde el cual se están escuchando las últimas palabras de Gerardo y ¿Estos recuerdos vuelven a aparecer es

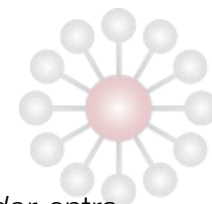
la conciencia última de Gerardo? O por el contrario ¿Es la última gran intervención del sujeto narrador? Esto no se puede determinar fácilmente ya que como se menciona anteriormente se encuentran entrelazadas las *subjetividades* del personaje y la del *enunciador*. Volvemos a la observación de Francois Jost (1995) de quién es el que mira, quién es el que cuenta.

El efecto final de esta secuencia es conducirnos de una imagen real a una cada vez más subjetiva hasta llegar a una *imagen onírica* a la manera de Luis Buñuel en *Los Olvidados* (1950) cuando muere el Jaibo y se escuchan varias voces y el Jaibo mira directamente a un perro que se dirige hacia él.

El camino que Gerardo ha recorrido por la ciudad de México y sus múltiples personajes a llegado a su fin y Gerardo ha encontrado lo que finalmente andaba buscando el encuentro con Bruno, o la esperanza del encuentro amoroso; aún después de la muerte y de la trascendencia del tiempo, en un tiempo mítico. Que solo tiene existencia en la conciencia de Gerardo y que el *enunciador* nos presenta como el último dialogo de la película que marca el sentido final de la misma. Es el paso de una *frontera real* el caos de la ciudad aglomerada de casas y automóviles a la *frontera subjetiva* de la conciencia un joven de diecisiete años que quiere encontrarse con el amor perdido en un puente alejado de la estética convencional que muestra una ciudad bella y prospera a una *frontera subjetiva* de personajes marginados y homosexuales.

La metáfora visual

Uno de los últimos puntos que analizaremos será el de los procedimientos metafóricos que se



presentan en el filme *Mil nubes de paz cercan el cielo* y que tiene que ver en especial con la última secuencia analizada.

Esto tiene que ver en especial con *flash back* extremadamente cortos que funcionan como la memoria y los recuerdos de Gerardo, que van siendo dosificados a lo largo de la *secuencia* por parte del *sujeto enunciador* y que son presentados mediante una iluminación muy blanca, casi al punto de la sobre-exposición.

Estos también son presentados desde el punto de vista del *sujeto enunciador*, pues el primero de ellos solo nos permite observar unas manos que tocan un torso; los siguientes van a ser cada vez más abiertos hasta descubrir que se trata de un recuerdo de Gerardo el cual se encuentra en el momento del encuentro sexual con Bruno. La manera en que esta intercalado el *flash back* junto con la *voz en off* hace que resulte un recuerdo subjetivo de la relación amorosa entre los dos jóvenes. Es significativo que en sonido que se escucha es de el latido de un corazón y que en el relato el personaje de Gerardo se encuentre a punto de morir y, sin embargo, podemos conocer sus pensamientos en este momento o lo que en la literatura se denomina "corriente de la conciencia".

El crítico Jorge Ayala Blanco declaró: "Antes de un límpido fundido en blanco. Hasta el final abierto, hacia esas fascinantes disolvencias concluyentes del hombre acostado palpando y besando su propio cuerpo, o bien siendo toqueteado por otras manos y besado por otro, antes de encadenarse a una balada neoadolescente...cual incurable nostalgia de otra cosa pero herida de la misma." (Ayala, 2002, p. 310)

En la cual Gerardo afirma que por fin ha encontrado a Bruno aunque este hecho solo se da en un nivel mental y no en un nivel real de persona

a persona. El director o *sujeto enunciador* entra a la mente del personaje de Gerardo para que conozcamos sus últimos pensamientos. *Mil nubes de paz cercan el cielo* es una película acerca del tema del amor en este caso la de dos jóvenes homosexuales y marginados contada desde la memoria y el recuerdo.

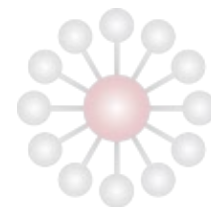
En el que Gerardo vuelve a encontrar a Bruno en el momento de su muerte; también representa una relación simbólica porque todas las pérdidas y separaciones del objeto amoroso representan una muerte. La muerte en este caso, para Gerardo, no es tan importante porque su meta a lo largo de todo el relato ha sido encontrar a Bruno sin importarle bajo qué circunstancias. El cine de Julián Hernández se caracteriza por un estilo propio que gusta de experimentar con las imágenes y el sonido; el tiempo y la puesta en escena; el mundo interno y el externo. Su cine se encuentra lleno de héroes cotidianos que luchan por encontrar el amor o, al menos, recuperar la memoria y el recuerdo. Su cine se encuentra lleno de mitos contemporáneos de la zona metropolitana que tienen bien definida su identidad homosexual, pero que creen en el amor más allá del sexo y del deseo, no importa si se tiene que pagar con la muerte.

Bibliografía

Aumont, Jaques *Las teorías de los cineastas. La concepción de los grandes directores*, Paidós, Barcelona. 2004.

Ayala, Jorge. *La grandeza del cine mexicano*, Océano, México. 2004.

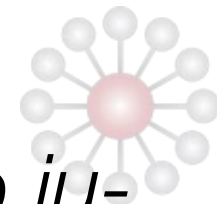
Barthes, Roland *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos y voces*, Paidós, Barcelona. 1986,



Sobre el autor:

Noé Santos Jiménez. Profesor investigador de la UAM-Xochimilco y de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, donde imparte las materias de Teoría de Cine, Semiótica y Teoría del discurso.

- Bettetini, Gianfranco *Tiempo de la expresión cinematográfica*, F.C.E, México. 1982,
- Careaga, Gloria *Sexualidades diversas. Aproximaciones para su análisis*, Miguel Ángel Purrúa, México. 2004.
- Casetti, Francesco, *Cómo analizar un filme*, Paidós, Barcelona, Madrid.1999
- Faulstich, Werner y Korte, Helmut, *Cien años de cine. Vol.4. Siglo XXI*, México. 1997.
- Fassbinder, Reiner. *La anarquía de la imaginación. Entrevistas, Ensayos y notas*, Barcelona, Paidós.2002.
- Gutiérrez, Begoña, *Teoría de la narración audiovisual*, Cátedra.2006.
- Hernández, Julián, "Un plano es una elección ética" en Varios, Realización CUEC, México. 2006.
- Hernández, Julián, Entrevista, *Revista de estudios cinematográficos* CUEC, México. (s/a),
- Jost, Francois. *El relato cinematográfico: cine y narratología*, Paidós, Barcelona. 1995.
- Marquet, Antonio, *El crepúsculo de heterolandia. Mester de jotería* UAM-Azcapotzalco, México. 2006.
- Marcel, Martín. *El lenguaje del cine*, Gedisa, Barcelona, 1996.
- Mira, Alberto, *De Sodoma a la chueca. Una historia cultural de la homosexualidad en España en el siglo XX* Ediciones legales, Barcelona. 2007.
- Pasolini, Pier Paolo. *Cinema: El cine como semiología de la realidad*, CUEC, México, 2006.
- Sánchez, Jordi, *Narrativa audiovisual* .Editorial UOC, Barcelona. 2006.
- Weeks, Jeffrey en Sas, Ivonne y Lerner Susana *Sexualidades en México. Algunas aproximaciones desde la perspectiva de las ciencias sociales*, Colegio de México, México. 2005.
- Zavala, Lauro Coord. , *Revista Tierra Adentro: El placer del cine*, CONACULTA, México.2006



La otra imagen, el imaginario juvenil a través del video y el cine. El caso de la muestra internacional de cortometraje Golosina Visual (2004-2010)

Jesús Adolfo Soto Curiel
Laura Figueroa Lizárraga
Marcos Ramírez Espinosa
Universidad Autónoma de Baja California

Resumen: El cortometraje es una herramienta para contar historias, para denunciar problemas, para dar rienda suelta a la creatividad, para formar, forjar y probar nuevos cineastas; es también un espacio virgen para quienes desean realizar estudios sobre este medio de expresión, para quienes buscan generar conocimiento y detonar el debate.

En los años noventa el cortometraje experimentó cambios que lo llevaron a convertirse en un medio de expresión idóneo para los jóvenes que deseaban a través de diversos géneros cinematográficos como la ficción, el experimental, la animación y el documental abordar temas que les interesaba divulgar.

En Mexicali, Baja California, se realiza desde el año de 2004 la Muestra Internacional de Cortometraje GOLOSINA VISUAL. Este proyecto ha tenido un desarrollo similar al del cortometraje en los últimos años, su evolución es clara, ha pasado de recibir trabajos locales, estatales y regionales a verse conformada, por trabajos de realizadores de España, Ecuador, Israel, Chile, Estados Unidos, Argentina, Francia e India, entre otros. La respuesta internacional a la convocatoria, de esta muestra ha dado la oportunidad de conformar un patrimonio audiovisual digno de clasificarse y analizarse. Esta trabajo presenta de manera directa, por el acceso fácil a estas piezas, las temáticas y tratamientos de los cortometrajes que han conformado la Selección Oficial de la Muestra GOLOSINA VISUAL del 2004 al 2010, presenta qué géneros prefieren los jóvenes, cuáles son las problemáticas o expresiones de la vida cotidiana que les interesa divulgar, cómo las abordan y las adaptan al lenguaje de la narrativa audiovisual.

Palabras clave: cortometraje, jóvenes, cinematográfico, narrativas audiovisuales, géneros.



El movimiento de video en nuestro continente se inició en la década de los setenta con pequeñas manifestaciones y posteriormente se acentuó en los ochentas, más su proliferación se concretó en el siguiente decenio, en la última década del siglo XX.

El contexto en el que nace está marcado por los regímenes militares y las inestables simulaciones de democracias de toda la región, aunándole la cuestión de que aparece diez años más tarde de su fundación en otros países (básicamente Estados Unidos y Europa), lo cual marcó su blanda evolución. Sin embargo, gracias a nuevos modelos gubernamentales, la política económica y la ascendente democratización viraron su camino para plantear al video como una alternativa en la comunicación en general, resaltando de manera especial en años recientes la de carácter juvenil.

Las nuevas tecnologías y las multinacionales participan activamente en su popularización puesto que, ya sea para usos domésticos o profesionales, el video en su más amplio sentido no es sólo una posibilidad social y artística sino que también se ve inmerso como industria clave en todo el mundo, aunque en el presente documento se le aborda desde su otra cara, la creadora.

El caso mexicano

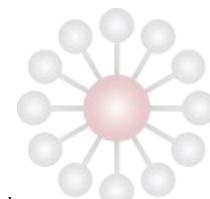
La historia y evolución del video en América latina es similar en las diferentes naciones, aunque en algunas hay claras diferencias referidas por sus contextos económicos, políticos, culturales, geográficos, demográficos y de medios de

comunicación, manifestándose la dicotomía de que no somos iguales, pero tampoco somos diferentes.

El video mexicano podría compararse con un adolescente inquieto que a toda costa se dedica a contradecir y rebelarse contra su madre, la televisión, y alejarse cada vez más de su padre el cine, mientras trata de ser él mismo.

El centralismo que caracteriza a la nación azteca ha marcado su evolución, ya que su existencia como un movimiento se ha dado de forma predominante en la capital, con varios brotes en diferentes ciudades de forma desigual, aunque cada día se expande de forma cada vez más rápida.

El antecedente que se tiene designa a la ya fallecida Pola Weiss como la primera usuaria del video, al interesarse en sus posibilidades artísticas. Ella ingresó a la Universidad Autónoma de México (UNAM) para estudiar la carrera de periodismo y comunicación en 1970, donde su interés por los medios audiovisuales la llevó a buscar y experimentar nuevas opciones. A los dos años de su ingreso a la carrera tuvo contacto por primera vez con un equipo de video, y a partir de ese momento trabajó bajo la óptica de este, realizando producciones en su casa y con sus propios recursos. Su trabajo trascendió, llevándola a otros países como Argentina, donde grabó programas de gran calidad. Como pionera desde un principio tuvo una visión clara del video, al cual definía como “la posibilidad de comunicar a través de imágenes una serie de sentimientos. Lo que me interesa con esas imágenes es provocar emociones en ustedes... es un medio original y auténtico en el



sentido de que produce cosas que la gente tiene necesidad de ver en alguna parte”.

Otro personaje clave es el maestro Rafael Corkidi, uno de los mejores videoastas contemporáneos, quién empezó a trabajar con el video en la década de los ochenta. Su formación proviene del cine, donde trabajó en los años 50 como camarógrafo y director de noticieros cinematográficos.

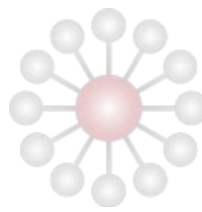
Posteriormente fue fotógrafo de algunas películas del director Alejandro Jodorowski, como *Fando y Lis* (1968), *El Topo* (1970), y *La Montaña Sagrada* (1973). Posteriormente se dió a la tarea de dirigir cine, teniendo por resultado *Ángeles y Querubines* (1972), *Aundar Arapú* (1974) y *El que llegó del cielo* (1974), *Pafnuncio Santo* (1976) y por último *Deseos* (1977). Corkidi dice del video, “si tuviera que definirlo, diría que el video es anarquista, libertario y libertino. El video tiene una existencia de 12 a 15 años, eso hay que entenderlo, todavía no tiene su Marilyn Monroe, su Humphrey Bogart o su John Huston. El video es el arte de lo posible”.

Otro importante precursor mexicano es Andrea Di Castro, quién en 1978 empezó a trabajar con el video, experimentando, agotando posibilidades y sobre todo buscando una nueva concepción para la imagen en movimiento. Hoy en día se dedica a la producción de documentales, y asegura que “el video quiere decir muchas cosas. En síntesis el video es una disciplina que utiliza la tecnología del magnetoscopio para el registro de imágenes, aprovechando características del medio como son la textura, la luminosidad y la instantaneidad de sus imágenes”.

Así como ellos existe un nutrido grupo de iconoclastas que contribuyeron y lo siguen haciendo, son protagonistas que aún están marcando los pasos del medio. Y aunque sus intereses son diversos, tienen en común el deseo de capturar imágenes. En este sentido, la experiencia de Corkidi puede quizás señalar a una inquietud recurrente: “llegué al video por desesperación. Me percaté de que estaba trabajando con un arte del pasado, un arte que se nos había escapado a los latinoamericanos. A mi me corrieron del cine después de producir, luchar, de empeñar, pedir prestado por todas partes para hacer películas, las cuales después de terminadas no se podían exhibir en buenas condiciones, y la que no se exhibía seis años después, había que cortarle la mitad. Entonces ingresé a la televisión desesperado porque no podía seguir filmando y descubrí el video ¡fue maravilloso!, ahí estaba la posibilidad de hacer todo lo que había dejado pendiente en el cine”.

El cortometraje

Así como el video modificó las posibilidades de registro visual, el cortometraje cambió también el ámbito del imaginario colectivo. Habría que recordar aquí que el cortometraje es primordialmente una actividad del quehacer cinematográfico, una obra con carácter y lenguaje propios que merece su tratamiento particular, ya que es una pieza fundamental de expresión cinematográfica explorando la posibilidad de ser un medio a través del cual nuevos y experimentados cineastas tengan acceso a la práctica profesional, mediante el desarrollo de proyectos filmicos.



Si bien no existe una norma estricta, un cortometraje es la película que tiene una duración no mayor de 30 minutos, las películas de entre 30 y 60 minutos son mediometrajés y a partir de una hora de duración se les considera largometrajés (Feldman, 2004). En cuanto al concepto de “jóvenes” la Asamblea General de las Naciones Unidas define a la juventud como la cohorte entre los 15 y 24 años (UNESCO Etxea, 2004). Por su parte, el Instituto Mexicano de la Juventud amplía la cohorte hasta los 29 años.

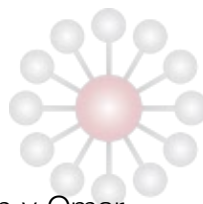
A principios de los años noventa el cortometraje cinematográfico experimentó una serie de cambios que lo llevaron a convertirse en un medio de expresión audiovisual idóneo para los jóvenes que deseaban a través de diversos géneros cinematográficos como la ficción, el experimental, la animación y el documental abordar temas que les interesaba divulgar. A la fecha la realización de cortometrajés vive una etapa plena. En México se producen más de 500 al año (Rodríguez, 2009); la llegada de las nuevas tecnologías ha venido a enriquecer la producción, y la creación de muestras y festivales internacionales; en España y Francia se realizan más de 300 al año (Lubezki, 2009); y se han creado distribuidoras de cortometraje que han permitido cerrar el círculo al facilitar el acercamiento al público. Sin embargo, aquí vale la pena mencionar que dado el mayor acceso a una cámara de video que a una de cine, al menos en México, un gran número de jóvenes –o al menos así ha sido el caso de *Golosina Visual*- han transferido sus inquietudes narrativas al video, conservando sin embargo la rigurosa exigencia profesional y técnica de la producción cinematográfica.

La creación de *Golosina Visual*

En Mexicali, Baja California, en el año de 2004, bajo el nombre de Piraña Producciones, Christian Fernández, Julian González, Ignacio Montes y Adolfo Soto decidieron fundar el proyecto denominado Muestra Internacional de Cortometraje *Golosina Visual*. Como proyecto, ha tenido un desarrollo similar al del video y el cortometraje en los últimos años, ya que su evolución ha sido clara. Se ha transformado de un evento de un solo día de exhibición a una muestra de tres días, así como ha pasado de recibir trabajos locales, estatales y regionales a verse conformada, además de los ya citados, por trabajos cinematográficos de realizadores de diversas partes del mundo, con representantes de países como España, Ecuador, Israel, Chile, Estados Unidos, Argentina, Francia, India, entre otros.

La respuesta nacional e internacional a la convocatoria de esta muestra ha dado la oportunidad de conformar un patrimonio audiovisual digno de registrarse y comentarse. Se busca reconocer aquí como ya sea a través del uso del video o el cine, los jóvenes realizadores que han participado en esta muestra se han valido de diversos géneros, para capturar un imaginario diferente al que suelen ofrecer las propuestas más comerciales. Por ello, se puede observar en estos trabajos las problemáticas o expresiones de la vida cotidiana que les interesa divulgar, cómo las abordan y las adaptan al lenguaje de la narrativa audiovisual.

Golosina Visual se muestra así como un espacio donde se pueden contar historias,



denunciar problemas y dar rienda suelta a la creatividad; donde además se pueden formar, forjar y probar nuevos cineastas; pero ante todo, es también un espacio virgen para quienes desean realizar estudios sobre este medio de expresión audiovisual, para quienes buscan generar conocimiento y detonar el debate.

El camino recorrido

Los públicos no nacen, se hacen. Al inicio de la Muestra Internacional de Cortometraje *Golosina Visual*, en 2004, no había público para las proyecciones de cortometrajes, este evento los ha ido formando. En 2010 *Golosina Visual* sigue en su labor de formar públicos para los diversos géneros del cortometraje, así como mostrando los trabajos más representativos de la realización de cortometrajes en el ámbito internacional. Además en 2010 se incluyó la Selección Bajacalifornianos, espacio para incluir trabajos de cortometraje realizados por creadores nacidos o con más de 5 años de residencia en Baja California.

2004 el inicio

El 30 de abril de 2004 *Golosina Visual* fue realizada como una muestra de cine y video, expoarte y velada musical, que tuvo como sede el Café Literario del Teatro del Estado en la ciudad de Mexicali, Baja California. En su primer emisión se realizó con materiales ya existentes de videoastas y cineastas de la región que por ser de corte independiente no habían tenido una exhibición amplia.

Los trabajos proyectados fueron los siguientes:

Una película por la paz de Austin Lynn y Omar Foglio

Otro día mas de Iván Díaz

El Salón de Jorge García

Rap de la frontera de Sebastian Díaz

Fighter Jets de Adriana Trujillo

Demasiado mundo de Víctor Rodríguez y Héctor Fierro

El Narco de Jorge García

Sperm donor de Marco Gómez Urbina

Tijuana for dummies de Iván Díaz

Odisea de Ángeles Moreno

Malhábito de Víctor Rodríguez y Héctor Fierro

Sentido común de Marco Gómez Urbina

Zynthea warrior de Ángel Zaragoza

Stop Motion love de Miguel Nuñez

Chicali Rangers de Ismael Castro

Sector T de Sal V. Ricalde

Carne fría de Manuel Quintero y Juan Aguilar

Golosina Visual de Adolfo Soto

La segunda

En 2005, específicamente el 29 y 30 de abril, la muestra se desarrolló con base a convocatoria, se recibieron trabajos de Estados Unidos, España y México, lo que le dio carácter internacional; en esa ocasión se llevó a cabo el premio del público a través de una votación de los asistentes.

En esta versión los cortometrajes presentados al público fueron:

Suerte a mi madre de José Vadir Sotelo Flores

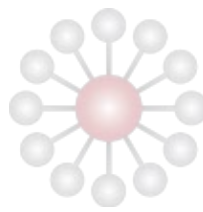
Coachella road trip'04 de J. Carlos Robles Villegas

Fuga y misterio de Martín Mouriño

Overwheel Supermarket de Teresa Rodríguez

Cuento de amor y hadas de Roberto Canales

Srita C. J. de Mariana Miranda



Tsunami de Roberto Canales
On watch de Alejandro Casales
Del polvo de la tierra de Roberto Canales
Edades de Ángel Galmes Sureda
Cumbia rough a dub de Ariel Escarcega y Roxana Barraza
Animal en extinción de Roberto Canales
Gordo bailarín de Pablo H. Ontiveros
Restos del oeste de Marcia Lazalde N.
Espacio de Adrián Pedrín
Materia invisible de Jair López (Tercer lugar)
Nubes de Marco Gómez Urbina (Segundo lugar)
Zynthea Warrior Vol.2 de Ángel Zaragoza y Teresa Rodríguez (Primer lugar)

Wicked Land de Miguel Núñez
La excursión de los mandados de Armando Camacho
Los males de Micaela de Ismael Castro y Julián González
Calaverita de Raúl y Rafael Cárdenas
La boda de unos gatitos de Miguel Núñez
Manolo recicla de Manolo González
Al cielo con to' y zapatos de Deisy Precishe
La llorona de Sara Mazkieran.
Taller Ditoria de Roberto Bolado
¡Que dios te bendiga! de Antonio Villegas (Mención Especial)
¡Vuela! de Roberto Barba (Mención Especial)
Bienvenidos a la tierra de la gente buena de Claudia Siqueiros, Basilia Madrid y Rosa Beltrán (Empate en Tercer Lugar)
Especies de Ignacio Sánchez Bravo (Empate en Tercer Lugar)
En rojo de Carlos Carrillo (Segundo Lugar)
Yo soy alcántara de Gisela I. Sanders (Primer Lugar)

Pausa y reinicio

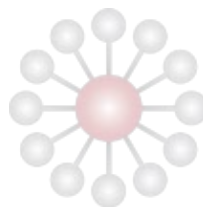
Tras una pausa en el 2006 en la cual se replanteó la organización de la muestra buscando replantear su organización, en 2007 se realizó en tres días de septiembre y una propuesta que incluía muestra fuera de competencia, estreno de cortometrajes independientes, selección oficial, menciones y ganadores.

En esta versión 03 la Selección Oficial fue escogida, por primera vez, por un jurado de expertos y quedo conformada de la siguiente manera:

Xkater project de Héctor Bonilla
Forma y función de Marco A. Gómez Urbina
Poly de Nicolás J. Russo
Maquinalia de Ricardo Pareyón Aveleyra
Y tu te crees muy, muy porque tienes cara de carne y la nariz en medio de la cara de Ángel Medrano Cota
Tute de Joema Miranda
Mark Lumier de Emiliano Castro Vizcarra

En consolidación

Para la muestra del 2008 se recibieron un total de 101 trabajos de realizadores de España, México, Argentina, Chile, Brasil, Bélgica y Perú en géneros como videoarte, experimental, documental, animación y ficción. La versión 04 de Golosina Visual se vio enriquecida y complementada en su aspecto de expoarte al lanzar la convocatoria a la Primera Exhibición / Proyección Fotográfica Internacional "Soy golosina...", en ella participaron un total de 252 fotografías de 6 diferentes países de las cuales se seleccionaron 66 fotografías para ser presentadas al público.



Fue realizada el 23 y 24 de abril en el Centro Estatal de las Artes de Baja California, con una asistencia de 600 personas que pudieron apreciar la Selección Oficial conformada por:

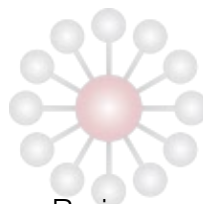
Mi deporte favorito de Sal V. Ricalde
Sombras de Rigo Mora
¿Quién se quiere cargar a Roberto Santini? de Jean-Julien Colette y Olivier Tollet
El espectro del bosque de Andrés Borghi
Juego de Ione Hernández
El relevo de David González
Cirugía de Alberto González
Veo de Teresa Rodríguez
Limoncello de Jorge dorado, Luis Alejandro Berdejo y Borja Cobeaga
Debajo de sus faldas de Maria Suárez y Esteban Varadé
Paseo por Tijuana de Sal V. Ricalde
We need to pray de Roberto Canales
Éramos pocos de Borja Cobeaga
¿Taxi? de Telmo Esnal
El Gran Zambini de Igor Legarreta y Emilio Pérez
Perpetuum Mobile de Enrique García y Raquel Ajofrín
Mosca de Juan Arata
Traumatología de Daniel Sánchez Arévalo
Saraen de Asier Altuna
Sálvame de Javier Veiga
Choque de Nacho Vigalongo
Otakus de Andrés Borghi (Mención especial del jurado)
Mi tío paco de Tacho González (Mención especial del jurado)
Los pecadores de Pablo Polledri (Tercer lugar)
Pasta de Tomas Welss (Segundo lugar)
Hezurbeltzak, una fosa común de Izibene Oñederra (Primer lugar)

Continúa la labor

Golosina Visual 2009, se realizó los días 22, 23 y 24 de abril en las instalaciones del Teatro de la Casa de la Cultura. Se presentó nuevamente la Exhibición / Proyección Fotográfica Internacional “Soy golosina...” en su versión número dos, muestra fuera de competencia, y se integraron dos muestra invitadas, la Selección Oficial del VI Concurso Nacional de Video Experimental y una selección de trabajos del Reto Docs de Festival Internacional de Cine Documental de la Ciudad de México (DOCSDF).

En esta nueva emisión de la muestra se presentaron formando parte de la Selección Oficial los cortometrajes:

El retrato de la peste de Lucila Las Heras
Niño de mis ojos de Guadalupe Sánchez Sosa
On the line de Jon Garaño
Asamara de Jon Garaño & Raúl López
Reality show de Federico Schmucler
Paloma de Roberto Fiesco
Carretera del norte de Rubén Rojo Aura
La purísima de Carlos Muñoz
Proverbio chino de Javier San Román
Jacinta de Karla Castañeda
La curiosa conquista del ampere de Ramón Orozco Stoltenberg
Fugaz de Ana Lorenz & Cecilia Galán
Berbaoc de Taller de Animación Arteleku (Mención honorífica)
La ginecóloga de Alfonso Camarero (Tercer lugar)
Lágrimas demasiado tarde de Pablo Polledri (Segundo lugar)
Café paraíso de Alonso Ruizpalacios (Primer lugar)



La mas reciente

2010 presentó a la Muestra Internacional de Cortometraje *Golosina Visual* con un público ya conformado, con más realizadores interesados en formar parte de su selección, con varias invitaciones como muestra invitada en encuentros, congresos y festivales, con una nueva imagen. El 13 y 14 de mayo el Teatro de la Casa de la Cultura de Mexicali recibió nuevamente las proyecciones de la muestra en su versiones de Selección Bajacalifornianos y Selección Oficial, que en este caso se trató de los cortometrajes:

En la Selección Bajacalifornianos:

Dizque libres de Miguel Núñez.
Estocolmo de Salvador León Guridi
Lux de Ignacio Montes (Tercer lugar)
Varados de Ed Oscar Quezada Llanes (Segundo lugar)
Caelum de Irma Gómez Ayala (Primer lugar)

En la Selección Oficial:

El Trip de Ventura Montoya
El Sótano de Mario Guerrero
El hobby de Nicolas Zappi
Paraíso perdido de Ismael Nava Alejos
Ave pájaro de Carlos Clausell
Swingers de Javier Rodríguez Espinosa
El horno de Raúl Alberto Caballero
Lux de Lein de León
Iker pelos tiesos de Sandra García Valten
El ataque de los robots de nebulosa 5 de Chema García
Pánico a una muerte ridícula de Rubin Stein
5 recuerdos de Oriana Alcaine y Alejandra Márquez (Mención del Jurado)

El armadillo fronterizo de Miguel Anaya Borja (Mención del Jurado)

Marisa de Nacho Vigalondo (Mención del Jurado)

Jaulas de Juan José Medina (Tercer lugar)

Amona putz (Abuela hinchable) de Telmo Esnal (Segundo lugar)

Sobre Ruedas de Ivonne Delgadillo (Primer lugar)

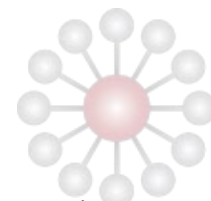
Patrimonio, datos, países, géneros y temáticas

A lo largo de 6 años *Golosina Visual* ha conformado un patrimonio, un extenso archivo audiovisual de cortometrajes de varios países del mundo, donde analizando sus selecciones oficiales vemos desde esta muestra un pequeño panorama de lo que sucede a nivel global con el documental.

De los 122 cortometrajes que han conformado las selecciones oficiales encontramos representación de 7 países, habiéndose seleccionado 1 de Chile, 1 de Perú, 2 de Francia, 6 de Argentina, 4 de Estados Unidos y 77 del país anfitrión, México.

Los géneros más recurridos son trailer o antitrailer con 4 cortometrajes, videoclip con 10, experimental con 11, documental con 16, animación con 25 y ficción con 56.

Las temáticas principales van desde el manejo de las relaciones personales hasta migración y frontera pasando por narcotráfico, identidad juvenil, tercera edad, derechos humanos, expresiones culturales, instituciones y sociedad, e



incluso visiones del futuro.

Las edades de los directores de estos cortometrajes en el momento de su realización van desde los 16 a los 31 años.

El mundo visto a través de *Golosina Visual*

El poder del audiovisual es inmenso. Su capacidad para reproducir los sonidos, las fisonomías, el lenguaje, las calles de nuestras ciudades, los colores y demás lo envuelven en una magia, es un transmisor fiel. Por estas y otras bondades, el video y el cine se convirtieron para los jóvenes en las herramientas ideales para la divulgación de ideas, estructuradas en un lenguaje audiovisual.

Envueltos en una estética cimentada en la aceptación, o en el más de los casos, el rechazo de los lineamientos genéricos, narrativos, psicológicos y ambientales de la televisión y el cine, los participantes en *Golosina Visual* han intentado involucrarse en una estética innovadora. En algunos casos han optado también por oponer la visión personalizada a la imagen espectacularizada en tercera persona que ha sido el sello distintivo de los medios más comerciales, o por convertirse en espejos que permitan la auto reflexión social y el análisis de las posibilidades de vida.

Así, dentro de la nutrida variedad de trabajos exhibidos durante seis ediciones de *Golosina Visual* se han visto propuestas contrastantes tanto por su lenguaje como por el contenido. Esto le da una posibilidad de diversidad de los diferentes puntos de vista e intereses de los jóvenes, ya que

podemos observar su carácter lúdico, su postura panteísta ante las problemáticas del mundo y su compromiso con la creación artística. Dos de los trabajos más recordados por su impecable manejo del discurso audiovisual fueron *Zynthea Warrior* (dir. Ángel Zaragoza) y *Zynthea Warrior Vol.2* (dir. Ángel Zaragoza y Teresa Rodríguez), al hacer figuras analógicas del lenguaje cinematográfico a la expresión del medio video. Estos textos de unos cuantos minutos hace una sátira sin caer en la graciosa del *trailer* de las películas *Kill Bill Vol. 1* y *Kill Bill Vol. 2* de Quentin Tarantino. Su contribución no es de tipo social, sino desde la estética. Se perfilaron como una especie de iconoclastas dispuestos a retar la composición y la gramática audiovisual tradicional para pasar a una indefinición muy bien lograda de una visión fresca de lo que es un producto comercial como el *trailer*.

Otro trabajo que construye una visión placentera a través de la crítica es *Café Paraíso* (dir. Alonso Ruizpalacios), en donde se relata de una manera poco trivial y amena las peripecias de un migrante en los Estados Unidos, mientras trabaja en la cocina de un restaurante. Hace una síntesis de sus deseos y anhelos, y al mismo tiempo con una ironía peculiar los desmorona con la inevitable realidad de ser el *otro*, el ajeno. *Pánico a una muerte ridícula* (Rubin Stein) es una fábula de la posmodernidad que relata el hecho cotidiano de la infelicidad que tanto agobia a nuestras sociedades de automarginación, sin embargo el giro narrativo nos lleva a una tragicomedia de final inesperado, siendo así reflexivo e hilarante, combinación muy probada pero poco acertada como en este caso. Siguiendo con esta línea de trabajos, *Amona Putz, abuela inflable* (dir. Telmo Esnal) refleja el agobio parental y la solución poco convencional a quién



puede cuidar a sus hijos emula al tratamiento que se le da a esta historia.

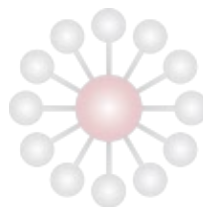
El video no solo es un lenguaje pulcro, que nos lleva por los géneros tradicionales de la comedia, el melodrama y el drama, también le da cabida a la tragedia social, desbordando visiones críticas y autocríticas de la realidad y sus consecuencias. Las voces se tienen que unir para que se puedan escuchar, y ahí radica la valía de estos trabajos de corte documental que mezclan diversas técnicas de producción multimedia. Esto sucede en *La excursión de los mandados* (dir. Armando Camacho), animación de potencial crítico, que relata el entorno de la migración y su asociación en algunos casos inevitables con la muerte. Este trabajo es notable tanto por su innovación en cuanto a construcción como en su mensaje reflexivo. En este rubro, propuestas como *Bienvenidos a la tierra de la gente buena* (dir. Claudia Siqueiros, Basilia Madrid y Rosa Beltrán) contraponen el deseo de salir adelante con la imposibilidad de hacerlo, visión cruda sin maquillaje de las trabajadoras en las maquiladoras fronterizas. Su relevancia no está en el discurso visual sino en su propuesta narrativa que tiene un enfoque militante.

Una aportación importante de *Golosina Visual* es el desequilibrio de las diferentes propuestas, mientras unas son trabajos realizados con un estricto profesionalismo, otros son ejercicios de la cotidianidad más absurda y lúdica imaginable, productos generados para el mercado de la exhibición rápida como *youtube* o las redes sociales. Sería imprudente negarles su valor y aportación, es obvio que como texto discursivo no aportan nada, pero como generador del imaginario

juvenil, son ejercicios que dan paso a un análisis de lo que es en cierto modo ser joven y verlo desde sus ojos. Dos ejemplos contrastantes son la realización de *Taller DiToria* bajo la realización de un artista experimentado como Roberto Bolado, donde hace destreza de un lenguaje audiovisual clásico, fino en cuanto a su argumento y con una trama muy bien trabajada que expone todos los elementos de un paradigma narrativo al presentar la labor artesanal de la creación de libros; mientras que en su opuesto tenemos al *Gordo bailarín* (dir. Pablo H. Ontiveros), trabajo lúdico cuyo chiste radica en exponer a un gordo bailarín, una especie de reportaje audiovisual de nuestros días.

Conclusión

En una entidad árida de eventos dedicados a la promoción del trabajo de los videoartistas y cineastas, el espacio generado por *Golosina Visual* no es un proyecto de un grupo, no es un interés institucional, es un compromiso con el arte de las imágenes y los jóvenes. La vida de *Golosina Visual* se antoja duradera, evolucionando tanto en sus formas de exhibición como en los productos presentados. Gestar un proyecto así es una tarea que va más allá del arte, es un respiro ante la inevitable cerrazón de las imágenes producidas por los medios oficiales. Su espíritu rebelde y lúdico se lo dan sus jóvenes creadores, y las visiones alternativas de los espectadores que siguen muestra tras muestra a la *golosina*. Es un compromiso latente reconstruir el imaginario colectivo de la región, a través del video y cine unificador de visiones alternativas y ricas en sentido.



Bibliografía

Lubezki, A. (2009). Breves opiniones acerca de un género breve, en Toma. Revista de Cine. México: Editorial Paso de Gato.

Feldman, S. (2004). El director de cine. Técnicas y herramientas. Barcelona: Editorial Gedisa.

UNESCO Extea/Centro de UNESCO del País Vasco. (2004). La juventud y el sistema de NNUU. Monografías sobre juventud. Barcelona: UNESCO Extea-Centro UNESCO Euskeral Erria-Dirección de Juventud del Gobierno Vasco.

Deleuze, G. (1985). La imagen-tiempo. Barcelona: Paidós

Lizarazo, D. (2004). La fruición fílmica. México: Universidad Autónoma Metropolitana

Los videoastas en México, verano de 199, En Revista Intermedios, Numero 9, México, D. F.

Entrevistas realizadas en la ciudad de México entre los meses de mayo a septiembre de 1995.

Sobre los autores:

Jesús Adolfo Soto Curiel.

Master en escritura de guión para cine y TV por la Universidad Autónoma de Barcelona, Especialista en Políticas Culturales y Gestión Cultural por la Universidad Autónoma Metropolitana y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Profesor de tiempo completo, impartiendo materias correspondientes a los lenguajes audiovisuales y director de las muestras Golosina Visual y DOCSTOWN. Coordina la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas y estudia el Doctorado en Ciencias y Humanidades para el desarrollo Interdisciplinario de la Universidad Autónoma de Coahuila y la

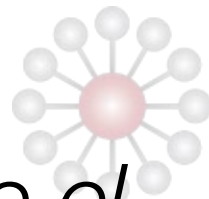
UNAM.

Laura Figueroa Lizárraga

Maestra en Estudios Socioculturales y Licenciada en Ciencias de la Comunicación, ambas por la Universidad Autónoma de Baja California (UABC). Es docente de las materias de Editorial y Apreciación e interpretación del cine en la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC, donde también coordina el Laboratorio de televisión. Como periodista, ha escrito sobre cine para medios impresos como El Universal y Cine Premiere, así como participado con textos académicos sobre cine en diversos congresos de comunicación.

Marcos Ramírez Espinosa

Candidato al grado de Doctor en Comunicación Social por la Universidad de la Habana, Maestro en comunicación e Industria audiovisual por la Universidad de Sevilla, Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad del Valle de México. Es profesor de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California donde imparte las materias de cine, guionismo y semiótica. Actualmente es coordinador de Formación Profesional y Vinculación Universitaria. Ha escrito diversos textos académicos en el área del cine y la semiótica.



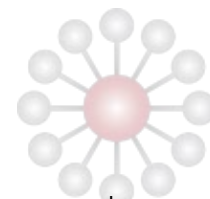
Nuevas nociones sobre el Cine Mexicano: Confrontaciones, negociaciones y resistencias entre lo global y lo local

Manuel Antonio Pérez Tejada Domínguez
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla

Resumen: Este ensayo tiene el propósito de problematizar la noción de lo que hoy en día se entiende por cine mexicano. Esto con el fin de revelar en las características maleables e incluyentes de este concepto un síntoma de lo que sucede en México cuando las identidades mexicanas también se dan fuera del territorio y el desarraigo causado por diversos factores que llevan a muchos mexicanos a dejar física o simbólicamente el país. Este análisis no se centra como muchos otros sólo en discutir si el cine mexicano es hoy más global que antes presentando como evidencia películas como El Laberinto del Fauno o las destacas trayectorias cinematográficas de talento mexicano a nivel internacional. Si bien estos eventos son parte del debate, la cuestión es entender qué significa en la problemática de México esa globalidad junto con resistencias, negociaciones y complacencias locales tanto dentro de las dinámicas de la industria del cine como en relación a estilos, narrativas y temáticas encontradas en sus películas.

Estos procesos no sólo contribuyen a un cine mexicano más híbrido cuando Disney o Sony, como compañías legalmente mexicanas, toman el papel de productores y realizan un cine mexicano muy cercano a Hollywood. Estos procesos también revelan la ineficacia de políticas culturales que se enfocan únicamente a la producción sin modificar las estructuras de la distribución que son claves para hacer sustentable o no el cine mexicano. Las circunstancias en las que los muchos cines mexicanos existen también retratan agudamente la situación de México como país.

Palabras Clave: Globalización, Cine Mexicano, Interculturalidad, Distribución, Identidad

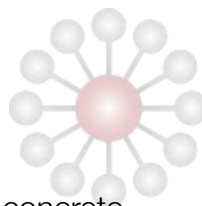


En 1993, un año antes de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio en México, el antropólogo Néstor García Canclini (1993) escribió un ensayo que preguntaba si, en la era global, habría todavía cine latinoamericano en el año 2000 (pp. 249-233). Particularmente, García Canclini ponía especial atención en el caso de México y en específico su cine. La cuestión no sólo tenía que ver con un asunto de producción. García Canclini problematizaba si las artes y los medios, entre ellos la cinematografía, seguían siendo espacios de representación de una cultura e identidad nacional. Esto sobre todo cuando el rol del Estado mexicano en esos años iba decreciendo en el campo de la producción cultural ante las tendencias neoliberales y globales. En dirección inversa, las corporaciones mediáticas, tanto nacionales y transnacionales, aumentaban su participación en esa misma función. Entonces, García Canclini preguntaba, ¿qué ocurría cuando las industrias culturales quedaban en manos de quienes tenían objetivos comerciales y transnacionales? ¿Y qué pasaba cuando los productos mediáticos, junto con sus creadores, protagonistas y capitales que los sostenían, cruzaban fronteras fácilmente?

Considero importante retomar estas preguntas y enfocarlas muy en específico al cine mexicano y su industria, pero poniendo otro plazo. ¿Habrá cine mexicano en el año 2020? La pregunta tiene más que ver con la noción de lo que hoy entendemos por cine mexicano como parte de una cultura e identidad nacional y menos con especular si habrá producción cinematográfica dentro del territorio de lo que hoy es México. Es decir, ¿a qué llamamos hoy cine mexicano y qué representa de México ese cine? ¿Qué empresas productoras, distribuidoras, y exhibidoras forman parte de la industria nacional?

¿Quién representa al cine mexicano en un mercado cinematográfico global que no sólo incluye salas de teatros sino también festivales? ¿Qué significa que El Laberinto del Fauno (2006) dirigida por Guillermo del Toro y Biutiful de Alejandro González Iñárritu (2010) representen al cine nacional en los premios Oscar? ¿Qué implica para el repertorio cultural mexicano que Disney produzca Ladies' Night (Gabriela Tagliavini, 2003), Columbia produzca Niñas Mal (Fernando Sariñana, 2007) y Universal produzca Rudo y Cursi (Carlos Cuarón, 2008)? Insisto, el asunto no es simplemente identificar si hay producción nacional o no, sino el analizar las tensiones y contradicciones entre fuerzas y factores globales y locales y como estos procesos le dan forma a lo que hoy entendemos como cine mexicano.

Para desarrollar un argumento que conteste a las preguntas planteadas, necesito delinear varios puntos. Primero voy a discutir de qué manera conceptos como nacionalismo, nación y estado o estado-nación, México, y cine mexicano, son construcciones sociales. Esto es son artificiales y no naturales. Lo cual implica que lo que representan o significan no está fijo en el espacio y tiempo. Por ende, estos conceptos son susceptibles de cambiar. Hay que enfatizar que no dejan de existir como significantes, pero cambian los significados que les asignamos. En esta parte, también hablaré del valor simbólico que tienen los productos culturales como el cine en un proyecto político de nación. En segundo lugar, analizaré como en los contextos políticos, económicos, sociales, y culturales se le da forma a un concepto como es el de cine mexicano. Por último, presentaré las conclusiones.



Primero, se debe dejar claro que el concepto de nación es una construcción ideológica. No existe de forma natural, pero no por ello deja de tener un valor simbólico y político incuestionable. Benedict Anderson (1993) define el concepto de nación como “una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana” (p. 23). Esto es, la nación es una comunidad de individuos que imaginan compartir un conjunto de valores, símbolos y eventos fundacionales. En esto hay un aspecto objetivo como puede ser el territorio y las leyes que rigen la comunidad y otro subjetivo como la cultura que comparten.

Susan Hayward (2000) resume esta idea de nación articulada por Anderson como el de una construcción ideológica que busca forjar un lazo, supuestamente natural, entre un grupo cultural auto-definido con el estado para así unificar la idea de estado-nación (p. 89). Nación y estado se presentan como uno, pero no lo son. El estado es la entidad legal que cuenta con poder y autoridad sobre quienes conforman esta comunidad imaginada y su territorio. Sólo basta con ver la historia del territorio que ha sido México para cerciorarnos de estas construcciones y cómo diversas comunidades de individuos se han imaginado de manera distinta a través de muchos siglos, dentro de un espacio cambiante.

Si la nación es una construcción social, también lo es la idea de identidad nacional. En el concepto de identidad nacional se intenta establecer una relación directa entre cultura y nación. Los nacionalismos, muchas veces elaborados como políticas de Estado o por grupos por intereses de poder, construyen estas ideas de una cultura nacional donde una serie de narrativas y otros productos culturales terminan significando la nación. He aquí

el valor de los productos culturales y en concreto del cine como instrumentos o vehículos que sostienen y amalgaman a una sociedad a través de sus imaginarios y narrativas.

Entendido así, el cine mexicano, al igual que el concepto mismo de México como nación, no es un invento, sino una construcción social que se da a partir de formas discursivas implementadas por las multivariadas instituciones y otros agentes que al mismo tiempo construyen y son parte de una comunidad imaginada. Así, los cines nacionales pueden servir para dar forma a una cultura e identidad nacional, pero también pueden terminar por reproducir las ideologías políticas que sostienen al poder en turno. En relación a este último aspecto aspectos, la figura de estado-nación y su nacionalismo han sido criticados y caracterizados como aparatos que en muchas ocasiones buscan perpetuarse a través de la opresión, la violencia, y la corrupción (Appadurai 2003). Pero si bien es cierto que las culturales e identidades nacionales sirven continuamente a las elites en el poder, también es cierto que, por lo menos en el contexto actual, la idea de estado-nación en el sistema mundial sigue siendo una vía para defender a estas comunidades imaginadas de otros factores y entidades que también pueden resultar dominantes y opresivos.

Al respecto, Arjun Appadurai (2003) ha preguntado, “si no existiera el estado nación, ¿qué mecanismos asegurarían la protección de las minorías, la mínima distribución de los derechos democráticos, y la razonable posibilidad del crecimiento de la sociedad civil?” (p. 19).

Entonces, las concepciones, nociones y articulaciones del estado-nación, el nacionalismo, la cultura e identidad nacional aparecen en un



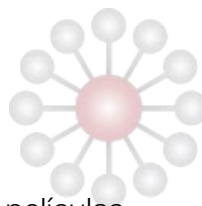
contexto de ambigüedades y contradicciones. Bastan aquí sólo dos ejemplos. Uno es la figura del Estado mexicano durante los años 1970s que Octavio Paz (1979) definió como un ogro filantrópico, concepto con el cual el poeta describía la doble naturaleza del gobierno: opresor y benefactor. Una segunda contradicción, esta vez en el cine nacional, la identifica Carlos Monsiváis (2003) al describir al cine de la llamada Época del Oro, como nacionalista y al mismo tiempo imitador de Hollywood y su star system. Para Monsiváis, el cine mexicano de esa época fue un agente unificador y vehículo de educación donde los públicos terminaban aceptando la imposición histórica, política y cultural de pertenecer a una nación mientras se unificaban criterios sobre quiénes eran y se reconocían como miembros de una comunidad (pp. 261,275).

Hay que recordar que la idea de un cine nacional no se construye solamente desde las políticas culturales de un gobierno. Son también quienes hacen el cine y sus audiencias quienes pueden tanto revertir y problematizar los discursos del Estado como también hacer lecturas opositoras al mensaje oficial. En este sentido, Carlos Monsiváis (1995) ha argumentado que a pesar de las éticas o estéticas de un cine nacional, ya se oficial, comercial o independiente, los valores cultivados, los estereotipos e imágenes permisibles seguirán siendo subvertidas por los cambios sociales, aún si se da de manera involuntaria al principio (p. 151). Además, Hayward (2000) ha mencionado que un cine nacional es un espacio de combate donde los cineastas, con sus responsabilidades y libertades, también luchan por construir su propia visión de cine, o contestar a esa idea de cine nacional que se imagina desde el Estado o desde los circuitos comerciales (p. 181). Así, desde estos espacios de

combate en donde existen distintas concepciones de cine nacional, y al final de cuentas sólo una, surgen ambigüedades y contradicciones que se contraponen a las ideas de cultura e identidad nacional pensadas tradicionalmente.

Desde mediados de la década de 1980, las ambigüedades y contradicciones que ocurren en el cine nacional han sido exacerbadas claramente por tendencias globales y locales. Si de acuerdo a Arjun Appadurai (1999), el concepto de estado-nación está en crisis, esta crisis también arrastra consigo la idea de un cine nacional empatado con un concepto tradicional de mexicanidad. Appadurai ha descrito al estado-nación con poblaciones flotantes, políticas transnacionales en propio territorio, movilidad de tecnologías y una erosión de la soberanía nacional en lo legal, lo económico y lo político (p. 230). De forma similar, podemos trasladar estas características a lo que entendemos por cine mexicano.

Pero estas fuerzas no dejan de encontrar resistencias y oposiciones que producen una tensión entre lo global y lo local, fuerzas y factores que muchas veces tienden a ir en direcciones en contrapuestas. Así, como ejemplo, Jesús Martín-Barbero (2000) ha mencionado que mientras la globalización resta importancia a los aspectos que fundamentan la nación, incluyendo territorios, fronteras e historia, hay fuerzas que buscan reevaluar lo local, lo doméstico, para redefinir, de nueva cuenta, lo que la nación significa (p. 30). Además, tendencias globales y locales se traslapan y mezclan, dando por resultado hibridación y mimetismos. Al final de cuentas, el cinematógrafo nos llega vía los emisarios de los hermanos Lumière. Además, las presencias de Arcady Boytler, Sergei Eisenstein, Fred Zinnemann, y Luis Buñuel, entre otros muchos, han enriquecido al repertorio



del cine nacional. Sin embargo, puede costar trabajo en un principio caracterizar de la misma forma lo que aportan al cine mexicano actual las empresas Columbia Pictures de México y Disney Latinoamérica. Sin embargo, el cine mexicano ha cambiado constantemente desde la década de 1930.

Es importante enfatizar que lo que se entiende por cine mexicano o cine nacional es un concepto que es susceptible de cambio. Sergio de la Mora (2006) ya ha dicho que, para principios de los noventa, por tercera vez se descubría un “nuevo cine mexicano” habiéndolo existido otros “nuevos cines mexicanos” en los sesentas y setentas del siglo veinte (p. 136). Por ello, entender lo que es el cine mexicano demanda reconocer la construcción de criterios y características que buscan etiquetar y legitimar a una cinta como mexicana, aunque los parámetros se vuelvan rígidos y por lo tanto, inadecuados.

Estos perfiles del cine nacional se definen formal e informalmente por un conjunto de factores, fuerzas y tendencias que vienen de distintas direcciones a nivel global y local. Estas condicionantes incluyen políticas culturales, acuerdos económicos, desarrollo de empresas cinematográficas, además de las concepciones, discusiones y debates de lo que es el cine mexicano desde las varias posiciones que toman la crítica, la academia, las audiencias, las instituciones que atienden este medio y quienes participan como creadores de cine. A continuación, repaso una serie de eventos que ilustran las tensiones entre lo global y lo local y los resultados de lo que concebimos hoy como cine mexicano. La intención es revisar los cuestionamientos hechos al principio para ver las contradicciones y ambigüedades al intentar definir al cine nacional. Para ello, necesito prestar

atención al papel en el cine mexicano de películas como *El Laberinto del Fauno*, *Biutiful*, y *Luz Silenciosa* (Carlos Reygadas, 2007), pero también a las posiciones cambiantes de la Academia Mexicana de las Artes y Ciencias Cinematográficas en lo que se considera representa el cine nacional. En esas experiencias, criterios globales y locales se confrontan, se negocian, se valoran y se aprecia un proceso de hibridación. Igualmente es necesario comentar los cambios de la industria del cine nacional e incluso el perfil de la audiencia a partir de las políticas neoliberales. En este punto son las empresas transnacionales las que terminan por controlar las fases más redituables del negocio: la distribución y la exhibición. No dejo de mencionar las resistencias de una comunidad fílmica local que rescata al cine nacional hacia fines del siglo XX. Por último, pongo atención a la participación de Hollywood in México, donde sus empresas emblemáticas ya no sólo distribuyen, sino que también producen cine mexicano.

En los últimos años, películas que anteriormente no se consideraban mexicanas comienzan a ser reconocidas como representantes del cine nacional. En esta revaloración, aspectos globales y locales entran en juego. Es decir, detrás de estos cambios de criterios, existen movimientos calculados y concesiones negociadas, si no directamente, al menos de manera tácita. Así, no sólo se aprecian la diversidad de culturas que son parte del país, sino también se reconoce la posibilidad de representar temas y narrativas ajenas o al menos lejanas a la idea de lo mexicano. Estas concesiones y estrategias buscan poner en un escaparate la producción nacional de una industria del cine que todavía muestra las carencias propias de un país que no termina por desarrollarse industrialmente por completo. Los siguientes son



algunos ejemplos.

Para cuando en 2006, *El Laberinto del Fauno* es seleccionada por la Académica Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas, AMACC, con el fin de representar la producción de cine nacional en los premios Oscar, ya han ocurrido una serie de eventos que forman parte de estas luchas que, si no inmediatamente, sí a través del tiempo, terminan produciendo conocimiento sobre lo que eso representa al cine nacional. En 2001, cuando AMACC elige a la película de Maryse Systach, *Perfume de Violetas*, para representar a México en la premiación del Oscar, la academia lo hace por sobre las de Alfonso Cuarón y Guillermo del Toro, *Y Tu Mamá También* y *El Espinazo del Diablo*, respectivamente. Para principios del 2001, *Y Tu Mamá También* se ubicaba en el primer lugar de taquilla con casi cuatro millones de espectadores, *Perfume de Violetas* en tercero con poco más de un millón, seguida de *El Espinazo* con 971 mil espectadores (Huerta 2001a). Estos directores, a manera de protesta por la poca transparencia en los procesos de votación, deciden no incluir sus películas en la entrega del Ariel en 2002, premio que otorga la misma academia mexicana (Tegel 2002).

Bertha Navarro, productora de la película, explicó entonces que *El Espinazo* se inscribió para concursar por el Oscar ante la AMACC y no fue considerada porque, a pesar de ser producida y dirigida por mexicanos, para la academia no era una película “muy mexicana”, entonces, concluía Navarro, no tenía caso volverla a inscribir para el Ariel (Huerta 2002b). Navarro explicaba que si bien la película era una coproducción con España, el registro ante Radio, Televisión, y Cinematografía, RTC, le designaba la categoría de película mexicana (Huerta 2002b). Es decir, una institución

mexicana le otorgaba un carácter nacional, y otra no. Por su parte, Systach, directora de *Perfume de Violetas*, declaraba “...no me esperaba esta selección, porque *Y Tu Mamá También* parecía tener todas las de ganar. Pero estoy muy contenta porque los mexicanos defendieron la sinceridad y fuerza de *Perfume de violetas*” (Terra/EFE 2002). A los mexicanos que se refería Systach eran los miembros de la AMACC que habían decidido en una votación, que en su momento, el director de la academia, Jorge Fons describió como democrática (Cabrera 2002).

Esta discusiones giraron principalmente en torno a las posibles expectativas de conseguir una nominación con base en los criterios de los Oscars a través de una y otra película. Es decir, existía la idea de que *Y Tu Mamá También* o *El Espinazo del Diablo* presentaban características que, para los criterios de la academia de Hollywood, les ofrecían más oportunidades de conseguir una nominación que las opciones que podría tener *Perfume de Violetas*. Por lo tanto, la sugerencia era que las decisiones de quién debía representar el cine mexicano tendrían que pasar por los supuestos en cuanto criterios estéticos de determinado festival o perfil de premios a nivel internacional. La estética del cine-mundo o cine global prevalecería en determinados casos. Esta estética es la que Néstor García Canclini (1999; 1995) describe como sustentada en los efectos especiales, en el avasallante espectáculo, en la fórmula del género, y que es complementada por las estrategias de mercadotecnia que harán a la película inevitable visible (p. 160; p. 92).

La otra postura, la de la mayoría de los miembros de la AMACC era un concepto local de lo que representaba el cine mexicano, y ni *Y Tu Mamá También* ni *El Espinazo del Diablo*



encajaban en esta definición no escrita. Dicha concepción cambiaría apenas unos años después. Sin embargo, es necesario evitar conclusiones precipitadas que sugieran un triunfo de lo global sobre lo local ya que los resultados siempre serán ambiguos.

En 2007, *El Laberinto del Fauno* ganó tres premios Oscar representando a México, pero no obtuvo el que se otorga a Mejor Película en Lengua Extranjera. La cinta no toca la historia de México ni tiene lugar en este país. Sin embargo, muchos quienes hacen y producen la historia son mexicanos, algunos viviendo en el extranjero. El hecho de que *El Laberinto del Fauno* fuera votado por los miembros de la academia mexicana de cine para representar a México significó aceptar por parte de una de las principales instituciones cinematográficas del país la amplia diversidad de lo que puede ser el cine mexicano. Así se reafirmaban cuestiones obvias. Una, que los productores y cineastas mexicanos, en muchas ocasiones, requieren de capitales extranjeros para hacer cine mexicano. Otra, que el cine mexicano también podían contar historias que tenían que ver con otras culturas.

Ese mismo 2007, Carlos Reygadas asombra al cine mundial y nacional con *Luz Silenciosa*. Esta película también es una coproducción donde participan productoras e instituciones oficiales internacionales y nacionales. La historia toma lugar al norte del país, en una comunidad menonita. La película se centra en Johan, esposo y padre de familia, que se ha enamorado de otra mujer. El adulterio sirve para explorar el amor y los sentimientos de culpa al romper con un código moral. Fiel a su estilo como cineasta, Reygadas se atreve y arriesga en conformar el reparto de actores, con los mismísimos miembros de este

grupo, extremadamente tradicionalista, religioso y aislado. *Luz Silenciosa*, hablada principalmente en una versión de bajo alemán, ganaría no sólo el Premio del Jurado en Cannes, sino el Ariel de Oro concedido por una academia de cine mexicano que reconoce la calidad de la cinta, la diversidad cultural de un país, y las prácticas de coproducción necesarias para hacer cine nacional. El crítico de cine Carlos Bonfil (2007) escribía en *La Jornada*: “Esta cinta... muestra de modo elocuente hasta qué punto son falaces los alegatos en favor de un cine comercial apegado a las fórmulas hollywoodenses como vía idónea para reactivar nuestra industria cinematográfica”.

Actualmente parecieran simples los criterios que sigue la academia mexicana para definir si una película califica como mexicana para representar al cine nacional en los premios Oscar y Goya. De alguna forma, entendemos porque *Biutiful* va al Oscar y *El Infierno* (Luis Estrada, 2010) va al Goya. Sin embargo, estos criterios vienen dirigidos por las academias en el extranjero. Por ejemplo, si bien es cierto que AMACC presenta la convocatoria para inscribir películas a los premios Oscar, es The Academy of Motion Pictures Arts and Sciences (AMPAS) la que marca entre sus criterios el que la película no sea hablada principalmente en inglés, y que el control artístico sea ejercido por ciudadanos del país postulante. La academia mexicana añade otros requisitos, entre los que pide el registro como película nacional otorgado por RTC. Para los premios Goya de España, en la categoría de mejor película de habla hispana, se pide que al menos el 51% de los diálogos sean filmados en una de las lenguas oficiales del país postulante. En este caso, *Luz Silenciosa*, película mexicana hablada principalmente en un dialecto del bajo alemán, no podría representar al cine mexicano.



El que este año la cinta *Biutiful* haya sido seleccionada para representar en los Oscars al cine mexicano tiene que ver tanto con una estrategia de visibilidad y búsquedas de triunfos para el cine nacional (después de la respuesta que consiguió en Cannes, ignorarla sería un grave error) como con esa idea que alguna vez sugirió Alfonso Cuarón: hay descubrimientos y hallazgos cuando se revelan las fronteras de los países como artificiales (Luna 2004). La película dirigida por Alejandro González Iñárritu presenta las preocupaciones e intereses cinematográficos que ya ha mostrado este director en películas anteriores. Los temas de lo global, lo local y las contradicciones y tensiones resultantes son ya representativas de sus temáticas. Y es parte de un imaginario que inevitablemente, por muy global, se incertará en el cine mexicano. En este sentido, los directores mexicanos no tienen porque llevar o cumplir una agenda cultural específica. Al menos se asume, que ellos quieren, con las mejores narrativas y estilos cinematográficos, contar historias desde sus perspectivas con la intención de fascinar a un gran público.

Por otro lado, el que *Babel* sea una película extranjera y *Biutiful* una película nacional, también tiene que ver, de manera informal, con el idioma, y de manera formal, como se entienda la forma en que se da la coproducción. De acuerdo a la Ley Federal de Cinematografía vigente, sólo se requiere cumplir con uno de dos requisitos para calificar a una película como nacional (Cámara de Diputados 2010). Un primer requisito es que quienes la realicen sean personas físicas (individuos) o morales (empresas) nacionales, y el segundo es que si se realiza en coproducción con entidades extranjeras, estos acuerdos formen parte de los convenios internacionales avalados

por el gobierno mexicano. Aquí pueden existir algunos vacíos y ambigüedades. Las formas de coproducción de *Babel*, *Rudo y Cursi*, y de *Biutiful*, no son muy distintas y sin embargo, sólo las últimas dos se consideran mexicanas.

Las trayectorias que siguen directores como Alfonso Cuarón, Alejandro González Iñárritu y Guillermo del Toro, e igualmente Luis Mandoki, e incluso Salma Hayek se derivan en parte de las ineficiencias de una industria con ganadores globales y perdedores locales dentro de un marco neoliberal. Todos ellos inician sus carreras en un contexto mexicano, relativamente precario, pero aún así logran convencer a un público local. Después, las condiciones de una industria los alejan, pero siguen produciendo desde fuera, pero con ligas a ese país del que son parte, como miembros de una incipiente diáspora cinematográfica mexicana en el exterior. Entonces, es pertinente revisar como las tendencias globales afectan a la industria del cine dando como resultado un panorama transnacional e híbrido.

Entre el final de la década de los 1980s y el inicio de los 1990s, las condiciones de la industria del cine nacional eran precarias, pero comenzaba a vislumbrarse un posible resurgimiento con películas como *La Tarea* (Jaime Humberto Hermosillo, 1990), *Como Agua para Chocolate* (Alfonso Arau, 1992), *Cronos* (Guillermo del Toro, 1993), y otras más. Sin embargo, en preparación a la entrada en vigor del TLC se acelera la desvinculación del Estado en la industria del cine, se libera el precio en taquilla permitiendo la renovación y crecimiento del circuito de exhibición, y se reduce de 50 a 10 por ciento el tiempo de pantalla para la producción nacional. A diferencia de Canadá, México no se acoge a la excepción cultural ya que el gobierno considera que la cultura milenaria del país no



requiere salvaguardas (Galperín 1999).

Así, los teatros se convierten en cineplexes y se anclan en los centros comerciales. Aparece Cinemex, con capitales mexicanos y estadounidenses, y llegan los Cinemarks. Al mismo tiempo que se multiplican los cines de múltiples pantallas también se eleva el precio en taquilla alejando a las audiencias con menor poder adquisitivo y se constituyen las clases medias y altas en el público que preponderantemente asiste al cine. Es decir, los públicos del cine también cambian. Mientras, la caída de la producción nacional va de 53 películas producidas y 49 estrenadas en 1993 hasta tocar fondo en 1998 con sólo 11 películas producidas y 8 estrenos (Sánchez Ruíz, 1999, pp. 57,69). Sólo gracias a una comunidad cinematográfica combativa se presiona al poder ejecutivo para que se creen fondos de apoyo para la producción cinematográfica. Por aquellos años, películas como *Sexo, Pudor y Lágrimas* (Antonio Serrano, 1998) y *Amores Perros* (Alejandro González Iñárritu, 2000) hacen pensar en la posibilidad de éxito de un cine comercial mexicano que cuenta con cualidades artísticas para también circular por festivales internacionales. Incluso, aparece la distribuidora mexicana Nuvisión. Sin embargo, muy pronto, los productores mexicanos se dan cuenta de las múltiples dificultades en intentar competir contra el oligopolio formado por los estudios de Hollywood que se encuentran en eterno contubernio con los exhibidores. A eso se agrega una repartición del peso en taquilla que sólo beneficia a los teatros y a los distribuidores transnacionales que ya recuperaron su inversión en los Estados Unidos y no les importa sacrificar un poco el precio de la renta de sus películas, porque ya todo es ganancia. Para 2006, sólo Cinépolis es el único exhibidor estrictamente nacional de las

cuatro cadenas más importantes. Sin embargo, como todas las transnacionales, Cinemex y Cinemark operan como empresas mexicanas.

A pesar que la producción cinematográfica ha ido en aumento hasta alcanzar las 70 películas tanto en 2007 como en 2008, la realidad es que año con año existe un rezago en las películas mexicanas por estrenar. En 2009 se estrenaron 54 películas mexicanas, pero se produjeron 66 (IMCINE 2010a). Aunque ha aumentado el número de pantallas, el número de películas estrenadas en México se ha mantenido en los últimos veinte años en alrededor de 300 películas (Ugalde 2010). En 2008, se estrenaron 326, sólo para bajar a 307 en 2009 (IMCINE 2010b). Con un número limitado de fines de semana para lanzar una cinta, más la saturación de pantallas que utilizan como estrategia los distribuidores de Hollywood, es posible encontrar sólo cinco películas en exhibición en un complejo de doce salas. El problema principal del cine mexicano es una distribución inequitativa de películas y ello demanda una revisión a la legislación vigente en materia de cine.

De acuerdo a Nicolas Garnham (1990), no es la producción cultural sino la distribución cultural donde están los beneficios, políticos, culturales, y económicos, mientras que en el acceso a la distribución, se asegura la diversidad cultural (pp. 160-162). En México, el 25% de las cintas extranjeras manejadas por transnacionales tienen un desempeño menor que el de las películas mexicanas estrenadas, muchas veces en condiciones adversas (Ugalde 2010). Mientras tanto, los cineastas mexicanos esperan un resquicio en la programación de fin de semana para estrenar una película que van perdiendo valor de negocio. Con una industria nacional que favorece principalmente la distribución de



las producciones de los estudios de Hollywood y un esquema de negocio que sumamente difícil para el productor la recuperación y ganancia de su inversión, no resulta difícil comprender porque algunos cineastas mexicanos tienen la mira puesta en el exterior. Es una ruta ya demostrada como viable para seguir produciendo cine nacional aún estando en el extranjero. Obviamente, lo deseable es romper con los candados que apuestan el oligopolio de Hollywood.

Mientras se vuelve más difícil consolidar una carrera como director de cine en México, los estudios de Hollywood también han comenzado a operar como productores nacionales, no conformes con sólo dominar la distribución del cine en nuestro país. Así, arribamos a otros espacios de ambigüedades y contradicciones donde *Ladies' Night* es realizada en coproducción con Miravista de Disney Latinoamérica y la mexicana Argos Cine, bajo la dirección de la argentina Gabriela Tagliavini, con una idea original del español Ignacio Darnaude, y un guión de la mexicana Issa López. Mientras *Ladies' Night* fue una de las películas más taquilleras del 2003 en México, en Argentina fue duramente criticada como una comedia aburrida y sin estructura, además de estar plagada de modismos mexicanos imposibles de entender por el público de aquel país (Notimex 2004). Entonces se debe preguntar ¿de qué manera las prácticas de producción de un cine global alteran la forma y fondo de una película nacional si sigue pareciendo muy local al salir al extranjero? ¿Constituyen los modismos por sí solos una identidad para el cine más allá de cintas que intentan imitar a las comedias de Hollywood y terminan perdiendo intención y estructura?

Habría que someter por el mismo brasero a *Niñas Mal* de Columbia Pictures de México

y a *Rudo y Cursi*, producida por Cha Cha Cha (compañía de Cuarón, del Toro, e Iñárritu), pero con inversión de Universal. Las respuestas variarán de película a película conforme el grado de mimetismo o hibridación que se dé en cada producción cinematográfica. El neoliberalismo y otras tendencias económicas globales han hecho de la industria del cine nacional, una industria dominada por capitales transnacionales que se mueven como nacionales en territorio mexicano. Pero, sería precipitado concluir que los recursos externos que fondean la producción nacional eliminan todo rasgo de la cultural local. Es más certero afirmar que inevitablemente los alteran, pero de distintas maneras, dependiendo de distintos factores, como pueden ser la trayectoria y prestigio del equipo creativo. También los ejecutivos que cuidan los intereses de los estudios estadounidenses buscarán acercarse a las fórmulas que han resultan frecuentemente en éxitos comerciales en otros contextos y latitudes. Estas fórmulas tienen más que ver con el cine mundo o cine global que ha descrito García Canclini que con un cine nacional.

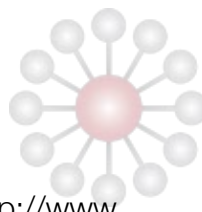
A manera de conclusión, quiero regresar a esa idea inicial sobre los cines nacionales: estos son meras construcciones sociales, y como cualquier rasgo o característica cultural, sujeta a cambios. Sin embargo, siguen siendo instrumentos o vehículos de expresión vitales para cohesionar a una comunidad o criticar a la autoridad. El cine le sigue dando coherencia a nuestro contexto. Cuando Mario Vargas Llosa (2004) dice que las culturas se defienden solas, olvida que los individuos son los que hacen la cultura. Si cada pueblo tiene el país que se merece, lo mismo se puede decir de un cine nacional. En las decisiones que tomemos y en las actividades que realicemos como audiencia, productores, cineastas, críticos,



académicos, funcionarios, políticos, exhibidores o en cualquier otro rol que pueda impactar, poco o mucho, lo que se produce y llegamos a ver en la cartelera, se irá discutiendo una nueva noción de lo que es el cine mexicano, que seguramente será distinta a la actual. Esto sin olvidar, que fuerzas y factores globales terminan incidiendo en este propósito. Queda a cada quien, desde su trinchera, decidir si participa o no participe de alguna forma en definir como se abraza, se negocia o se rechaza la globalidad en la producción del cine nacional.

Bibliografía

- Anderson, Benedict (1993). *Comunidades imaginadas: Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. (Eduardo Suárez, Trad.). Mexico, D.F.: Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1983).
- Appadurai, Arjun (2003). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minnesota: University of Minnesota Press. (Obra original publicada en 1996).
- . (1999). Globalization and The Research Imagination. *International Social Science Journal* 51(160), 229-238.
- Bonfil, Carlos. *Luz Silenciosa. La Jornada*. Acceso a través de <http://www.jornada.unam.mx/2007/10/21/index.php?section=opinion&article=a11a1esp>.
- Cabrera, Omar. *Defiende Fons al Perfume. Reforma*. Acceso a través de HighBeam Research: <http://www.highbeam.com/doc/1G1-128916826.html>.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2010) *Ley Federal* Cinematográfica. www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/103.pdf
- de la Mora, Sergio. (2006) *Cinemachismo: Masculinities and sexuality in Mexican film*. Austin, TX: University of Texas Press.
- Galperín, Hernán. (1999) *Cultural industries policy in regional trade agreements: the cases of NAFTA, the European Union and Mercosur*. *Media, Culture & Society* 21(5), 627-648.
- García Canclini, Néstor. (1999). *La globalización imaginada*. 1a ed. Buenos Aires: Paidós.
- . (1997). Will there be Latin American cinema in the year 2000? En Ann Marie Stock (Ed.) *Framing Latin American cinema: contemporary critical perspectives* (pp. 246-258). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- . (1995). *Hybrid cultures: strategies for entering and leaving modernity*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Garnham, Nicholas. (1990). *Capitalism and communication : global culture and the economics of information*. Fred Inglis (Ed). London: Sage Publications.
- Hayward, Susan. (2000) *Framing national cinemas*. En Mette Hjort y Scott Mackenzie (Eds.) *Cinema & Nation*. New York: Routledge.
- Huerta, César. (2002a, Enero 4). *Se muestran inconformes*. *Reforma*. Acceso a través de HighBeam Research: <http://www.highbeam.com/doc/1G1-128919334.html>.
- Huerta, César. (2002b, Marzo 10). *Que no valía la pena inscribirla*. *Reforma*. Acceso a través de HighBeam Research: <http://www.highbeam.com/doc/1G1-128899611.html>.
- IMCINE. (2010a). *Largometrajes mexicanos*



producidos. www.imcine.gob.mx.

IMCINE. (2010b). Películas estrenadas en México. www.imcine.gob.mx.

Luna, Gamaliel. (2004, Septiembre 15). El cine de Latinoamérica borra fronteras. El Universal. Acceso a través de http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=55824&tabla=espectaculos

Martín-Barbero, Jesús. (2000). Transformations in the Map: Identities and Culture Industries. *Latin American Perspectives* 27(113), 27-48.

Monsiváis, Carlos. (1995). All the people came and did not fit onto the screen: Notes on the cinema audience in Mexico. En Paulo Antonio Paranagua (Ed.) *Mexican Cinema*. London: BFI Press.

Notimex. (2004, Septiembre 23). Argentina destroza a "Ladies' Night". www.esmas.com.

Paz, Octavio. (1979). *El Ogro Filantrópico: Historia y Política*. México, D.F.: Joaquín Mortiz.

Sánchez Ruíz, Enrique E. (1998) Cine y globalización en México: El desplome de una industria cultural. *Comunicación y Sociedad* (33), 47-91.

Tegel, Simeon. (2002, Marzo 19). Mexican hit pix snub local kudos contest. *Daily Variety*. Acceso a través de <http://www.variety.com/article/VR1117864141.html>.

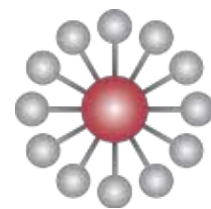
Terra/EFE. (2002). Camino al Oscar. Terra. Acceso a través de: <http://www.terra.com/ocio/articulo/html/oci20442.htm>.

Ugalde, Víctor. (2010, Agosto 17). Certezas fílmicas de la distribución.

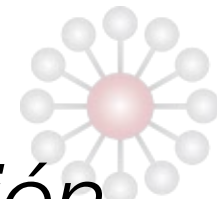
[Correcamara.com](http://www.correcamara.com). www.correcamara.com

<http://www>.

Vargas Llosa, Mario. (2004, Julio 27). Razones contra la excepción cultural. *Diario El País*. A través de <http://www.realidadvisual.org/coalicion/pdfs/contraexcepcionculturalmvll.pdf>



Capítulo 6. Estudios sobre Televisión y Recepción



Comunicación, escuela y violencia: Una mirada desde las mediaciones

Zoyla Hernández Blanco
Gabriela de la Peña Astorga
Francesco Gervasi
Universidad Autónoma de Coahuila

Resumen: La Investigación, COMUNICACIÓN, ESCUELA Y VIOLENCIA: Una mirada desde las mediaciones, actualmente está en su fase de análisis final de resultados, el objetivo de la investigación se conforma para determinar las múltiples mediaciones que se establecen entre los procesos de recepción televisiva y las conductas de los jóvenes de la escuela secundaria General Ricardo Flores Magón de la Ciudad de Saltillo, Coahuila.

El trabajo de investigación es mixto, contiene la fase cuantitativa y cualitativa (GF Y G de Expertos). La primera fue desarrollada a través de la aplicación de una encuesta, estructurada a partir de un total de 128 variables, las cuales 8 son simples y 10 complejas, (con escala de medición del 1 al 5) aplicadas a 74 jóvenes de la Escuela Secundaria General Ricardo Flores Magón N° 18. de la Ciudad de Saltillo, Coahuila. Estas variables dan respuesta a las mediaciones: M. Múltiple, se establece entre los procesos de producción, emisión, recepción y apropiación, además de las mediaciones cognitiva, individual, situacional, estructurales, cognitiva individual, además de las variables que darán respuesta a la recepción. De igual manera se aplicaron dos Grupos Focales, cada grupo fue conformado por 6 jóvenes con conductas violentas.

Palabras clave: Escuela, Representación de la violencia, Audiencias televisivas.

Introducción

En tiempos en que a decir del profesor e investigador Jesús Martín Barbero “hay que repensar por qué la guerra y las violencias son nuestra marca nacional e investigar los cómplices relatos de la guerra y las imágenes que negocian la violencia” (2009:

11), sin dudas la violencia resulta un fenómeno multicausal, en el que intervienen diversos factores, tales como los cambios de estructura social, el crimen organizado, el narcotráfico, el urbanismo acelerado, la fractura de la familia, influencias culturales, etc. (Fukuyama, 2000).



Dicho fenómeno es una preocupación que trasciende fronteras nacionales para situarse en un plano extra geográfico que la sufre por múltiples causas comunes a todos, pero también particulares en contextos específicos, que la hacen tan universal como local.

Asimismo resulta un problema asociado, el modo en que los medios la expresan a través de un discurso morboso, comercial y político que se construye con mucho de sensacionalismo y mercantilismo y muy poco de ética, compromiso y responsabilidad social.

Existen múltiples estudios en el plano internacional que ofrecen datos bastante expresivos acerca de la representación de la violencia que los medios proporcionan a la audiencia a partir de sus diferentes canales y formas. Si se analizan los contenidos de telediarios, cine, series televisivas, dibujos animados, etc. se comprueba que las imágenes, textos, acontecimientos relatados tratan el hecho de la violencia con mucha mayor frecuencia que otros temas.

Los contenidos violentos atraviesan todas las manifestaciones mediáticas, desde la información a la formación y el entretenimiento, y también las fronteras políticas y culturales. Los niños y adultos de todo el planeta pueden estar a la última en innovaciones armamentísticas y conocen a Rambo y Terminator, luchas wwe wwe raw, el pantera, mujeres asesinas, los Simpson, la ley y el orden, los simuladores entre otros. La globalización alcanza a ídolos mass-mediáticos poco dados al diálogo y que son fuentes de inspiración de conductas y modelos de imitación (UNESCO, 1998). Por otro lado, el análisis de contenido de los mensajes mediáticos también ha detectado formas habituales de producir prejuicios, como es el hecho de que en gran número de producciones

destinadas al cine o la televisión cuyos argumentos están plagados de violencia, los personajes negativos sean representados por minorías (afroamericanos, hispanos, latinos, árabes) y personas con discapacidad de todo tipo. Si bien esto último es la cara de ficción de la violencia, también los medios representan la violencia real. En lo relativo a la información, las noticias son en cierta medida una colección de desastres, sirven la dieta diaria de violencia bajo la forma preferida de imagen gráfica.

Paralelo a ello emerge la preocupación de académicos e investigadores por la carencia de estudios e investigaciones que realmente aborden las aristas más sustanciales de la reproducción simbólica de la violencia, tanto en sus enfoques como en sus metodologías.

Y la sociedad mexicana, que enfrenta serios problemas en la actualidad, tiene en la violencia uno de los más graves. Múltiples son sus formas de manifestación. En los espacios privados el maltrato psíquico y físico a los ancianos, las mujeres, los niños y hacia aquellos con preferencias sexuales diferentes. En los espacios públicos enfrentamientos entre grupos y pandillas, los ajusticiamientos, asaltos, robos, secuestros y asesinatos con los más diversos móviles.

El periódico La Jornada reportaba en mayo de 2009 como Amnistía Internacional (AI) establecía en Londres que en el país había aumentado la violencia del crimen organizado, a pesar del gran despliegue de efectivos militares, al tiempo que se incrementaron los "homicidios ilegítimos" y torturas por parte de personal castrense. Por este concepto se reportaban más de 7 mil 300 homicidios en todo 2008 y en el transcurso del año 2009 se calculaban unos 1 500 en fechas tempranas como el mes de marzo, mientras atribuidas a redes delictivas se



calculaban unas 6 mil personas muertas en 2008 en incidentes violentos.

Y es que a decir de no pocos estudiosos, México atraviesa por diversas “epidemias”, entre ellas la violencia, muy particularmente aquella vinculada al narcotráfico (Reguillo, 2009: 41).

Ello ha generado una creciente preocupación que se manifiesta en todas las tribunas públicas, entre otras los medios de comunicación. Por ejemplo el programa “Tiempo de Análisis” de Radio UNAM del 12 de diciembre de 2009 analizaba el costo social de la violencia en México y así muchos otros medios y espacios respetables han abordado y abordan el problema.

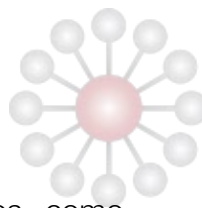
Sin embargo los medios también resultan cuestionados por el “nefasto” papel que desempeñan en la reproducción de la violencia a nivel simbólico, toda vez que, entre otras cosas, son considerados centros de transmisión que ayudan a minimizar los delitos y no juegan su papel democratizador en pos de inmovilizar a la violencia, sus defectos y facturas, sobre todo el periodismo. Cabría recordar aquí programas de la televisión mexicana como Ciudad desnuda, A sangre fría, Primer impacto, A través del video, Hechos, Detrás de la noticia, Ocurrió así y Héroe, todos célebres por la transmisión de sucesos violentos y que obtuvieron altos índices de audiencia mientras eran transmitidos.

Al respecto ya para 1995 la Comisión Especial de Comunicación Social en la versión preliminar de la Relatoría Foros Regionales de Consulta de la Cámara de Diputados consideraba que “en los medios de comunicación la violencia se presenta continuamente, pero el problema no es que se presente, sino la manera y la cantidad en que se presenta: no hay diferencia entre la violencia defensiva y la violencia ofensiva, entre la violencia

que hace reír y la que aparece en una noticia, por ello proteger el desarrollo de la niñez y de la juventud, es una responsabilidad social que todos los sectores tienen y deben cumplir” (citado por Casas Pérez, 1998)

Particularmente la televisión es el medio más criticado toda vez que mediante diferentes estudios en México se ha conocido que a través de la difusión de su enorme gama de programas agresivos ha contribuido a crear un clima favorable para la expansión de la violencia al interior de la sociedad. Así se conoce que al terminar la enseñanza secundaria un joven normal ha pasado frente al televisor el doble del tiempo del que mantuvo como asistencia a la escuela, o sea nueve años. En dicho lapso su cerebro habrá registrado las imágenes de aproximadamente 150,000 episodios violentos y unas 25,000 muertes (Periódico Excelsior, agosto de 1992). Al respecto el destacado profesor e investigador mexicano Javier Esteinou (1999) señalaba “el impacto mental que el crimen televisado provoca en cualquier espectador, constituye una simulación peligrosa. Los adultos se pueden defender más de estas fantasías, pero los niños y los jóvenes, dan por hecho que un fuerte garrotazo en la cabeza de un contrincante le hace caer de forma muy chistosa y además se repone fácilmente del dolor”.

Y no es menos cierto que, dentro de escuelas y teorías que a lo largo de poco más de sesenta años han explicado los procesos comunicativos mas mediáticos, se han sustentado postulados que así lo aseveran con posiciones más o menos científicas. Cobijadas en lo que se ha dado en llamar en Teoría de la Comunicación como Teoría de los Efectos, o sea aquella que sustenta la influencia de los mensajes comunicativos sobre sus destinatarios de disímiles maneras se han



nutrido de sus diferentes posturas, a saber los efectos mágicos y los efectos limitados.

En la primera, se atribuye a los medios una extraordinaria capacidad de influencia gracias a que estos sostenían una relación directa con cada miembro del público, que se consideraba atomizado y homogeneizado en la sociedad de masas. En la segunda, comienza a apreciarse que esa relación no era directa, sino mediada por otras instituciones sociales y filtradas por la subjetividad del receptor. Pero ambas coinciden en esperar, y por lo tanto en investigar, efectos a corto plazo como resultado de mensajes más o menos puntuales. Con matrices en la Mass Communication Research norteamericana, ambas se centran en el estudio de los efectos de la comunicación persuasiva si bien se considera que algunos aspectos de esta teoría han sido a veces interpretados reductivamente, como si se tratase de estudios dirigidos únicamente al problema de los efectos, mientras que los trabajos más significativos en este ámbito estudian en realidad fenómenos sociales más amplios, como por ejemplo la dinámica de los procesos de formación de las actitudes políticas (Wolf, 1991: 30).

Todo ello ha redundado muchas veces en la construcción de un mito sobre los efectos de los medios, particularmente la televisión, sobre las audiencias y sobre la culpa que le asiste a los contenidos televisivos en la exacerbación de la violencia y otras formas de quebrantamiento del orden social existente. De ahí que muchos apunten a “lo vital de examinar los fundamentos del papel de la televisión en la sociedad moderna como realidad ontológica y fenomenológica” (Silverstone, 1994: 19).

Sin embargo, hay otra perspectiva de atender a los efectos y es aquella en la que se van acumulando

en el sistema social de conocimientos como resultado de la acción conjunta y prolongada de todo el sistema de medios; o sea los efectos de la comunicación de masas a partir de una justa consideración no tan solo de las actividades persuasivas, sino de las actividades cognitivas.

Dicha concepción “parte de la idea de que los individuos y los grupos sociales necesitan información para adoptar sus estrategias de decisión, de que, a su vez, el sistema social necesita una distribución selectiva de los conocimientos públicos vinculados con los fines y la orientación normativa dominante y de que los medios de comunicación son las instituciones legitimadas socialmente para proveer de información a los individuos y los grupos, y de ejercer la función de informadores públicos. Es decir, los medios cumplen una función mediadora entre los individuos y grupos sociales y las instituciones que protagonizan los procesos de decisión pública” (Vidal, 2002: 25).

Al respecto el profesor e investigador español Manuel Martín Serrano (1993) elabora y propone un método para el estudio de la producción social de comunicación que permite comprender cómo intervienen las instituciones mediadoras, para el caso los medios de comunicación masiva, con sus productos comunicativos en la propuesta de visiones del mundo. La actividad comunicativa queda situada entonces en los procesos que existen desde que algo sucede en el entorno hasta que las personas o los grupos afectados por esos cambios pasan a la acción social.

Para el análisis metodológico de estas prácticas propone el concepto teórico de mediación comunicativa el cual debe explicitarse en modelos operacionales.



Estas nuevas herramientas metodológicas aplicadas al análisis de los productos comunicativos, en nuestro criterio, permiten investigar las tres mediaciones que se le encomiendan a la producción de comunicación pública: la selección de unos u otros aconteceres de referencia; la elección de unos u otros datos a propósito de esos aconteceres y la vinculación de tales datos del acontecer con otros evaluativos; la presentación del relato que describe lo que acontece en una u otra forma expresiva. Pero, sobre todo, los modelos de análisis que van a proponerse, integran el estudio de estas tres actividades, que son diferenciables en la elaboración de los productos, en un único proceso de producción social de información, abierto al cambio del acontecer y a la intervención del Sistema Social (Serrano, 1993: 106)

Por su parte el profesor e investigador mexicano Guillermo Orozco incorpora un conjunto de postulados de otras teorías latinoamericanas sobre la Recepción (Fuenzalida, González, Martín Barbero, García Canclini, Vasallo de López) y de la investigación crítica de audiencias (Ang, Lull, Murdock, Morley), las cuales articulan en el denominado modelo de la mediación múltiple en el acto de la recepción y que define como individuales, situacionales, institucionales y tecnológicas, si bien son referidas como una compleja red de factores en estrecha interdependencia y condicionamiento mutuo.

Aún cuando estas posturas consistentes en relacionar los procesos de comunicación de masas con las características del contexto individual y social en el que se producen, y a decir de muchos en todo el campo teórico de la comunicación la idea de las mediaciones cobra fuerza, en muchos sectores se sigue pensando en los efectos mágicos, es decir, en una relación directa y provocadora de

efectos nocivos y deformadores por parte de los medios.

Ello implica, entonces, la pertinencia de hacer investigaciones que en primer lugar apuesten a nuevas categorías que se aproximen a la complejidad del fenómeno comunicativo y en segundo lugar trasciendan el tradicional fraccionamiento del proceso comunicativo que estas han hecho, si bien resulta complejo un abordaje más holístico del asunto. Por otra parte resulta muy oportuno que tal intención emane de las universidades, particularmente aquellas que enseñan la comunicación de manera responsable y crítica, de modo que estas se sitúen en el centro de las agendas país en palabras de Jesús Martín Barbero (2009) para el caso, la violencia que nos asfixia.

A partir de todo esto nos planteamos dos interrogantes de investigación, una empírica y otra teórica.

Desde el punto de vista empírico inquirimos lo siguiente:

¿Qué relación existe entre la producción de ficción con contenidos violentos que hace la televisión mexicana, así como los espacios informativos en que ésta trata el tema de la violencia, con las conductas agresivas de jóvenes de la ciudad de Saltillo, Coahuila?

Y como premisa a esta interrogante nos parece oportuno señalar que:

“Entre la producción de ficción con contenidos violentos que hace la televisión mexicana, así como los espacios informativos en que ésta trata el tema de la violencia, y la recepción de ellos y las conductas agresivas de jóvenes de la ciudad de Saltillo, Coahuila se establecen un entramado de múltiples mediaciones que se



objetivan desde la producción misma de los mensajes hasta la recepción y consumo por parte de los jóvenes que hacen de la interacción comunicativa entre emisor y público un proceso estructurante complejo y difuso”.

Esta premisa fue abordada mediante un estudio empírico sustentado en el estudio de casos, el cual fue desarrollado a partir de la elección intencionada de los receptores por sus conductas agresivas, primero y luego de la interacción con ellos se procedió al estudio de los productos comunicativos con los que se relacionaban, los contextos de producción/recepción y por último un acercamiento a los productores y los sentidos de su actividad. (Ver Anexo No. 1)

Desde el punto de vista teórico se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las concepciones teóricas y metodológicas que permiten construir un objeto de estudio tan complejo y diverso?

Y como premisa a esta interrogante se delinea la siguiente:

“Estudiar la comunicación masiva en toda su vastedad y complejidad requiere de un modelo teórico- metodológico de carácter procesual que comprenda los tres momentos del acto comunicativo de carácter público, -o sea el proceso de producción/distribución, el producto del mismo como su síntesis y el proceso de consumo/recepción con su correspondiente reapropiación- y los contextos en que todo ello ocurre”

Esta premisa fue elaborada a partir de un amplio estudio bibliográfico que permitió revisar, por un lado, el conjunto de teorías de la comunicación que en sentido general han explicado la relación emisor/receptor y aquellas que en lo particular han visto la relación entre la televisión de contenidos

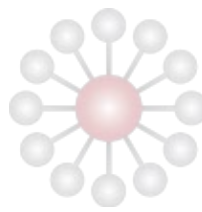
violentos y los efectos de ello. Por otro lado, el estado del arte en torno a investigaciones comunicológicas, sociológicas y psicológicas, tanto en el plano nacional como internacional sobre la relación medios/violencia, televisión/ violencia, en diferentes grupos etéreos y con arreglo al género (Ver Anexo No.2).

Como puede observarse nuestra categoría esencial de investigación es proceso de comunicación mediático definido como formas y procesos históricamente específicos y socialmente estructurados en los que, y por medio de los cuales, se producen, estructuran y reciben las formas simbólicas mediante la producción y difusión institucionalizada de bienes simbólicos a través de la transmisión y almacenamiento de información/comunicación (Thompson, J.B, 1995:) particularmente aquel que se da en la televisión como medio de comunicación y cuyas agendas tratan sobre la violencia en cualesquiera de sus manifestaciones y que resulta multimediado y complejo.

En virtud de todo ello nuestro ejercicio de doctorado tiene como principales objetivos los siguientes:

Objetivos Generales

1. Demostrar la relación concreta que existe entre los procesos de producción- emisión- recepción- apropiación de productos comunicativos de carácter violento en jóvenes con conductas violentas de la ciudad de Saltillo en Coahuila.
2. Fundamentar la necesidad de un abordaje holístico del proceso de producción- emisión- recepción- apropiación de productos comunicativos de carácter violento acorde con la complejidad del mismo.



3. Proponer y fundamentar bases teórico-metodológicas que permitan un abordaje empírico del proceso de producción-emisión- recepción- apropiación de productos comunicativos de carácter violento que trascienda la histórica fragmentación del objeto de estudio.

Objetivos Específicos

1. Establecer las bases teórico- conceptuales que:
 - 1.a) definen la violencia y la violencia simbólica.
 - 1.b) la televisión como institución mediática de transmisión de formas simbólicas
 - 1.c) han explicado la relación de la televisión y sus mensajes violentos con las audiencias.
 - 1.d) han revelado la relación emisión/ recepción y sus múltiples mediaciones.
2. Explicar los rasgos empíricos que caracterizan:
 - 2.a) a la violencia como objeto de referencia de la producción audiovisual en el contexto geográfico y mediático televisivo que sirve de escenario a la investigación en los planos nacional, regional y local.
 - 2.b) a un conjunto de jóvenes de Saltillo que manifiestan conductas violentas en sus interacciones sociales.
 - 2.c) el uso y consumo que hacen dichos jóvenes de los productos comunicativos de contenido violento que elabora y transmite la televisión mexicana y coahuilense
 - 2.d) las mediaciones múltiples que hacen la interacción de los jóvenes con los Contenidos violentos elaborados y proyectados por la televisión
 - 2.e) las mediaciones con las que la televisión mexicana y coahuilense interviene en la

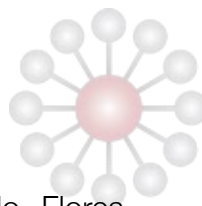
representación de la violencia.

3. Situar teórica y metodológicamente las bases de una propuesta holística de análisis empírico del proceso de producción- emisión- recepción- apropiación de productos comunicativos de carácter violento como objeto complejo a través de

- 3.a) la explicación de las coordenadas que sirven de guía.
- 3.b) la sustentación de las categorías y dimensiones que le sirven de plataforma teórica.
- 3.c) la explicitación de los métodos y técnicas que le permiten el abordaje metodológico.
- 3.d) la tipologización de las unidades de análisis factibles de referir

El diseño de la Investigación

La investigación que nos ocupa por sus fines resulta teórico- fundamentada pues apuesta por la fundamentación de bases teórico metodológicas para el estudio empírico de la relación producción televisiva de carácter violento- recepción de los jóvenes de dicha producción. Por su temporalidad es transversal toda vez que estudia el fenómeno en un momento específico, tanto en lo empírico como en lo teórico. Por la profundidad el estudio trasciende como fundamentado mediante triangulaciones múltiples y teórico po. Por las fuentes que emplea se traduce en una investigación empírica y documental. Por las técnicas de recogida de información ha sido mixta pues ha utilizado técnicas cuantitativas y cualitativas. Por los métodos de estudio en general es cualitativa pues trasciende como teoría fundada y su estrategia metodológica es múltiple.



Métodos y técnicas de investigación.

Teoría fundamentada: Este método que emplea diferentes fuentes de información para generar nuevos conocimientos se ha empleado, primero para comparar información de un conjunto de fuentes que provienen de los datos empíricos y su sistematización, para lo cual fue empleado el estudio de casos. Luego se procedió a la contrastación con diversas teorías relacionadas con el objeto de estudio mediante la comparación constante.

Estudio de casos: Este método desarrollado por Robert Yin (1984) nos permitirá considerar a un grupo de jóvenes y adolescentes con conductas agresivas de una escuela secundaria de la ciudad de Saltillo, Coahuila como casos únicos inclusivos a estudiar para caracterizar y comprender la relación que establecen en el proceso de recepción con productos comunicativos televisivos de contenidos violentos.

Técnicas:

- Investigación bibliográfica, para la construcción de los marcos teórico y referencial que sirven para la necesaria contextualización del objeto de estudio.
- Investigación documental, para el análisis de las historias de vida de jóvenes y adolescentes con conductas violentas expresadas en hojas escolares y documentos individuales.
- Encuesta constituida por 11 variables complejas y 19 simples que conformaron un total de 106 variables, mismas que están elaboradas por frecuencia para establecer las relaciones entre las variables de Recepción y Uso de los programas nacionales que presentan situaciones violentas por parte de jóvenes y adolescentes de la escuela

secundaria general No 18 Ricardo Flores Magón de Saltillo, Coahuila que reportan conductas violentas. (Ver Anexo No. 3. Elaborar lista)

- Grupos de discusión, para construir consensos en torno al modo de articulación que establecen los proceso de producción-emisión- recepción- apropiación de relatos televisivos de carácter violento. Se hizo en grupo de maestros, amigos y líderes de opinión, padres de los jóvenes y adolescentes escogidos para el estudio. (Ver Anexo No. 4. Elaborar lista)
- Análisis de contenido cualitativo de productos comunicativos, para determinar los rasgos y modos de expresión de las mediaciones cognitivas y estructurales en un conjunto de productos comunicativos televisivos con contenidos violentos de mayor audiencia en TV Aztecas y Televisa. (Ver Anexo No. 5. Elaborar lista).

La memoria escrita contará, además de la introducción, la cual también abarca la propuesta metodológica, con tres capítulos. El primero de ellos, el marco teórico recogerá una sistematización conceptual que sustenta la premisa de investigación empírica, o sea, lo referido a la violencia como agenda de la televisión y las diferentes teorías e investigaciones que han explicado el fenómeno en lo particular, así como del fenómeno comunicativo masivo en general y la relación entre la emisión y la recepción/ apropiación.

El segundo capítulo es el que refiere los resultados empíricos de la investigación de campo. Lo hace partiendo de una caracterización de los contextos donde se produce la comunicación mediática televisiva, así como de los procesos de recepción/ apropiación por parte de jóvenes con conductas



violentas y los productos comunicativos que estos consumen y las realciones que establecen con ellos.

En el tercero, se exponen las coordenadas teórico-metodológicas que sirven de guía a la propuesta de bases teórico- metodológicas que permitan sustentar estudios empíricos sobre los procesos de producción- emisión- recepción- apropiación de productos comunicativos de carácter violento y las mediaciones que lo atraviesan como objeto de estudio. Asimismo se exponen las diferentes categorías, dimensiones, métodos y técnicas, así como tipologías de unidades de análisis que permiten su aplicación. Esto último se obtuvo mediante triangulaciones de segundo orden entre el momento empírico y el teórico de la investigación. Finalmente serán expuestas las conclusiones, recomendaciones, la bibliografía y los anexos.

El presente es un estudio novedoso toda vez que en el plano teórico plantea el abordaje de la comunicación mediática de manera integrada, o sea concibiendo los tres momentos del proceso comunicativo, la producción de mensajes, los productos resultantes y la recepción de estos, lo que usualmente resulta tratado de manera fragmentada; además lo hace en torno a un objeto de referencia que se constituye en una de las mayores preocupaciones de las sociedades modernas como fenómeno y como agenda mediática. Asimismo transita del plano descriptivo al de la construcción conceptual, conectando de manera explicativa los datos con las teorías de modo que se permita su interpretación, mejor comprensión y necesaria validación. En el plano metodológico trasciende el carácter descriptivo para realizar un análisis y explicación relacional; sigue una estrategia metodológica que emplea al menos dos métodos de investigación y diversas técnicas, lo

cual se corresponde con la complejidad del objeto de estudio y mantiene un diálogo con los preceptos conceptuales señalados en el marco teórico. Además, ofrece bases teórico- metodológicas para el abordaje empírico del fenómeno de la producción- circulación y consumo de productos audiovisuales de contenidos violentos. En el plano práctico ofrece un conjunto importante y rico de informaciones del comportamiento del fenómeno en la región a la vez que sitúa a la Escuela de Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila como protagonista de estudios de envergadura y necesarios para el Estado.

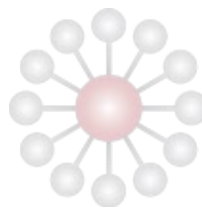
Aun así la misma presenta limitaciones que pasan por la multi causalidad del fenómeno de la violencia y el hecho de que nuestra aproximación será en un determinado grupo etéreo, con predisposición a la violencia toda vez que refieren conductas agresivas, si bien no tiene un carácter experimental que relacione directamente dichos momentos del proceso comunicativo, y corresponde a una zona específica del país. Eso sí, los resultados que obtenidos podrán integrarse con otras investigaciones y permitir un enfoque sistémico, multilateral del fenómeno.

Contextos y vivencias

Objetivos:

2. Explicar los rasgos empíricos que caracterizan:

a) a la violencia como objeto de referencia de la producción audiovisual en el contexto geográfico y mediático televisivo que sirve de escenario a la investigación en los



- planos nacional, regional y local.
- b) a un conjunto de jóvenes de Saltillo que manifiestan conductas violentas en sus interacciones sociales.
 - c) el uso y consumo que hacen dichos jóvenes de los productos comunicativos de contenido violento que elabora y transmite la televisión mexicana y coahuilense
 - d) las mediaciones múltiples que hacen la interacción de los jóvenes con los contenidos violentos elaborados y proyectados por la televisión
 - e) las mediaciones con las que la televisión mexicana y coahuilense interviene en la representación de la violencia.

1. Los contextos: México, Coahuila y la violencia.

Según Paulo Freire, la contextualización es necesaria para dar sentido a su obra. No basta con que cada uno sepa que vivimos en un mundo globalizado, neoliberal y tecnologizado. Es necesario que seamos concientes, desde nuestra vida diaria y nuestro quehacer de cada día, que somos existencia social.

Max Scheler, en la sociología del saber sostiene como punto de partida que los modos de pensar y conocer dependen de alguna manera de la realidad social en que se ofrecen, es decir de los grupos sociales a que pertenecen los individuos; no solo por clases económicas, sino también de generaciones, sectas, grupos profesionales de status y escuelas. Para que la mente humana descubra un hecho real, un cierto valor, es preciso

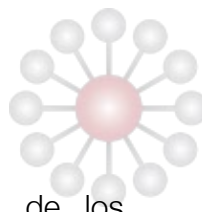
que se den tres condiciones:

Una situación vital que viene influida por el marco social y las estructuras colectivas en virtud de la cual los sujetos pueden sentirse atraídos por un especial tema de conocimiento, que disponga de los medios de toda clase, espirituales y materiales como mínimo indispensable para acometerlos o bien, el hecho de que hayan sido recorridos por los antepasados o por los contemporáneos precedentes (Sociología Pág. 38) .

En este sentido la globalización y su avance ilimitado trae necesariamente una serie de consecuencias, estas se observan día a día (Según Carlos Marx), con el avance portentoso de la tecnología, el crecimiento del estado y la permanencia de mitos y conceptos religiosos, el hombre se ve reducido a un simple elemento periférico y secundario de esos grandes aparatos por que, el fin de la producción no es el beneficio social, sino el lucro a favor de las clases poseedoras. (Pág. 43)

El estado de la sociedad mexicana esta en crisis; La crisis abarca los centros vitales de la nación: la constitución política de la republica, sus tres poderes, partidos, empresas publicas y privadas grandes y, sobre todo, medianas y pequeñas; banca, moneda, sistema fiscal, planta industrial, transportes, mercados, seguridad publica, y privada, organizaciones de la sociedad civil y de la sociedad política, escuelas, universidades y centros de investigación científica, medios de comunicación; clases medias, trabajadores industriales y agrícolas, campesinos, pequeños propietarios y comuneros; las poblaciones indígenas.

La crisis golpea, sobre todo, al creciente número de desempleados, a los ancianos jubilados, quienes no reciben la jubilación, y a una juventud que ya no ve cual es su futuro en un desarrollo neoliberal



y globalizador, en el que solo reciben paga los que prestan servicios en un mercado que se achica cada vez más y deja fuera a los enfermos pobres, sin capacidad de pagar médicos ni medicinas; a los habitantes pobres sin capacidad de pagar comida suficiente, vestidos decentes, casas con servicios mínimos de cocina y aseo. Sí unos ofrecen servicios, otros no tienen con que pagarlos.

Todo indica que el gobierno neoliberal va a seguir insistiendo en aumentar el impuesto al valor agregado, IVA; y en ponerles aranceles a alimentos y medicinas también, con cargo a los más pobres y a los medio pobres.

Este es el estado de cosas a nivel nacional, claro sin dejar de lado la corrupción que es parte del gran todo, para dar paso a los asuntos regionales. La ciudad de Saltillo, está ubicada al Noreste del territorio Mexicano; enclavada en un valle rodeado de montañas a 1,600 metros sobre el nivel del mar, sus habitantes vivieron por siglos en una especie de aislamiento respecto a influencias externas.

Saltillo es la capital del estado de Coahuila y actualmente cuenta con una población total de 577,352 habitantes de los cuales 285,507 son del sexo masculino en tanto que 291,845 pertenecen al sexo femenino.

El municipio de Saltillo ha concentrado el mayor porcentaje de la población de la región sureste del estado, destacando el hecho de que en éste municipio alrededor del 92% de sus habitantes se encuentran asentados en las localidades urbanas. La capital del estado ha sufrido una rápida concentración de población en las últimas décadas debido al proceso de industrialización, que se dio con la instalación de las industrias química, farmacéutica y automotriz principalmente. Esta ha sido una de las causas fundamentales del efecto de conurbación que se ha incrementado

considerablemente con la inmigración de los grupos provenientes del centro y sur del país hacia esta región económica del estado de Coahuila.

La industrialización de la ciudad y el impulso del ramo automotriz atrajeron a Saltillo a gente de toda la republica mexicana y del extranjero, lo que no termina de gustarle al saltillense “puro” por que eso de alguna manera le transforma la vida cotidiana que ha llevado.

Asimismo, la ciudad de Saltillo, tradicional e históricamente ha concentrado las actividades administrativas, educativas, culturales y de servicios por su carácter de capital del estado, ejerciendo una influencia muy marcada sobre núcleos de población muy cercana a ella. Considérese que este hecho es un fenómeno que merece estudio aparte, ya que el proceso de acumulación industrial de la región pese a depender en buena medida del mercado exterior conlleva un conjunto de implicaciones que rebasan la esfera de lo económico para impactar en aspectos sociales y culturales de la zona, propiciando un cambio radical en el estilo de vida y costumbres de la población. Así mismo el hecho de que una gran cantidad de población foránea, haya arribado a la localidad ha ocasionado cierta confusión tanto en los habitantes originarios como entre los inmigrantes.

La concentración de población observada en la región ha dado en consecuencia una amalgama de valores culturales y actitudes entre los sujetos, cuya resultante para algunos de ellos fue favorable, en tanto que para otros no, pues el nivel de distorsión o desajuste tubo influencia en la estructura de la personalidad afectando en parte a los núcleos familiares en su dinámica interna y por ende en la proyección del comportamiento al medio o bien del medio ambiente y de los mass media, al sujeto.

De ahí que los diversos tipos de conducta



considerados como anti sociales o anti- valores iniciaron su gestación en un entorno donde no hubo una asimilación favorable a las contingencias ambientales, ni ajuste a las demandas del medio psicosocial para su desarrollo.

Actualmente, se ventilan dos verdades a la luz del día, la oficial, emitida por el gobierno del estado de Coahuila, y otra por los medios de comunicación a través de su diario contacto con la realidad en la región, claro siempre apoyada y fortalecida en todo momento por el Instituto nacional de estadística, geografía e informática (INEGI); órgano oficial federalizado cuyo objetivo es proporcionar información estadística sobre el comportamiento de la población como una evidencia empírica para toma de decisiones.

Diariamente pierden empleo 530 personas. Mas de 4 millones 800 mil mexicanos están a la búsqueda de empleo, lo que equivale al 11.2 % de la población económicamente activa señala un informe elaborado por la coalición nacional de trabajadores del INEGI y el centro de investigación laboral y accesoria sindical. Establece el documento que aproximadamente 530 personas pierden cada día su trabajo y que incluso las cifras dadas a conocer por el INEGI la semana pasada sobre desempleo se quedaron cortas, ya que no están tomando en cuenta el volumen de personas que emigran a otros países en la búsqueda de un trabajo, así como las que encuentran en el sector informal de la economía.

Tan solo el numero de trabajadores informales subió alrededor de 4.5 millones en lo que va de este sexenio puntualiza la INEGI. Concluyen que este año se crearán aproximadamente cien mil plazas por cada punto que crezca el producto interno bruto (PIB); es decir, unos 400 mil empleos según la promesa gubernamental.

Saltillo: grave el desempleo. Cifras oficiales del INEGI indican que los ocho primeros meses de este año, Saltillo es la ciudad que registro la mayor tasa de desempleo abierto durante este periodo. La proporción alcanzada de enero a agosto fue de 5.59% de su población económicamente activa en "situación de nula ocupación".

Es Saltillo líder del año en desempleo. MÉXICO; DF. (LA JORNADA) Cifras oficiales del instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática indican que en los ocho primeros meses de este año, Saltillo, Coahuila, es la ciudad que registró la mayor tasa de desempleo abierto durante este periodo. La proporción alcanzada de enero a agosto fue de 5.59% de su población económicamente activa en "situación de nula" ocupación".

Los datos del organismo gubernamental encargado de la estadística oficial, señalan también que, antes de la ciudad de México, Celaya, Acapulco, Campeche y Cuernavaca fueron los centros urbanos con mayor crecimiento en el número de desempleados en el lapso de enero a agosto de este año, respecto al nivel que presentaba en el mismo periodo de 2003.

COAHUILA, POR ENCIMA DE LA MEDIA NACIONAL EN SUICIDIOS. Califica secretaria de salud la situación como problema social. Por encima del distrito federal y otros estados, Coahuila rebasa la media nacional de 6.6 en suicidios, al alcanzar una taza de 8.7 mensual en un grupo vulnerable de 25 a 45 años, en su mayoría varones. La secretaria de salud externo su preocupación por este problema social y pidió a los distintos medios de comunicación difundir la existencia de instituciones y programas gubernamentales puestos en marcha en prevención de suicidios.

El psiquiatra Gerardo Estrada Castillo, quien trabaja de manera coordinada con el sector salud, informo



que sorpresivamente Coahuila esta por arriba de la media nacional en suicidios, cuando se esperaba que por su número de habitantes el distrito federal ocupara los primeros lugares.

Mientras que el DF se ubica justo en la media nacional con una tasa de 6.6 suicidio, Coahuila se encuentra con 8.7, y en primer lugar tabasco, con 17.5.

“Es preocupante que Coahuila este discretamente por encima de la media nacional, sin embargo la región centro y norte del estado presenta un comportamiento normal o promedio”, indicó el profesionalista.

Explico que cada vez que una persona se suicida se fragmenta la sociedad y eso es lo que más preocupa, ya que se pierde una vida humana.

Por cada mujer suicida, se quitan la vida cinco varones de entre 25 y 45 años –dijo--siendo las principales causas los padecimientos psiquiátricos, como la depresión mayor, así como la desintegración familiar y problemas relacionados con la economía y el desempleo.

Estrada Castillo declaro que aunque existen instituciones de gobierno que atienden pacientes con esos perfiles, falta difusión de ellos, como lo es el Si mujer y el modulo de atención al adolescente. Por lo regular los suicidios son varones, que han terminado con una relación sentimental como lo es un noviazgo o un matrimonio, es decir que estén en proceso de separación o divorcio, y el suicidio se comete por lo general en el hogar y con métodos violentos, como son ahorcamiento o arma de fuego.

EXISTE RENUENCIA A VISITAR AL PSIQUIATRA. Por mitos o cuestiones de cultura, existe renuencia de las personas a visitar a un psiquiatra, ya que se tiene la idea de que estos solo atienden locos,”pero yo no soy un domador de locos, soy un medico

que se dedica a un área de la medicina que trata padecimientos mentales”, aclaro.

Gerardo Estrada señalo que le sociedad tiene dos miedos, que son la muerte y la locura, los cuales atienden fortaleciéndose en la medicina general, en la psicología y con psicoterapeutas.

Los protagonistas: Los medios, la violencia y los jóvenes.

Los medios y la violencia

La información noticiosa en México, al estar controlada por un sector cupular de la sociedad, el que cada vez está más identificado con los mismos objetivos: el control del espectro político y económico, tiene cada vez mayor interés en cerrar los espacios de libre expresión de la sociedad civil, y pretende sólo reflejar una opinión no creíble, o increíble, de nuestra propia realidad. Sólo algunos medios impresos luchan por ofrecer al público una información más plural, pero es necesario recordar que el tiraje de los periódicos en nuestro país es insignificante en relación a la población real, de lo que podemos suponer que este tipo de información impresa no trasciende entre la mayoría de los lectores, y la prensa que trasciende es la de una información sensacionalista y de tendencia fascistoide. Todo esto, de una u otra manera, forma parte de una violencia institucionalizada que busca impedir la formación de una opinión pública “raciocinante” en México.

Si bien en nuestro país la publicidad audiovisual no ha incursionado en este terreno, existen otro tipo de mensajes, por ejemplo en algunos medios impresos, que están desarrollando una



violencia escrito-visual manejando estas temáticas desfasadas para una sociedad sexualmente reprimida e hipócritamente moralista. Ante este contexto, los mensajes escrito-visuales de ciertos medios impresos no pueden dejar de considerarse como violentos. Me refiero a órganos informativos que se sustentan en el sensacionalismo, y a publicaciones periódicas de gran penetración entre los estratos más bajos de la población, e incluso de alcance subcontinental.

Por último, en una sociedad como la mexicana, en donde es claro y manifiesto que la sociedad civil ha rebasado por mucho a la sociedad política y a las instituciones que la sustentan, resulta altamente atentatorio contra la moral y las buenas costumbres la violencia comunicativa de una clase política que impone una cortina de humo y un lenguaje falaz y premoderno ante los acontecimientos. La falta de consultas y aspiraciones democráticas de este sector de la sociedad, obligan a que la comunicación política que se genera en la pirámide del poder, no acepte la retroalimentación que la nutra a través de la “consulta” a la sociedad civil. De algún modo, y ante los cambios del mundo que se enfilan por la creciente participación de la sociedad civil en la toma de decisiones, el tipo de comunicación piramidal, descendente, autoritario y personalista que se practica por la clase política y que se difunde por gran parte de los medios, resulte profundamente violenta.

De tal forma, la estructura de comunicación institucionalizada en México se desarrolla dentro de esquemas poco modernos, aun cuando se pregone lo contrario, fomentando el desarrollo de medios de comunicación que no saben cumplir con el rol de mediadores entre la clase política y la sociedad civil. Estas instituciones, cegadas ante los cambios, generan esquemas monárquicos

de comunicación en una sociedad que se dice republicana. El poder político y el poder de la comunicación, al centrarse en el mismo punto de la cúpula, junto con el poder económico, no han aprendido a desarrollar la comunicación moderna, sino que se ubican en esquemas heredados de las formas añejas de ejercicio del poder que tienen una ascendencia incluso prehispánica.

Es claro que en México existen formas variadas de la violencia que ejercen los medios de comunicación, la que no se limita al crimen, el asesinato y las violaciones que se ven en la ficción de cierta programación o noticiarios, sino al crimen, asesinato y violación que se comete constantemente contra la democracia, el espíritu republicano, la modernización de las instituciones y el futuro nacional.

Sin embargo, según la Legislación Mexicana en radio y televisión en su Artículo 10, compete a la Secretaría de Gobernación:

Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos.

Coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal.

Vigilar la eficacia de las transmisiones a que se refiere el Artículo 59 de esta Ley.

Imponer las sanciones que correspondan a sus atribuciones y denunciar los delitos que se cometan en agravio de las disposiciones de esta Ley, y las demás facultades que le confieren las leyes.

Este artículo señala las funciones sociales que deberán cumplir los emisores. Sin embargo, al carecer de definición de lo que es la moral social, los



vínculos familiares, el nivel cultural del pueblo, los valores de la nacionalidad mexicana, la propiedad del idioma, etc., cae en ambigüedades y facilita una interpretación exclusivamente moralizante.

Y es que en nuestros tiempos, nada vende más que la transmisión de la nota roja que comprende los diferentes géneros de violencia, en cualquiera de los medios de comunicación; en efecto esto se ha convertido en la tendencia dominante del periodismo en México.

Según, Jorge Medina (), la nota roja da soporte al amarillismo, a través del cual se conquista a las audiencias, con escenas dantescas, fotografías abominables, titulares estridentes, reinan en un segmento importante de la prensa mexicana.

Es importante señalar aquí la aparición de programas informativos de nota roja, los cuales, recrean a través de la pantalla, los hechos sangrientos que día a día rescatan de las calles de las grandes ciudades; entre dichas series destacaron: Fuera de la ley, después duro y Directo (recientemente vetado por disposiciones gubernamentales) Televisa; Ciudad Desnuda (recientemente vetado por disposiciones gubernamentales) Televisión Azteca; A sangre fría (recientemente vetado por disposiciones gubernamentales recientemente vetado por disposiciones gubernamentales Televisa); Cereso Rojo (Televisa); Primer impacto (Univisión); Detrás del vídeo (Televisa); Cámara y Delito. (Televisa) y Hechos (Televisión Azteca).

Críticos de la televisión, según palabras de Adriana Garay (), articulista del diario Reforma, señalan que “Las emisiones mexicanas de nota roja tienen sus antecedentes en “Mujer, casos de la vida real”, transmisión que hace más de una década, reproduce sucesos y anécdotas relacionadas con situaciones de violencia intrafamiliar.

Es clara la conmoción de la gente ante el hecho de

que los relatos que aluden a sucesos de violencia, monopolizan las páginas principales de muchos diarios. El azoro crece aún más cuando caemos en la cuenta de que hoy no existe un sólo programa de televisión que no exhiba una sola escena de agresividad.

De acuerdo con cifras aportadas por Edna García Martínez (), editorialista del Norte, las caricaturas contienen un promedio de 26 incidentes de fuerza física con intenciones de dañar o matar. Se ha dicho que los medios masivos de comunicación tienden siempre a legitimar y glorificar la violencia. Algunos autores han declarado que los medios exaltan la criminalidad haciendo aparecer a los actores del delito como héroes o estrellas. “Se presenta al delincuente, como un individuo inteligente, aunque sea un enemigo público.”

Alberto Montoya () considera que existe la tendencia o vicio de los medios de información a presentar la violencia como algo natural, cotidiano, y, no como un problema humano, ni social, sino como un problema de índole policíaco, que reduce a la cuestión de cómo controlar a los delincuentes, mediante la matanza o el daño serio.

La violencia institucional que proviene de los propios órganos de seguridad pública, agentes judiciales federales y estatales, policías y autoridades del ministerio público, se legitiman en las noticias de nota roja, tanto de la televisión como de los periódicos; y, Montoya advierte esa capacidad de los medios para distorsionar la percepción de la realidad en torno a los hechos relacionados con la violencia.

La revista Salud Mental aborda ahora el fenómeno de la desinformación: “Los medios de comunicación representan los delitos interpersonales muy violentos, de modo que cualquier persona que se base en los medios masivos informativos, para



poseer una opinión sobre el crimen y los criminales, corre el riesgo de tener un retrato distorsionado de ambos.

Debemos considerar ante todo, la clara dependencia de los receptores a un medio como la televisión. Según, el informe proporcionado por Edna García (2007) “Las estadísticas muestran que en los hogares mexicanos, la televisión permanece encendida un promedio de seis horas al día, y que los niños menores de cinco años ven televisión hasta treinta horas a la semana. Por lo tanto, al llegar a los 15 años de edad le habrán dedicado a su “amiga”, la televisión 15 mil horas, habrán digerido 3 mil 500 spot publicitarios y sido testigo de 18 mil asesinatos.

Estudios recientes revelan que un menor mexicano de 14 años de edad ha dedicado un promedio de 18 mil 980 horas al televisor, cantidad que equivale a 2.16 años continuos, datos alarmantes, si consideramos que el 92 por ciento de los hogares mexicanos cuentan con televisión, y que son 7.5 horas diarias las que el aparato receptor permanece encendido (El Diario. Septiembre 8 de 2009).

Por otra parte y bajo el mismo orden de ideas el investigador Javier Esteinoun, colaborador del anuario del CONEIC, rebela que:

“El promedio de exposición de la familia mexicana con respecto a la televisión es superior a las 49.5 horas a la semana. Al terminar la secundaria, un joven normal ha pasado frente a la caja idiota, el doble de tiempo que él ha permanecido en la escuela, es decir, nueve años. En dicho lapso, el cerebro de estos jóvenes habrá registrado 150,000 episodios violentos, y unas 25,000 muertes. En los Estados Unidos se calcula que actualmente las imágenes violentas aparecen a razón de 25 veces por hora. Algunas cifras demuestran también que

a la edad de 12 años un niño se ha expuesto a 100 mil mensajes de violencia y 13 mil casos en los que la persona es destruida o dañada en su integridad física”.

Nuestra mirada no escapa de ningún modo a la obligada confrontación de las posturas referidas con anterioridad. En primer lugar advertimos la existencia de dos perspectivas diferentes en torno al abordaje de la violencia por parte de los medios masivos de comunicación:

David Habrahamsen () responde esta incógnita cuando advierte: “La curiosidad que muchas personas sienten cuando intentan resolver el crimen descrito en alguna novela policíaca, es similar a la curiosidad del niño por las cosas secretas y prohibidas que acontecen a puerta cerrada en la alcoba de nuestros padres. Deseando, penetrar en el misterio del sexo entre sus padres, aunque no suceda así a todos los niños.

Podemos concluir entonces que la nota roja de los periódicos y los noticieros amarillistas de la televisión, incrementan el interés de los espectadores en torno a los relatos de crímenes, lo cual se va internalizado como una forma aceptada de entretenimiento y evasión.

Afirma, Tood S. Purdum () “Todos poseemos la libertad de decidir nuestra exposición a programas de determinado corte, y de verificar el tipo de series que ven nuestros hijos.

Particularmente el Estado de Coahuila cuenta con 8 periódicos: El Diario, Palabra, Metro, Vanguardia, el Guardián, Clave tres, el Norte, el Heraldito. Cabe hacer mención que 3 de éstos proporcionan información llamada amarillista, tendiente siempre a exaltar el morbo de los sujetos, pero vende muy bien y también enajena, es muy llamativo que de principales diarios, tienen su contra parte en diarios amarillistas:



Son 13 las secciones las que ofrece la prensa local, todas presentan similar formato. Internacionales, Locales, Espectáculos, Sociales, Deportes, Dinero, Editorial, Avisos clasificados, Policiaca, Cultural, Nacional, Financiera, Infantil. Cada periódico presenta una serie de suplementos que son integrados como un plus, y cada uno va apareciendo en diferente día.

En cuanto a la oferta de radiodifusoras, éstas son 15 hasta el momento: XESAC 610 AM (Radio Lobo), XEDE 720 A.M, (La Única), XEIM 810 AM (La inolvidable), XESHT 930 AM (La Grande de Coahuila), XEKS 960 AM (Radio Éxitos),) XESAL 1220 AM (Radio Universidad Agraria), XESJ 1250 AM (Radio Saltillo), XEAJ 1330 A.M, XHSOC 89.7 FM (Ser Coahuila), XHQC 93.5 FM(Stereo Saltillo), XHRP 94.7 FM (EXA), XHALA 97.7 FM (Radio Concierto), XHITS 100.1 FM (Radio Tec), XHSA 100.9 FM La Nueva Radio, XHZCN 106.5 FM (La Comadre).

Los canales de televisión abierta disponibles son 9: Canal 4 (Azteca13), Canal 5 (XHGC Televisa), Canal 2 de Monterrey, Canal 7 Saltillo (RCG), Canal 9 (Televisa), Canal 11 (Monterrey), Canal 13 (Instituto Politécnico Nacional), Canal 25 (Galavisión), Canal 44 (Azteca 7); Existe también la programación de cablevisión, para acceder a ésta se debe de contar con un contrato previo, y la oferta rebasa los 100 canales.

Los principales noticieros que se ofertan en la región, llamada programación local, son los siguientes: 6:00 AM Pedro Gaytan y Sandra Narváez, 7:30 AM "De primera mano" Marcos Martínez Soriano, 2:00PM "Nadie tiene por que callar" José Mena Soto, Antonio Dávila y Alfredo Dávila, 8:00PM Noticieros RCG con Adriana Gaona y David Monteverde, Noticieros Televisa Saltillo. Abraham Cazares. 8:00 a 8:30 PM (Canal

25 Televisa), Buen Día. Carlos Aguilar y Laura Fosado. 7:00 a 8:00 AM (Canal 25 Televisa), Info7 Coahuila. Antonio Moreno 7:00 a 8:00 AM (Canal 44 TV Azteca).

2.2.3 Los jóvenes y el consumo de violencia

El público receptor de violencia televisiva es diverso, desde niños hasta adultos de edad avanzada. Los adolescentes constituyen un importante público consumidor de programas de violencia televisiva.

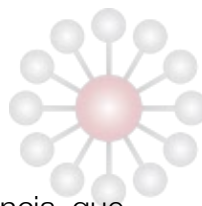
El día 10 de Junio 2005, fui invitada a ofrecer una plática sobre Valores, violencia y relaciones familiares en la Secundaria Federal nº 15 ubicada en el centro de la ciudad de Saltillo, Coahuila. Este día nos presentamos en la secundaria federal Nº 15 turno vespertino, siendo las tres de la tarde, se reunió un grupo de 43 jóvenes adolescentes de tercer año de secundaria, cuyas edades oscilaron entre los 14 y 15 años de edad; la hora para iniciar la charla y los alumnos fueron elegidos por el director de la institución, de acuerdo a sus cargas académicas.

El objetivo era conocer como se realizaba la interacción entre el público adolescente y los programas televisivos de contenido violento, tomando en cuenta las mediaciones familiares sociales y escolares.

Esta actividad nos aportó una primera mirada al complejo fenómeno del consumo simbólico de violencia, el uso que de ello se hace y cuya expresión evidente se objetiva en actitudes y conductas violentas.

Una segunda actividad consistió en la aplicación de un grupo de discusión cuyo punto de partida fue el visionaje de un video de contenido violento, particularmente el titulado "las caras de la muerte" (Ver Anexo No. X pendiente etiquetar)

Respecto a las imágenes del video "las caras de



la muerte”:

- Los jóvenes tienen gran cantidad de información producto de la socialización, a que han sido sometidos conciente o inconscientemente, donde se observa de manera definitiva la participación de la célula familiar así como el ámbito escolar y social.
- Los adolescentes identifican perfectamente los valores y antivalores. Saben diferenciar los valores de los antivalores.
- Los adolescentes manifestaron no encontrar los valores de Honestidad, Respeto Amor, Responsabilidad, Amistad, Cariño.
- Las sensaciones encontradas en esta experiencia fueron las siguientes: angustia, tristeza, pánico, depresiones, nostalgia, dolor, impotencia

Una tercera actividad investigativa que nos permitiera continuar profundizando en la temática fue llevada a cabo y consistió en la aplicación de un cuestionario para conocer el grado de aceptación de los adolescentes por los programas de violencia; la relación que hay entre la violencia de los programas: Ciudad Desnuda, Primer Impacto, A Través del Vídeo, A Sangre Fría, Hechos, Detrás de la noticia, Ocurrió así y Héroe Verdaderos con el Pandillerismo; las notas sensacionalistas que afectan o no los valores morales del adolescente como, respeto, justicia, autoestima, democracia, nacionalismo, tolerancia, apego al trabajo, responsabilidad, disciplina, honradez, belleza y dignidad. Con el mismo también se trató de determinar el grado de exposición de los adolescentes a los noticieros de tragedias que por televisión se ofrecen y la pérdida de los valores morales de los jóvenes de 14 a 18 años, así como el grado de aceptación que muestra

el teleauditorio adolescente por la violencia que ofrecen los programas mencionados, y la relación existente entre la violencia que por la televisión se ofrece y la violencia que se da en la Ciudad de Saltillo, Coahuila (Ver Anexo No.).

Fue importante conocer la opinión de los adolescentes con respecto a las sensaciones que experimentan al ver escenas con hechos violentos, y qué comportamiento agresivo manifestaron al observar noticias de corte sensacionalista. Este trabajo abordó específicamente los efectos de las notas trágicas sobre las conductas sociales.

Sin dudas, la televisión emerge como un escenario cotidiano que representa el ámbito social y construye los imaginarios colectivos al escenificar los desencantos, deseos y esperanzas en los que nuestra sociedad se reconoce, de esta manera. Los resultados obtenidos permitieron las siguientes valoraciones.

La edad de los adolescentes osciló entre los 14 y 18 años, el porcentaje mayor de los participantes presentaron una edad promedio de 16 años; la aplicación fue representativa, siendo 55% hombres y el resto mujeres. Al momento de encuestar a los adolescentes, se tomó en cuenta a los jóvenes de 3° de Secundaria, de 1° y 2° semestre de Preparatoria, además del 3° año de preparatoria técnica, de las escuelas federales, estatales, así como escuelas particulares de la Ciudad de Saltillo, Coahuila.

Los jóvenes consideraron que ven un promedio de 3.9 horas la televisión al día, observándose que una tercera parte de los encuestados la ven dos horas diarias; sin embargo, más del 93 % del total dijeron que mínimo ven una hora diariamente. De esta realidad partimos para afirmar que, la televisión se ha convertido en un poderoso agente



de socialización, de aculturación, que configura hoy por hoy la percepción de los jóvenes de su entorno social; incluso de la cultura sin memoria territorial ligada a la expansión del mercado de la televisión.

Una tercera parte de los jóvenes, aseguraron ver regularmente las escenas violentas que los canales televisivos ofrecen. Es importante hacer hincapié que, casi la totalidad de los encuestados afirmaron que al menos una vez han visto estos noticieros, y sus relaciones familiares son afectadas cuando ven programas violentos; como los programas Primer Impacto, A Través del Vídeo y Ciudad Desnuda, que alcanzaron mayor preferencia. El primero de los ya mencionados obtuvo la mayor aceptación y, fueron estos programas los que, a juicio de los adolescentes, contienen más escenas violentas. En este estudio se observó que, aquellos individuos que ven más programas violentos experimentan Tristeza, Angustia, Pánico y Miedo. De esta manera los adolescentes que presentan estas sensaciones tienden a detenerse y no generar violencia; y, por el contrario, aquellos sujetos que sienten Alegría y Placer tienden a solazarse como espectadores y, muy probablemente, en proceso de desinhibición o más claramente, generadores de violencia.

Lo anterior tiene que ver con las circunstancias personales, en donde las historias familiares anidan comportamientos o pensamientos agresivos y el sujeto se desborda y genera violencia. La información obtenida sugiere que, existe ya, aunque no muy marcada en la sociedad, una probable cultura de la violencia en cualquiera de sus manifestaciones como son asesinatos, robos, asaltos, suicidios, riñas y linchamientos, dada la participación de los adolescentes como espectadores de riñas y robos.

Otro de los hallazgos fue que, los adolescentes,

casi siempre tienden a actuar como protagonistas en riñas, en todo tipo de violencia, y, solo una mínima parte de los encuestados han actuado como protagonistas en asesinatos, asaltos, asaltos con agravantes, robos, o intentos de suicidios, fraudes y linchamientos. Lo anterior muy probablemente producto de la paulatina inhibición de las reacciones emocionales del receptor, después de la frecuente exposición a programas de contenido violento. Se trata de un proceso de carácter progresivo, no inmediato de pérdida del respeto por el otro, ante la violencia que inicia en la pantalla chica y se fortalece ante la vida real, que en continuas ocasiones rebasa el imaginario social.

Esta conclusión hace referencia a la vulnerabilidad de los adolescentes a la violencia verbal y física en el ámbito escolar. Se encontró, que estos dos tipos de violencia presentaron valores muy significativos estos indicadores señalaron que, los jóvenes, quizá por su propia estructura personal, probablemente sean generadores de violencia en otros ámbitos.

A nivel social se encontró que, en la comunidad existe un alto índice de violencia verbal. Cada vez el uso del lenguaje de los adolescentes y adultos; incluso niños, se torna más limitado. Por otro lado, existe en menor escala violencia física y violencia no verbal, sin desestimar estos otros tipos de violencia, se podría decir que es en este orden en que se presentan las tres formas de violencia en la sociedad Saltillense.

Al hacer una escisión de los tipos de violencia y ámbitos de impacto; se encontró que; la violencia verbal es mayor en los ámbitos social, familiar y escolar. Estos niveles de violencia que la realidad presenta no tienen nada de ficción y se ha llegado a la conclusión que, asistimos a la muerte de la ficción por la realidad. Este tipo de consideraciones



se presentan incluso por el comportamiento de los resultados sobre la violencia física en los ámbitos social, familiar y escolar; se encontró que la violencia física no es privativa del área social y escolar sino que, fractura la célula familiar provocando violencia Intra familiar convirtiéndose en un problema frecuente silencioso y mortal.

Con el propósito de conocer el grado de violencia no verbal en los ámbitos social, familiar, escolar, se encontraron puntajes por debajo del 30 %. Lo anterior nos lleva a determinar que, los adolescentes no pueden substraerse del peligro que representa para ellos el desarrollarse en cualquiera de éstos ámbitos y es probable que, se genere un aumento en actos violentos dado el nivel de conflicto que se presenta en el medio en que se desarrollan.

Por otro lado es llamativo que, los televidentes que son asiduos espectadores presenten niveles significativos de preferencia por las noticias violentas, entre las que figuran los programas de Primer Impacto, A Través del Vídeo y A Sangre Fría, como es el caso de los hombres, que prefieren ver los programas Ocurrió Así, Héroes Verdaderos y otros programas cuyos contenidos son violentos, como algunos programas de dibujos animados y películas entre otros. Sin embargo; se encontraron algunas evidencias que indican que; los jóvenes al estar menos tiempo frente al televisor muy probablemente estén en las calles comportándose violentamente. Al respecto se hace necesario indagar más sobre VIOLENCIA, COMUNIDAD SOCIAL, Y TELEVISIÓN, con el objeto de precisar la relación violencia, televisión y presencia en las calles de los adolescentes. Así mismo, la presencia de actos delictivos en la vía pública, provoca en los adolescentes sentimientos de tristeza, angustia, pánico, miedo, ira y rechazo.

En diversos estudios se ha hecho referencia a

los dibujos animados, como los programas de televisión que contienen un mayor número de actos violentos; sin embargo, son los que despiertan mayor atracción entre los niños y se encuentra entre los programas que los padres juzgan como menos dañinos para sus hijos. En este sentido se observó que; los jóvenes con un nivel de estudios menor, presentan más aceptación por los programas como el crítico, dibujos animados, películas, telenovelas, considerados como violentos.

Se pudo observar que el exceso de noticias violentas llama la atención y aceptación de los padres de familia, donde se encontró que existe una relación directa entre Violencia Intra Familiar y la multiplicación de hechos violentos en cualquiera de sus manifestaciones cuya presencia se incrementa en otros espacios comunitarios, como son la escuela y la sociedad. Estos hallazgos nos llevan a una sola reflexión “La violencia de los programas televisivos aceptada por los padres de familia es reproducida en el seno familiar cuando hay problemas, o momentos de tensión.” este efecto espejo es notorio pues la familia como núcleo de la sociedad, es lacerada constantemente y sus valores morales como Respeto, Democracia, Autoestima, Apego al Trabajo, Nacionalismo, Tolerancia, Responsabilidad, Cooperación, Sentido de pertenencia, Disciplina, Honradez, Dignidad, se deterioran de manera significativa.

La importancia de la anterior consideración es por que, la investigación partió de la siguiente afirmación: Impacto de los programas televisivos de tragedias en las actitudes de los adolescentes y su relación con el incremento del pandillerismo en saltillo. Esta afirmación no presentó suficiente evidencia empírica, y, los resultados obtenidos indicaron que, si hay multiplicación de conductas violentas, pero no de los adolescentes, sino



de los padres de familia. De hecho existe la posibilidad de que, cuando el grupo familiar presenta problemáticas severas de desestabilidad emocional, económica, desorganización familiar, entre otros, los padres de familia se identifican más fácilmente con los reportes sobre notas violentas que la televisión expone, al reflejar realidades similares a sus ámbitos más cercanos. Ahora bien, la observación de la violencia en la pantalla chica, da lugar a generar toda una compleja combinación de ideas agresivas que al ser sometidas a un estímulo (frustración, dolor físico, o situaciones de ansiedad), da lugar a un estado emocional negativo, que puede ser la causa de una actitud agresiva, misma que; comúnmente, es depositada en las personas más cercanas con estructuras débiles como los adolescentes, los niños, las mujeres, ancianos entre otros.

Lo anterior desencadena lo que se conoce como violencia Intra familiar, que posteriormente presenta efectos multiplicadores en la escuela y en la sociedad. En este sentido, las ideas sobre la agresión que vienen a la mente del receptor no necesitan ser iguales a aquellas observadas en la televisión, pueden ser otros pensamientos que estén semánticamente relacionados.

Por otro lado, es importante hacer hincapié que, hay personas que ven la televisión continuamente y, no presentaron conductas violentas, como es el caso de las mujeres cuya condicionante es la mayor edad y grado académico, así como los niños, cuyos programas como: ciudad desnuda, ocurrió así y héroes verdaderos no tienen cautiva esta audiencia, pues no presentan información atractiva para estos públicos; y solo en algunos casos en los que; el sujeto se inclina por ser espectador de todo tipo de violencias, riñas, presenta sensaciones de Tristeza, Angustia, Pánico, Miedo y Rechazo. Este

hecho lo lleva a la pasividad, confirmándose que, la televisión y su violencia detienen a los sujetos y no les permite llegar al acto. Así pues, los sujetos expuestos a la violencia de la televisión después de esta exposición presentan sensaciones de Tristeza, Angustia, Pánico, Miedo, Ira y Rechazo, al ver que hay deterioro en los valores como: Respeto, Democracia, Autoestima, Apego al Trabajo, Nacionalismo, Tolerancia, Responsabilidad, Cooperación, Sentido de pertenencia, Disciplina, Honradez, Dignidad.

Estas circunstancias desencadenan reacciones de presión social o gubernamental, incluso legislativa, mismas que proponen que los programas de notas violentas sean eliminados y sirvan como plataforma para disminuir la violencia en la Ciudad de Saltillo Coahuila; pues se encontró evidencia suficiente para afirmar que; las noticias violentas que ofrece la T. V., tienen relación con la violencia que se da en la Ciudad a través de los padres de familia, pues existen ciertas conductas que se aprenden a raíz de lo que se ve en la televisión ya que la pantalla desinhibe al sujeto para cometer actos violentos en sus círculos más cercanos; con efectos multiplicadores FAMILIA ----ESCUELA--- -SOCIEDAD.

En general los encuestados como espectadores, están expuestos a presenciarse todo tipo de desviación social, y al observar hechos violentos graves, como asesinatos, produce la sensibilización suficiente que ayuda a fijar una posición clara, determinante, y; cuando se presenta la oportunidad hay más probabilidades de participación como mediadores en casos de asalto con agravantes, en suicidios y linchamientos. Se encontró que; el espectador de suicidios también los protege y tiende a actuar como mediador en otros hechos violentos, afirmándose



que; estos sujetos presentan una ausencia muy marcada de apego a la vida o bien son producto de una serie de circunstancias ambientales que hacen que desarrolle conductas con tendencia a la auto agresión.

Los padres constituyen el elemento más importante en la elección de programas, pues el acompañamiento y supervisión de los adolescentes, representa un acto preventivo en apoyo de los hijos en proceso de desarrollo; pues hay evidencia de que: al disminuir la presencia de escenas violentas en televisión será un elemento que derive en cambios significativos en beneficio de las juventudes. Lo anterior permitirá que las sensaciones de tristeza, angustia, pánico en los sujetos disminuyan, causando así menor daño a las familias de los adolescentes; en donde la violencia intrafamiliar tenga menos referentes, y se puedan tratar todas aquellas carencias ambientales, físicas, sociales emocionales, con otros modelos que pueden ser perfectamente formas de contención ya preestablecidas, ya sean técnicas, a través de equipos de trabajo interdisciplinario, como las escuelas de educación especial en problemas de conducta, con apoyo institucional, y otras instancias religiosas, educativas, medios de comunicación, en fin, toda una gama de elementos tendientes a rescatar lo que, a largo plazo, podría significar la decadencia de la sociedad actual, o bien se está ante el nacimiento de una nueva forma de relación social que, aunque violenta no deja de ser relación, o bien, probablemente se desconoce como es una sana relación social, educativa o familiar.

Es por ello que no podemos aventurarnos a afirmar que la televisión y los contenidos, hasta cierto punto distorsionados, que esta presenta son la principal causa para que un menor incurra en la delincuencia, sin embargo si podemos afirmar con

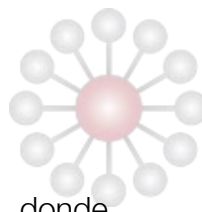
sustento que los mensajes de “mama televisión” tienen un gran impacto en las acciones que un niño o un adolescente lleva a cabo.

Gracias al instrumento aplicado en todas las residencias juveniles de menores infractores del estado de Coahuila, podemos concluir que los menores toman las imágenes y estereotipos que les llaman la atención de la televisión y lo toman como verdadero y bueno, es lo que se debe y puede hacer.

A partir del instrumento comprobamos que efectivamente la mayoría de los jóvenes que están recluidos en las residencias juveniles tendían a ver programas televisivos con alto contenido violento, de alguna u otra manera la televisión influyo para que el menor infringiera la ley, tal vez el tenia la necesidad de cometer el delito, pero fue la televisión quien le presento la manera de dejar la escasez atrás.

De esta investigación también podemos derivar la creación de falsas necesidades en los menores de edad, con los estereotipos de que los ricos siempre son mejores y mas felices lo que nos lleva a pensar que por la falta de madurez de los chicos necesitaban y querían cada vez mas y mas lujos de ahí su “necesidad” de conseguirlos a como de lugar.

Se encontró también una gran preferencia por las películas de acción, que nunca son iguales que las caricaturas con contenidos violentos, estamos hablando de seres humanos .Las muertes y la violencia presentada en este tipo de programas lo toman como algo normal es lo que aprenden los adolescentes “no pasa nada” llega a un punto que les parece tan normal que la gente se agrada que se divierte y hasta lo disfrutan, la televisión les crea preferencias a cosas que están mal no son correctas y nos denigra como seres humanos.



Pero efectivamente la televisión solo es un factor más que influye en las conductas delictivas de los menores infractores, pero otro que está muy relacionado con esto es la falta de atención de los padres hacia el menor de edad. Cada vez es más frecuente que los dos padres trabajen por lo que los niños permanecen mucho tiempo solos. La mayoría de los jóvenes recluidos afirmaron no contar con supervisión adulta al ver la televisión, lo que generó que creyeran todos los mensajes distorsionados que muestra la televisión. Nunca hubo alguien que les aconsejara que creyeran y que desecharan de lo que veían por televisión.

A partir de los resultados arrojados del programa estadístico NCSS pudimos observar que los sujetos que cometieron homicidio son aquellos que también les gustaba ver películas de acción y que a su vez carecían de supervisión adulta. El estar sometido a contenidos violentos provoca que los mensajes se vayan almacenando en la mente del espectador ocasionando que se asimilen y después se convierten en esporádicas actitudes que terminan siendo parte de su conducta diaria.

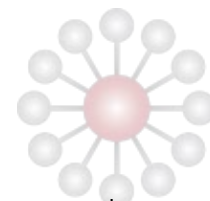
Un gran número de los menores infractores cometieron el delito en pandilla, de hecho este tipo de delitos es muy común en nuestro Estado, ya no es raro ver jóvenes pandilleros en las esquinas de nuestra ciudad. Se encontró que la mayoría de los menores que cometieron el delito en pandilla optaban por ver programas televisivos con contenidos de amistad como lo son las chicas súper poderosas, rebelde entre otros. Lo que nos lleva a inferir que efectivamente estos estereotipos también influyen que el menor infractor se integre a una pandilla delictiva pues quiere parecerse a lo que le gusta de esos programas.

Los adolescentes que se encontraron en las residencias juveniles afirmaron ver telenovelas

como Rebelde, Clases 406, etc. En donde se presentan altos contenidos de juventud en éxtasis jóvenes alcohólicos, con conductas desviadas y con adicciones a algún tipo de drogas. Esto en la televisión no es tan malo ya que los drogadictos y alcohólicos pueden salir de sus adicciones fácilmente y, por ejemplo, quienes cometieron algún delito o actuaron mal terminan siendo perdonados y regenerándose lo cual es totalmente una mentira, sin embargo una adolescente inmerso en su inmadurez y confusión no analiza estos mensajes objetivamente “si el lo hace por que o no”. Un gran número de los menores infractores aceptaron haber consumido droga antes del delito. No podemos culpar tan solo a la televisión de esto pero es más que evidente que si tiene cierto grado de influencia.

Al terminar nuestra investigación, ya no nos quedo ninguna duda: la televisión media de una manera muy grave en las conductas delictivas de los menores de edad en el estado de Coahuila. Aunque es evidente que existen otras condiciones que van creando una bomba de tiempo que tarde o temprano terminara estallando, no podemos cerrar los ojos ante la influencia de los mensajes televisivos que distorsionan la realidad.

Al iniciar este acercamiento se pensó sobre qué sería más importante conocer sobre la televisión, pues hoy día es una cajita que todo mundo cree saber todo sobre este medio de comunicación, y en el sureste del estado de Coahuila no se han realizado trabajos empíricos que permitan tomar decisiones a las autoridades sobre la recepción y uso de las noticias violentas. Por ello fue determinante la ausencia de investigaciones para emprender el camino que nos condujera a resultados concretos y útiles para la sociedad y sus líderes.

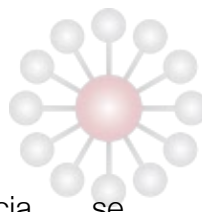


Investigar sobre la Recepción y Uso de los programas nacionales que presentan situaciones de tragedias, y su relación (sí la hay), con el deterioro o no de los valores humanos, el creciente Pandillerismo en la ciudad de Saltillo, Coahuila y la configuración de los imaginarios entre los jóvenes de hoy, requiere de una actitud fenomenológica que reconozca la complejidad desde la que se erigen las prácticas en la sociedad contemporánea; un entramado de múltiples variables que hay que buscar analizar cobijados por una propuesta teórica más allá de lo disciplinario. Por ello, en la búsqueda de ese tejido teórico que permitiera el proceso de indagación, nos asistimos de varias técnicas de recogida de información, las cuales fueron aplicadas en diferentes etapas.

Es un hecho que, la televisión es uno de los fenómenos sociales más importantes en los últimos años, la influencia que ha tenido sobre la humanidad en el poco tiempo que tiene de existencia es muy significativa. México y su sociedad no se queda atrás pues ha logrado establecer a nivel nacional dos cadenas de televisión importantes por su cobertura y por su horario de programación, como Televisa y TV Azteca, que actualmente capturan la atención del teleauditorio por medio de los canales 2, 4, 5, 7, 9, 11, 44, 25, etc. emitidos desde la Ciudad de México, y auxiliados por las múltiples repetidoras de los diferentes estados de la república; sin contar la televisión por Cable, que ofrece un extenso panorama. Sin embargo, para efecto de este trabajo se incluyeron los programas Ciudad Desnuda, Primer Impacto, A Través del Vídeo, A Sangre Fría, Hechos, Detrás de la Noticia, Ocurrió Así, Héroe Verdaderos, mismos que ofrecen noticias de hechos reales como información cada vez más violenta y de mayor impacto, presentadas por medio de

dramatizaciones crudas y en ocasiones sin censura, a través de los canales que la mayoría de la población utiliza (llamados normales) mismos que, actúan con un protagonismo que se convierte día a día, en una constante, siempre en busca de la nota más impactante dada la competencia que existe entre estas cadenas televisoras. Este tema muy bien pudiera servir para que, a partir de esta pugna se realice una investigación que plantee avances, retrocesos, diferencias, perjuicios, o bien, beneficios en la teleaudiencia.

Por otro lado, al aseverar que los jóvenes adolescentes se exponen continuamente a la televisión, provocando el efecto cultivo, que hace que los adolescentes reciban todo tipo de información violenta y poco a poco hay una pérdida del respeto por el otro que a largo plazo se convierte en conductas anómalas del adolescente. Estos resultados tienden a ofrecer una nueva vertiente de análisis para profundizar en el tema, dado que se encontró; que la televisión no es un generador de violencia directa, sino que detiene a los sujetos propiciando la reflexión sobre los hechos de la vida real; por otro lado, la teoría del cultivo dice que los efectos se miden a largo plazo y sólo si los sujetos se exponen por largos períodos a la programación televisiva; en este sentido es muy importante continuar con este tipo de trabajos y verificar comportamientos de los adultos ante este tipo de eventos ya que se observa claramente que las notas trágicas no son generadoras de violencia en los adolescentes, y si tienen una participación importante en los adultos y en el comportamiento con sus hijos que al entrar en contacto con la televisión y sus notas es multiplicador de violencia intrafamiliar con el cónyuge, los menores y adolescentes, que a su vez generan violencia en el ámbito social.



Pero continuar la investigación con nuevas reflexiones se imponía y por ello se procede a buscar referentes en la teoría de las mediaciones, particularmente la propuesta de las mediaciones múltiples de Orozco y la de Serrano que se da en la producción de los productos comunicativos consumidos, lo cual referimos en el capítulo teórico. Así se buscó el impacto de los ámbitos familiares, escolares y su adaptación al comportamiento de los individuos de la localidad. En este sentido era importante generar nuevas investigaciones que validaran o no la presencia de la violencia intrafamiliar, como multiplicadora de violencia en el entramado social pues esta variable surge de la búsqueda del impacto directo entre televisión y adolescentes.

Para ello se procedió a escoger un caso típico, la escuela secundaria No 18 Ricardo Flores Magón de Saltillo, Coahuila, donde estudian jóvenes con problemas de personalidad y comportamientos violentos. Para conocer las relaciones entre las categorías analíticas, se estableció una estrategia que permitiera acercarse a los actores involucrados en el fenómeno de estudio. Este se estructuró a partir de tres momentos: 1er momento aplicación de 2 grupos focales integrado por 7 alumnos cada uno, 2do momento entrevistas a 1 maestra, 1 psicólogo, 1 prefecta como personal administrativo y muy cercana a los jóvenes. 3er momento aplicación de una entrevista a un grupo de 9 expertos, Psicólogos y trabajadores sociales adscritos al nivel de educación especial de la delegación D - 1 -128 de la secretaria de educación pública, que trabajan en secundarias de la zona, incluyendo la seleccionada (Ver Anexo No.xxxx)

- Para ellos en particular fue diseñado un estudio que comenzó con Con el objeto de identificar

los productos con mayor audiencia, se aplico un sondeo a los grupos de la Escuela Secundaria No 18 General Ricardo Flores Magón de Saltillo, Coahuila.

- Para ello se aplicó un sondeo, cuyo objetivo fue determinar si las audiencias juveniles de secundaria consumen programas televisivos violentos. Para ello se trabajo con una variable: programas televisivos más vistos.
- De una población total de N = 120 estudiantes, se obtuvo una muestra intencionada de n = 75. Se aplica éste sondeo los días 25, 26,27 de Diciembre 2009. Se obtuvieron 152 menciones, distribuidas a lo largo de 31 programas más citados. Los resultados se presentan el cuadro siguiente:

1. EI PANTERA	18	11.8%
1. MUJERES ASESINAS	11	7.2 %
1. LA LEY Y EL ORDEN	11	7.2 %
1. ME QUIERO ENAMORAR	2	1.3 %
1. SHARK	2	1.3 %
1. FUEGO DE PASIÓN	1	0.6 %
1. VIVA LA VI	1	0.6 %
1. ALMAS PERDIDAS	1	0.6 %
1. POPEYE	1	0.6 %
1. SIMULADORES	4	2.6 %
1. LUCHAS WWE Raw	22	14.4 %
1. MENTESCRIMINALES	5	3.2 %
1. DR HOUSE	3	1.9 %
1. BOB ESPONJA	6	3.9 %
1. TOKI	1	0.6 %
1. DORA LA EXPLORADORA	4	2.6 %
1. DRAKE & JOSH	3	1.9 %
1. ESCUARDÓN DE PAYASOS	2	1.3 %
1. NOTICIEROS RCG	7	4.6 %
1. GUERRA DE CHISTES	2	1.3 %
1. GOKU	6	3.9 %
1. LOS PITUFOS	6	3.9 %
1. NARUTO	3	1.9 %
1. JACKASS	3	1.9 %
1. TUNEAME LA NAVE	1	0.6 %
1. SOUTH PARK	3	1.9 %
1. LOS SIMPSONS	12	7.8 %
1. TIERRA DE OSOS	2	1.3 %
1. PAJARO LOCO	2	1.3 %
1. LO QUE LA GENTE CUENTA	4	2.6 %
1. CUARTEL DE LOS SAPOS	3	1.9 %
TOTAL	152 menciones	100%



De la lista de 31 programas mencionados por los jóvenes de secundaria, sobresalen por su puntaje los siguientes:

1. LUCHAS WWE Raw	TELEVISA	14.4 %
1. EI PANTERA	TELEVISA	11.8%
1. LOS SIMPSONS	AZTECA	7.8.%
1. MUJERES ASESINAS	TELEVISA	7.2 %

Las personas entrevistadas determinaron que de 31 (100 %) programas mencionados, eligieron los primeros 4, los restantes mostraron una menor preferencia.

Para la aplicación de los Grupos de discusión (GD) se seleccionaron aquellos programas que presentaron mayor rating como se explicita en el cuadro anterior. De la lista de los productos más mencionados, se trabajó en la selección de un pequeño segmento de cada producto comunicativo, aproximadamente de 5 minutos de cada uno, para ser expuesto a los grupos de adolescentes de la Escuela Secundaria General No 18 Ricardo Flores Magón de Saltillo, Coahuila que reportan conductas violentas.

Estructura de Grupos de discusión de estudiantes: es de 7 personas de los 3 niveles de secundaria, la mayoría vienen corridos de otras Escuelas, generalmente por indisciplina y por que rebasan las edades normales de atención de las secundarias y que por disposiciones de la Secretaria de Educación Pública tienen que ser aceptados por la escuela regular.

De manera que, se inició con los preparativos para realizar los Grupos de Discusión, se procedió a seleccionar los principales supuestos de la teoría de las mediaciones y de recepción, a partir de estos elementos se procedió a estructurar los detonantes guía. Mismos que guiarán los grupos de discusión y concatenarlos con los productos

comunicativos que más preferencia presentaron en el sondeo aplicado previamente. Los detonantes quedaron estructurados de la siguiente manera:

¿Qué pueden decir de los programas que acabamos de ver?

Mediaciones múltiples

En estos capítulos vimos algunas acciones, palabras, formas de actuar. ¿Ustedes las usarían como parte de su vida diaria? ¿Cuáles?

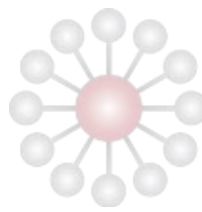
- ▶ La forma en que se tratan entre tus compañeros ¿se parece a la que usan con tus amigos o familia?
- ▶ Lo que ven en la tele ¿se parece mucho a lo que pasa en la realidad?

Mediaciones cognitivas

- ▶ ¿Lo que pasa en la televisión se parece a lo que pasa en la realidad o le exageran? Un ejemplo es la familia Simpson. ¿Han notado que los comportamientos de los miembros de la familia se repiten en la realidad?
- ▶ La situación de Homero Simpson ¿creen que llega a pasar en las familias mexicanas o saltillenses?

Mediaciones estructurales

- ▶ ¿Por qué creen que están apareciendo hechos tan violentos actualmente como los que salen en la televisión?
- ▶ ¿Quién los controla?
- ▶ ¿Creen que saben distinguir entre lo que es correcto e incorrecto de lo que pasa en la tele?
- ▶ Cuando ven programas violentos. ¿encuentran en ellos alguna forma de



defenderse?

Mediaciones situacionales

- ▷ ¿Con quién o quienes ven televisión y en qué lugares lo hacen?
- ▷ ¿Aparte de estudiar qué otras actividades realizan?
- ▷ ¿En qué horario prefieren ver televisión?

Mediaciones institucionales

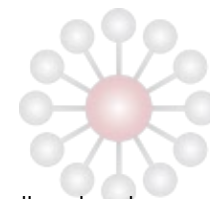
- ▷ ¿Cómo enfrentan los problemas que se les presentan? En grupo, solos, con amigos, pandilla, familia...
- ▷ ¿Hay reglas para pertenecer a un grupo en específico?
- ▷ ¿Cuáles son las condiciones para pertenecer a un grupo y si no las cumples qué te pasa?
- ▷ ¿Hay preferencias o rangos en el grupo en el que están?

Mediaciones tecnológicas

- ▷ ¿Cuáles son los programas que prefieres ver?
- ▷ ¿Por qué medio?
- ▷ ¿Cuando no te da tiempo de ver un programa en la tele lo buscas en Internet o lo dejas pasar?

Preguntas detonantes que permitieron conformar el comportamiento de los adolescentes, después de exhibir los segmentos

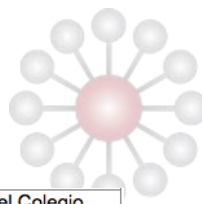
No	Programas más vistos	Categorías analíticas	Operacionalización
	Luchas Wwe Raw El Pantera Los Simpsons Mujeres Asesinas	Mediaciones Múltiples	<ul style="list-style-type: none"> - En estos capítulos vimos algunas acciones, palabras, formas de actuar. Ustedes las usarían como parte de su vida diaria?, ¿cuáles? - La forma en que se tratan entre tus compañeros se parece a la que usan con tus amigos o familia? - Lo que ven en la tele se parece mucho a lo que pasa en la realidad?
	Luchas Wwe Raw El Pantera Los Simpsons Mujeres Asesinas	Mediaciones Cognitivas	<ul style="list-style-type: none"> - Lo que pasa en la televisión se parece a lo que pasa en la realidad o le exageran? Un ejemplo es la familia Simpson. - ¿Han notado que los comportamientos de los miembros de la familia se repiten en la realidad? - La situación de Homero Simpson creen que llega a pasar en las familias mexicanas o saltillenses?



Estructura del Grupo de discusión “A” aplicado el día 30 de abril 2010, en turno vespertino.

Luchas Wwe Raw El Pantera Los Simpsons Mujeres Asesinas	Mediaciones Estructurales	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Por qué creen que están apareciendo hechos tan violentos actualmente como los que salen en la televisión? - ¿Quién los controla? - ¿Creen que saben distinguir entre lo que es correcto e incorrecto de lo que pasa en la tele? - Cuando ven programas violentos. ¿encuentran en ellos alguna forma de defenderse?
Luchas Wwe Raw El Pantera Los Simpsons Mujeres Asesinas	Mediaciones Situacionales	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Con quién o quienes ven televisión y en qué lugares lo hacen? - ¿Aparte de estudiar qué otras actividades realizan? - En qué horario prefieren ver televisión?
Luchas Wwe Raw El Pantera Los Simpsons Mujeres Asesinas	Mediaciones Institucionales	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo enfrentan los problemas que se les presentan? En grupo, solos, con amigos, pandilla, familia... - ¿Hay reglas para pertenecer a un grupo en específico? - ¿Cuáles son las condiciones para pertenecer a un grupo y si no las cumples qué te pasa? - Hay preferencias o rangos en el grupo en el que están?
Luchas Wwe Raw El Pantera Los Simpsons Mujeres Asesinas	Mediaciones Tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuáles son los programas que prefieres ver? - ¿Por qué medio? - ¿Cuando no te da tiempo de ver un programa en la tele, lo buscas en Internet o lo dejas pasar?

N°	Nombre	Grado	Edad	Caracterización, obtenida de la prefecta Estivaly. Mayo/10
1	Ana Karen Rodríguez Barrera	1	13 años	Tiene antecedentes de drogadicción, se pierde a veces y no asiste a clases, calificaciones bajas, no trae tareas, agresiva, Contestona altanera, enfrenta a los profesores, no les hace caso, bajas calificaciones.
2	Irving Guzmán Rodríguez	2	15 años	Molesta a sus compañeros siempre, los agrede, agresivo, irrespetuoso, líder negativo. Nunca trae la tarea ni participa en acciones académicas, sin embargo, cuando presenta examen obtiene calificaciones aprobatorias.
3	Iván Montes Bernal	3	16 años	Burlón, agresivo, se salta las bardas para salirse de la escuela, los padres nunca van a la escuela, corrido de 2 secundarias, golpea a sus compañeros, uso de lenguaje muy agresivo y sexual. Bajas calificaciones.
4	Héctor Rosas Esquivel	3	16 años	Trata de manipular a sus compañeros, haciendo que hagan lo que él quiere y cuando los descubren, el aparece como que no sabe nada, así se lleva a sus compañeros fuera de la escuela y van a causar problemas en la calle, agrediendo entre sí para luego filmarse y subir a internet sus pleitos. Solo por comentarios se cree que usa drogas, tiene bajas calificaciones.
5	Daisy Castro Urbano	2 grado	15 años	Considerada como drogadicta, cuando se siente mal físicamente, la prefecta habla por teléfono a los papás y ellos se molestan, no acuden al llamado, porque dicen que ya no la aguantan que quieran internarla, la niña gusta de pagar a sus compañeras para que se peleen para ver a ver quién gana. Bajas calificaciones.
6	Héctor Martínez	1 grado	13 años	Se quiere ir de la casa y hacer su vida, es agresivo, gusta de robar a sus compañeros, les quita lo que llevan para comer y luego dice que no hace nada, es agresivo pero no le gusta que lo consideren malo, dice muchas malas palabras, es muy desordenado, golpea cuando puede a sus compañeros, no trae tareas.
7	Cinthya Frías vega.	3 grado	16 años	Le gusta juntarse con grupos de jóvenes pandilleros, falta mucho, no lleva tareas, los padres son muy colaboradores, pero ella no les hace caso, los padres tienen edades muy avanzadas y provienen de zonas rurales, la niña fuma toma y los padres la dejan en la puerta de la escuela para que asista a sus clases normales, ella se sale con otros jóvenes de la escuela.



Grupo de Discusión “B” Caracterización de los participantes.

N°	Nombre	Grado	Edad	Caracterización, obtenida de la prefecta Estivaly. Mayo/10
1	Josué Fernando Montes	2 grado	15	Corrido de otras secundarias, gusta de juntarse con grupos de pandillas de su colonia, por comentarios del mismo dice que a veces les ayuda a su amigos a robar cobre de algunas casas, el papá comenta que era un buen muchacho, pero que al llegar corrido de otras secundarias ahí, estaba entre dos bandos de malandros (no se ha podido verificar esto), que lo empezaron a invitar a que se uniera a su grupo y como no hacía caso lo empezaron a golpear para que se decidiera a unirse a una pandilla, o a otra, finalmente por miedo se unió a una de las pandillas y finalmente le gusto, el quiere ser SICARIO saliendo de la secundaria porque es lo más chido!!!! Ellos "Ellos si tienen ley y te cuidan y pagan bien" a decir del muchacho. Hay evidencias que ya empieza a acercarse a estas bandas delictivas (hasta aquí puedo llegar). Los profes lo van a pasar de año aunque no haya aprendido los mínimos.
2	Rolando Tovar Azua	2 grado	15	Presenta agresiones verbales con sus compañeros, con el propósito de herirlos, se aprovecha de la debilidad de los demás para molestarlos, no tiene ganas de hacer nada, esta de brazos caídos, le gusta traer dinero y cuando no trae se endeuda y vende libros mochila ropa para traer dinero, hace pleito por cualquier cosa. Habla a pura maldición, golpeo a una muchacha, por que se burlo de el Bajas calificaciones.
3	Noé osuna Alcalá	2 grado	15	No respeta a los maestros, parece que le gusta que lo castiguen, cuando lo atrapan diciendo majaderías a los profes o poniéndoles alfileres en la silla del Maestro, es expuesto en el patio a manera de castigo, de pie en medio del patio (con las condiciones atmosféricas que haya). Bajas calificaciones. Padres divorciados y a cargo de la abuela materna.

4	Ángela Rosas Morales	3er grado	16	No quiere estudiar, proviene del Colegio Zaragoza, (clase alta), siempre trae dinero, siempre sola, sus padres viajan mucho y cuando están en la ciudad, la dejan sola porque ellos se van a jugar (al caliente), en el centro de apuestas, joven prepotente agresiva, no tiene idea la existencia de valores, siempre trata de lastimar a los o las que no aceptan lo que ella dice, fuma, toma bebidas embriagantes, va a los centros nocturnos y se junta con jóvenes con características similares, bajas calificaciones.
5	Briseida Ibarra Coronado	1° grado	13	No le gusta trabajar no trae tareas, juega mucho, le gusta que los muchachos la toquen (juegos sexuales), en varias ocasiones la prefecta la ha encontrado jugueteando con algunos jóvenes, presenta comportamientos agresivos, no sabe leer bien, se la pasa platicando en clase, tiene el uso de vocabulario muy limitado, se escapa de la escuela para ir a fumar a la ciudad deportiva, tiene la cultura del menor esfuerzo, ella quiere que pase el tiempo rápido para salir de la escuela, quiere trabajar.
6	Bryan Ramírez Hernández	1° grado	13	No respeta a nadie, ni a compañeros ni a maestros, no a todo, agresivo golpeador, ley de brazos caídos, no quiere hacer nada, cuando le hablan a sus padres, se enoja y menciona que sus padres no tienen tiempo de ocuparse de estos asuntos, se observa muy ofendido....Al llegar los padres, estos lo maltratan delante de todos le agreden con palabras ofensivas y la ultima vez se lo llevaron para darle un escarmiento, a decir de la prefecta es peor llamarles, por que se convierte en tortura para el muchacho. No va a pasar año, muy bajas calificaciones.
7	Mario Jair Moreno Calvillo.	3°	15	Mal hablado, juguetón, le gusta aprovecharse de los débiles, no cumple con tareas pero tiene algunos gustos por ciertas materias y ahí si trabaja, dice que quiere ser un señor con mucha lana (dinero) pero no le tiene ganas de estudiar. Calificaciones bajas. Quiere que le hagan las tareas y trabajos sus compañeros.



Entrevistas al personal de la Escuela Secundaria General No 18 Ricardo Flores Magón de Saltillo, Coahuila que reportan conductas violentas.

Caracterización de los alumnos: Informes: M.C. Margarita Castillo González

Los Jóvenes que acuden a esta Secundaria presentan edades adultas a veces hasta de 18 años, vienen corridos o son trasladados por indisciplinados en su mayoría, entre otras características también reprobados y no son aceptados ya en otras secundarias. No siguen las reglas, se salen de sus clases a la hora que quieren, no están acostumbrados a ningún ritmo de trabajo. Están a la búsqueda de emociones y de una vida diferente y llena de poder, quieren ganar mucho, no aceptan trabajar desde abajo, ellos quieren ganar bien, aunque no tengan estudios.

Cuando llegan a esta secundaria ya vienen con problemas serios tanto familiares como académicos, sus actitudes en el salón de clases es el reflejo de su familia y de su medio ambiente en la escuela se dan tantos problemas que a veces los jóvenes llegan a traer botellitas disfrazadas de jugos, pero el líquido es en realidad trae drogas, todo lo que está pasando en las colonias en la sociedad es violencia, los grupos cada vez son más difíciles de guiar, ellos traen otros intereses, cada vez quieren estudiar menos, no les interesa el futuro. Todo lo quieren hacer rápido sin interés por el futuro, ellos ya quieren trabajar.

Caracterización de los padres de familia: Informes: Prefecta, profesora Estivali.

Los padres no vienen juntos, no les importa saber cómo van académicamente sus hijos, la mayoría de

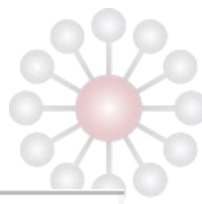
los padres presentan matrimonios disfuncionales, madres que por trabajar muchas horas tienen que dejar a sus hijos solos en casa encerrados o en la calle, divorciados, separados, madres solteras, padres dedicados a actividades fuera de la ley o en proceso.

Familias muy humildes, que viven en casas de cartón, padres analfabetas y por no tener tiempo de atender a sus hijos no los conocen y no saben a qué hacen en sus ausencias, no están en condiciones de orientarlos, poco a poco se van separando de ellos, llegando a perder autoridad ante los menores.

Los maestros, afirman que entre los alumnos hay buenos y no tan buenos, haya unos alumnos, hermanos ellos a quienes los abandonó su mamá y una de las muchachas siguió estudiando.

Por otro lado las secretarías dedicadas al área administrativa afirmaron que con ellas los jóvenes no se les ponen al brinco, que las ignoran porque con ellas solo van cuando entran y cuando finalmente los corren de la escuela cuando ya no los aguantan.

Características de los Profesores: Informes: M.C. Margarita Castillo González y Prefecta, profesora Estivali. A la mayoría de los profesores que imparten clase, tienen más de 20 años de servicio, vienen al turno vespertino cansados de otros trabajos, los trabajadores de la educación, Profesores y personal de apoyo tienen doble o triple trabajo; sobre todo por las condiciones económicas y la devaluación de los empleos, así está la economía de las familias al servicio de la educación. Los maestros a veces no son tolerantes con los muchachos, son agresivos, les hablan con palabras agresivas, groseras, no son prudentes. A decir de la prefecta, se enfrentan



a los alumnos, algunas veces que descubren a los alumnos ingiriendo alguna sustancia toxica, los agreden, como que se asustan y rapidito los sacan de las aulas de manera muy poco tolerante para ser llevados a prefectura o con el director. La maestra considera que la edad de los maestros, aunado a la poca tolerancia y falta de preparación, son detonantes de comportamientos antisociales de parte de los alumnos.

Sin embargo, actualmente ha llegado una Trabajadora Social recién egresada de aproximadamente 23 años, así como un profesor de sistemas computacionales de más o menos la misma edad.

Grupo focal con expertos: Objetivo, conocer la opinión de los expertos con respecto a las Mediación cognitiva, Mediación estructural, Mediaciones en los procesos de recepción (Orozco, 1991): individuales, situacionales, institucionales y tecnológicas.

Los siguientes 8 profesionistas son Psicólogos y trabajadores sociales que participaron en la reunión de especialistas solicitada a la Secretaria de educación Pública del Estado de Coahuila, concretamente a la Delegación D-1.- 128, misma que aglutina 9 escuelas secundarias del nivel de Educación Especial de la SEPYC.

La presente tuvo lugar el 4 de junio, 2010, aprovechando la reunión regional de Psicólogos y trabajadores sociales de nivel especial ya descrito. Lugar: Escuela de educación especial en problemas de conducta de la SEPYC.

Jefe del nivel: Lic en Ps. Omar Rodríguez Martínez.
Unidad Campo Redondo:

1. Lic. Luis Sánchez Rodríguez
2. Lic. Ma. Francisca Muñiz T.
3. Lic. María Guadalupe Ramírez Valdez
4. Norma Isabel Peña Cárdenas
5. Lic. T.S. Martha Calvillo de León
6. Ma. De Lourdes Muñiz Coronado.
7. Lic. Yadira Guadalupe Cisneros Paredes
8. Sanjuana Guadalupe Mejía Moreno
9. Patricia González Zamarripa.

Resultados:

Investigación Cuantitativa

Los resultados aquí presentados corresponden a la parte cuantitativa, grosso modo, busca medir, contar y, a partir de ello inferir o generalizar, su sustento filosófico y teórico se encuentra en el positivismo. Esta investigación cumple uno de los propósitos fundamentales, aportar elementos significativos que respondan al paradigma de la relación entre la producción de ficción con contenidos violentos que hace la televisión mexicana, así como los espacios informativos en que ésta trata el tema de la violencia, con las conductas agresivas de jóvenes. Ello desde la mirada de las mediaciones.

La técnica cuantitativa es el método más conocido y más utilizado en las ciencias sociales, este esfuerzo parte del análisis de la lógica teórica que sienta las bases de la estructura de la encuesta (Hernández Sampieri, 2006). La historia de la investigación por encuesta se remonta a las antiguas civilizaciones usadas con la variante denominada censo que implica una enumeración de toda la población, en cambio la encuesta selecciona un segmento de la población. Karl Marx usó la encuesta enviando por correo 25,000 cuestionarios, Max Weber se valió de este método para investigar la ética protestante; sin embargo, Samuel A. Stouffer y Paul F. Lazarsfeld, deben considerarse como los



pioneros de la investigación por encuesta, según refiere Álvarez Gayou Jurgenson (1998).

De manera que a través de esta técnica se trabajaron las variables para determinar las múltiples mediaciones que se establecen entre los procesos de recepción televisiva y las conductas de los jóvenes de secundaria, los rasgos que caracterizan a la producción comunicativa sobre contenidos televisivos violentos, la caracterización de la mediación estructural y la mediación cognitiva sobre la producción televisiva así como la relación que establecen dichos productos comunicativos con otros de similar contenido emitidos por otros medios de la localidad y el país, elementos que caracterizan los procesos de recepción y apropiación de los productos comunicativos violentos por parte de jóvenes con conductas violentas.

También se presentó la frecuencia de aparición de productos televisivos con contenidos violentos y la forma en que se manifiestan las mediaciones individuales, situacionales, institucionales y tecnológicas en los procesos de recepción y apropiación de los productos. ¿Qué rasgos socio psicológicos y culturales caracterizan a jóvenes con conductas violentas; qué elementos caracterizan los procesos de recepción y apropiación de los productos comunicativos violentos por parte de jóvenes con conductas violentas, cómo se manifiestan las mediaciones individuales, situacionales, institucionales y tecnológicas en los procesos de recepción y apropiación de los productos comunicativos violentos por parte de estos jóvenes?, fueron algunas preguntas a las que esta investigación intentó dar respuesta.

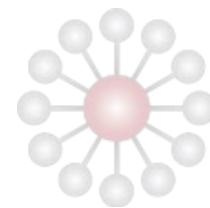
La investigación por encuesta presenta fundamentalmente tres objetivos generales: describir, explicar y explorar. A continuación se

presenta un acercamiento al objeto de estudio, mediante la descripción Univariable (Hernández Sampieri, 2006) usualmente se busca describir los datos y posteriormente efectuar análisis estadísticos para relacionar variables, cada método de análisis tiene su razón de ser del objeto de estudio. Para este trabajo, iremos presentando el comportamiento por variable, llamado análisis univariable. Es importante aclarar que en este primer acercamiento sólo se ofrecerá la descripción de los puntajes más significativos, para luego ir bajando los siguientes niveles de investigación con mayor pertinencia.

VARIABLES COMPLEJAS	VARIABLES SIMPLES
Caracterización 5	Edad
	Sexo
	Año académico
	Horas frente al televisor Mediación múltiple
	Uso de correo electrónico

Edad. El porcentaje mayor de los encuestados presenta 14 años (29.73%), el resto de la población encuestada presenta edades entre los 12, 15, 16 y 18 años, para el común de la población que estudia este nivel educativo los jóvenes rebasan las edades que comúnmente presenta todo estudiante de secundaria, sin embargo para las Secretaría de Educación Pública, ésta escuela secundaria para sacar adelante a los estudiantes que no han podido avanzar en sus estudios secundarios debido sobre todo a su comportamiento inadecuado y a su bajo nivel académico, ha decidido aceptar jóvenes con esas características.

Es muy llamativo que en el nivel de secundaria los jóvenes presenten una tendencia a usar el correo electrónico (55.41%), y además usarlos con regularidad y afirman que es una manera de comunicarse con amigos y vecinos.



Género. De las 74 personas encuestadas, 67.57% son hombres, mientras que el restante 32.43% son mujeres.

Tiempo que ven la televisión, se observó que (27.03%), un grupo la ve tres horas diarias, mientras que un grupo menor refirió (22.97%), que la ven alrededor de dos horas por día, un 13.51% ve los programas 4 horas para estar sentado frente al televisor. Sin embargo se encontró que un gran porcentaje (36.49%) enciende la televisión durante 12 horas. Se concluye que el mayor puntaje es la tendencia a ver la televisión por 12 horas al día. A continuación se ofrece una descripción general de los programas televisivos más aceptados por los jóvenes de secundaria:

En lo que corresponde al bloque de recepción las catorce variables corresponden a la preferencia por los programas televisivos (Fuenzalida, cit. en Lozano, 1996: 46).

Señala Marques de Melo (2007) al respecto de la recepción: El televidente aparece a menudo físicamente aislado, el es un receptor culturalmente ubicado y socialmente constituido. Este haz de relaciones socioculturales que es el televidente, interactúa con los diversos mensajes televisivos para elaborar el significado existencial y concreto” De manera que el proceso de recepción, surge en un momento de relación íntima entre el aparato de televisión, sus mensajes y el receptor, sin embargo es precisamente el momento histórico cultural contextual, quien actúa en el sujeto receptor para decodificar la información que propicie el análisis de los hechos sociales desde una mirada contextual que permita permear las visiones sociales de acuerdo a su realidad social, económica, cultural entre los que destaca fundamentalmente la expresión de las elites, que al actuar impactan de manera directa las estructuras en toda sociedad

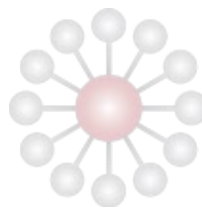
(pp. 141-151).

X6 Preferencia por programas 14	
	1. Reality shows Recepción Orozco
	2. Informativos
	3. Películas
	4. Documentales
	5. Variedades (cocina, moda, espectáculos...)
	6. Culturales
	7. Religiosos
	8. Telenovelas
	9. Musicales
	10. Deportivos
	11. Coloquios/entrevistas
	12. Series
	13. Humorísticos
	14. Infantiles/Dibujos animados

Más de la mitad (55.4%) de los jóvenes adolescentes, afirmó ver los Reality shows al menos frecuentemente, así mismo cuando se ofrecen películas en la programación televisiva, la mayoría (62.17 %) tiende a verlas, otra variable importante que ha despertado interés entre los estudiantes, es la tendencia de los alumnos (40.54%), a ver los programas de variedades.

En lo que respecta a los programas informativos 74.33%, la mayoría afirmó verlos al menos una vez, enterándose de lo que pasa en su medio ambiente.

Además, el 35.1 % de los estudiantes de secundaria nunca ven documentales, el resto (65 %) de los estudiantes confirmó ver documentales al menos alguna vez. En cuanto a los programas culturales, se encontró que el 39.19% de ellos nunca ven programas de tipo cultural a esta variante de los programas televisivos, el resto de los encuestados el 60 % al menos alguna vez ven programas culturales. Los Jóvenes encuestados al hablar de programas religiosos se encontró que un porcentaje significativo y representado por más de la mitad de la población 62.16% afirmaron que casi nunca o nunca ven programas con contenidos



religiosos. Paralelamente a ello, hay una tendencia hacia los números positivos del 67.57% a ver las telenovelas.

En cuanto a la música se encontró que, el 93.2 % que los estudiantes de esta secundaria siempre ve programas de musicales y solo una mínima parte de ellos afirmó no interesarse por ella. Esto es muy significativo, ello indica que esta variable puede ser un elemento básico que favorezca cambios en los jóvenes adolescentes. Otra de las variables importantes en este acercamiento, son los deportes considerados por el 83.79 % de los sujetos dado el alto nivel de preferencia.

Se observó que de los programas televisivos el 48.6% de la población total nunca o casi nunca ve programas de coloquios o entrevistas a través de la televisión, mientras que el 51 % restante afirmó que a veces y algunas veces se interesan por ver estos programas.

En lo que corresponde a las series televisivas. El 82.43 % de los estudiantes confirman que se interesan en ver todo tipo de series al menos alguna vez. En lo que respecta a los programas humorísticos un 77.49 % mostró una tendencia mayor a preferir estos programas, cuyas características son sus tendencias a agredir, en sus distintas manifestaciones, violencia verbal, no verbal, física. Por otro lado un 72.97% tienden a ver todo tipo de programas de corte infantil como son los dibujos animados entre otros, una mínima parte afirmó no interesarse en estos programas..

El siguiente grupo de 14 variables, describen los programas de televisión, a través de los cuales los estudiantes detectan las algunas manifestaciones de violencia, mismas que inciden en el proceso del conocimiento que conlleva a la percepción de los elementos afectivos, racionales, y/o valorativos, que corresponden a la mediación cognoscitiva

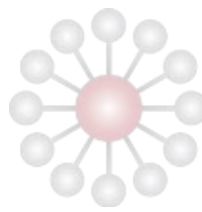
(Lozano, 1996: 209).

X7. Programas de televisión y manifestaciones de violencia. 14	1. Ofensas a través de señas. Mediación Cognitiva
	2. Burlas
	3. Golpes
	4. Palabras ofensivas
	5. Asaltos
	6. Maltrato a los animales
	7. Atropellamientos con vehículo intencionalmente
	8. Privación de la libertad
	9. Acoso telefónico
	10. Acoso a través del correo electrónico e internet.
	11. Abandono de personas (niños, ancianos)
	12. Agresiones con arma blanca (cuchillo)
	13. Agresiones con arma de fuego
	14. Maltrato Psicológico.

De la variable Programas televisivos que presentan manifestaciones violentas, se observó que el 76.96 % de los encuestados considera que los programas contienen ofensas a través de señas como manifestación de violencia. Paralelamente el 77% afirmó que detectan violencia a través de burlas, mientras que un 82.43 % considero que hay una gran cantidad de programas que presentan violencia física. Otro elemento importante son las palabras obscenas mismas que el 85.13 % de los alumnos ratifico que detecta continuamente en los programas televisivos como manifestaciones de violencia.

En lo que respecta a violencia representada a través de asaltos, el 83.79 % consideró estas manifestaciones se representan desde algunas veces hasta, muy continuamente en los programas que cotidianamente se ven en la televisión.

En cuanto al maltrato de los animales se obtuvo un 56.76 % que indicó que casi nunca y a veces la T.V. ofrecía este tipo de maltratos. En lo que respecta a la observa privación ilegal de la libertad en la televisión como una manifestación de violencia, se



observa 67.51%, que hay una tendencia creciente de los sujetos a considerar que si existen escenas de este tipo y que va desde algunas veces hasta continuamente.

Con respecto al acoso telefónico, se encontró que el 71.8 % afirmó que si hay algunas veces escenas que contienen acoso telefónico y solo el 39% afirmó que no ven programas que contenga acoso telefónico.

Una manifestación de violencia son las agresiones con arma blanca y el 71.8 % a veces y casi siempre aparecen escenas de este tipo, y en lo que respecta a las armas de fuego un el 83.74% consideró que continuamente aparecen en los programas porcentaje mayor agresiones con arma de fuego en la televisión. Con respecto a las manifestaciones de violencia de origen psicológico, un porcentaje significativo de la población total correspondiente al 82.43%. Afirmó que no detectó ningún elemento que confirme la presencia de esta variable.

El siguiente grupo de variables, describen los géneros televisivos a través de los cuales los estudiantes detectan algunas manifestaciones de violencia, mismas que inciden en el proceso del conocimiento que conlleva a la percepción de los elementos afectivos, racionales, y/o valorativos, que corresponden a la mediación cognoscitiva.

La segunda parte del trabajo se centró en una correlación de Pearson que permitió evaluar el grado de relación entre las 128 variables y establecer la dirección y magnitud; entendiendo por dirección la forma en que se da la relación entre variables y sí es directa o inversa y la magnitud en función de la extensión entre las variables que curvarían positiva o

negativamente.

Se presentan sólo algunos resultados sobre mediaciones múltiples, individuales, cognitivas, y de recepción. $r = \geq .20$

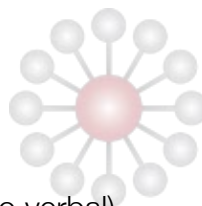
A mayor edad, los sujetos presentan un mayor nivel escolar, una tendencia mayor a preferir programas culturales. Así mismo es muy llamativo, éstos sujetos presenten una menor preferencia a ver programas televisivos que presentan hechos de violencia, como el abandono de ancianos y niños, así como los géneros sobre política.

Los adolescentes que presentan menor tendencia a ver los horóscopos, los sujetos presentan mayor tendencia a ver los programas de espectáculos (Recepción).

En la medida que los sujetos usan más el correo electrónico, estos tienden a ver los programas televisivos de variedades (cocina, moda, espectáculos). Así mismo, la predisposición a usar más el correo electrónico, los sujetos muestran una menor tendencia a ver programas sobre acoso por internet.

A mayor uso de correo electrónico, menor tendencia a observar hechos violentos que pasan en televisión y que se parecen a los que pasan en la escuela como son las ofensas a través de señas. Subyace que, estos alumnos al presentar un mayor apego a la comunicación electrónica y usar con mayor frecuencia el correo electrónico, se alejan de la programación televisiva y sus formas de violencia.

Las jóvenes muestran menor tendencia a ver los programas televisivos sobre documentales, también presentan un gusto mayor a ver programas televisivos sobre variedades (cocina, moda, espectáculos). Así mismo, las mujeres ven con más frecuencia telenovelas, programas musicales,



moda, temáticas de belleza, horóscopos, así mismo a través de esos programas ellas detectan que hay representaciones de maltrato en los animales, así como maltrato psicológico.

Por otro lado, las mujeres presentan una menor tendencia a ver proyecciones de cine y programas deportivos.

A pregunta expresa a los estudiantes de secundaria sobre si se consideraban personas violentas, sólo las mujeres consideran que son violentas o muy agresivas.

A mayor Nivel académico los sujetos tienden no ven temas religiosos. Sin embargo se observa una preferencia marcada a ver programas en donde se ven manifestaciones de violencia en especial palabras ofensivas.

Los sujetos que presentan mayor nivel académico, tienden a ver programas cuyos géneros son de apoyo a la cultura. A mayor nivel académico, los sujetos tienden a detectar, que, de los hechos violentos que se observan en la televisión, los golpes son los que se observan más en la escuela y ellos detectan con mayor claridad.

A mayor nivel académico, los adolescentes de tercero de secundaria, menor tendencia a ver espectáculos.

Los jóvenes que presentan una marcada tendencia a ver los programas de Reality shows, también prefieren los programas documentales, de variedades, los humorísticos (como: la casa de los comediantes, la casa de la risa, fabrica de risas, entre otros), entrevistas culturales coloquios, así como mesas de diálogos entre otros.

Los sujetos que prefieren ver los Reality shows, con frecuencia ven manifestaciones de violencia como: ofensas a través de señas,(también

conocidos como ademanes o violencia no verbal), agresiones con armas de fuego, así como maltrato psicológico..... Mediación Cognitiva.

Los jóvenes que prefieren ver los reality shows, les gustan los siguientes géneros televisivos: noticias, cine, publicidad, ecología, economía y espectáculos. Los sujetos que se ven menos horas de televisión, prefieren más los programas informativos, las películas, ello indica la capacidad de algunos jóvenes para determinar claramente sus intereses. Por otro lado los hombres tienden a preferir los programas documentales y los de variedades (cocina, moda, espectáculos entre otros), así mismo los sujetos que usan más el correo electrónico gustan de los programas de variedades.

Los puntajes indican que los sujetos que presentan menor grado escolar y menor cantidad de horas expuestas a la televisión hay una mayor tendencia a preferir programas religiosos. Se infiere que la religión como institución substituye algunos programas que permean en el gusto de los colectivos, impactando en los grupos minoritarios que presentan menor grado escolar fundamentalmente.

Aquellos sujetos que ven con mayor frecuencia programas informativos, también prefieren ver películas, documentales, coloquios/entrevistas, actividades deportivas, programas humorísticos e infantiles. Subyace que los jóvenes con interés por conocer el acontecer social a través de programas informativos, presentan interés por la cultura, el deporte y para divertirse programas humorísticos e infantiles. Paralelamente en éste grupo de correlaciones se reafirma la correlación entre estas tres variables que juntas concatenan los elementos cine, programas infantiles y deporte, que viéndolos así, aparecen muy light y sin mayor problema.



Análisis integracional

El análisis integracional para determinar las múltiples mediaciones que se establecen entre los procesos de recepción televisiva y las conductas de los jóvenes de secundaria.

Es un método estadístico multivariado para determinar el número y naturaleza de un grupo de constructos subyacente en un conjunto de mediciones. Un constructo es un atributo para explicar un Fenómeno (Wiersma, 1986). En este análisis se generan variables artificiales (denominadas factores) que representan un constructo.

Los factores se obtienen de las variables originales y deben ser interpretados de acuerdo con estas. Como menciona (Naghi, 1984), en una técnica para explicar un fenómeno complejo en función de unas cuantas variables. Tomado de: (Universidad de Castilla La Mancha, 2010)

El siguiente análisis mostró la conformación de 8 factores, con el propósito de conocer lo que existe en común entre las variables y aquellos elementos que subyacen en los datos de tal forma que puedan ser reagrupados. Los resultados fueron obtenidos a partir de la rotación ortogonal varimax explican en su conjunto el 73.49 % de la variabilidad del fenómeno. Estos factores se presentan a continuación.

Los sujetos traen sus propios valores, su acervo cultural, sus experiencias, sus cargas emocionales, y con estas mediaciones los adolescentes se sientan ante el televisor a ver programas que desde la pantalla les son ofrecidos, a través del cual reciben información de la que se apropian consciente o inconscientemente (Lozano, 2009), según De acuerdo al medio ambiente en que

se desarrollan. Los sujetos, tienden a detectar en mayor o menor medida las manifestaciones de violencia. De otra manera como bien dice Augusto Comte. (Gomezjara, 2001), padre de la Sociología en su propuesta del método histórico “El presente es una consecuencia necesaria del pasado” de manera que se puede inferir que los emisores preparan y estructuran los mensajes con cargas altamente significativas de violencia, este hecho penetra la estructura de los colectivos quienes a través de su devenir histórico reciben la información televisiva violenta; ésta combinada con los eventos cotidianos cercanos al sujeto, presentan una pérdida de la sensibilidad y algunos eventos violentos lleguen a pasar desapercibidos por los adolescentes o bien que en sus medios más cercanos estos eventos son ya parte de su cotidianidad, Por otro lado estos jóvenes solo logran percibir algunos elementos violentos considerados por esta autora como extremos.

Hovland (1912-1961) considerado como uno de los cuatro padres fundadores de los estudios sobre comunicación, junto con Lasswell, Lazarsfeld y Lewin, afirma qué:

“El cambio de actitud depende de diversas circunstancias, relacionadas con las fuentes emisoras y su credibilidad, con la naturaleza del mensaje y su capacidad comunicativa y, al mismo tiempo, con las características del receptor (afinidad/ oposición con la fuente, nivel de formación, etc.). Por ello, para lograr que los estímulos alcancen la respuesta del cambio de conducta, el proceso de la comunicación persuasiva debe tener en cuenta las circunstancias de los actores y del escenario. Como las audiencias no son iguales, el mensaje, su definición retórica y complejidad, dependerán en cada caso, para que los efectos causales puedan verificarse, del tipo de receptor y de su entorno”



Lo planteado por Hovland tiene que ver con la estructura de la población estudiada y sus circunstancias ambientales mismas que concatenadas entre sí, promueven micro cambios sociales que avanzan en forma de boomerang hacia macro cambios que llegan a impactar a la sociedad. Ello se evidencia a través de los resultados que enseguida se presentan.

Factor 1: Rechazo a la violencia. Mediación Cognitiva.- Percepción de la violencia, que representa a la mediación cognitiva, con respecto al comportamiento entre las variables que contienen manifestaciones violentas, la carga de este factor es unipolar y explica, en su conjunto el 23.72 % del total del fenómeno que está integrado por los valores significativos de las siguientes variables; mostrando un sentido negativo, como son Golpes - .25, Atropello con vehículo de manera intencional - .21, Acoso Telefónico. - .24, Abandono de personas, como son los niños y ancianos - .21, Agresión son arma de fuego -.26, Agresión con arma blanca - .25, Asaltos-. 20.

Se infiere que para los menores no es significativo el grado de violencia representada en la programación televisiva, de ello se desprende por la característica de los jóvenes encuestados que son expuestos a un alto grado de violencia real y por ello solo logran identificar los segmentos que contienen golpes, atropello con vehículo de manera intencional, acoso telefónico, abandono de personas, como son los niños y ancianos, agresión son arma de fuego, agresión con arma blanca, asaltos. Sin embargo se observa que no logran identificar por lo menos otras 7 manifestaciones de violencia que comúnmente ofrece la televisión. Llama la atención la pérdida paulatina de sensibilidad ante la violencia que se presenta en la mayoría de sus manifestaciones, muy probablemente una extrema

manifestación de violencia en el ambiente más cercano a la familia, a la escuela o en la sociedad. De hecho la mediación del sujeto se da a partir de los valores, de la calidad de información, de los conocimientos que un sujeto lleve a la pantalla y que actúe como mediador entre los mensajes, la percepción de los elementos percibidos y lo asimilado por los adolescentes.

Factor 2.- Géneros televisivos Recepción, de Orozco.- Géneros televisivos y programas, representa el comportamiento entre las variables que contienen los géneros televisivos, la carga de este factor es bipolar y explica, en su conjunto el 13.72 % del total del fenómeno que está integrado por los valores significativos de las siguientes variables; como son Sexo .38, programas de variedades cuyos temas son principalmente temas de cocina, espectáculos .23, Novelas .27, Moda .37, Cine -.26, y Deportes-. 33.

Se infiere que las jóvenes adolescentes presentan una tendencia mayor a ver programas de variedades cuyos temas principales son espectáculos, cocina, moda, una preferencia mayor a ver telenovelas y programas de moda, sin embargo hay una menor aceptación por los deportes y el cine.

Según Mc Guire, en su teoría de la respuesta cognitiva, cuando los receptores reciben un mensaje, siempre, compara lo que la fuente dice con sus conocimientos, emociones y actitudes previas respecto al tema en cuestión, generando de esta manera, unas respuestas cognitivas. Si los pensamientos van en la dirección indicada por el mensaje, la persuasión llegará a sus objetivos; en cambio, si van en dirección opuesta, no habrá persuasión, o incluso puede desencadenarse un boomerang. (Mc Guire , 2000).

De manera que las mujeres de acuerdo a este factor tienen preferencias muy claras con respecto a lo



que prefieren ver en la televisión. Estas relaciones se presentan en forma de una constelación correlacional que evidencia gráficamente el comportamiento de las variables más significativas aportadas por este factor.

Factor 3.- Géneros, programas y manifestaciones de violencia televisiva. La carga de este factor.- Representa el comportamiento de los Géneros televisivos, programas y mediación a través de las manifestaciones de violencia televisiva.

Es bipolar y explica en su conjunto el 10.80% del total del fenómeno, que está integrado por los valores significativos de las variables: cultura -.26, Publicidad -.24, Ecología -.35, Economía -.27, Reality shows -.20, Documentales -.29, programas culturales -.20, Coloquios /entrevistas -.29, Atropellamientos con vehículo intencionalmente .22.

Subyace que, los sujetos que no se exponen a la recepción de géneros televisivos, y recepción de programas tienden a identificar algunas mediaciones cognitivas a través de las manifestaciones de violencia televisiva, como escenas de atropellamientos con vehículo intencionalmente.

.De ahí que los jóvenes que no muestran preferencias por los géneros sobre: cultura, ecología, economía y publicidad, así como los programas Reality shows, Documentales, programas culturales, Coloquios /entrevistas, presentan una tendencia mayor a detectar con mayor frecuencia programas cuyas manifestaciones de violencia se representan a través de escenas como atropellamientos con vehículo intencionalmente. De manera que la Recepción tanto de Géneros como programas televisivos reducida a su mínima expresión conduce a la reflexión e identificación de algunas escenas violentas.

Hoy en día las audiencias y los mensajes son parte fundamental de los estudios de la comunicación de masas, Klapper concluye, que la comunicación de masas, no podría cambiar actitudes ni conductas, en todo caso refuerza actitudes y conductas.

Factor 4.- Sensibilidad para percibir manifestaciones de violencia. La carga de este factor, representa el comportamiento de la Sensibilidad para percibir manifestaciones de violencia. Es bipolar y explica en su conjunto el 8.32% del total del fenómeno, que está integrado por los valores significativos de las variables: Edad -0.43, Grado -0.46, de los programas televisivos, con qué frecuencia ves manifestaciones de violencia como ofensas a través de señas -.20, palabras ofensivas -.20, que corresponden a la mediación cognitiva de Orozco, así como la tendencia mayor a ver programas Religiosos.36, observándose una fuerte inclinación por el género televisivo Religioso .27.

Se infiere que los sujetos que presentan un menor grado académico y menor edad, presentan menor sensibilidad para detectar manifestaciones de violencia (mediación cognitiva) que la televisión representa través de ofensas a través de señas, y el uso de palabras ofensivas, siendo los temas tipo religiosos que más ven en estas edades y niveles académicos. De manera que los estudiantes de niveles académicos básicos tienen menos herramientas para detectar las formas de violencia que la televisión presenta, muy probablemente sea porque en el sistema referencial o contextual y social estas formas de relacionarse entre los colectivos sean cotidianos.

Factor 5.- Relación entre programas, Géneros y Manifestaciones de Violencia.- Representa el comportamiento de la Relación entre programas, Géneros y Manifestaciones de Violencia. Es bipolar y explica en su conjunto el 11.57 % del



total del fenómeno, que está integrado por los valores significativos de las variables: Programas Informativos 0.19, Películas 0.19, Telenovelas 0.25, así como Noticiarios 0.23, Musicales 0.20, Maltrato a los animales 0.21, Serie - 0.26, programas Humorísticos -0.23, manifestaciones a través de agresiones con armas de fuego -0.22, y maltrato Psicológico -0.33.

Subyace que a mayor tendencia a ver programas Informativos, Películas, Telenovelas, noticias, musicales los jóvenes detectan con mayor claridad las manifestaciones de violencia representadas a través del maltrato a los animales. Sin embargo los menores que muestran una menor tendencia a ver las series, o emisiones humorísticas, en general detectan una menor presencia de agresiones con arma de fuego y maltrato psicológico, entre las manifestaciones de violencia más presentes en las emisiones televisivas. Ante estos resultados se puede inferir que los estudiantes de secundaria muy probablemente presentan en su sistema referencial y social elementos de mayor impacto que los mantiene inmunes ante los segmentos que la televisión ofrece.

Factor 6.- Edad, cultura, religión y percepción de violencia. Representa el comportamiento de la Edad, cultura, religión y percepción de violencia. Es bipolar y explica en su conjunto el 8.45 % del total del fenómeno, que está integrado por los valores significativos de las variables: Edad - 0.20, Cultura -.33, Cultura -0.43, programas Religiosos -0.19; géneros Musicales -0.24, Acoso telefónico, -0.21, los programas que más reciben los Jóvenes son los programas de Variedades, como cocina, moda y espectáculos 0.20, Deportes 0.20; entre las manifestaciones de violencia, los Jóvenes detectan burlas .19, economía 0.19.

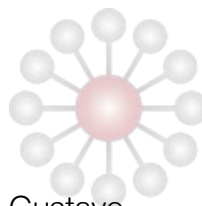
Se infiere que los adolescentes con menor edad

y menor tendencia a exponerse a los programas Culturales, Religiosos y Musicales; presentan una menor tendencia a detectar manifestaciones de violencia, representada a través de imágenes de acoso telefónico, Paralelamente entre los programas que más ven los Jóvenes de menor edad son los de variedades, como cocina, moda y espectáculos, así como programas deportivos; entre las manifestaciones de violencia televisiva, los Jóvenes detectan con mayor frecuencia las burlas, por otro, el tema de la economía, es un aspecto muy recurrente. Es un elemento significativo en el discurso de los estudiantes participantes, que refleja la preocupación que sienten por el problema sobre el desempleo que existe en la región y en general toda la problemática económica.

En resumen los jóvenes con menor edad, presentaron dos grupos de opinión la primera corresponde a los programas menos o aceptados: Aspectos culturales, Religiosos y musicales; la segunda corresponde los más vistos: Variedades, como cocina, moda y espectáculos, deportes, economía. En ambas tendencias los estudiantes mostraron que en la televisión por lo general hay manifestaciones de violencia a través de burlas y acoso telefónico.

Factor 7.-. Percepciones de acuerdo al grado y edad.- Representa el comportamiento de percepciones de acuerdo al grado y edad. Es bipolar y explica en su conjunto el 8.76 % del total del fenómeno, que está integrado por los valores significativos de las variables: Edad -0.30, Correo Electrónico -0.22, Grado -0.26, Temas Religiosos .31, Privación de la libertad -0.24, Maltrato psicológico -0.25, cultura .24, Religiosos .32, Políticas .27,

Se infiere que los alumnos de menor edad y grado académico usan menos el correo electrónico,



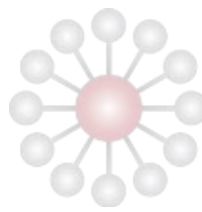
presentan menor aceptación por los programas de religiosos, tienden a percibir menos, problemas sobre. Privación de la libertad y Maltrato Psicológico., sin embargo aceptan ver los géneros como; Cultura, política y religión. Los resultados antes mencionados son solo un avance, el resto aún están en proceso.

Bibliografía

1. Alonso Alonso, Margarita e Hilda Saladrigas Medina(2002). Para investigar en comunicación. Guía didáctica. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, Cuba.
2. _____ (2006). Teoría de la comunicación. Una mirada a su estudio. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, Cuba.
3. Casas Pérez, María de la Luz (1998). Medios de comunicación y violencia en México en Revista Diálogos de la Comunicación No. 53. FELAFACS, Lima, Perú.
4. Defleur, Melvin (1976). Teorías de la Comunicación Masiva, 3ra. ed. Ed. Paidós. Buenos Aires, Argentina.
5. Esteinou Madrid, Javier (1999). Medios de comunicación y violencia en Revista Razón y Palabra No. 13. <http://razonypalabra.org> (acceso diciembre/ 2009)
6. Fukuyama, Francis (2000). La gran ruptura. Editorial.
7. Martín Barbero, Jesús (2006). De los medios a las medicaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Sexta edición. Editorial Gustavo Gili, S.A, Barcelona, España.
8. _____(2009) (Coordinador). Entre saberes desechables y saberes indispensables (agenda de país desde la comunicación. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung. Bogotá, Colombia.
9. _____(2009). Colombia. Una agenda de país en comunicación en Entre saberes desechables y saberes indispensables (agenda de país desde la comunicación. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung. Bogotá, Colombia. Págs 11- 35.
10. Martín Serrano, Manuel (1993). La producción social de comunicación. Alianza Editorial, S.A, Madrid, España.
11. _____ (2007). La Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad. Mc Graw Hill. Madrid, España.
12. _____ (2008). La Mediación Social. Ediciones Akal, S.A, Madrid, España.
13. Mattelart, Armand y Michele Mattelart (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, España.
14. Medina, Ileana (2000). Teorías latinoamericanas sobre la recepción. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, Cuba.
15. Mc Quail, Denis y Sven Windhal (1984). Modelos para el estudio de la comunicación colectiva, Ediciones de la Universidad de Navarra, Pamplona, España.



16. Mc Quail, Denis (1991). Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Editorial Paidós Ibérica, segunda edición, Barcelona, España.
17. Moragas Spa, Miguel (1985). Teorías de la comunicación, Editorial Gustavo Gilí, Barcelona, España.
18. _____ (1987) Sociología de la comunicación de masas, Editorial Gustavo Gilí, Barcelona, España.
19. Orozco Gómez, Guillermo (1991). La mediación en juego: televisión, cultura y audiencias. Revista Comunicación y Sociedad, 10-11. Sept. 1990-Abril 1991. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CEIC. pp. 107-123.
20. _____ (1991). La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva, Revista Diálogos de la Comunicación, No. 30, Págs. 54- 63. FELAFACS, Lima, Perú.
21. _____ (1992). Televisión pública y participación social: al rescate cultural de la pantalla. Revista Diálogos de la Comunicación No. 33, junio. Págs. 4- 10. Lima, Perú.
22. _____ (1993). Hacia una dialéctica de la Recepción televisiva: La estructuración de estrategias por los televidentes. Revista Comunicacão & Política na América Latina. CBELA. Año XII. No. 22-23-24-25, Págs. 57-73. Brasil.
23. _____ (1994). La autonomía relativa de la audiencia. Implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción en Cecilia Cervantes y E. Sánchez. Investigar la comunicación. Propuestas iberoamericanas, Universidad de Guadalajara, Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, ALAIC, México.
24. _____ (1996). Televisión y audiencia. Un enfoque cualitativo, Ediciones de La Torre, Universidad Iberoamericana, México.
25. _____ (1997a). La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. Instituto Mexicano para el desarrollo comunitario, México.
26. _____ (1997b). La investigación de la comunicación desde la perspectiva cualitativa, IMDEC, Guadalajara, México.
27. _____ (1997c). La Investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina, Ediciones de Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina.
28. _____ (1998). Hacia una pedagogía de la televidencia. Revista Comunicación y Sociedad. (DECS, Universidad de Guadalajara). Núm. 32, enero-abril. Págs. 169-199. México
29. Penalva, Clemente (2002). El tratamiento de la violencia en los medios de comunicación en Alternativas. Cuadernos de Trabajo Social, No.10, Alicante, España. Págs. 395-412.
30. Ramos, Pablo (1996) (compilador). El niño y la Imagen: video cine televisión Compilador. Pablo Ramos Rivero. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, Cuba.



31. Reguillo, Rossana (2009). México. Contra el ábaco de lo básico. Agendas de país y desafíos para la comunicación en Entre saberes desechables y saberes indispensables (agenda de país desde la comunicación. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung. Bogotá, Colombia. Págs. 37- 50.
32. Reséndiz, Rabel (s.f). Violencia y medios de comunicación en Oficio de Comunicólogo. <http://hyperlab.politicas.unam.mx> (acceso diciembre/ 2009)
33. Siverstone, Roger (1994). Televisión y vida cotidiana. Editorial Amorrortu editores,
34. Thompson, John B (1993) Ideología y cultura moderna. En dos partes. Universidad Autónoma de México, México, Distrito Federal.
35. Vidal, José Ramón (2002). Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones. Editorial Pablo de la Torriente, La Habana, Cuba.
36. Wolf, Mauro (1991). La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectiva. Paidós, Barcelona, España.
37. _____ (1994). Los efectos sociales de los medias. Paidós, Barcelona, España.
38. http://www.ucm.es/info/socivmyt/paginas/D_departamento/materiales/analisis_datosyMultivariable/20factor_SPSS.pdf

Zoyla Hernández Blanco, Doctoranda en Comunicación Social por La Universidad de La Habana Cuba, Maestría en Educación, Universidad Autónoma de Coahuila, Especialidad en Planificación Estratégica, Tel-Aviv. Israel.

Gabriela de la Peña Astorga, Doctoranda en Antropología Social y cultural por la Universidad de Barcelona España. Maestría en Ciencias de la Comunicación, por el Tecnológico de Mty Campus Mty.

Francesco Gervasi. DR. En Política, Sociedad y Cultura, Laurea en Ciencias Económicas y sociales, Italia.

Sobre los autores:



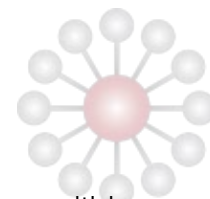
Consumo mediático y apelación crítica en niños de sexto grado en dos escuelas privadas del área metropolitana de Monterrey

Lic. Isis Campos Martínez
Lic. Beatriz Elena Inzunza Acedo
Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey

Resumen: Diversos estudios han encontrado que los niños ven televisión un promedio de 28 horas a la semana, mucho más que en los últimos ocho años (Livingstone, 2009; Mistri, Minkovitz, Strobino y Borzekowski, 2008; Nielsen Media Research, 2009). Por su parte, el contexto de la era digital está forjando día a día nuevas generaciones de individuos que conviven de forma ubicua e inevitable con avances tecnológicos antes jamás pensados. De manera que la experiencia cotidiana de la niñez con los medios de comunicación, está siendo fundamentalmente transformada.

A continuación se presenta un estudio enfocado a conocer las rutinas de consumo en medios de comunicación y la apelación crítica en 10 niños de sexto grado de primaria con acceso a televisión de paga e internet en sus hogares, en la zona metropolitana de Monterrey. La importancia de explorar el comportamiento de los niños como audiencias de los medios de comunicación, sobre todo cuando dicho segmento está expuesto a un sistema de televisión con mayor número de canales y por lo tanto más 'variedad' de contenido del que normalmente es permitido por el duopolio Azcárraga- Pliego, radica en conocer el tipo de información y entretenimiento mediático que forman parte del acontecer diario de dichos ciudadanos mexicanos; pero más allá de los resultados arrojados, el presente escrito convoca a pensar sobre la generación de iniciativas en materia de políticas públicas que tomen en cuenta la brecha cada vez mayor entre los mundos extraescolares de los niños y las formas tradicionales de percibirlos.

Palabras clave: recepción, niños, televisión, internet, Monterrey



Introducción

Diversos estudios han encontrado que los niños ven televisión un promedio de 28 horas a la semana, mucho más que en los últimos ocho años (Livingstone, 2009; Mistri, Minkovitz, Strobino y Borzekowski, 2008; Nielsen Media Research, 2009). Por su parte, el contexto de la era digital está forjando día a día nuevas generaciones de individuos que conviven de forma ubicua e inevitable con avances tecnológicos antes jamás pensados. De manera que la experiencia cotidiana de la niñez con los medios de comunicación, está siendo fundamentalmente transformada.

Existen muy pocas investigaciones empíricas sobre recepción de contenidos y apropiación mediática por parte de la audiencia infantil, en cambio sí se encuentra un vasto repertorio literario de aquéllas enfocadas a discursos con carácter ensayístico sobre los efectos negativos de los medios sobre los niños, teniendo a la televisión como principal referente y aproximándose al tema desde una perspectiva psicológica primordialmente. No obstante, en México existen ejemplares excepciones como las realizadas por Enrique Sánchez-Ruiz (1989, 1996), Guillermo Orozco (1990), Mercedes Charles (1989) y Sarah Corona (1989), entre otros.

A continuación se presenta un estudio enfocado a conocer las rutinas de consumo en medios de comunicación y el nivel de apelación crítica en niños de sexto grado de primaria con acceso a televisión de paga e internet en sus hogares, en la zona metropolitana de Monterrey. La importancia de explorar el comportamiento de los niños como audiencias de los medios de comunicación, sobre todo cuando dicho segmento está expuesto a un sistema de televisión con mayor número de canales y por lo tanto más 'variedad'

de contenido del que normalmente es permitido por el duopolio Azcárraga- Pliego, radica en conocer el tipo de información y entretenimiento mediático que forman parte del acontecer diario de dichos ciudadanos mexicanos; pero más allá de los resultados arrojados, el presente escrito convoca a pensar sobre la generación de iniciativas en materia de políticas públicas que tomen en cuenta la brecha cada vez mayor entre los mundos extraescolares de los niños y las formas tradicionales de percibirlos.

Para efectos del presente trabajo se seleccionaron dos grupos de sexto grado en dos escuelas privadas de estrato socioeconómico medio alto y alto en la Zona Metropolitana de Monterrey. El siguiente paso consistió en gestionar el acceso en las instituciones encontradas con el directivo del instituto y el titular del grupo. Las escuelas primarias Formus y Oxford, ubicadas en el municipio de Monterrey y San Nicolás respectivamente facilitaron el acceso para la puesta en marcha de la investigación.

La técnica utilizada fue la entrevista focalizada grupal. Para el caso de Formus se realizaron un total de seis entrevistas, tres de ellos varones y tres mujeres de entre 11 y 12 años, en Oxford sólo se permitieron las entrevistas a cuatro mujeres, todas ellas de 11 años de edad. Uno de los requisitos de selección consistió en que todos estos niños contaran con televisión de abierta y de paga e internet en sus hogares. El instrumento que se utilizó abordaba tres ejes primordiales: las rutinas sobre el consumo televisivo, la apelación crítica de los niños con respecto a los medios de comunicación y la asociación con las nuevas tecnologías. Las entrevistas fueron realizadas del 22 al 29 de abril y en ellas se contó sólo con la presencia de



los informantes, sin que otro adulto (padre o maestro) estuviera en el lugar.

Cabe destacar que una de las limitaciones del estudio tiene que ver con que el instrumento utilizado en la entrevista se enfocaba en gran parte a la relación de estos niños con la televisión y en un segundo plano con el Internet. Sin embargo, a pesar de que los resultados obtenidos exponen que la realidad actual es que dicho segmento está más expuestos al Internet que a la televisión, ello no le resta validez a esta investigación, por el contrario permite abrir el debate sobre la reconsideración de futuros estudios a poner en igualdad de circunstancias ambos medios, y no sobrecargar la balanza al medio en boga del siglo pasado, sobre todo cuando se trata del consumo de un público que nació en la era de las nuevas tecnologías.

A razón de dichos datos, el presente estudio se plantea dos preguntas de investigación:

1. ¿Cuál es el tipo de contenido al cual se exponen los niños con acceso a televisión abierta y de paga e internet en la zona Metropolitana de Monterrey?
2. ¿Cómo es la apelación crítica hacia los medios de comunicación en los niños con acceso a televisión abierta y de paga en la zona Metropolitana de Monterrey?

La audiencia infantil mexicana y la televisión

Un día típico en la audiencia infantil mexicana según informes de la IBOPE AGB (2007, 2008 y 2009) se describiría de la siguiente manera: de 6 a 10 de la mañana entre semana es cuando se presenta la menor exposición por parte de los niños y adolescentes, cuestión que es lógica por las diversas actividades escolares de los mismos; empero la situación cambia los fines de semana,

cuando los más pequeños son los televidentes intensivos de la mañana, junto con los adultos de 30 a 40 años de edad. A partir de la 1 y hasta las 5 de la tarde, y de las 5 a las 7 de la noche entre semana da inicio el horario en que los niños son segmentos de mayor contribución proporcional a la audiencia; junto a ellos las mujeres de 30 a 44 años y las mayores a 55. Por la noche los niños no son una audiencia significativa, al contrario de los adultos, quienes para las 12 de la noche aún tienen encendidos la mitad de los telehogares.

Este último dato es comprensible si se sigue la premisa que explica que “a mayor edad crece el número de exposición a la televisión”; sin embargo es en los meses de julio y agosto, precisamente en el momento en el que la mayoría de los niños tiene vacaciones escolares, cuando crece el volumen de la exposición en los públicos más jóvenes y varían los horarios. Resulta fácil comprender este constante incremento de exposición una vez que se conocen los espacios hogareños: nuestros sujetos de estudio tienen mínimo dos, máximo cinco televisores en sus casas, y en todos los casos tienen una habitación dedicada a la tele, y al menos otra en el cuarto de sus padres. Una gran mayoría inclusive, cuentan con una televisión en su propia recámara.

Para Jara y Garnica (2007) los menores de doce años forman el grupo en el que hay mayor semejanza entre sexos en cuanto al consumo de programación, inclinándose principalmente por las caricaturas. A medida en que se acercan al límite de la edad del grupo infantil (los doce años), los programas más vistos por los niños de estas edades suelen variar respecto al sexo de los mismos. En el caso de las niñas, las emisiones con más rating histórico en México son mayoritariamente telenovelas; aspecto contrario



en los niños quienes se inclinan por las caricaturas, películas o programas cómicos. De acuerdo a las entrevistas realizadas para el presente estudio, las caricaturas no son precisamente el género preferido por ambos sexos, puesto que la mayor parte de la programación que se mencionó durante las discusiones correspondían a programas de comedia, principalmente del canal Warner y Disney Channel, o bien a reality shows como Extreme Makeover y algunos otros del canal MTV. Lo que sí es coincidente con la literatura de Jara y Garnica es que existe una notoria diferencia de preferencias entre los dos géneros: mientras que las niñas ven más estos programas de realitys, películas de comedia romántica y caricaturas, los niños prefieren películas de acción y programas de comedia.

A pesar de que Martínez (2005) repara en la cada vez menor dependencia de los países latinoamericanos por la programación estadounidense, sostiene que la participación de este país se mantiene activa y se concreta con la importación de películas, caricaturas, series de acción y de comedia, por ser éstas las producciones más costosas. A excepción de las telenovelas, producción en donde la industria mexicana sobresale, la audiencia infantil es un segmento sumamente potencial y susceptible de apropiación estadounidense, por lo que éste es uno de los sectores al que se le debe prestar especial atención al hablar del consumo mediático extranjero. De hecho, una de las participantes de las entrevistas dijo que en particular, las películas mexicanas son aburridas, por lo que se alcanza a percibir ya cierto malinchismo en la audiencia infantil (considerando que nadie estuvo en desacuerdo con su comentario). Si se hablara de la exposición de los niños entrevistados por conglomerados, se

mencionaría principalmente a tres: Disney, Viacom y Time Warner.

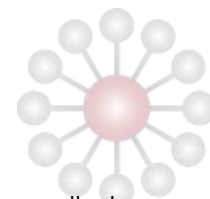
Disney. Es un conglomerado estadounidense. La caricatura más vista por los informantes fue Phineas y Ferb, seguido del programa de entretenimiento de Zapping Zone. Actualmente Walt Disney Company es reconocido por estar en la meca del entretenimiento infantil, lo que es fácilmente visible en este grupo de informantes, quienes reconocen hábilmente algunos de los personajes de la empresa.

Viacom. Es un conglomerado estadounidense. Su presencia se da sobre todo con reality shows y caricaturas, pero también con películas vistas en el cine. La caricatura más vista por los informantes fue Bob Esponja, al igual que los diversos reality shows que se transmite en MTV. Se puede observar que, sin considerar películas, las menciones de Viacom fueron hechas solamente por niñas. La participación de los niños no se da con la programación en sí, sino en películas como Actividad Paranormal, vista en el cine.

Time Warner. Es un conglomerado estadounidense. Ven sobre todo series, pero también en películas rentadas o vistas en el cine. La serie más vista por los informantes fue The Big Bang Theory, seguido de Two and a Half Men.

News Corp. Es un conglomerado australiano/estadounidense. La caricatura más vista por los informantes fue Los Simpsons, a pesar de que esta caricatura no es exclusiva del público infantil. Aún siendo uno de los conglomerados más grandes del mundo, se puede observar su poca oferta dirigida al mercado que representan los niños.

Discovery communications. Es un conglomerado estadounidense. Los documentales de Discovery Channel fueron los más mencionados



por parte de los entrevistados. Por la naturaleza de su programación, se observó que las menciones por parte de los infantes fueron bajas, pero ligeramente mayor en los niños comparado con las niñas.

Sony. Es un conglomerado japonés/estadounidense. Su participación entre los informantes se cumple a través de películas, normalmente rentadas. Las películas del conglomerado Sony fueron más mencionadas por los niños que por las niñas. La única mención hecha por una mujer informante fue la del reality show America's Next Top Model.

Ahora bien, en el sistema de televisión abierta mexicana, para los niños, el canal más representativo de su grupo es el 5 perteneciente a Televisa. "Este canal mantiene el patrón de programación tradicional que lo ha caracterizado durante décadas con programas para niños llenando un poco más de la tercera parte de su pantalla" (Jara y Garnica, 2007, p. 32). Apegándose a la evolución de la oferta de emisiones para niños, el rubro mayoritario de este canal son las caricaturas, con lo cual obtiene también su público juvenil y adulto, para los cuales ofrece películas y series en otro tercio de sus horas de programación. Con respecto a los sistemas de televisión de paga existen tres empresas importantes en el mercado: Cablevisión, SKY y Dish. Entre ellas, los canales dedicados exclusivamente al público infantil son los de Disney Channel, Discovery Kids, Nickelodeon, Boomerang, Cartoon Network, Jetix y Zaz.

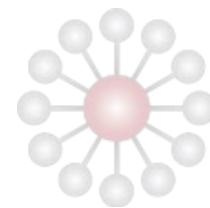
Según cifras de la PROFECO (2008) y de acuerdo con el Consejo Latinoamericano de Publicidad en Multicanales, para el 2008 el 29.4% de los mexicanos contaba con televisión de paga, pero este porcentaje tiende a subir en grupos con mayor poder adquisitivo, por ejemplo,

entre personas de nivel socioeconómico medio la penetración es de 35.0%, mientras que entre las personas de nivel alto es de 56.9%. Es por ello que, por una parte, no es posible homogeneizar a la población infantil mexicana con acceso a sistemas de paga y la que no lo tiene en su hogar, debido a que se desenvuelven en distintos contextos socioeconómicos pero, por otra, los niños que sólo cuentan con señal abierta, prácticamente están expuestos a ciertas caricaturas, programas o películas que proceden de dichos canales de paga. Pasa algo muy parecido con los niños con televisión de paga, debido a que generalmente pueden acceder a la señal abierta y consumirla si se prefiere.

En todo caso, en la situación de la televisión para niños en señal abierta, los productores (Televisa y TV Azteca) más que responder a las demandas de sus modernos consumidores, las necesidades y deseos de éstos son moldeados por la poca oferta disponible en este duopolio. Por el lado de los niños con acceso a sistemas de paga en sus hogares, dicha oferta suele ser más variada por la cantidad de programas que están disponibles en ella.

La elección de éstos, por supuesto, también irá en concordancia al contexto social y familiar en el que se desenvuelva el niño. De acuerdo a Orozco (1996), en el caso de la audiencia infantil la familia constituye el primer 'escenario' de apropiación del contenido televisivo, mientras que la escuela constituye otra 'comunidad de apropiación' donde se lleva a cabo una serie de interacciones con el contenido televisivo.

Valerio Fuenzalida (2003) explica que los niños construyen varios nichos de expectativas y motivaciones en su relación con la televisión: el primero, Nicho de televisión infantil que se



encuentra ubicado en los bloques infantiles de la televisión abierta o de paga; (este nicho sirve de descanso y re-energización), como podrían ser las caricaturas como Pheneas y Ferb, series de televisión del género de comedia y las películas de diferentes géneros (aunque un común denominador entre géneros serían las de terror y suspenso); Nicho de televisión de curiosidad cognitiva que suele ser visto por los niños en el mayor tiempo de descanso, como en el periodo de vacaciones o fines de semana con el objetivo de satisfacer su curiosidad cognitiva, y en el caso de este estudio podrían estar representados por los documentales que ven ocasionalmente en Discovery Channel; Nicho de televisión familiar en el que básicamente se comparte con la familia, y que en el caso de nuestros entrevistados corresponde a aquéllos que ven lo que eligen sus hermanos o sus padres. Por último se encuentra el Nicho de televisión adulta con los padres que, a diferencia de la anterior, se hace con miras a satisfacer la curiosidad afectivo-social, como ejemplo se encuentran las telenovelas que los niños ven con ánimo de interpretar las decisiones de los adultos. De hecho, los últimos dos nichos son los que más representan al consumo que se da en los niños por el sistema de televisión abierta:

Televisa. Es un conglomerado mexicano. Su participación se da sobre todo en telenovelas, pero también en programas de entretenimiento, noticieros y películas del canal 5. Se puede observar que la totalidad de las menciones del presente conglomerado fue realizada por niñas. En Televisa el canal más representativo para este nicho es el 5 que mantiene el patrón de programación tradicional con programas para niños llenando un poco más de la tercera parte de su pantalla. No obstante, ninguno de los varones hizo mención de

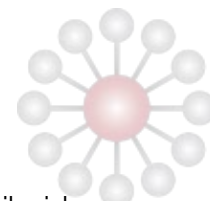
programas en este conglomerado.

Multimedios. Es un conglomerado mexicano, originario del estado de Nuevo León. Su participación de acuerdo a los entrevistados, se da en noticieros. La única mención que se tuvo fue del noticiero matutino y era utilizado sólo como referente para conocer la hora.

TV Azteca. Es un conglomerado mexicano. Su participación da sobre en noticieros y telenovelas. Las menciones fueron realizadas en su totalidad por niñas. El canal que utiliza TV Azteca que más dedica programación infantil es el Canal 11.

Se puede observar que la participación estadounidense en la audiencia infantil es contundente. Por ejemplo, sin considerar películas, se tiene que la suma por origen de conglomerado es de 75.3% para el vecino país del norte, 19.2% para México, 4.1% para Australia/EU y 1.4% Japón/EU; sin embargo también estos datos varían dependiendo del sexo del informante: los informantes de la presente investigación están más expuestos al consumo mediático norteamericano, en donde encuentran una mayor gama para el Nicho de televisión infantil con caricaturas, reality shows, series, y Nicho de televisión de curiosidad cognitiva para los documentales; caso contrario con la programación de México, que prácticamente se tomando como Nicho de televisión familiar con los noticieros y Nicho de televisión adulta con los padres por las telenovelas en el caso de las niñas.

En éste último caso, se alcanza a apreciar un fenómeno de imitación a sus padres. Como mencionaba una de las participantes de los grupos: “yo me río cuando se ríen mis papás”, respondiendo a la pregunta de si comprendían las bromas o eventos que veían en televisión. Aún y cuando no comprenden, fue casi unánime el hecho de que nadie intenta resolver esas dudas con sus



padres. En vez, se quedan con la duda o buscan encontrar respuestas en Google y Wikipedia.

Internet: o el boom de las redes sociales en el público infantil mexicano

“En México existe un aproximado de 27 millones de usuarios de Internet de los cuales el casi 30% está entre los 12 y los 17 años de edad” (Lujambio citado en Macías, 2007, p. 13). Sin embargo, el acceso a Internet está delimitado por el nivel socioeconómico que se tenga, es decir, que a mayor nivel socioeconómico tenga una familia, la probabilidad de que haya acceso a Internet se incrementará.

De acuerdo a Deyanira Macías (2007), en México la mayoría de los hogares no cuentan con servicio de Internet y esto en gran medida debido a que la población no tiene los medios para costear este servicio: “De los 18, 746, 353 usuarios de Internet, solo 6, 295, 052 (33.6%) cuentan con internet en casa, lo cual ha creado una exclusión digital para muchos de los niños mexicanos” (13).

Normalmente el contar con servicio de Internet en el hogar va ligado a contar con un servicio de televisión de paga, no así en el caso contrario. Y ya que Walter Anderson afirma que “Internet es la nueva televisión del siglo XXI” (2008), el público infantil con acceso a ambos productos mediáticos es totalmente susceptible a cualquiera de utilizar y apropiarse a cualquiera de los dos. En su artículo Niños y jóvenes mexicanos frente al Internet Arribas e Islas (2010) afirman que para los niños y adolescentes iberoamericanos estar “desconectado” o no tener acceso a Internet significa estar prácticamente “muertos”, socialmente hablando.

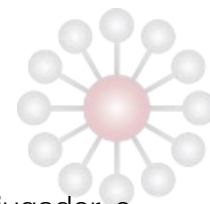
De hecho, la llegada de la producción

mediática digital y de Internet ha contribuido a echar por tierra la distinción entre comunicación interpersonal y comunicación de masas. “Al menos parcialmente, estos desarrollos permiten que los ‘consumidores’ se conviertan también en ‘productores.’” (Buckingham, 2003, p. 270). Singer y Singer (2001) explican que Internet es potencialmente una actividad solitaria, mucho más que la televisión, mientras que un grupo de niños puede sentarse a ver la televisión juntos, es difícil que un grupo se sienta en una sola computadora a usar internet.

En el caso del presente estudio, los niños reconocen que es su medio de comunicación predilecto, a diferencia de la televisión que “les aburre”. Preferirían tener castigado el televisor que la computadora (que dan por hecho tiene acceso a Internet), puesto que, aún y cuando quisieran ver algún programa, podrían bajarlo de la red en el momento que quieran, el episodio que más les guste.

Muchas de los beneficios que ofrece este medio son reconocidas por los niños, y es aún más interesante darse cuenta que éstas han sido aprendidas por ellos de forma autodidacta, ya que en casi todas las ocasiones, los niños poseen más habilidades y conocimientos en cuanto a nuevas tecnologías que los padres de familia y están conscientes de ello. Las implicaciones de ello repercuten en el hecho que mantienen aislados a sus papás de sus actividades diarias con estos medios... especialmente cuando se trata de que vean su información en redes sociales.

Internet ha dado un giro con la Web 2.0 y el despegue de las redes sociales, sobre todo entre los grupos de adolescentes y niños. Los mundos virtuales y las redes sociales para niños y jóvenes se han convertido en el modus operandi de sus



comunicaciones: “los niños no sólo conocen a nuevos niños y profundizan en sus relaciones con estos niños que acaban de conocer en Internet, sino que también prolongan sus relaciones con niños que ya conocen en la vida ‘normal’ ” (Arribas e Islas, 2010). Redes sociales como Hi5, Twitter y Facebook son unas de las plataformas más populares entre estas nuevas generaciones.

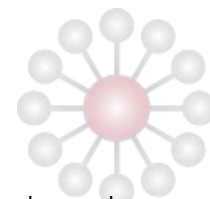
En la actualidad, en un abrir y cerrar de ojos Facebook anunció llegar a los 400 millones de usuarios, y la cifra sigue incrementando. No obstante, y aunque aún no se tienen cifras exactas del lugar que ocupa el país con respecto a esta tribu electrónica en el presente año, Facebook se ha convertido en una de las plataformas favoritas de la sociedad mexicana para crear, compartir, intercambiar y vender. A la par, uno de los movimientos más relevantes que se ha venido gestando dentro de esta red social es la participación que tiene los niños como usuarios. Por lo que para el público infantil, y de todas las edades, así como para las grandes corporaciones que se anuncian en dicha plataforma, espacios como Facebook y otras redes sociales ahora son otra forma de apostar atractivas cartas para llegar a audiencias potenciales, en especial gracias al vacío legal que hay sobre esos mecanismos cibernéticos.

De los entrevistados, todos cuentan con acceso a Internet en su casa. Solamente una de las participantes cuenta con computadora propia, y los demás suelen compartirla con otro miembro de la familia, aunque no la utilizan al mismo tiempo. Algunos reconocen la cantidad de tiempo que están en línea, y por lo general consistía en al menos tres horas diarias. Existe una diferencia marcada entre las funciones que le encuentran al Internet los niños de las niñas. Mientras que ellos prefieren

jugar en línea (ya sea en formato multijugador o solitario), ellas tienen cuentas en redes sociales (particularmente Facebook). En ambos casos se visitan páginas como YouTube y se utiliza el MSN Messenger. De hecho, si están al tanto de noticias, es gracias a los banners publicitarios que aparecen en MSN Messenger, o en caso de ser desastres naturales, por los grupos filantrópicos que se forman en Facebook. Todos tienen una cuenta de correo electrónico activa, pero nadie le da un uso significativo, ya que prefieren comunicarse por mensajes en Facebook, a través del chat, o bien, por otro medio como el celular.

El caso de este último medio es interesante, puesto que pareciera que ninguno de nuestros entrevistados tenía interés en poseer uno, hasta que sus papás se lo dieron. La función es prácticamente para satisfacer las necesidades de protección y disposición a sus propios padres, aunque las niñas sí lo utilizan para enviarse mensajes entre amigas. Pese a lo multifuncionales que son ahora los aparatos celulares, los(as) niños(as) tendrían que estar “muy aburridos” (M, 2) para jugar con él.

Y finalmente, el último medio dentro de la categoría de nuevas tecnologías: los videojuegos. Todos cuentan con al menos una consola, y el predilecto resulta ser el Wii de Nintendo, “porque ahí si haces algo” (M,2). Cuando se tratan de los emuladores de deportes como boliche y béisbol surge una discusión interesante puesto que hay algunos que prefieren practicarlo de forma real, u otros que les parece más divertido o mejor en la versión Wii, “porque en el boliche real te pesa la bola y en el otro pues no” (M, 1). A diferencia de los otros medios, éste es uno que prefieren hacerlo en compañía de sus amigos o hermanos (padres no, porque “no saben jugar” (M, 2)), o en el peor de los casos, en formato multijugador en línea. No forma



parte de su rutina diaria, ya que pierden interés una vez que se agotan un juego. Aún así, prefieren rentar películas que videojuegos.

Y luego, ¿cómo es la apelación crítica hacia los medios de comunicación?

En todos los informantes se percibe un cierto escepticismo hacia los comerciales de televisión, y esto se puede deber a que dentro del programa de la SEP existe una sesión dedicada a los medios de comunicación, y un ejercicio trata acerca de los anuncios. Todos aseguran que, aún y cuando suelen ser atractivos los productos que ven en los diferentes spots publicitarios, la experiencia al consumir no es la misma ni mejor que como se ve en la televisión.

Respecto a la programación, las películas con las leyendas “basada en hechos reales” y los documentales son incuestionablemente verdaderos. Cobran aún más legitimidad si aparecen científicos en su contenido, puesto que son una de sus fuentes primarias de información (junto con sus papás). Sin embargo, se alcanza a percibir ciertas nociones de criterios para creer de acuerdo a cada situación. Por ejemplo, H-2 mencionó al filme “2012” como algo que podría pasar en la vida real, haciendo la aclaración de que se refería a los terremotos y tsunamis. Otro caso, H-2, mencionaba también películas de acción, refiriéndose a las escenas de balaceras y explosiones; y otro caso comentó de las películas con temas futuristas (para un futuro real), puesto que él se imaginaba a “las patinetas o coches que vuelan, y eso de hologramas” (H,2).

En el caso de las niñas, los ejemplos que dieron tenían bases mucho más fantasiosas. Del primer grupo y una participante del segundo grupo mencionaron a Pheneas y Ferb (animación de

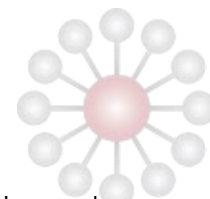
Disney), puesto que son inventores y han logrado construir cosas como una máquina de helados. Asimismo, las niñas se ven más afectadas emocionalmente por los contenidos mediáticos, especialmente del cine. Al menos tres admitieron haber llorado con al menos una película, o bien haber sufrido nerviosismo o miedo.

La credibilidad aumenta cuando se cambia el medio del televisor al Internet. Cuando los participantes desean comprobar información, dijeron haber acudido a Google o Wikipedia. Sólo dos casos dudan del Internet omnisciente, aunque sigue siendo su fuente primaria de investigación. El primer caso, fue una niña del primer grupo que aseguró que “a veces le creo más a las noticias porque en Internet te ponen muchas, así como que, cosas. Cualquier persona puede subir eso”; en el segundo caso, fue un niño del segundo grupo que experimentó con la opción “Editar” de la página de Wikipedia, por lo que dejó de tener fe ciega en esta herramienta.

Para fines de trabajos escolares, todos han utilizado el Internet como fuente de información. Aunque admiten que les parece mejor hacer tareas en computadora que a mano por la función del “copy-paste”¹. Saben hacer investigación tanto en enciclopedias como en la web, pero prefieren Google porque sus enciclopedias son “desde el 2005” (M, 2), lo que nos dice que reconocen el valor de la actualización constante.

Se exploró una posibilidad de creatividad por parte de la audiencia, una vez que se discutió la crítica hacia los medios. Para ello, se les planteó una situación hipotética en el que eran invitados a participar en la creación de un programa, filme o página web, pero ellos tendrían que decidir el tema y el contenido de ellos. En ninguno de los casos

1 Copiar-pegar, por su traducción al español.



hubo preferencia por un medio en particular, pero sí en cuanto género, porque la mayoría deseaba hacer algo gracioso. Sólo uno de los casos había tenido ya la experiencia de crear una página web con ayuda de sus primas, acerca de fotos y videos de la familia misma. Otros dos casos hablaron específicamente de querer rediseñar el MSN Messenger, o de crear un juego en línea.

Discusiones e implicaciones

Las expectativas como autoras del estudio resultaron ser distintas a la información que se obtuvo tras hacer las entrevistas. En primera, porque la televisión ya no es el medio favorito de los niños, sino el Internet. Esto se complica una vez que se considera que no existe ninguna clase de regulación bajo políticas públicas de este medio, y en el caso particular de los sujetos de estudio, hay muy poca o nula supervisión por parte de un tutor de las actividades que realizan los niños en la computadora. Google se ha convertido en el nuevo profesor y fuente de confiable de información, puesto que pareciera no existir la suficiente confianza para preguntar a los padres de familia sobre las dudas que van surgiendo conforme van creciendo.

Hay implicaciones importantes que pueden nacer una vez que cuestionamos el porqué usar Facebook. Aún y cuando las niñas parecieran estar más interesadas en utilizar esta red social, todas aseguraron que su principal función es “stalkear”². No sólo les fue fácil aceptarlo, sino que se ha convertido en una especie de halago ser “acosado” por alguien que les resulta agradable. La mayor parte del tiempo que están en línea, lo hacen en esta red social, revisando perfiles, fotografías y revisando las actividades que realizan

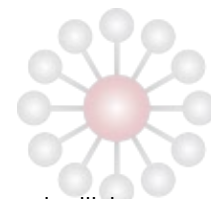
las personas que son de su interés. No suelen usar las aplicaciones como los juegos o tests que ofrece Facebook, por lo que su tiempo se lo dedican a ejercer actitudes que son comparables con el voyerismo.

Cuando se les hizo la pregunta de cuántos amigos tienen en su red de contactos en Facebook, contestaron entre 170 y 400, dentro de los cuales no admitieron a sus padres de familia (para que no estén pendientes de lo que hacen). Su único filtro para aceptar a un contacto dentro de su red (que tiene acceso a su perfil con información personal y fotos), es que tengan miembros en común (dato que aparece automáticamente una vez que llega la solicitud de amistad).

Por otro lado, más de la mitad (75.3%) de los programas televisivos mencionados por los informante son de origen norteamericano, lo que lleva a pensar en una clara exposición a los contenidos hechos por aquel país. La mayoría de la programación infantil ofrecida en televisión abierta es de origen norteamericano, por lo que tanto los niños con acceso a televisión abierta como de paga, reciben la mayor cantidad de productos mediáticos de dicho imperio mediático. En el caso de México, en materia de políticas públicas, una solución para reducir este porcentaje podría ser proponer criterios básicos como el acceso de todas las personas a los bienes y servicios culturales e impulsar a los nuevos productores de creaciones infantiles con incentivos para que los programas sean productos de calidad, con fines educativos y sin dejar de lado el poder del disfrute, que finalmente es el mayor catalizador por el cual niños y adultos ven la televisión.

Lo que más se consume en la televisión por parte de las niñas son las caricaturas y de los niños las series. Los niños no reportaron ninguna

2 Stalkear, del verbo en inglés stalk, que significa acosar.



mención por telenovelas ni por noticieros, por lo que tampoco se habla de un consumo significativo de origen local, sino más bien extranjero. Los conglomerados más consumidos son en primer lugar Disney, seguido de Viacom y Time Warner en segundo plano, todos de origen estadounidense.

El poderío mediático de Estados Unidos, de acuerdo a Schiller (1976), se debe al liderazgo que tiene en materia de políticas públicas. Según Andrés Roemer (2009), politólogo y economista mexicano, si Disney Channel es uno de los canales de entretenimiento más cotizados de los últimos años es debido a que su punto a favor no es su popularidad, sino su capacidad atraer a la audiencia infantil sin caer en lo burdo o banal; pero esto no es fortuito. Los productores de Disney apuestan por la investigación y se dedican a estudiar a este nicho, por lo que, a pesar de seguir una línea muy "Hollywoodezca", los temas que abordan van ad hoc a las expectativas actuales de su mercado.

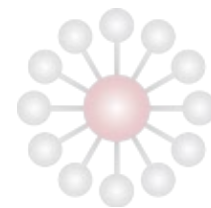
Empero, la conclusión más necesaria hacia este punto se trata de que, para ellos, la televisión dejó de ser el medio de entretenimiento por excelencia, y en cambio prefieren Internet que no sólo les da el acceso a películas y programas que se transmiten en la televisión, sino además les permite realizar múltiples actividades dentro del mismo. Pero esto no quiere decir que ellos ya no vean la televisión, porque de hecho forma un importante vínculo del discurso social entre su familia, su escuela y su entorno en general. Lo que es necesario en este ámbito es pensar y generar propuestas de políticas públicas que permitan regular el sistema de Internet, sobre todo tomando en cuenta el boom actual de las redes sociales como Facebook, y sus políticas de privacidad sobre todo.

Futuros estudios deberán tomar en cuenta

que el Internet es ya prácticamente imprescindible en la vida de los niños mexicanos, a pesar de que la mayoría de ellos no cuenten con este servicio en sus hogares, cada vez hay más presencia de él en las escuelas públicas y los niños asisten a los llamados cibercafé más frecuentemente, pese al desamparo de un adulto que les acompañe.

Bibliografía

- Buckingham, D. (2003) Educación en Medios: Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea. Barcelona: Paidós.
- Charles, M. (1989) "La televisión y los niños: el reto de vencer al capitán América". En Enrique Sánchez Ruiz (Comp.) Teleadicción infantil: ¿mito o realidad? Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Corona, S. (1989) "Los niños y la televisión: una relación de doble apropiación (el caso de los Superamigos)". En Enrique Sánchez Ruiz (Comp.) Teleadicción infantil: ¿mito o realidad? Guadalajara: Universidad de Guadalajara
- Fuenzalida, V. (2003). Expectativas Educativas de las Audiencias Televisivas. Bogotá. Ed. Norma.
- IBOPE AGB. Anuario mexicano IBOPE AGB (2008-2009).
----- Anuario mexicano IBOPE AGB (2007-2008).
- Jara, R. y Garnica, A. (2007). ¿Cómo la ves? La televisión mexicana y su público. México: IBOPE-AGB.
- Lujambio, A. (2009) SEP pide orientar a niños para usar internet. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/644005.html>
- Martínez, Francisco. (2005). La oferta de televisión en América Latina: hacia un análisis de flujos. Zer, Revista de Estudios de Comunicación, (19), 145-



172.

Orozco, G. y Charles, M. (comps.) (1990) Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios. México: Editorial Trilla.

Orozco, Guillermo (1996) Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo. Ediciones de la Torre: Madrid

PROFECO. (2008). Brújula de compra. En <http://www.profeco.gob.mx>.

Sánchez Ruiz, Enrique (1989) Televisión y representaciones políticas de escolares tapatíos. Comunicación y Sociedad (7).

Roemer, A (2009). ¡Disney! A la SEP. En <http://www.andresroemer.com/blog/es/?p=306>

Shiller, H. (1976). Comunicación de masas e imperialismo yanqui. Barcelona: Editorial Gustavo Guili.

Televisa (2001). Informe Anual Televisa. México

Vidal, F. (2008). Los dueños del cuarto poder. México: Planeta.

Walter, A. (2008) (Ed.) www.FamilySecurityMatters.org

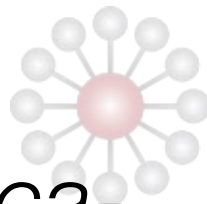
Sobre los autores:

Lic. Isis Campos Martínez

Es licenciada en Letras Españolas por el Tecnológico de Monterrey. Actualmente cursa la maestría en Comunicación Internacional y Nuevas Tecnologías y se desempeña como asistente de investigación en el Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO) del ITESM, Campus Monterrey.

Lic. Beatriz Elena Inzunza Acedo

Es licenciada en Ciencias de la Información y Comunicación por la Universidad de Monterrey. Actualmente cursa la maestría en Comunicación Internacional y Nuevas Tecnologías y se desempeña como asistente de investigación en el Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO) del ITESM, Campus Monterrey.



La negociación de significados de la participación política a través de la mediación familiar y las fuentes informativas noticiosas, en dos grupos de niños de la ciudad de Querétaro

Rosa Isela Sánchez Benavides
Universidad Autónoma de Querétaro

Resumen: En este trabajo presento los avances de una propuesta de investigación que busca conocer cómo se construye la negociación de significados sobre la participación política a través de la información mediada por la familia y las fuentes informativas noticiosas, en la opinión de niños de 5° y 6° de primaria, hijos de padres que participan y de padres que no participan en Organizaciones de la Sociedad Civil. La pertinencia de este trabajo se centra en la necesidad de conocer como un producto comunicativo -noticias- y la mediación familiar orientan la opinión de individuos -y en general la cultura política- de futuros actores sociales y políticos.

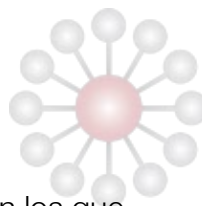
Palabras Clave: Niños; Mediaciones; Socialización Política; Participación Política; Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC).

Introducción

Desde agosto del 2009, la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ) es sede de la Maestría en Comunicación de la Universidad Autónoma de México, máxima casa de estudios del país. Ambas escuelas trabajan en la formación de profesionales que analicen la comunicación como uno de los ejes fundamentales en el desarrollo de la sociedad.

Nueve compañeros y yo tenemos el privilegio de estar en esta aventura.

El objetivo de este trabajo es presentar los avances de la investigación que dentro de los trabajos de la maestría en comunicación me encuentro realizando. Esto bajo la luz del tema que nos convoca: La comunicación que necesitamos y el



país que queremos. Cabe aclarar que este es un proyecto que está en pleno desarrollo, se tienen trazadas las directrices generales para el logro del objetivo y toda observación y sugerencia son bienvenidas.

El problema

A continuación comentaré mi problema de investigación y las razones que me llevaron a abordarlo.

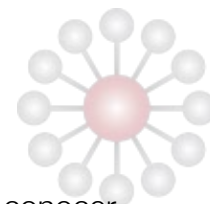
Durante mi participación en algunas Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) de izquierda en la ciudad de Querétaro, surgió el interés por conocer cómo la participación de los padres en actividades de la OSC contribuyen a la formación del concepto de la participación política y por ende de una cultura política en el niño. Al mismo tiempo llamaron mi atención los tratamientos televisivos que sobre las actividades de la sociedad civil organizada se daban en las noticias y que privilegiaban ciertos sentidos.

Uno de los primeros supuestos de los que partí fue que la familia es la más importante influencia que tiene un niño y de donde primeramente van a aprender los conocimientos, habilidades y actitudes que le ayudarán a desenvolverse en la sociedad. Así surgió el interés por indagar: ¿Cómo se construye la negociación de significados de la participación política a través de la información mediada por la familia y las fuentes informativas noticiosas que se contraponen a las convicciones, en la opinión de los niños de 5° y 6° de primaria, hijos de padres que participan y de padres que no participan en Organizaciones de la Sociedad Civil?

Quise saber: ¿Cuáles son los discursos en los que se manifiesta la negociación de significados sobre la participación política en dos grupos de niños?; ¿Cómo se transmiten las convicciones sobre participación política en la familia?; ¿Cómo se relaciona la práctica familiar con la reacción de los niños ante fuentes informativas noticiosas?, siendo la pregunta más importante ¿Cómo se construye la negociación de significados de la participación política? A estas dudas se sumó la inquietud de conocer las respuestas provenientes a dos grupos de niños: uno cuyos padres pertenezcan a OSC's y otro cuyos padres no. La intención de realizar la comparación radica en saber en qué sentido el grado de participación de los padres orienta la opinión que sobre la participación política tiene el niño frente a fuentes informativas noticiosas que traten el tema de la participación política.

De esta forma, la respuesta tentativa de la investigación quedó formulada de la siguiente manera: La negociación de significados de la participación política a través de la información mediada por la familia y la proveniente de fuentes informativas noticiosas que se contraponen a las convicciones de los niños de 5° y 6° de primaria se construye mediante la mediación familiar, la cual orientará la negociación hacia una posición negociada u oposicional en el caso de niños cuyos padres participan en OSC, mientras que la negociación de los hijos cuyos padres no participan será diferenciada por aspectos no relacionados con la participación política de los padres.

La pertinencia de un estudio como el descrito radica entre otras cosas en la necesidad de indagar la cultura política desde el punto de vista de los estudios de recepción, ya que es un



campo poco explorado como lo afirma Guillermo Orozco (2009), y aunque existen muchos estudios sobre niños y cultura política la mayoría de éstos se encuentran dentro de otras disciplinas como la Psicología Social, específicamente dentro de las Representaciones Sociales. Los resultados de esta investigación proporcionarán elementos de interpretación para orientar a interesados en la elaboración de técnicas de enseñanza para la formación de cultura política en niños o de otros estudios afines. Finalmente y no menos importante, este trabajo resulta de la legítima preocupación sobre la actual formación de la cultura política de los niños, de parte de instituciones como la familia y medios de comunicación, en un país que construye su democracia y donde una de sus preocupaciones debe ser la formación de la cultura política de sus miembros, la cual incidirá en su futura participación como actores sociales y políticos.

El proyecto

El proyecto propuesto es un estudio cualitativo que busca explorar tres ejes de acuerdo a la literatura revisada sobre niños, consumo de medios y cultura política:

- 1) Las mediaciones que ayudan al niño a conformar conocimientos sobre participación política, poniendo énfasis en la mediación familiar y la participación política de los padres.
- 2) La exposición de los niños a medios. Concretamente a fuentes informativas noticiosas relacionadas con actividades de participación política.
- 3) La negociación de significados que sobre la participación política realizan los niños frente a la información de las fuentes informativas noticiosas.

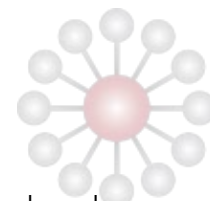
El abordaje de estos ejes va a permitirme conocer cómo se produce la negociación de significados de la participación política en los niños y las fuentes informativas noticiosas en dos grupos de niños, uno de los cuales está conformado por hijos de miembros de la OSC “Consejo Cooperativo de Consumo Solidario La Esperanza” y un segundo grupo por niños pertenecientes a una escuela primaria. Las edades de los niños de ambos grupos serán entre 10 y 11 años, o cursarán 5° o 6° de primaria, las razones de esto se detallarán más adelante.

¿Un estudio de recepción sin receptores?

Primeramente quiero aclarar el porqué de un Estudio de Recepción donde aparentemente se podría objetar la inexistencia de receptores.

Las noticias televisadas no son programas que los niños suelen ver, sin embargo existen estudios que concluyen que los niños a pesar de no estar interesados en la política van a obtener de la televisión conocimientos que ayudan a formar su cultura política. (Huerta, Bañuelos, Rodríguez, Iliana, & Gómez, 2006)

Por otra parte Enrique Sánchez (1992; 1996) alude a los muchos trabajos que alertan sobre la pérdida de importancia en las funciones de “generación, acumulación y transmisión de conocimiento, y de producción y reproducción cultural” (Sánchez Ruiz, 1992, pág. 33) que algunas instituciones como la escuela están perdiendo frente a los medios de comunicación -en especial frente a la televisión-. Sánchez Ruiz enfatiza la importancia del “aprendizaje incidental” (al cual ya se refería en sus estudios Wilbur Schramm), entendiéndolo como ese tipo de aprendizaje no intencional del



cual se adquieren datos, actitudes y conductas y que ocurre por el solo hecho de exponerse al medio.

Con esta información y basándome en conclusiones de Huerta y colaboradores (2006) primeramente realicé un sondeo sobre niños y fuentes informativas noticiosas para poder defender la pertinencia de un abordaje desde los Estudios de Recepción. Encontré que de 31 niños de 6° año de una escuela primaria, el 61% de ellos ven por las mañanas el noticiero cuando sus madres preparan los alimentos, mientras que otro 61% afirmó gustar de acompañar a sus padres a ver las noticias cuando estos descansaban por las noches y encienden la televisión para verlas.

Así mediante el acompañamiento a sus padres y la sintonización que hacen las madres por las mañanas, los niños viven comúnmente una exposición –quizás no siempre involuntaria- a las fuentes informativas noticiosas. Por lo tanto a partir del aprendizaje incidental que conlleva la exposición y del aprendizaje proveniente de las mediaciones, especialmente la familiar, los niños pueden obtener lo que David Ausubel (Gómez Palacio, Villareal, V. González, & López Araiza, 1995) acuñara como aprendizaje significativo, que es aquel generado por la suma de aprendizajes anteriores que le ayudará a enfrentar nuevas situaciones en su vida, además de ayudarlo a continuar aprendiendo en este caso acerca de la participación política. De todos los trabajos referidos creo obtener la justificación de mi trabajo como un Estudio de Recepción.

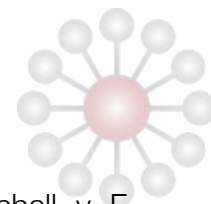
El enfoque teórico

A partir de la revisión teórica y de acuerdo a los objetivos del proyecto, se decidió abordar la investigación bajo la mirada de dos tradiciones que han estudiado el vínculo entre audiencia y medios masivos: los Estudios Culturales y los Estudios de Recepción.

La razón de la elección se debe por una parte a que los estudios culturales sitúan el objeto de investigación sobre la comunicación de masas fuera de los medios¹ y lo colocan en el mismo individuo. Su interés está en analizar los procesos sociales de producción del sentido dentro de una cultura tomando en cuenta las prácticas sociales y las interacciones de sus miembros. Así los estudios culturales ubican en la cultura las prácticas, significados y valores que a su vez serán expresados en la misma cultura. Para los estudios culturales es muy importante la visión antropológica que deja de ver a la cultura como algo fijo o resultante de prácticas (McQuail, 2000); por el contrario deja de pensar en la existencia de una única cultura y se considera la existencia de tantas culturas como individuos existan, considerándolas como determinantes para la asimilación de todo mensaje. Por consiguiente estos estudios se apoyarán metodológicamente en técnicas de investigación cualitativas.

La revisión de la literatura acerca de estos estudios me llevó a considerar los trabajos, entre otros, de David Morley (1996), James Lull (1990) y

¹ A diferencia de otras tradiciones como la Investigación de los Efectos; los Usos y Gratificaciones; y el Análisis Literario, que privilegiaron la investigación fuera del sujeto, donde lo más importante era estudiar el producto comunicativo y los efectos que éste tenía sobre la audiencia. Cabe mencionar que estas ópticas fueron propias de un tiempo donde el auge de las teorías conductivas y de los estudios enfocados solo a conocer las preferencias de las audiencias prevalecieron en los estudios de comunicación.



especialmente el trabajo de Stuart Hall (2004) para revisar el concepto de la negociación. La revisión proporcionó las categorías analíticas e ideas para poder realizar la estrategia metodológica.

Por otra parte los Estudios de Recepción me ayudarán a alcanzar el objetivo principal de conocer cómo se construye la negociación de significados en los niños. Este enfoque teórico al contener a los Estudios Culturales considera lo que está tanto dentro como fuera del individuo. Así, podré comparar el discurso del medio junto con el de la audiencia a la luz del sistema sociocultural, con lo cual podré ampliar la visión del fenómeno de la negociación.

En esta parte me apoyo del modelo de las Multimediaciones² desarrollado por Guillermo Orozco, el cual va a poner en la mesa de análisis al sujeto y específicamente al contexto cultural en donde este se desenvuelve y construye el significado. Me apoyo en su propuesta de marco teórico (1991) donde conjunta bajo el paradigma de las mediaciones a las premisas generales de la investigación crítica de audiencias y una reconceptualización de las comunidades interpretativas de K. B. Jensen, para analizar la intervención de los padres y maestros en la interacción de los niños con la televisión.

El concepto de la participación política

A partir de lo que Enrique Huerta -investigador en socialización política, medios y niños- propone como participación política en dos investigaciones distintas (2008), (2009), basándose para ello

² Modelo basado en el concepto de Mediaciones que acuñara José Martín Barbero (1987) y que refiere a aquellos espacios culturales que median las acciones de los seres humanos y donde la gente creará un sentido.

en J. Habermas, A. Giddens, T. Marshall y F. Hagopian me permito sugerir la construcción de una definición enfocada a las necesidades de esta investigación, donde la participación política será: la práctica de acciones del ciudadano por medio de las cuales ejerza sus derechos políticos, organizadas de manera individual, colectiva o institucional, desde la firma de un pliego petitorio, la exigencia de un derecho a las autoridades, la asistencia a un mitin o la postulación a un puesto de elección popular. La participación política por parte de los ciudadanos está dirigida a transformar y es consecuencia natural en tanto los ciudadanos se asumen como actores colectivos.

El enfoque metodológico

La investigación que propongo no tiene como finalidad encontrar generalizaciones, por el contrario es un estudio de caso donde lo central es analizar la situación particular de los dos grupos de niños, por tanto utilizaré técnicas cualitativas para indagar la construcción de significados de los niños.

Cada uno de los dos grupos de niños con los que trabajaré estarán conformados por cuatro miembros (ocho en total). La razón deriva de la recomendación que Huerta y colaboradores (2006) hacen a partir de un estudio comparativo de Gabriela López sobre socialización política en niños de Monterrey y Juchitán; en donde concluyen que el mejor modo de estudiar los fenómenos que involucren socialización política, niños y consumo de medios sea reuniendo grupos pequeños no mayores a cuatro miembros para evitar que los niños se intimiden ante el investigador y el tema.

Los niños que participarán en mi investigación



deberán de cursar el 5° o 6° año de primaria, es decir tendrán una edad alrededor de 10 y 11 años. Las razones para elegir esta edad se basan en estudios de Psicología Política, en especial de Jean Piaget, quien en sus investigaciones sobre el juicio moral afirma que el niño a esa edad tiene una mayor autonomía y responsabilidad para con otros, además de que ya puede cuestionar lo que en casa ha aprendido y que consideraba hasta hace poco sagrado e inviolable. Por otra parte Robert Selman observó en su estudio sobre la ampliación de perspectivas, que los niños a esa edad comprenden que la gente siente o piensa de maneras diferentes; que cada quien tiene su propia escala de valores u objetivos; que puede ponerse en los zapatos de otros y a su vez los demás pueden ponerse en su lugar; y puede distinguir su posición de la de los demás. Finalmente Juan Delval concluye en su estudio sobre los estadios en la comprensión del universo social que los niños a partir de los 10 años analizan las situaciones y son capaces de inferir tomando en cuenta aspectos no visibles; comprenden con mayor claridad los conflictos aunque no puedan proponer soluciones; pueden evaluar las normas y criticarlas; entienden que no hay abundancia de las cosas; que hay desigualdad social; y que el conflicto considera intereses y puntos de vista distintos. (Nateras Domínguez, 2003)

Actualmente me encuentro en el diseño de la metodología a usar, y elaboración de las herramientas y técnicas con las que habré de abordar a mis sujetos de estudio. Se considera realizar dos entrevistas a profundidad en cada grupo, cubriendo en cada uno la cuota de género, además de realizar dos grupos focales. Para el caso de los grupos focales, estos se llevarán a cabo con

cada uno de los grupos de manera separada con el fin de evitar los riesgos que la misma técnica conlleva, más aún cuando existe la posibilidad de que las personalidades de los hijos de miembros de OSC's puedan cohibir a sus pares.

Mediante las técnicas metodológicas propuestas se obtendrá el discurso de los niños el cual se pretende analizar con técnicas de análisis del discurso para poder encontrar en las transcripciones las realidades y experiencias con su matiz cultural y social que a la vez me permitan explicar el proceso de negociación de significados.

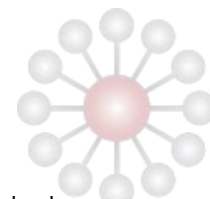
Los límites del proyecto

De manera general ubico tres principales:

David Morley (1996) propone para un análisis cabal de la recepción analizar tres cosas: la producción de los productos comunicativos; el producto; y la interpretación que realizan las audiencias del mismo. Si bien es una propuesta que daría una visión integral al fenómeno de la recepción, las restricciones -principalmente las relativas al tiempo- impiden abarcar las etapas propuestas.

Por otra parte los datos obtenidos de la investigación solo serán a nivel descriptivo y no me permitirán realizar inferencias de comportamiento de los niños. A pesar de ser un excelente objetivo, por el momento se quedan fuera de los alcances del presente trabajo.

Finalmente, los hallazgos de esta investigación estarán limitados por las condiciones socioculturales de la ciudad de Querétaro e incluso por las características propias de la Organización de la Sociedad Civil que interviene en el estudio.



El país que queremos, la comunicación que necesitamos

En un año simbólico para México, en la agenda del país se encuentran grandes pendientes que involucran a la comunicación. Y en relación con el campo de mi investigación quiero recalcar la necesidad de indagar las maneras en que los niños se conforman como futuros elementos de una sociedad que más que nunca necesitará su participación no solo como miembros sino como ciudadanos.

Otro punto que no quiero dejar de mencionar por estar relacionado con La comunicación que necesitamos, lo ubico en la necesaria reforma a la Ley Federal de Telecomunicaciones y de Contenidos Audiovisuales, la cual se encuentra en espera de aprobación. Dicha Ley representaría un avance en la democratización de los medios y la información. El pluralizar los medios, el incluir más voces de donde pueda la sociedad informarse debe ser un derecho resguardado por un Estado interesado en preservar una democracia.

Sin embargo mientras estamos en la espera de los grandes cambios, desde el ámbito académico podemos también mediante la investigación y la discusión obtener la información empírica que sustente argumentos que se usen en la búsqueda de cambios en nuestra sociedad.

Conclusión

Finalmente he presentado los avances de un proyecto de investigación que se encuentra aproximadamente en la mitad de su desarrollo. Falta mucho por mejorar y producir. Pero si algo he aprendido en este tiempo es la insalvable

condición de la investigación de hacer y deshacer. La paciencia es un valor que más que nunca estoy aprendiendo a apreciar.

Espero que muy pronto pueda tener la oportunidad de presentar los resultados. Gracias.

Bibliografía

Barbero, M. (1987). De los medios a las mediaciones. México: Gustavo Gili.

Gómez Palacio, M., Villareal, M. B., V. González, L., & López Araiza, M. d. (1995). El niño y sus primeros años en la escuela. México: SEP.

Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. Cuadernos de Información y Comunicación , 210-236.

Huerta Wong, J. E. (2008). La formación de los ciudadanos: El papel de la televisión y la comunicación humana en la socialización política. Comunicación y Sociedad , 163-189.

Huerta, E., Bañuelos, B., Rodríguez, A., Iliana, S., & Gómez, C. (2006). EL rol de la televisión en la socialización política de los niños: resultados preliminares. En CONEICC, XIII Anuario de investigación de la comunicación (págs. 273-288). México: CONEICC.

Huerta, J. E. (2009). Formación ciudadana y actitudes hacia la participación política en escuelas primarias del noreste de México. Revista Mexicana de Investigación Educativa , 121-145.

Lull, J. (1990). Inside Family Viewing. Londres: Routledge.

McQuail, D. (2000). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Buenos Aires: Paidós.



Morley, D. (1996). Interpretar televisión: la audiencia de Nationwide. En D. Morley, *Televisión, audiencias y estudios culturales* (págs. 342-364). Buenos Aires: Amorrortu.

Nateras Domínguez, J. O. (2003). Procesos de socialización política y construcción del pensamiento social en infantes y jóvenes: la ruta de la sociocognición. Recuperado el 1 de Marzo de 2010, de <http://148.206.53.230/revistasuam/polis/index.php>: <http://148.206.53.230/revistasuam/polis/include/getdoc.php?rev=polis05&id=72&article=53&mode=pdf>

Orozco Gómez, G. (1991). Mediaciones familiares y escolares en la recepción televisiva de los niños. (Algunos hallazgos recientes). *Comunicación y Sociedad*, 113-129.

Orozco Gómez, G., & González Hernández, D. (2009). Cuatro décadas de analizar la recepción de medios en México. En A. Vega Montiel, *La comunicación en México. Una agenda de investigación* (págs. 69-89). México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Orozco, G. (1991). Del acto al proceso de ver televisión. Una aproximación epistemológica. En G. Orozco, *Recepción Televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio.* (págs. 27-39). México: Universidad Iberoamericana.

Orozco, G. (1991). El papel mediador de la familia y la escuela como comunidades de legitimación del aprendizaje de los niños. En G. Orozco, *Recepción Televisiva* (págs. 41-52). México: UIA.

Orozco, G. (2006). Los estudios de recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos. En F. Saintout, & N. Ferrante, *¿Y*

la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público (págs. 15-30). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Sánchez Ruiz, E. (1996). Cultura política y medios de difusión: educación informal y socialización. En E. Krotz, *El estudio de la cultura política en México* (págs. 253-292). México: CONACULTA - CIESAS.

Sánchez Ruiz, E. (1992). Educación, medios de difusión y democracia (con especial atención, para no perder la costumbre, en mamá televisión). *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas-UC*, 29-56.

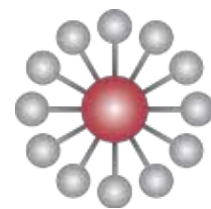
Thompson, J. B. (2006). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas.* México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Sobre el autor:

Rosa Isela Sánchez Benavides

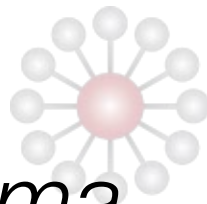
Lic. en Informática /Lic. en Comunicación

Alumna del tercer semestre de la Maestría en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM con sede alterna Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ).



Capítulo 7.

Escuelas de Comunicación y Formación de Profesionales



Aprendizaje del problema de investigación: Un análisis cognitivo, lingüístico, epistemológico y metodológico

Dra. Enriqueta Leonor Rivera Cañizales
Universidad Iberoamericana-Puebla

Resumen: La ponencia presenta una investigación realizada en la licenciatura de Comunicación de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán de la Universidad Nacional Autónoma de México en las asignaturas de Investigación en Comunicación I, ubicada en tercer semestre e Investigación en Comunicación III del quinto semestre, gracias al apoyo de profesores y estudiantes. Los estudiantes con la mediación docente, desarrollan aprendizajes sobre el problema de investigación conforme los requisitos del conocimiento escolar y científico. Es un análisis utilizando las técnicas de observación, entrevista y Modelo de Análisis Proposicional, que identifica las unidades semánticas del discurso y la aplicación de habilidades cognitivas así como el grado de correspondencia con el conocimiento científico. Los estudiantes construyen y reconstruyen representaciones cognitivas, aplicando habilidades cognitivas como la identificación, analogía, razonamiento procedimental, inductivo-deductivo, clasificación, mezclando conocimiento cotidiano, escolar y científico; se autorregulan y verifican que su problema de investigación cumpla los requisitos. La investigación demuestra que el estudiante es capaz de ser protagonista de su formación universitaria.

Palabras clave: Estudiantes, habilidades cognitivas, problema de investigación, estructuras conceptuales, aprendizaje,

1. Problemática

La formación metodológica de los estudiantes de Comunicación es uno de los elementos nodales para cumplir con el perfil del egresado e impactar en la realidad concreta desde la riqueza de una perspectiva comunicativa; por ello es relevante su investigación enfatizando el aprendizaje y no sólo

la enseñanza, porque: no puede afirmarse cómo debe de enseñarse sin comprender cómo se aprende.

El problema de investigación es una compleja construcción en el diseño metodológico, porque es un enunciado, con unidades lingüísticas de conceptos y conexiones que representan una



idea, pero para llegar a dicha idea, el estudiante conoce palabras, sus posibles significados, reglas gramaticales formales y de uso cotidiano, interpreta su propio texto, valora la información plasmada teniendo como resultado de sus aprendizajes, del profesor y el conocimiento científico, conforme los requisitos epistemológicos y metodológicos pertinentes al campo de las Ciencias de la Comunicación.

El estudiante está en situación de aprendizaje en el aula – por supuesto no se restringe a este espacio – donde el profesor es mediador y construye andamios entre el conocimiento cotidiano, científico y profesional orientado a la consecución del objetivo de aprendizaje de la asignatura en el marco del perfil del egresado y objetivos generales del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación. Pero vayamos por partes.

2. Comunidad epistémica: estudiante, grupo y docente

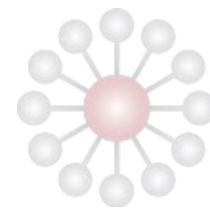
En los procesos de aprendizaje, el grupo y profesor son una comunidad epistémica como lo afirma Van Dijk (2010) porque comparten criterios específicos sobre hechos, observaciones, inferencias; aspectos que cambian de comunidad a comunidad. La comunidad construye modelos mentales de representación del mundo, los modifican a su interior y los vuelven a compartir para su reproducción y mantenimiento de cierta plataforma de conocimiento, por ello se requiere de un análisis epistémico del discurso (Van Dijk, 2010) ya que se trata de representaciones mentales generadas en procesos de interacción a partir de los procesos cognitivos potenciados.

Hagamos una descripción sencilla de estos últimos renglones. Cada ser humano, en la

interacción en la realidad y con los demás, elabora y almacena significados construyendo estructuras representadas en el discurso, sin que ello implique una representación idéntica de los modelos mentales. Cada una de las representaciones construidas resulta del conocimiento compartido por la sociedad en la interacción cotidiana; el conjunto de representaciones construye la visión de mundo de una persona.

Las representaciones responden a las preguntas: qué es, cómo está compuesto, cuáles son sus características, para qué sirve, entre otros muchos aspectos que permiten reconocer y conocer un objeto, acción, pautas de comportamiento al interior de ciertos grupos, algunos tan específicos como los grupos de las asignaturas investigadas. Sin la construcción de dichas representaciones cognitivas, el ser humano no podría interactuar, conocer o transformar la realidad, no podría aprender. Estas estructuras son modelos mentales que median la interacción con la realidad (Van Dijk, 2010) y a partir del conocimiento socialmente compartido que cada persona construye su propio modelo mental de un evento que orienta, en un primer momento, el discurso de una persona para luego producir un modelo nuevo de un evento específico.

En un entorno escolar, el conocimiento científico es el objeto de aprendizaje y la referencia obligada para guiar, modificar y transformar la visión de mundo de los estudiantes, en una mezcla de conocimiento escolar, científico, cotidiano y profesional. Así, la persona en su rol de estudiante verá cuestionados sus modelos cognitivos que tendrá que modificar y convertir en estructuras más complejas desde el paradigma científico, y que lo distinguen de las



personas guiadas por el conocimiento cotidiano y de profesionales que enfatizarán algún otro aspecto o recorte de la realidad.

3. Dimensión epistemológica

Conforme el estudiante recorre el mapa curricular de su licenciatura aprende los sustentos epistemológicos del objeto de estudio y metodologías de las Ciencias de la Comunicación como tales, y los cuestionamientos que en pleno Siglo XXI se enfrenta aún de las mismas ciencias sociales. De ahí, reconoce como un objeto de la comunicación, la mediación simbólica de la interacción humana, con presencia tecnológica o no, con acuerdos socialmente establecidos sobre los significados de las palabras, acciones, objetos.

Los sucesos comunicativos son reconocidos en la realidad cotidiana, insertos en un recorte particular a investigar entonces, al elaborar un problema de investigación, el estudiante selecciona el hecho social que identifica como relevante, distingue las acciones y discursos que serían el objeto de investigación, tarea no fácil, ya que siendo un objeto social, un mismo hecho tiene muy diversos abordajes científicos.

Cada concepto científico, metodología y técnica es un modelo científico resultado de la investigación, fabricado por los investigadores tras la construcción de representaciones cognitivas que describen la realidad (Giere, 1988). Cabría incluir los modelos profesionales que tienen un sentido más práctico; por eso es importante formar a los estudiantes, integrando la teoría y práctica para el uso de dichos modelos en sus acercamientos a los sucesos comunicativos. La clave de la comprensión de los modelos es la habilidad de abstracción; un

ejemplo:

...un físico nuclear explicando protones con un lápiz para representar la luz y la similitud que hace con la pelota de tenis después de que se ha hecho el servicio...por supuesto la relación entre las representaciones no es intrínseca pero la similitud está involucrada. (Giere, 2008: 9)

En esta situación de aprendizaje representa un proceso de abstracción estableciendo distancia entre la realidad tangible y su descripción con el lenguaje científico que como etiquetas lingüísticas que identifica hechos más complejos y a su vez explican otros objetos; pero ningún modelo es “perfectamente adecuado al mundo en todo” (Giere, 2008:7). Los modelos científicos son aprendidos y estos a su vez son integrados a otros modelos, resultado del aprendizaje, dichos modelos orientan la acción de las personas ante situaciones nuevas.

La ciencia es plasmada en enunciados aplicando una lógica de sintaxis del lenguaje científico (Giere, 1988). Un modelo científico es entonces, un artefacto producido y empleado deliberadamente en y para esta actividad de representación (Wells, 2001). El modelo científico tiene como base un concepto de conocimiento verdadero y procedimientos que aseguran una construcción, que cumple con los requisitos que la misma ciencia instituye, además de difundir ejemplos y contraejemplos utilizados en las situaciones de aprendizaje para que el estudiante haga suyo el conocimiento e impacte en su concepción de mundo.



Los aprendizajes de los estudiantes, les lleva a identificar factores y elementos de un suceso comunicativo, su descripción depende de haber integrado y tener acceso a sus estructuras conceptuales, las teorías, conceptos, entre otros aspectos estudiados al interior de las asignaturas, aún en aquellas que no están explícitamente relacionadas con metodología. Al estructurar un problema de investigación los estudiantes tienen la oportunidad de tejer una red con conceptos incorporando aprendizajes pasados y actuales aplicando habilidades, sin limitarse a una descripción cotidiana de un hecho.

4. Dimensión metodológica: problema de investigación

El problema de investigación representa una pregunta de investigación posible de ser contestada a través de la investigación; identifica un objeto de estudio pertinente a las Ciencias de la Comunicación y enfatizar la variable y/o dimensión del suceso comunicativo solicitado; no debe perderse de vista, el nivel de desarrollo que hasta ese momento tienen los estudiantes en su formación como profesionales de la comunicación.

El nivel de correspondencia del problema de investigación elaborado por el estudiante con el conocimiento científico, es diferente en un investigador, profesor, estudiante de quinto o tercer semestre, debido a sus intereses, necesidades concretas del proyecto de investigación, modelos científicos, aprendizajes potenciados y experiencia en su misma elaboración; lo que demuestra diferentes grados de dominio y expertise.

Para analizar el discurso del estudiante e identificar las habilidades cognitivas y la construcción de sus

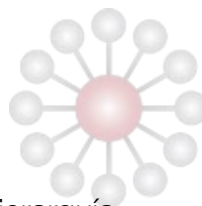
estructuras conceptuales, se construyó un Criterio (con mayúscula) a partir de entrevistas a profesores y especialistas, y fuentes de información científicas que describen el concepto y procedimiento de elaboración de un problema de investigación (Rizo, 2004; Gerber, 2007; Fiori, et.al. 2004; Díaz, 1990; Sánchez, 1995; Bunge, 1960). Este es:

El problema de investigación es una pregunta factible de ser contestada por el proceso de investigación. Es un problema de conocimiento que enfatiza algún aspecto del proceso de comunicación como objeto de estudio.

Para elaborar el problema de investigación se selecciona una situación que afecta de manera significativa a la sociedad para conocer su origen, dar explicaciones, sugerir soluciones al problema, después se hacen preguntas al respecto, se problematiza para de ahí elaborar la pregunta de investigación. El problema de investigación debe incluir el qué, cuál, cómo, por qué, para qué, así como el contexto del objeto de estudio.

5. Dimensión lingüística

El discurso hablado y escrito, son alternativas para objetivar las estructuras conceptuales de los estudiantes, sin que ello signifique una representación unívoca y exacta de los procesos cognitivos realizados por el estudiante. El texto escrito responde a una estructuración de palabras, seleccionadas y organizadas en una secuencia para representar un significado cercano o alejado del conocimiento científico. Las palabras seleccionadas están cargadas de significados, y estudiante mezcla unidades semánticas del



conocimiento cotidiano, conocimiento escolar y conocimiento científico para representar su propuesta, un cuestionamiento o responder a la pregunta: qué es un problema de investigación. El análisis del discurso del estudiante ante los modelos científicos facilita explicar los procesos cognitivos potenciados en el aula y cómo el estudiante construye sus propias representaciones del conocimiento científico.

Para poder analizar los significados anidados, se identifican subproposiciones; cada una tiene al menos un concepto y dos relaciones lógicas, es decir, un concepto y dos unidades semánticas que tienen como función conectar un concepto con otro concepto, y que le asigna determinados específicos dependiendo de las relaciones lógicas y la estructura misma de la subproposición y el contexto del mismo texto:

...Debido a que los conceptos siempre son cognoscitiva y epistemológicamente parte de una red están conectados entre sí en alguna forma lógica. Éstas aparecen como unidades semánticas relacionales en el discurso. Se llaman relaciones lógicas R en el MAP y toman las siguientes formas: (a) estándar, v.g. es (identidad), y (conjunción); (b) verbal derivada de conceptos (v.g. evolucionar, en teoría biológica; mapear, en teoría matemática); y (c) genérica, que puede ser verbal (describe acciones: hacer, tener), preposicional (ante, contra) o en otra forma gramatical (v.g., sin embargo, de acuerdo con). (Campos y Gaspar, 2005:29-30)

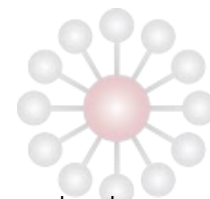
Las relaciones lógicas tienen además funciones: aditivas, de inclusión, causalidad, condicional,

diferencia, inferencia, equivalencia, jerarquía, negación, oposición, clasificación, propósito y secuencia. La construcción lingüística del estudiante tiene conceptos y también relaciones lógicas que permiten la conexión entre una palabra y otra, y cuya importancia es tal que, el cambio en la unidad semántica que tiene como función lógica la inclusión por otra con la función de negación, transforma el significado de dicha representación lingüística, que generalmente es presentada por el estudiante en situaciones de aprendizaje como la presentación de una propuesta de problema de investigación ante el grupo o bien en una prueba-ensayo.

6. Dimensión cognitiva

El aprendizaje es la modificación de estructuras conceptuales que representan el conocimiento del mundo tangible o no; son estas representaciones las que construyen la visión del mundo y en el caso concreto del aprendizaje de conocimiento científico, aquellas que responden a modelos científicos insertos en teorías y paradigmas determinados, contribuyendo a la descripción, explicación e intervención en la realidad concreta y en la construcción de nuevos modelos científicos a partir del propio nivel de abstracción representado hasta ese momento. El conocimiento científico es

...un conglomerado lógico-conceptual cuya base simbólica está formada por conceptos abstractos, articulados teórica y paradigmáticamente. Este conglomerado tiene significados atributivos o referenciales de la realidad... El carácter descriptivo es definicional: qué es el objeto o proceso, a qué se refiere, de qué se trata, qué lo diferencia de los demás; el nivel es interpretativo: por qué o cómo se genera, cómo sucede dicho



proceso; mientras que el ejemplificativo es identificativo y evidencial: cuáles instancias o casos empíricos representan los aspectos anteriores... (Campos y Gaspar, 2008:41)

Los niveles descriptivo, interpretativo y ejemplificativo son fundamentales para comprender las características del aprendizaje sobre un área de conocimiento, el diseño de una investigación y al contestar a preguntas como: qué es la comunicación, por qué se produce la comunicación, qué sucesos comunicativos son pertinentes al campo de estudio, qué es un problema de investigación, cómo se elabora, cuáles son sus elementos, cuál podría ser un ejemplo y qué requisitos debe cumplir.

Son estos elementos, la base del aprendizaje del estudiante cuando se enfrenta al conocimiento científico, porque además de aprender una definición replantea o reconstruye su propio concepto que guía sus acciones cognitivas y observables en el escenario educativo. El aprendizaje implica un cuestionamiento del conocimiento anterior a las experiencias de aprendizaje que ha tenido el estudiante en otros contextos y quizás con otras intenciones educativas; es una modificación de estructuras conceptuales.

Las estructuras conceptuales más complejas, es decir, con más características insertas en su concepto (Sternberg, 1987), aplicando un proceso inclusivo que construye esa compleja red que representa el concepto de problema de investigación, cómo elaborar y hacer un ejemplo del mismo, conforme lo solicita el profesor en clase. El aprendizaje detonado por la mediación docente potencia procesos cognitivos que son la aplicación de conocimientos y habilidades para aprender y

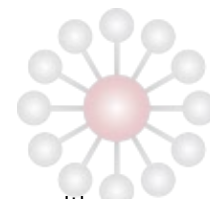
demostrarlo en diferentes situaciones, desde ofrecer un ejemplo, hasta cuestionar la pertinencia del mismo en la exposición de un compañero de grupo.

6.1 Habilidades cognitivas

Las habilidades cognitivas se identifican en la representación lingüística, es una forma de tener un acceso a parte de los procesos cognitivos generados por el estudiante en el proceso de aprendizaje. Así, el análisis de las habilidades cognitivas se produce en un contexto discursivo particular y un escenario que destaca ciertas habilidades, terminología, procedimientos y juicios. Las habilidades son “formas de procesamiento de contenidos representacionales, es decir, de utilizar, relacionar, transformar y generar conocimientos de algún proceso específico” (Campos y Gaspar, 2008b:2). Y las estructuras lógicas de las proposiciones: “representan la formalización de habilidades de razonamiento y relación lógica, las cuales operan sobre conocimientos y articulan otras habilidades en un momento dado” (Campos Gaspar, 2008b: 5). Las habilidades se clasifican en:

...elementales se encuentran: identificación, comparación y clasificación; el manejo simultáneo de contenido (análisis, síntesis, implicación, seriación) es una habilidad intermedia; algunas habilidades complejas (integrativas) son: comprensión, interpretación o resolución de problemas. Así, unas habilidades son más complejas que otras, a lo que se agrega la amplitud y complejidad del conocimiento sobre las que operan. (Campos y Gaspar, 2008b: 9)

Al analizar las respuestas de los estudiantes



como construcción cognitiva ha de examinarse, qué procesos cognitivos implica esa habilidad, de acuerdo al campo de conocimiento trabajado, su nivel de complejidad y abstracción tanto en sus conceptos como en las relaciones lógicas que estructuran la representación lingüística y conceptual. El razonamiento procedimental por ejemplo, implica una serie de pasos a seguir conforme a acciones predefinidas, útil para transformar información y armar soluciones y métodos nuevos y hacer un seguimiento de su efectividad (Lohman, 2002: 12).

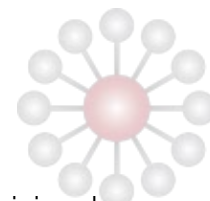
El estudiante desarrolla un problema de investigación, describe su operacionalización de conceptos y realiza el seguimiento de sus acciones para contestar a la pregunta cómo se elabora el problema y pone en práctica habilidades insertas en la capacidad de autorregulación para verificar que su problema poco a poco cumple los requisitos del criterio científico. En esta situación de aprendizaje también se utiliza el razonamiento inductivo (Lohman, 2002), que permite la selección de alternativas pertinentes y argumentar la decisión.

El razonamiento intencional (Lohman, 2002), facilita transferir principios basados en reglas, requiere para ello de un esfuerzo, que siempre está presente al participar de forma activa en su propio aprendizaje; encierra además, el aprendizaje de leyes, categorías, teorías y procedimientos que modifican las estructuras conceptuales de la vida cotidiana y puede ser de respuesta inmediata. El procedimiento de información “son particularmente importantes, enfocando la atención y construyendo modelos mentales del problema” (Lohman, 2002: 8).

Potenciar y desarrollar habilidades cognitivas depende del lenguaje, la cultura y la experiencia (Lohman, 2007) por eso es necesario en el aprendizaje de los estudiantes: el dominio de sistemas simbólicos, la novedad del problema o situación que enfrenta, el grado de complejidad y abstracción, así como las oportunidades de trabajar en equipo y solo (Lohman, 2002); las habilidades deben ser aplicadas en contextos diferenciados.

Las relaciones lógicas en las proposiciones del discurso y las proposiciones mismas, son evidencia de las habilidades cognitivas aplicadas y modificación de estructuras conceptuales, al momento de responder las preguntas que cubren los tres niveles epistemológicos: descriptivo, explicativo y ejemplificativo. Las habilidades cognitivas no pueden clasificarse previamente en sencillas o complejas sino a partir del análisis del texto oral o escrito desde una perspectiva científica.

Una de las habilidades más complejas es la capacidad de abstracción porque implica la comprensión de las características que incluye una categoría y cómo, en base en esa categoría, se explica un recorte de realidad y suceso comunicativo; implica tener la capacidad de reconocer los indicadores observables, ponderar su impacto en la composición del hecho observado e interpretarlos de acuerdo al contexto. Con la mediación docente, el estudiante, tiene la capacidad de reconocer la intencionalidad sobre los actores comunicativos, de “ponerse en el lugar del otro”, identificar su rol, trayectorias, pautas de comportamiento, significaciones asignadas a los instrumentos y representaciones que corresponden al hecho comunicativo seleccionado.



Es determinante el grado en que el estudiante tiene acceso a sus propias representaciones, de acuerdo a su organización lógica y la información a la que está expuesto en las situaciones de aprendizaje (Campos y Gaspar, 1996).

7. Modelo de análisis proposicional y otras herramientas conceptuales

El Modelo de Análisis Proposicional (MAP) es una herramienta conceptual de alto grado de complejidad que tiene el objetivo de analizar el discurso de estudiantes y profesores para identificar la construcción de conceptos y la aplicación de habilidades cognitivas en los procesos de argumentación y explicación, todo ello apegado a las cualidades del conocimiento científico. El MAP fue desarrollado por los investigadores de la Universidad Nacional Autónoma de México, Miguel Ángel Campos y Sara Gaspar, sustentado en las aportaciones de Jay Lemke (1992, 1997), Flanagan y McGrew (2002, 2007), entre otros. El MAP contribuye a la comprensión y análisis de las construcciones conceptuales del estudiante en su discurso.

El estudiante aprende los conceptos científicos, en ocasiones menciona el nombre del concepto y no logra describir sus características y ofrece un ejemplo. Un estudiante podría confundir en sus construcciones conceptuales, un medio de comunicación con un producto comunicativo dificultando la tipificación del objeto de estudio es decir, sus características, factores, escenarios donde se producen, sus objetivos entre otros elementos que son materia prima para la determinación de “aquello” pertinente para construir el problema de investigación; de ahí lo valioso de reconocer los aprendizajes del estudiante.

La propuesta del Modelo de Análisis Proposicional es valiosa en tanto contribuye a una mejor comprensión de la construcción de representaciones cognitivas que corresponden a un discurso científico, esto es, la construcción de conceptos, habilidades cognitivas en su desarrollo y proceso de inserción en pautas de comportamiento cognitivo y observable del estudiante. Uno de los supuestos primordiales de la propuesta considera que, las representaciones son temporales y renovadas por aprendizajes posteriores en la confrontación de esas representaciones con la realidad.

“al estudiar la habilidad de los individuos para producir discurso, uno investiga características fundamentales sobre cómo adquiere, representan y construyen¹ estructuras extensas de conocimiento”, (Frederiksen, op.cit., 310) produciendo discurso que representa componentes de la organización conceptual que posee... (Campos, Gaspar, 1996: 57)

El estudiante muestra parte de sus aprendizajes en el discurso no sólo como información sino en una estructura discursiva que da cuenta de la construcción de la representación pasando de una representación cognitiva a una lingüística dependiendo de las características de la demanda cognitiva. Esto es, el estudiante recupera información de su memoria cognitiva para comprender el discurso, sus elementos, su correspondencia con los componentes cognitivos propios para identificar las diferencias entre la demanda cognitiva y sus recursos para expresar su argumentación; “con esto se logra que los estudiantes hagan explícitos sus conceptos y las formas de conectarlos. Por tanto, las respuestas

1 Cursivas del autor.



de los estudiantes son tipo ensayo que contendrá algunos conceptos y relaciones lógicas” (Campos, Gaspar, 1996:61).

En la utilización del MAP es nodal leer el texto, en su propio contexto, una y otra vez las proposiciones para identificar las funciones de las relaciones lógicas al enlazar los conceptos, ya que la estructura sintáctica de la proposición comunica la comprensión de forma particular de una idea. Las unidades semánticas aisladas, por sí solas no representan “algo” o un concepto científico sino en una construcción conceptual representada en una red de unidades semánticas con estructura lógica. Las habilidades cognitivas también están representadas por un conjunto de proposiciones y no son una representación unívoca ni una sola unidad semántica, por eso debe analizarse el discurso desde una perspectiva cognitiva y epistemológica.

En el análisis del discurso, la alteración de la estructura conceptual modifica la representación cognitiva, es decir, los conceptos que manipula el estudiante en sus estructuras conceptuales son evidencia tangible de lo aprendido; es ahí donde las relaciones lógicas y las habilidades cognitivas reflejan una organización cognitiva traducida en palabras seleccionadas para responder a una pregunta.

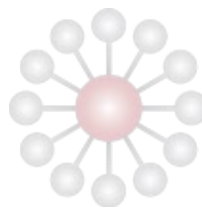
8. Metodología

Las asignaturas fueron seleccionadas porque abordan el tema de problema de investigación y los estudiantes diseñan y desarrollan un proyecto de investigación como parte de la estrategia didáctica y evaluación del curso. Fueron grabadas en audio y video las sesiones de trabajo en el salón de clases,

además de aplicar la Pre y Post-Pruebas. En total de aplicaron 57 cuestionarios en dos ocasiones sesiones de trabajo en equipo y dos sesiones de exposición de ambos grupos.

Las preguntas de las Pruebas del MAP-Ensayo fueron: Define el problema de investigación (nivel descriptivo). De acuerdo con tu definición, explica en qué consiste un problema de investigación (nivel explicativo). Da un ejemplo (nivel ejemplificativo). Las respuestas escritas del estudiante son organizadas en proposiciones y subproposiciones, éstas últimas como representaciones anidadas en la misma proposición. Las respuestas del estudiante sobre el conocimiento científico solicitado son contrastadas con el Criterio que es el conjunto de elementos mínimos que deben contener el concepto, procedimiento sobre el problema de investigación y ejemplo; por supuesto este mismo Criterio fue aplicado al analizar los trabajos en equipo y las exposiciones de los estudiantes.

Un ejemplo de correspondencia es la respuesta a la pregunta: Qué es un problema de investigación, donde el estudiante utiliza en una subproposición, la unidad semántica que en el contexto de otras unidades semánticas que estructuran la proposición. El qué puede tener diferentes significados: el qué más cercano al Criterio sería aquel que representa un objeto de estudio pertinente al campo de las Ciencias de la Comunicación; un qué que representa un hecho, un poco más alejado sería el significado de tema y el menos cercano al Criterio en su correspondencia sería la respuesta del estudiante, en una subproposición donde aquello que se va a investigar es algo.



Los tipos de correspondencia con el Criterio son: Fuerte “F” porque representa un concepto cercano al Criterio aunque no idéntico, y Débil “D” porque las representaciones semánticas hacen alusión al Criterio y Nula “N”, cuando no tiene algún tipo de correspondencia. En el análisis sólo se incluyen las subproposiciones significativas. Y las indicaciones técnicas son: Los conceptos se distinguen en negrilla, en cursivas las relaciones lógicas, y en tipografía sin modificar formato, en el elemento: otros. En corchetes [] el significado inserto en la unidad semántica; en paréntesis () las funciones lógicas de las unidades semánticas. Aquí el análisis de correspondencia de las respuestas del estudiante con el Criterio.

Análisis proposicional del Criterio

Proposición 1 (P1) Nivel descriptivo

Subproposiciones:

- 1.1 <El problema de investigación es (identificación) una pregunta>
- 1.2 <...pregunta factible de ser (identificación) contestada (genérica verbal) por (consecuencia) el proceso...>
- 1.3 <... el proceso de investigación.>

P2 Nivel descriptivo

Subproposiciones:

- 2.1 <El problema de investigación es (identificación) un problema>
- 2.2 <...es (identificación) un problema de (clasificación) conocimiento...>
- 2.3 <... enfatiza (genérica verbal) algún aspecto...>
- 2.4 <... aspecto del proceso...>
- 2.5 <... del proceso de (clasificación) la comunicación...>
- 2.6 <... como (clasificación) objeto de estudio.>

P3 Nivel explicativo

Subproposiciones:

- 3.1 <Para (propósito) elaborar (genérica verbal) el problema de investigación se selecciona (genérica verbal) una situación>
- 3.2 <...una situación que afecta (causalidad) a la sociedad...>
- 3.3 <...para (propósito) conocer (genérica verbal) su (inclusión) origen...>
- 3.4 <...para (propósito) dar (genérica verbal) explicaciones...>
- 3.5 <...para (propósito) sugerir (genérica verbal) soluciones...>
- 3.6 <...soluciones al problema después (secuencia)...>
- 3.7 <... se hacen (genérica verbal) preguntas...>
- 3.8 <...se hacen (genérica verbal) preguntas al respecto [=situación]...>
- 3.9 <...se problematiza [la [=situación]] de ahí (secuencia)...>
- 3.10 <...para (propósito) elaborar (genérica verbal) la pregunta de investigación.>

P4 Nivel explicativo

Subproposiciones:

- 4.1 <El problema de investigación debe incluir el qué [del objeto de estudio]>
- 4.2 <... cómo [del objeto de estudio]...>
- 4.3 <... por qué [del objeto de estudio]...>
- 4.4 <... para qué [del objeto de estudio]...>
- 4.5 <... el contexto [del objeto de estudio]>
- 4.5 <... así como (inclusión) el contexto del (inclusión) objeto de estudio.>

Conceptos-núcleo: Problema de investigación, problema, pregunta, objeto de estudio.



El análisis identifica el nivel de correspondencia, complejidad de conceptos y relaciones lógicas que utiliza el estudiante con relación al Criterio así como las habilidades cognitivas en su representación formal distinguiendo habilidades sencillas, intermedias y complejas en las proposiciones del discurso del estudiante. También las proposiciones y subproposiciones, éstas últimas como representaciones anidadas para un análisis más detallado de las organizaciones conceptuales presentadas.

9. Análisis del discurso: estudiante y profesor

El trabajo docente de construir andamios y potenciar el aprendizaje en los estudiantes, es una tarea compleja por las cualidades mismas del conocimiento científico y por las implicaciones culturales que tiene el aprendizaje de la investigación, como su dificultad en el aprendizaje y la aparente poca utilidad de la formación metodológica y/o de investigación para los profesionales de la Comunicación. En este contexto, los problemas de investigación son valorados por el profesor a partir de su criterio construido con base en el conocimiento científico.

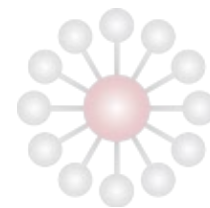
A la imagen de la realidad que tiene el estudiante como persona cotidiana ha de sumarse, la visión del profesional de la comunicación, que distingue en los hechos sociales, los sucesos comunicativos que considera “dignos de ser investigados” a partir de sus intereses personales, profesionales y/o el paradigma que corresponde estudiar en la asignatura que está cursando y dentro de la cual debe proponer el problema de investigación para desarrollar su proyecto de investigación, ya sea en equipo o individualmente.

Un estudiante de la asignatura de Investigación en Comunicación I, de tercer semestre, construye su ejemplo asumiendo que es quien desarrolla la investigación, lo cual es prioritario en las situaciones de aprendizaje, al tener la intención educativa de que haga suya la investigación como herramienta y campo de trabajo. El estudiante ofrece un ejemplo en una serie de preguntas breves que pueden ser o no del campo de las Ciencias de la Comunicación, de ahí que su complejidad sea baja, dando como resultado una estructura sintáctica particular:

¿Cómo es que lee el periódico un niño?

Si bien especifica el cómo, que podría corresponder al Criterio en la Subp.4.2, no refiere a un objeto de estudio de la comunicación, las relaciones lógicas que designan una acción tienen baja complejidad porque no remite al acto de lectura, decodificación o interpretación sino leer; es una red de conceptos del conocimiento cotidiano y no de las Ciencias de la Comunicación. La pregunta planteada por el estudiante sería resultado de inquietudes personales y no de sucesos que destacan la mediación simbólica a través de un medio de comunicación impreso; pero es una primera aproximación.

Resulta interesante que, para elaborar su ejemplo, retoma los elementos que había enunciado en el nivel explicativo; en esta tabla se presentan las respuestas del estudiante para identificar con facilidad la correspondencia entre una respuesta y otra. Se observa cómo el estudiante aplica la habilidad de autorregulación, en tanto es congruente entre el proceso que describió para la elaboración del problema de investigación y su ejemplo, es como si cada palabra o procedimiento lo desdoblara y enunciara otro conjunto de unidades semánticas, así transita de seleccionar un hecho,



en el cual identifica un medio de comunicación y un acto donde intervienen los niños, el acto es un acto de lectura.

Tabla 1
Elementos y nivel epistemológico

Elemento del nivel explicativo	Elemento del nivel ejemplificativo
Definición del problema	¿Cómo es que lee el periódico un niño?
Qué quiero saber	¿Qué lee? ¿Cómo lo lee?
Estudios necesarios	Encuesta (señala el aspecto metodológico)
Interpretación (agregado en el nivel ejemplificativo)	Analizar las encuestas

El estudiante tiene una representación del procedimiento para elaborar la pregunta de investigación y un control de las respuestas sobre el propósito de la investigación. Las evidencias de construcción cognitiva responden a un “aquí y ahora” resultado de sus estructuras conceptuales de aprendizajes promovidos en el aula por el docente. La problematización aplicada en las respuestas del estudiante, es la habilidad cognitiva por excelencia, donde se plantean preguntas a la realidad, teniendo como base los conceptos que describen el objeto de estudio de las Ciencias de la Comunicación y el aprendizaje de que las preguntas deben ser planteadas a la realidad misma. Aquí otro ejemplo de análisis del discurso, identificación de estructuras conceptuales y aplicación de habilidades cognitivas:

Nivel de correspondencia: regular. Cuestionario No.21. Quinto semestre.

P1 (descriptivo)

Subproposiciones:

- 1.1 < El problema de investigación es aquello [=algo] que se quiere conocer>
- 1.2 <...que se quiere investigar...>
- 1.3 <...caracterizar de los procesos sociales.>

P2 (explicativo)

Subproposiciones:

- 2.1 < [La elaboración del problema de investigación requiere de una delimitación]>
- 2.2 <...conceptos teóricos...>
- 2.3 <...y el objeto de estudio.>

P3 (ejemplificativo)

Análisis de notas informativas del (inclusión) mes de noviembre de 2005 del (inclusión) periódico la prensa para (propósito) saber qué [=algo] modelo de (clasificación) violencia ofrece.

Delimitación: notas informativas del (inclusión) mes de noviembre de 2005

Concepto teórico: modelo de (clasificación) violencia (que ofrece la prensa)

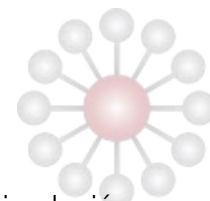
Qué [=algo] se busca: (modelo de (clasificación) violencia).

Tabla 2

Análisis de correspondencia-Regular

Criterio	Estudiante	Relación
4.1 <El problema de investigación debe incluir el qué [del objeto de estudio]>	1.1 < El problema de investigación es aquello [=algo] que se quiere conocer>	Fuerte C Problema de investigación = problema de investigación RL Incluir - es C Qué - aquello
2.6 <... [Comunicación] como objeto de estudio.>	2.3 <...objeto de estudio.>	Débil C Problema de investigación – comunicación RL Como – requiere C Objeto de estudio = objeto de estudio

En el nivel epistemológico descriptivo, la Subp1.1 refiere a aquello [=algo] que se desconoce y que aún no se determina; las relaciones lógicas de las tres Subproposiciones 1.1, 1.2 y 1.3 remiten a diferentes niveles de construcción cognitiva:



1. Investigar.- Una acción o proceso a realizar dentro de un marco científico o metodológico.
2. Conocer.- Una intención general sin mayores requisitos en su identificación y puede realizarse con apoyo del conocimiento cotidiano.
3. Caracterizar.- Supondría algún tipo de correspondencia con el modelo de concepto pertinente; es la aplicación de analogías con base en las representaciones cognitivas, que de momento, tiene el estudiante.

El estudiante transita entre algo que desconoce a aquello que identifica como posible objeto de estudio y que puede caracterizar a partir de sus aprendizajes sobre el campo de estudio y profesional de las Ciencias de la Comunicación. En la Subp. 1.3 menciona procesos sociales; si bien remite a la comunicación en un hecho social no en todos los estudios de lo social es enfatizada la mediación simbólica.

La proposición en el nivel explicativo, en la Subp. 2.1 es precisa en su estructura e inserta la relación lógica requiere y establece requisitos interesantes en el conjunto de proposiciones de la Prueba-ensayo, transitando de lo abstracto a lo concreto y de regreso. Aquí el análisis retomando el conjunto de proposiciones de la prueba-ensayo:

- a. Delimitación.- De acuerdo a su ejemplo en P3, especifica el objeto de estudio, en este caso un producto comunicativo: notas informativas y el tiempo que puede ser un indicador de contexto: mes de noviembre del 2005.
- b. Conceptos teóricos.- Señala: modelo de violencia; en este rubro el estudiante, abre paréntesis para complementar la delimitación indicando que son notas informativas que

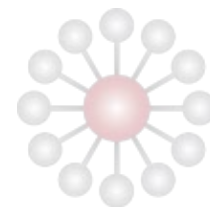
ofrece La Prensa, un periódico de circulación nacional.

- c. Objeto de estudio.- El ejemplo es un enunciado que pregunta qué [=algo], y según lo señalado en la proposición descriptiva es aquello [=algo] que el mismo estudiante transforma en otro concepto: modelo de violencia, esto es, concretiza un objeto de estudio en un problema de investigación en el ámbito de la Comunicación ya que ha delimitado a las notas informativas en La Prensa.

Es destacable la construcción que realiza el estudiante porque aplica habilidades cognitivas identificando y clasificando los elementos que debe incluir el problema de investigación, lo cual podría suponer una valoración. Retoma las habilidades cristalizadas (aprendizajes obtenidos a partir de la cultura, la escuela y que son parte del acervo social de conocimiento) al describir qué es y en qué consiste el problema de investigación como conocimiento declarativo y procedimental para contestar a las preguntas del MAP.

El estudiante realiza razonamientos de la deducción a la inducción al realizar analogías entre su descripción desde el conocimiento escolar, su acercamiento al conocimiento científico y ejemplificación. Estos razonamientos identifican habilidades fluidas (como los razonamientos que son aplicados en situaciones nuevas y que por ello requieren de algún ajuste), ya que al estudiante se encuentra ante la situación nueva de proponer un ejemplo de problema de investigación durante la aplicación del MAP.

Las relaciones lógicas son constantes en la enunciación del ejemplo del problema de



investigación porque no se investigarán todas las notas informativas sino a partir del mes de noviembre, el 2005 en el periódico La Prensa es decir, la función de inclusión identifica el contexto del objeto de estudio. Cabe mencionar que, podría ser otro objeto y contexto al cambiar cualquiera de los conceptos que entrelaza la relación lógica.

Llama la atención la relación lógica para en su función lógica de propósito porque ésta relación lleva al estudiante a enunciar la pregunta donde especifica el objeto de estudio: el qué. Si bien el ejemplo del problema de investigación no es una pregunta, las conexiones permiten al estudiante realizar razonamientos en secuencia con relaciones en su función de inclusión y establece el objeto de estudio; es un problema de investigación.

Cuando indica qué modelo de violencia, infiere que existen varios modelos y por eso pregunta el qué. El concepto modelo en la respuesta del estudiante, es destacable desde la perspectiva científica, ya que la ciencia construye modelos para después de acercarse a los hechos o viceversa y organizar la realidad desde las ciencias que estudian determinados hechos. El modelo debe estar compuesto de indicadores que tras el análisis supondría su identificación en la realidad concreta para después determinar el modelo de violencia de La Prensa, un medio de comunicación que se caracteriza por tener imágenes. Para lograr lo descrito, el estudiante realiza analogías entre los modelos y La Prensa, y determinar cuál de esos modelos representa el medio de comunicación. Es posible inferir que en asignaturas pasadas estudió la violencia en los medios de comunicación y fue significativo. Es decir, comprende la función del modelo como guía en su acercamiento a la

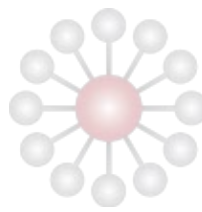
realidad.

La relación lógica como genérica verbal ofrece, conecta La Prensa y modelo de violencia; la relación lógica ofrece supone que hay una persona del otro lado, alguien que va a recibir el mensaje. Este es un ejemplo de habilidades complejas que implican la comprensión de los modelos de comunicación así como la interpretación para proponer el ejemplo. El estudiante aplica la deducción e inducción, habilidades fluidas necesarias para proponer el problema de investigación y las habilidades cristalizadas retomado lo aprendido.

Por supuesto, la P3 demuestra sistematización y autorregulación, al ser congruente con la P2, porque es un ejemplo construido con su propia base explicativa de elementos mínimos, no es una pregunta espontánea. El estudiante es congruente con el planteamiento de sus proposiciones demostrando autorregulación. La P1 refiere a procesos sociales pero, es en las proposiciones P2 y P3 donde se concreta un objeto de estudio de la comunicación.

La complejidad de los conceptos enunciados por el estudiante, aumenta conforme desarrolla las proposiciones, porque están insertos en el contexto epistemológico y semántico seleccionando; las unidades semánticas con conceptos y conexiones adecuadas a los requisitos del conocimiento científico, son resultado de una participación activa del estudiante en situaciones de aprendizaje de asignaturas anteriores y el trabajo de mediación docente.

El estudiante combina el conocimiento cotidiano en un primero momento y después, conforme a



su formación, identifica La Prensa como medio de información en un contexto y lo transforma en objeto de estudio de la comunicación como medio de comunicación al analizar el contenido de violencia y elevar el grado de abstracción al plantear como propósito la identificación del modelo de violencia; esto implica razonamientos deductivo e inductivo, al ir de lo concreto a lo abstracto y de la teoría a la realidad, por supuesto son habilidades complejas.

Teniendo como referencias las aportaciones de Marta Rizo (2004) un sujeto guiado por su sentido común verá imágenes de violencia en el periódico y el estudiante de Comunicación, identifica el medio masivo de comunicación, con un sentido de compromiso social, observa la violencia representada en imágenes, retoma su formación en modelos científicos e identifica haciendo una analogía entre el modelo teórico y las particularidades del medio de comunicación seleccionado, infiriendo la posibilidad de aplicar el modelo de violencia estudiado en otra asignatura.

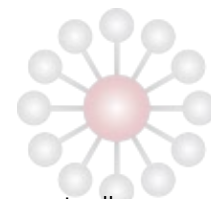
Otro ejemplo de la aplicación de habilidades cognitivas y estructuras conceptuales, es la situación de aprendizaje de los estudiantes de quinto semestre que exponen de forma individual su problema de investigación, porque el profesor consideró, como parte de su estrategia didáctica, que era necesario primero verificar los aprendizajes relacionados con el problema de investigación e involucrar al grupo en la retroalimentación del mismo.

Tabla 3
Exposición individual- Investigación en
Comunicación III

Elemento Metodológico	Discurso	Concepto de Comunicación
Contexto	Ya que estamos en (inclusión) como hemos visto en (inclusión) los medios últimamente que estamos en (inclusión) los destapes políticos si (inferencia) <i>hay muchos</i> (diferencia) spots tanto (clasificación) para (propósito) precandidatos a la presidencia como (clasificación) para (propósito) jefes de gobierno entonces me pareció importante tomé en cuenta aquí en el uno y (conjunción) en el dos la temática política . (señala el pizarrón, su hoja de rotafolio con los problemas de investigación que está exponiendo)	Medios de comunicación Destapes políticos Spots
	El primero que dice: ¿qué [=objeto de estudio] representación de (clasificación) político y (conjunción) gobernante se manifiesta en (inclusión) los spots propagandísticos en (inclusión) televisión abierta del (inclusión) precandidato a la presidencia Santiago Creel Miranda?, yo ahí más bien (inferencia) tengo como (clasificación) una duda...	Representación Spots propagandísticos Televisión abierta

En su discurso describe el estereotipo de la situación que enfrenta, identificando el ideal de la actuación de un estudiante al exponer su trabajo: “se debe haber comprendido para exponer” y se disculpa al no estar en esa situación. Inicia infiriendo el contexto del problema de investigación a presentar, involucra al grupo destacando hechos como los destapes políticos y clasifica los productos comunicativos: spots; especifica un parámetro sobre la presencia de los spots en los medios de comunicación. Clasifica también los propósitos de los spots: para jefes de gobierno y presidencia y asigna una etiqueta al contexto y productos mencionados: temática política. Tiene correspondencia con las Subproposiciones 2.5, 3.5 y 4.5 del Criterio.

El problema de investigación tiene el Qué como objeto de estudio, el concepto clave del enfoque de la asignatura que es representación y clasifica el tipo de representación al cual quiere enfocarse: político y gobernante. Señala el producto comunicativo y el medio de comunicación donde va a identificar la



representación apoyándose en la función lógica de inclusión, como si poco a poco hiciera una serie de círculos concéntricos dentro de círculo mayor que sería: televisión abierta y dentro de ella los spots propagandísticos que tienen representaciones de político y gobernante, esa sería la representación gráfica de la función lógica de inclusión. El estudiante describe la red semántica que integra la etiqueta de representación en el contexto político para identificar el objeto de estudio. Especifica además sobre qué actor centrará la investigación. Tiene correspondencia con las Subps. 4.1 y 1.1.

Siguiendo el proceso, el estudiante duda sobre la estructuración de pregunta, si es o no sobre actores; cuestiona el enfoque del problema de investigación, que si bien corresponde al campo de las Ciencias de la Comunicación no responde al enfoque de la asignatura por los sustentos teóricos revisados.

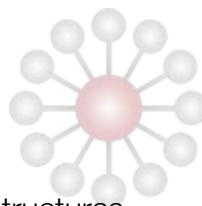
Tabla 4
Exposición individual- Investigación en
Comunicación III

Metodológico	Discurso	Comunicación
Problema de investigación y elementos de la comunicación	<i>Está bien como lo planteaste, de hecho tú misma resuelves ahí el problema, representación social, cómo [=algo] comunica sería el estudio de lo que [=algo] perciben los actores, sería un estudio del (inclusión) receptor en (inclusión) el caso como (clasificación) lo estás planteando. Obviamente se entiende que es (identificación) un estudio del (inclusión) mensaje más bien de las representaciones del (inclusión) mensaje con relación al (inclusión) candidato entonces estaría bien así como lo planteas...dudas muchachos sobre ese problema</i>	Representación social Estudio Actores Receptor Mensaje
Problematización	<i>Es que bueno a la hora que estamos hablando del mensaje de que estamos haciendo un estudio del (inclusión) mensaje no (negación) entiendo cómo [=algo] es que se puede hacer un estudio del (inclusión) mensaje sin (negación) tomar en cuenta (inclusión) a los actores, porque el mensaje va dirigido a (propósito) los actores porque sería mensaje hasta (condicionante) que llega a los actores...</i>	Mensaje Estudio Actores Mensaje

representación social con el objeto de estudio describiendo las posibles preguntas: ¿Cómo se comunica?, ¿lo que perciben los actores?, ¿qué serían los receptores? y ¿qué no sería el enfoque adecuado? y elabora un enunciado que entrelaza conceptos claves con la función lógica de inclusión: de las representaciones del mensaje con relación al candidato. Este es un ejemplo de la relevancia de una de las funciones lógicas más frecuentes en la construcción de la pregunta de investigación y la mediación docente. Tiene correspondencia con el Criterio en las Subps. 2.5 y 2.6.

Con un alto grado de complejidad, un estudiante cuestiona el enfoque del problema de investigación y apela al modelo comunicativo como proceso y sus elementos. Se apoya de las relaciones genéricas verbales: estamos hablando o haciendo refiriéndose al estudio por desarrollar para cuestionar una premisa básica: cómo hacer un estudio del mensaje sin tomar en cuenta a los actores; la función lógica fundamental es sin como negación, es la ausencia del actor en el estudio del mensaje e infiere que el propósito del mensaje, es llegar a ellos y con la función lógica de condicionante enuncia otra premisa: sería mensaje hasta que llega a los actores.

El argumento está apegado al conocimiento científico, es complejo e interesante porque el estudiante tiene en primer plano las implicaciones epistemológicas de los conceptos de las Ciencias de la Comunicación como parte del problema de investigación y tiene acceso a las estructuras conceptuales necesarias para estructurar la argumentación. Entonces, en las clases tienen excelentes oportunidades para reforzar el concepto de comunicación, los modelos comunicativos y



sus implicaciones cuando se identifica el objeto de estudio para una pregunta de investigación.

Las habilidades aplicadas en los estudiantes al realimentar en grupo las propuestas de problemas de investigación, es por ejemplo la analogía, ya que contrasta su modelo de problema de investigación, construido a partir de los aprendizajes potenciados por el docente, con el enunciado del problema de investigación del estudiante que expone; así mismo el razonamiento inductivo, al valorar el problema de investigación en el contexto en que es planteado; así como el razonamiento procedimental y el conocimiento declarativo, como ese conjunto de características que forma parte del concepto y que contrasta con el problema propuesto.

Es necesario destacar, que en la investigación no se evalúa al estudiante ni al profesor, sino que se da cuenta de las construcciones conceptuales y aprendizajes potenciados por los actores educativos en determinado recorte de realidad. Esto que significa que, si en otro momento fuera aplicada la misma prueba-ensayo o solicitado a los estudiantes una argumentación de la selección de su problema de investigación, el discurso de los estudiantes sería diferente en mayor o menor grado en las unidades lingüísticas y su particular conexión para representar sus conceptos e ideas; porque el aprendizaje es un proceso.

10. Delineando estrategias didácticas

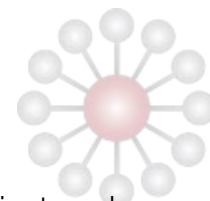
En el escenario educativo universitario el diálogo entre profesor, estudiante y grupo potencia la intertextualidad, entendida como la construcción en equipo y/o grupo de conocimiento nuevo, trayendo de cada uno de los participantes una concepción, pre-juicio y llevando a replantear

las estructuras conceptuales sus estructuras conceptuales que están en formación y al profesor reconstruir estructuras de conocimiento escolar y científico desde de las demandas cognitivas plantea ante el grupo de acuerdo a los objetivos de aprendizaje de la asignatura y el perfil del egresado.

En un escenario educativo que mezcla diferentes niveles de comprensión y la puesta en acuerdo, de los conocimientos, procedimientos y actitudes conforme las características del problema de investigación que ha de plantearse; y para ello, al exponer ante sus compañeros sus propuestas de problemas de investigación se ven cuestionados conforme las estructuras conceptuales de cada estudiante que expresa qué entiende por problema de investigación y cuáles requisitos debe de cumplir. Es un conjunto de criterios que son expuestos bajo la concepción del profesor que como experto y mediador orienta las participaciones y retroalimentación de la pregunta de investigación expuesta.

Una de las inquietudes fundamentales en el desarrollo de la tesis doctoral de la cual deriva esta ponencia, ha sido: ¿Qué tipo de aplicaciones prácticas puede tener esta investigación que es parte de la tesis doctoral? Las propuestas son resultado del análisis del recorte de realidad seleccionado, de las concepciones constructivistas sobre el aprendizaje, los procesos cognitivos, las construcciones lingüísticas y las habilidades cognitivas empleadas en la construcción del discurso como parte de la representación formal de dichas habilidades. Aquí algunas propuestas:

I. Reconocer que, el aprendizaje de la investigación



y en concreto sobre el problema de investigación implica no sólo la reproducción de conocimientos, sino una construcción conceptual del estudiante para la descripción y ejemplificación del concepto de problema de investigación entrelazando conocimiento conocido con el aprendido. De ello deriva:

- Identificar como el docente en su exposición y diálogo con el grupo, utiliza conceptos relacionados con el conocimiento cotidiano, escolar y científico.
- Analizar los andamios propuestos por el docente, que son la clave para comprender el paso de las categorías científicas abstractas a los indicadores observables que hacen de un hecho un suceso comunicativo.
- Identificar cada andamio donde el estudiante hace uso de las estructuras conceptuales que posee hasta ese momento y construye representaciones semánticas más complejas y cercanas al conocimiento científico.
- Realizar ejercicios de escritura para reconocer como se complejiza la imagen sobre el hecho y cómo va cambiando su representación a partir de la aplicación de las habilidades cognitivas.

II. Destacar que se aplican habilidades cognitivas en el aprendizaje de la elaboración de un problema de investigación lo cual permite una mayor correspondencia con el conocimiento científico sobre la investigación, las Ciencias de la Comunicación y del ámbito profesional. Entonces:

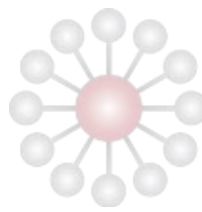
- Identificar que cada pregunta de investigación tiene un objeto de estudio más cercano o alejado del conocimiento científico.

- Reconocer como el conocimiento de ciertas teorías diversifica las posibilidades de tipificación del suceso comunicativo así como las herramientas de análisis.
- Reconocer que los aprendizajes en otras materias contribuye al desarrollo de la mirada profesional que a su vez alimentan la variedad de objetos de estudio y las dimensiones a investigar.

III. Orientar el diseño de experiencias de aprendizaje a productos cognitivos, que hagan explícito el trabajo cognitivo del estudiante sobre sus representaciones, reconociendo su rol protagónico en los escenarios educativos; para lo cual se requiere:

- Que el docente reconozca en su propio actuar la construcción de representaciones simbólicas cuando asume el lugar del estudiante y tiene como objetivo potenciar el aprendizaje.
- Compartir con los estudiantes, el proceso de diseño de la experiencia de aprendizaje y a partir de que conocimientos y habilidades de la realidad concreta y posible. Y como su participación también implica una recreación de escenarios desde lo conocido y posible, trayendo sus artefactos simbólicos heredados de tiempo atrás y otros construidos en situaciones de interacción inmediata.

Con relación a la elaboración del problema de investigación, es imprescindible reconocer que, aplicar habilidades cognitivas desde establecer la relación entre un concepto y otro, entre una unidad semántica y otra hasta la descripción de un procedimiento para la elaboración del problema;



esto permitirá al estudiante reconocer su propia actividad en la construcción de proposiciones, en la comprensión del conocimiento y la construcción misma del problema de investigación. Aquí, una descripción del proceso de elaboración de un problema de investigación distinguiendo sus fases y acciones principales:

1) Entorno

- o Reconocer el entorno del estudiante.
- o Identificar el campo de conocimiento de las Ciencias de la Comunicación.
- o Identificar las situaciones relevantes desde el contexto local y global así como del estado del arte de la comunicación.
- o Seleccionar la situación de la situación a investigar.
- o Describir la situación elegida desde el conocimiento cotidiano del estudiante.

2) Bases comunicativas

- o Identificar los elementos comunicativos que tienen presencia en la situación seleccionada.
- o Analizar los conceptos comunicativos que pueden servir como herramienta de análisis e interpretación de la situación a investigar.
- o Identificar las aportaciones de esos conceptos a la descripción inicial del estudiante sobre la situación preferida.
- o Describir la situación seleccionada con un nivel de complejidad más alto por la inclusión de conceptos pertinentes al campo de estudio de la Comunicación.

3) Problematización inicial

- o Realizar una primera problematización elaborando preguntas sobre la situación a investigar con apoyo del sentido común.
- o Cuestionar cada una de las preguntas sobre si muestran lo que quiere investigarse. Las preguntas estarían elaboradas iniciando con un qué, cómo, por qué, para qué, cómo, cuándo, cuál; que permiten develar e ir identificando hacia donde se quiere enfocar la construcción de conocimiento y con qué objetivo.
- o Valorar los recursos con que se cuenta para abordar la pregunta de investigación.

4) Exploración

- o Con esas preguntas realizar una exploración en el campo en que se encuentra la situación.
- o Elaborar respuestas a las preguntas elaboradas a partir de la información recolectada de la realidad, sin que implique una construcción formal pero sí una descripción breve que sea materia prima para la problematización.
- o Elaborar otras preguntas como resultado del acercamiento a la situación a investigar.

5) Problematización

- o Analizar las preguntas contestadas y por contestar para seleccionar aquellas pertinentes al campo de las Ciencias de la Comunicación, y si es el caso, en concreto al enfoque teórico y metodológico indicado dentro de la asignatura.



- o Identificar las preguntas posibles de ser contestadas conforme a los recursos de tiempo, aprendizajes, información y humanos con los que se cuente.
- o Seleccionar la pregunta adecuada a los criterios de: ser contestada por el proceso de investigación, que se enfoque al campo de la comunicación, incluyendo un Qué, Cómo, Por qué, Para qué, Cómo, Cuándo oCuál como parte inicial de la pregunta de investigación.
- o Valorar las implicaciones y requisitos epistemológicos que debe cumplir la pregunta de investigación.

6) Construcción del problema de investigación

- o Identificar la pregunta que representa aquello que quiere investigarse.
- o Describir en qué consiste aquello a investigar, con el uso de unidades semánticas pertinentes al campo de estudio de las Ciencias de la Comunicación.
- o Seleccionar las categorías de las Ciencias de la Comunicación que representan el objeto de estudio y el abordaje de la investigación.
- o Analizar las implicaciones epistemológicas del Qué, Cuál, Cómo o Por qué en la construcción de la pregunta de investigación.

7) Estructurar la pregunta de investigación.

- o Revisar la pregunta de investigación por compañeros del grupo de la materia de investigación.

- o Revisar la pregunta de investigación por una persona ajena al campo de conocimiento.
- o Revisar la pregunta de investigación por el profesor responsable de la asignatura.
- o Analizar los comentarios de las personas consultadas para revalorar y reestructurar en su caso el problema de investigación.
- o Estructurar la versión final de la pregunta de investigación.

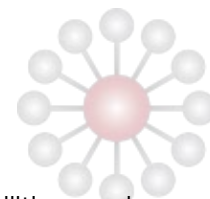
Estas son algunas propuestas para potenciar el aprendizaje en estudiantes de Comunicación al aprender a elaborar un problema de investigación y obtener los beneficios de integrar la formación obtenida hasta ese momento curricular. Son propuestas, a partir de investigar en campo y con base en, el análisis cognitivo del discurso en procesos de aprendizaje donde los estudiantes con la mediación del profesor potencian y consolidan en su formación profesional.

Bibliografía

BUNGE, M. (1960) La ciencia, su método y su filosofía. Argentina: Grupo Patria.

CAMPOS, M. A. y GASPAR, S. (2005) El modelo de análisis proposicional: estado actual y perspectivas. En: CAMPOS Hernández Miguel Ángel (coord.) Construcción de conocimiento en el proceso educativo (19-65). México: CESU/UNAM, Plaza y Valdés.

CAMPOS, M. A. y GASPAR, S. (2008) Procesos de argumentación y habilidades cognoscitivas en



el contexto educativo. En: CAMPOS Miguel Ángel (coord.) Argumentación y habilidades en el proceso educativo (21-66). México: IISUE, UNAM, Editorial Plaza y Valdés.

CAMPOS M. A. y GASPAR S. (2008b) "Condiciones fundamentales de la construcción de conocimiento", en IX Seminario Internacional de Epistemología, Cognición y Enseñanza de las Ciencias. México: IISUE, UNAM.

CAMPOS, M. A. y GASPAR, S. (1966) Las condiciones inmediatas de la construcción de conocimiento: un esquema para el análisis de la interacción en el aula. En CAMPOS y RUIZ Problemas de acceso al conocimiento y enseñanza de las ciencias (27-50). México: Universidad Nacional Autónoma de México.

DÍAZ, A. (1960) Investigación educativa y formación de profesores. Cuadernos del Centro de Estudios Sobre la Universidad, México: Universidad Nacional Autónoma de México, n.20.

FIORI, G., VALDÉS, R., FEDELI, M. y DÓMINE P. (2004) El desafío de enseñar y aprender a investigar en comunicación. VI Congreso RECOM, Universidad Nacional de la Plata. Argentina. Recuperado el 18 de junio de 2005, de http://www.redcom.org.ar/congreso2004/ponencias/redcom/m2_fiorevaldezfedellidomine.pdf.

FLANAGAN, D. and ORTIZ, S. (2005) Definition of cognitive and academic abilities. CHC Cross Battery Online. Official site of the CHC Cross Battery Approach. USA. Recuperado el 7 de mayo de 2005, de <http://www.crossbattery.com/>.

FLANAGAN, D. and MCGREW, K. (2007)

Summary of Relations between CHC abilities and Specific Areas of Academic Achievement, Official site of the CHC Cross Battery Approach. USA. Recuperado el 21 de abril de 2007, de http://www.ospaonline.org/pdf/presentations/flanagan_kabc.ppt#258,2,Overview.

GERBER, R. (2007) Research problem. Centre for Teaching, Learning and Media (CTLM). USA: Nelson Mandela Metropolitan University. Recuperado el 29 de noviembre de 2007, de <http://www.petech.ac.za/robert/resprobl.htm>.

GIERE, R. (1988). Explaining Science: A cognitive approach. USA: The University of Chicago Press.

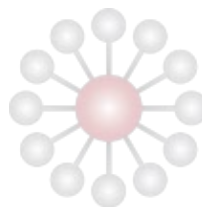
GIERE, R. (2008) An Agent-Based Conception of Models and Scientific Representation. Center for Philosophy of Science, University of Minnesota. USA. <http://www.tc.umn.edu/~giere/ABCMSR-REV.doc>

LEMKE, J. (1992). Aprender a hablar ciencia. Lenguaje, aprendizaje y valores. España: Paidós.

LEMKE, J. (1997). Cognition, context and learning: a social semiotic perspective. En: KIRSHNER y WHITSON (eds.) Situated cognition: Social, semiotic and psychological perspectives (37-56). England: Mahwah, NJ: Erlbaum.

LOHMAN, D. (2002). Complex Information Processing and Intelligence. USA: University of Iowa. Recuperado el 17 de mayo 2002, de http://faculty.education.uiowa.edu/dlohman/pdf/complex_information_processing.pdf

LOHMAN, D. (2007). Using CogAT. Institute for



Research and Policy on Acceleration. Belin-Blank Center & Iowa Testing Programs. USA: University of Iowa. Recuperado el 05 de junio 2007, de http://faculty.education.uiowa.edu/dlohman/ppt/ICN_full_day_using_Cogat.ppt. Acceso

RIZO, M. (2004). Hacia una pedagogía de la investigación en comunicología. Reflexiones desde la práctica. México: Academia de Comunicación y Cultura. Universidad de la Ciudad de México. Recuperado el 22 de agosto 2004, de <http://comunicologia-posible.iespana.es/principal/tbrizo4.htm>.

SÁNCHEZ, R. (1995). Enseñar a investigar. Una didáctica nueva de la investigación científica en ciencias sociales y humanidades. México: UNAM/ANUIES.

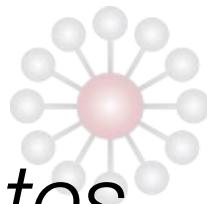
STERNBERG, R. (1987). The psychology of verbal comprehension. En: Glaser Advances in instructional psychology, vol. III, LEA. (97-150). USA: 1987.

Van DIJK, T. (2010) Discourse, knowledge, power and politics. Towards critical epistemic discourse analysis. Departamento de traducció i ciénce del lleguatge. Universitat pompeu fabra. Recuperado el 21 de agosto de 2010, de <http://www.recercat.net/bitstream/2072/50779/1/WORKING+PAPERS+TEUN+VAN+DIJK.pdf>

Sobre el autor:

Dra. Enriqueta Leonor Rivera Cañizales.

Doctora en Pedagogía por la Universidad Nacional Autónoma de México. Maestra en Publicidad por el CADEC. Investigadora de la formación en investigación de estudiantes de Comunicación. Asesora en diseño curricular universitario con base en un modelo de competencias. Formadora de estudiantes y profesores sobre formación en investigación y diseño curricular, en las áreas de Comunicación, Pedagogía, Arquitectura entre otras. Analista de paisaje publicitario. Responsable en procesos de diseño curricular de licenciaturas de diversas áreas. Con publicaciones sobre Publicidad, Marketing político y participación en diversos congresos nacionales e internacionales. Consultora en capacitación.



Las deudas pendientes entre el arte y la comunicación

Vivian Romeu
Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Resumen: Esta ponencia pretende dar cuenta de las relaciones existentes entre el arte y la comunicación. Se trata de relaciones que han sido hasta el momento conceptualizadas desde ámbitos de estudio diferentes, en la pretensión de entender tanto al arte como a la comunicación como campos disciplinares claramente diferenciados y cuyos puntos de contacto se enraizan de forma circunstancial. Este objetivo general se llevará a cabo a través de la realización, en una primera instancia, de una breve revisión por los ámbitos de reflexión teórica e investigación del campo académico de la comunicación con el fin de demostrar tanto su genealogía como sus vínculos con otras áreas del saber, y en consecuencia la ausencia del arte en ellos. Nos proponemos reflexionar en torno a la pertinencia de entender al arte, en tanto objeto y práctica, como fenómeno comunicativo, reflexionando en torno a los paradigmas y enfoques de la comunicación que lo hacen posible. Por último, ofreceremos una breve descripción histórica y conceptual de los vínculos que desde la filosofía, la estética y la semiótica se pueden rastrear entre el arte y la comunicación.

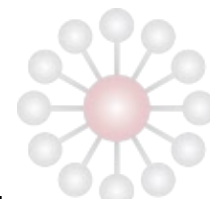
Palabras clave: Arte, filosofía, estética, sistémica y comunicación

1. De la pertinencia del tema elegido

Actualmente, los estudios institucionalizados de comunicación o lo que se conoce como campo académico de la comunicación si bien han diversificado su preocupación hacia áreas que hace unos 20 años eran prácticamente negadas como la comunicación organizacional, la política y la educación, adolece aún de una apertura mayor que tiene que ver, en nuestra opinión, con una reflexión sobre el sentido epistémico de la comunicación como matriz de lo humano, en tanto

biológico y social.

A nuestro juicio, de esta necesidad de apertura se desprende la necesidad misma de recomponer el campo de la comunicación con el objetivo de reconducir sus prioridades en función de su constitución transdisciplinar; de ahí que la pretensión de convertir en ciencia un área que explica, en tanto fundante, el hecho humano social y culturalmente coloca a la comunicación a las puertas de ser considerada un campo de estudios en torno al hombre y su entorno, o muy



probablemente como lo dijera Bateson (1998) como una ecología que explique los comportamientos humanos en la realidad física-natural y simbólica-social que constituye el lugar de experiencia vital de individuos y grupos.

Esta visión compleja de la comunicación que implica entenderla desde una perspectiva sistémica y multinivel, necesariamente deriva también su inserción en el tejido natural de las disciplinas tradicionales de las ciencias sociales, alejándose a su vez de las posturas lineales propias del por mucho tiempo dominante en la investigación del campo paradigma difusionista, lo que resulta no sólo una visión de vanguardia donde el campo de la comunicación debiera hoy posicionarse, sino una acción de justicia por enfatizar la naturaleza abierta y reticular de lo comunicativo y el papel de la cognición en sus procesos.

No obstante lo anterior, a pesar del interesante tema que supone debatir acerca de estas disquisiciones de tipo epistémico, tomando como punto de partida la perspectiva sistémica sobre la comunicación, en este trabajo pretendemos reflexionar en torno a las posibilidades de incluir al arte, en tanto expresión simbólica por excelencia, como un área de estudio de los procesos comunicativos.

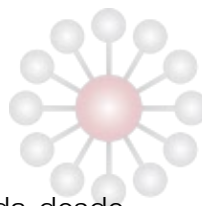
Para dar cumplimiento a este objetivo en una primera aproximación nos referiremos brevemente a los vínculos que desde la Teoría del arte, la Filosofía y la Estética se trazan con respecto a lo comunicativo (desde la comunicación no hay vínculos propiamente dichos) ya que esto permitiría mostrar al lector una suerte de antecedentes del tema, mismos que hemos organizado y clasificado

en nodos temáticos y ejes metodológicos para su mejor comprensión; y posteriormente nos enfocaremos en desarrollar el postulado teórico que anima y sustenta dicha inclusión, que como ya anunciábamos se sostiene en la perspectiva sistémica de la comunicación, así como por las aportaciones del paradigma culturalista y el constructivismo social.

Estos enfoques teóricos posibilitarán entender al arte como producto y práctica de producción y recepción de información significativa propia de los procesos comunicativos, lo que al mismo tiempo permitirá la conceptualización del arte como práctica cultural, que en tanto síntoma o condición de una época sugiere también entenderse como red de interacciones socioculturales que se tejen al interior de una organización social determinada a partir de las prácticas de cada uno de los actores que cohabitan dicha red.

En ese sentido, nos interesa hacer hincapié que es esta conceptualización del arte la que provee el argumento suficiente para comprender que, en tanto práctica cultural, el arte despliega una red de interacciones socioculturales que deviene necesariamente proceso de intercambio de información y significación entre los artistas que hacen la obra y los públicos que la consumen, y que en pocas palabras puede llamarse sin prejuicio, proceso comunicativo¹.

1 El desarrollo de estas definiciones se puede encontrar en otros trabajos de la autora, como son: El arte, ámbito de investigación en el campo de la comunicación, ponencia presentada en FELAFACS 2009 La comunicación en la sociedad del conocimiento; desafíos para la universidad, La Habana, Cuba, octubre 2009; Arte y comunicación, una propuesta comunicológica, ponencia presentada en AMIC 2009, BUAP, Puebla, México, mayo 2009; y, Secreto y metáfora en la configuración estético-discursiva del arte: dos aspectos semióticos, ponencia presentada en ALED 2009, Nuevo León, Monterrey, México, octubre 2009.



2. El abordaje de lo comunicativo en el arte. aproximaciones principales

Casi todos los autores que estudiaron o estudian el arte, tanto los que lo hacen desde una perspectiva filosófica (Ortega y Gasset, Ricoeur, Gadamer, Heidegger, Danto, Schaeffer, Bürger, Goodman, Vilar) como los que lo abordan desde posturas comunicativas y/o semióticas (Eco, Calabrese, Jauss, Iser, Ingarden), coinciden en admitir que el arte posee un lenguaje simbólico, es decir, que el arte no representa a la realidad, sino que la crea por medio de símbolos, creando con ello una realidad distinta a lo que llamamos mundo exterior.

Este lenguaje simbólico, que algunos llaman también “poético”, permite producir textos que constituyen una fuente inagotable de sentido. Desde el trascendentalismo de los estoicos, pasando por Schiller, Hegel y Kant hasta el trascendentalismo moderno con Heidegger, Gadamer y Danto, la idea de la significatividad intrínseca del arte ha sido el punto de partida para sostener que éste posee características simbólicas específicas que, entre otras cosas, ha permitido afirmar su carácter sublime o como lo señalara Bruner (2001), su “especialidad”.

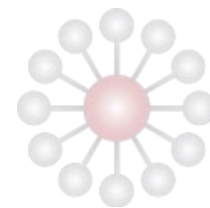
Dicha especialidad, vinculada al lenguaje poético o expresivo propio del arte, ha hecho que las relaciones entre arte y comunicación tengan su origen justamente en la conceptualización del arte como un lenguaje, misma que se puede agrupar en cinco nodos conceptuales², ellos son:

1. El nodo estético-histórico que aborda

² Para mayor información, consultar la bibliografía referida a la autora al final de este trabajo.

la relación entre el arte y la vida desde una perspectiva contingente e histórica (Aristóteles, Hauser, Dewey, Collingwood y Adorno)

2. El nodo estético-cognitivo que se enfoca en la concepción del arte como vehículo del conocimiento universal, es decir, del conocimiento de lo inmutable, de lo verdadero, y se ancla en una dimensión mayormente trascendentalista y metafísica (Kant, Hegel, Heidegger, Gadamer)
3. El nodo estético-intuitivo que reflexiona en torno a los procesos de creación del arte como procesos intuitivos, posicionándose con ello a las puertas de la comunicación en tanto concibe la expresión clara de lo intuido como el fin último del arte (Bayer, Croce y Pareyson)
4. El nodo estético-semiótico, que aborda semióticamente los procesos de interpretación en el arte como parte insoslayable de cualquier proceso comunicativo (Eco, Calabrese y Lotman).
5. Un quinto nodo, apenas en gestación lo constituye lo que pudiéramos llamar nodo estético-comunicativo, proveniente de la Pragmática Estética que es un campo filosófico aun por consolidarse que se ve enriquecido con la obra pionera de Nelson Goodman y la más reciente de Gerard Vilar desde donde es posible hablar de un fundamento comunicativo



de la obra de arte³.

Debido al carácter eminentemente reflexivo de estos nodos que hemos intentado clasificar más arriba, con excepción del nodo estético-semiótico, no ha habido el propósito de construir enfoques metodológicos que provean procedimientos de análisis de los significados producidos y/o recibidos, o instrumentos de evaluación de la eficiencia y eficacia comunicativa, al menos desde el punto de vista de la comunicación de una manera más sistemática, lo que puede explicar la ausencia de metodologías ad hoc.

Sin embargo, a pesar de ello, a partir del análisis de algunos textos que versan sobre el tema, podemos enumerar al menos cuatro de estos enfoques:

1. El enfoque estructural que se corresponde con el modelo de la comunicación artística de Nicole Everaert el cual entiende este proceso regido por reglas de ciframiento y desciframiento codicial,
2. El enfoque historicista de Hans Robert Jauss para quien la comunicabilidad del arte reside en los procesos de recepción que activan las huellas históricas del reconocimiento hermenéutico,

³ Las tesis de Goodman (1976, 1990) sobre la simbolicidad intrínseca del arte y su propiedad de representación apuntan no sólo hacia la significación de la obra en tanto representación de algo, sino en tanto acción cognitiva que da cuenta de dicho simbolismo justamente a partir de la relación entre obra y lector. Vilar, por su parte, se refiere a la razón comunicativa del arte, como parte de un conjunto de tres razones y basa el sentido de la misma en el concepto de Arthur Danto de "embodying meaning", es decir, el significado encarnado en la obra (Danto, 1981). Dicho concepto es recreado pragmáticamente por Vilar desde la noción de inteligibilidad (2005) que implica la alusión a un sentido del entendimiento, y sobre todo a un sentido de dialogicidad.

3. El enfoque imanentista o esencialista de Wolfgang Iser quien propone que el arte comunica porque posee comunicabilidad intrínseca, es decir, porque posee comunicabilidad al interior de la obra⁴,
4. Y el enfoque sincrético de Umberto Eco, que cifra la comunicabilidad del arte en la interpretación como proceso que defiende la unión dialógica entre obra y lector.

Como se puede notar, ninguno de los ámbitos de trabajo anteriormente consignados como parte del estado de la cuestión de las relaciones entre arte y comunicación es abordado desde la comunicación, por lo que su ausencia indica un nicho virgen de trabajo teórico, empírico y metodológico en este campo académico. En la reflexión en torno a estas fisuras propias de todo campo, en el próximo apartado construiremos una breve genealogía del campo de la comunicación con el objetivo de situar dicha ausencia como parte de un devenir lógico y natural en la fundamentación histórico-epistémica de la comunicación.

3. El abordaje de lo artístico en la comunicación. generalidades

1.1. Breve panorama del campo académico de la comunicación y sus objetos de estudio

La comunicación se constituye como saber científico en la década de los años 60 del siglo

⁴ Tanto el segundo y el tercer enfoque forman parte de los trabajos desarrollados por la Escuela de Constanza o estudios sobre la estética de la recepción y se diferencian entre sí por la manera en que entienden los procesos de recepción del arte.



XX, y se instituye como un saber aplicado fundamentalmente al estudio del funcionamiento de los medios conformando de esa manera un campo de reflexión y estudio que dominaría casi hasta finales de la década, al menos en América Latina, el escenario mismo de los estudios e incluso la investigación en comunicación.

Este posicionamiento mediático que le ha valido hoy ya muchas críticas al campo se explica debido al papel cada vez más claro que adquirirían los medios en la conformación de la vida pública y privada de individuos y grupos en la esfera social, desde su surgimiento durante la primera mitad del siglo pasado hasta nuestros días. Así, en su variante funcionalista primero y luego crítica, la construcción campal de los estudios de comunicación a nivel regional tuvieron su origen en la sociología funcional-estructuralista y la sociología crítica principalmente.

Luego de que los primeros años de influencia sociológica de estirpe funcionalista cedieron el paso a un marcado criticismo que comenzó a problematizar los medios, los ámbitos de estudio de la comunicación se desplazaron ligeramente hacia la recepción (básicamente vinculada a los efectos e impactos de los medios en la gente, y a cuestiones relacionadas con la apropiación y el consumo), y en un momento posterior a los procesos de producción, centrados por una parte en los vínculos entre el capital y los medios, y por la otra, en la construcción del discurso.

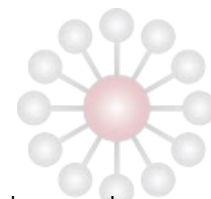
Por ello debemos situar en esta vertiente crítica la apertura del campo de la comunicación al estudio de los discursos, área de trabajo vinculada a la lingüística y la semiótica estructural,

que tendría un peso decisivo en la investigación sobre el impacto de los lenguajes mediáticos en las audiencias y su papel en la configuración discursiva de la realidad social, aunque en América Latina y Estados Unidos, a diferencia de Europa, este enfoque estructural es poco desarrollado en comparación con el funcionalista.

En los 80's, en cambio, y bajo el impulso de los Estudios Culturales y la escuela latinoamericana, la comunicación centra su atención en un nuevo objeto de estudio: los sujetos, mismos que desde su relación con los medios sugieren a teóricos e investigadores el análisis del impacto mediático desde un paradigma crítico-cultural diferente.

Como se puede notar a través de este apretado y necesariamente breve resumen, en casi 5 décadas de institucionalización el campo académico de la comunicación se ocupa básicamente de tres ámbitos de estudio claramente delineados, por una parte los medios como objetos por excelencia, y por la otra en su relación con ellos, los sujetos, en términos de producción de discursos mediáticos y en términos de la recepción por parte de las audiencias.

Esto no significa que áreas claras de trabajo en los años recientes como la comunicación intercultural y hace menos de un lustro la comunicación interpersonal de conjunto con las ya hoy tradicionales comunicación para el desarrollo, comunicación organizacional, comunicación educativa, comunicación publicitaria y comunicación política, no conformen en la actualidad un abanico loable de trabajo en torno a tópicos diversos como son los discursos, las ciudades, los jóvenes, la planificación del desarrollo



sustentable, la comunicación estratégica y la interacción, entre otras, sino más bien que a pesar de su larga enumeración siguen siendo hoy áreas de reflexión teórica e investigación empírica aún muy vinculadas a los medios.

Esto último se ve reforzado por la aparición de las TICs en tanto nuevos escenarios interactivos en los que la actividad comunicativa desdibuja las fronteras entre emisor y receptor, lo que prácticamente obliga a la comunicación a potenciar a los sujetos como objetos de estudio, desde una perspectiva distinta a la de los estudios de recepción en tanto interesa su relación misma, es decir, la interacción entre sujetos en la llamada cultura pos medial.

No obstante lo anterior, aunque el ámbito de la interacción ha formado parte de lo comunicativo desde sus inicios, ha sido más propio de la reflexión filosófica y la investigación en psicología que de la comunicación, lo que marca en América Latina la centralidad mediática de los estudios de comunicación y el carácter evidentemente político de los mismos.

Es por ello que a pesar de las valiosas aportaciones de la Psicología social, la Fenomenología, la Microsociología, la Biología, la Física y el Cognitivismo, la comunicación ha privilegiado los caminos mediáticos, incluso cuando se trata de la interacción entre sujetos vía las TICs, donde el retorno a lo sociológico, si bien desde corrientes poco abordadas desde la comunicación como la sociología cultural y la sociología fenomenológica, indica el regreso a un sendero conocido.

Como se puede notar, el problema de la comunicación como campo académico se circunscribe a la posesión de múltiples “objetos” de estudio que si bien son descritos desde lo comunicativo, es decir, desde sus propiedades como fenómenos y/o sucesos con valor de información y significación, la explicación de cómo funciona la posesión, circulación, distribución y consumo de dicha información, y el impacto que ello genera en la configuración cotidiana de lo social que es lo que permite construir la relación misma entre los sujetos, se conforma desde el saber del campo sociológico y antropológico, pero soslayando quizá sin pretenderlo conscientemente su vínculo con lo psicológico y lo filosófico que es lo que le permite afirmar su carácter netamente humano.

En consecuencia, si bien comprender que la relación entre los sujetos (ya se trate de relación interpersonal, grupal, organizacional, mediática y cultural⁵), que parte del saber contenido en otros campos, constituye un indicador de que estos deben ser revisados también a la luz de sus fundamentos comunicativos, también es necesario comprender la necesidad de pensar la comunicación desde campos del saber que involucren más lo humano en su carácter de ser bio-psico-social.

Desde esta visión compleja y transdisciplinar (que muchos tildarían de holística y poco científica), lo comunicativo se conceptualiza como una red configuradora y articuladora de las relaciones sociales e interhumanas, cuya base es justamente la

5 Hemos tomado como referencia los niveles de estudio de la comunicación señalados por Leonarda García. Para mayor información consultar la bibliografía de la autora referida al final de este trabajo.



interacción entre sujetos e individuos. Es mediante la interacción que los seres humanos entran en relación con el mundo que les rodea, incluso con ellos mismos; por ello, la interacción es en esencia comunicación. En ese sentido, como afirma Craig (citado en García, 2008), la comunicación no es ni puede ser un fenómeno secundario que se explica a partir de factores sociológicos, culturales o psicológicos por separado, sino un proceso social constitutivo a través del cual se da cuenta de todos estos factores. En consecuencia con lo anterior, lo comunicativo aparece como fundante del hecho humano y como tal responde a su existencia histórico-social-cultural, incluyendo al arte.

Para terminar, resulta importante señalar que toda relación de interacción o contacto en la que intervenga un mínimo de significación simbólica para su despliegue es potencialmente comunicativa debido a que la comunicación, parafraseando a Bateson (1984, 1998) más que un hacer concreto es una red que permite regular las percepciones de la mente humana y la realidad⁶.

Como se puede apreciar, en el entendido de que la relación de la comunicación con los hechos y fenómenos de la cultura no expresan meros vínculos circunstanciales sino redes de organización y articulación social donde lo cognitivo y lo interpretativo juegan un papel fundamental, la inclusión del arte como ámbito de estudio de lo comunicativo, en tanto fruto de un pensar y un hacer propio de lo humano, no es ni puede ser en ningún caso fortuito. En virtud de lo anterior, en el apartado siguiente nos enfocaremos en los

anclajes epistémicos que consideramos permiten conceptualizar al arte como producto y práctica comunicativa.

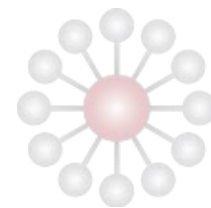
1.2. Enfoques clave para entender al arte como objeto y fenómeno comunicativo: el paradigma sistémico y el culturalista

La sistémica es un paradigma epistémico que da cuenta de las relaciones entre los elementos que componen un sistema, en tanto dichas relaciones configuran su estructura y funcionamiento. Tiene como punto de partida general la teoría de sistemas proveniente de la biología y la cibernética (Von Bertalanffy y Wiener, respectivamente), y en lo que a la comunicación respecta marca sus antecedentes en la sociología y la psicología con el Interaccionismo Simbólico y en la Escuela de Palo Alto, respectivamente.

La sistémica es un paradigma enfocado en los procesos de relación, lo que necesariamente conduce a entender dichos procesos como la base de la existencia y el funcionamiento de los fenómenos físicos y simbólicos. En el caso específico de la comunicación, la sistémica posibilita definirla, como se plantea desde la Escuela de Palo Alto, como procesos de relación e interacción que gestan, en tanto fundan, lo social (Bateson y Ruech, 1984). Desde esta perspectiva, como se puede notar, lo comunicativo se instala como principio constructivo de las relaciones sociales en la medida en que dichas relaciones se configuran mediante la interacción de los sujetos e individuos en el ámbito social.

Lo anterior postula a la interacción como la instancia metodológica donde ocurre el intercambio

⁶ Es curioso que desde la semiótica de la cultura, Lotman tenga una definición parecida para el lenguaje como sistemas modelizadores de la realidad. Para mayor información consultar la obra de Lotman referida en la bibliografía de este trabajo.



de información y el diálogo. Por ello, desde esta perspectiva⁷ la interacción comunicativa entre sujetos a través del arte (o entre un sujeto con el arte) hace del fenómeno artístico, la recepción y la práctica artística un ámbito de estudio de la comunicación.

Por otra parte, la sociología cultural, que hace su aparición en la década del 60 a partir de la comprensión de que cultura y sociedad no son elementos aislados sino factores constitutivos e indisolubles de un mismo binomio, centra en la perspectiva sociocultural una instancia de investigación donde las formas de experiencia, participación e interrelación de los sujetos en la vida cotidiana constituyen su preocupación fundamental.

La sociología cultural hunde sus raíces en la sociología crítica y la sociología fenomenológica, y da cuenta de las relaciones que construyen los sujetos con ellos mismos y con otros ámbitos y factores de lo social-cultural (como la relación con los medios por ejemplo, que fue uno de los temas centrales de la sociología cultural casi al mismo nivel de importancia que los estudios sobre las culturas populares).

En lo que respecta al arte, las aportaciones de esta disciplina permiten explicarlo como práctica de interacción social a partir de la cual se configuran los significados simbólicos que configuran lo social, mismos que constituyen el lugar desde el que se despliega lo comunicativo en todos los niveles.

⁷ Esta concepción de la comunicación se conoce como comunicología y en México el desarrollo de la tarea epistemológica es impulsada por GUCOM (Grupo de Trabajo Hacia una comunicología posible). Para mayor información consultar: www.geocities.com/comunicologia_posible/

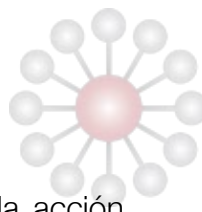
Las relaciones simbólicas no se pueden sustraer del contexto sociocultural en donde se gestan ni tampoco del sentido histórico que las ha configurado. Por ello, la existencia de lo social presupone la existencia de un ordenamiento de las posiciones campales de sus agentes (Bourdieu, 1990, 1995) que se configuran precisamente mediante la comunicación.

En resumen, el arte, en tanto ámbito simbólico por excelencia, está inserto en la vida social y cultural donde despliega su simbolicidad; es producido por sujetos concretos (los artistas) mediante la práctica artística que es la práctica propia del campo del arte. La producción artística está sometida a las reglas discursivas y propiedades simbólicas que se configuran mediante la acción e interacción interna de los agentes del campo artístico y de estos mismos agentes, en su relación externa, con otros del campo social.

Por ello es que en tanto tejido social heterogéneo, lo social alberga en su conformación campos y agentes cuyas productos y prácticas legitiman, en su interrelación con las prácticas y productos de otros agentes y campos, el orden social donde se insertan y se definen por lo que representan a través de la producción de los significados simbólicos que posibilitan la conformación del sistema social.

1.3. La epistemología constructivista en la conceptualización de los procesos comunicativos que tienen lugar en las prácticas artísticas

La epistemología constructivista basa su esencia



en el fundamento cognitivo individual y colectivo de los procesos de construcción de sentido, donde lo fenomenológico y lo hermenéutico aparecen como instancias clave desde donde dichos procesos se explican.

En ese sentido, consideramos que el influjo del paradigma del receptor activo, el papel de las mediaciones en los procesos de recepción y el concepto de democracia interpretativa de los Estudios Culturales, contribuyen a comprender el papel de lo cognitivo en los procesos comunicativos, consolidando así una mirada que torna indivisible la relación entre los procesos interpretativos y los fenómenos de la cultura, los sociales y los comunicativos.

En su relación con el arte esta mirada posibilita comprender su dimensión comunicativa a partir del análisis de su propiedad dialógica, misma que es desplegada en situaciones de lectura entre obra de arte y lector. Dicha dimensión comunicativa se asegura, como en cualquier proceso comunicativo, como parte de un proceso de relación e intercambio de información configurador de las relaciones sociales, donde lo comunicativo se soporta a partir de la relación entre dos sistemas de información distintos, en este caso: la obra y el sujeto (ya se trate del público lector o del artista mismo).

Ambos sistemas se hallan vinculados entre sí mediante la circunstancia de la recepción y/o la producción que son al mismo tiempo instancias de interacción en las que el intercambio de información constituye no sólo el fin de la interacción, sino la constitución del sistema mismo de información y comunicación por medio del cual dicha interacción

es posible. El intercambio se torna así la acción fundamental del diálogo, es decir, su posibilidad; y lo comunicológico estatuto constitutivo del mismo.

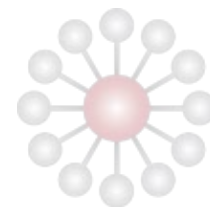
Como se puede notar, el diálogo como forma de interacción eminentemente comunicativa resulta ser el punto en el que converge la relación entre el arte y la comunicación, en términos de práctica de producción y/o recepción artística, por una parte, y en términos de práctica social interactiva o de intercambio de información simbólica por la otra, donde la forma que un sujeto tiene de percibir la realidad obedece a la manera en que construye la misma a partir de múltiples condicionamientos como son: culturales, sociales, psicológicos, fisiológicos, etc., que se implican en sus procesos de percepción y cognición a su vez desplegados necesariamente en situaciones de comunicación.

3. Conclusiones

Como se ha apuntado hasta el momento, el desplazamiento de los llamados “objetos de estudio de la comunicación” ha erosionado el sentido de cientificidad de la comunicación en tanto no puede definirse una ciencia sin objeto. Obviamente, esta idea refuerza la opinión dominante sobre el hecho de que la comunicación es un saber dependiente de la sociología, la psicología, la filosofía, la lingüística, la historia y la antropología, que son ciertamente disciplinas cuyos saberes ofrecen respuestas sobre cada uno de sus elementos⁸.

Sin embargo, al entender al arte como uno de esos tantos supuestos objetos sobre los que la comunicación tiene algo que decir, estamos

⁸ Al respecto nuestra apuesta es distinta, pero se sale de los marcos concretos de este trabajo.



definiendo la existencia de un ámbito de estudio e investigación: el artístico, que en su vinculación inmanente con lo estético, constituye un espacio teórico-conceptual que el campo académico de la comunicación no ha explorado, contribuyendo con ello a la ya ancestral reducción epistemológica de la comunicación como meta campo.

Como ya hemos mencionado, la comunicación es un proceso eminentemente social, y como tal apunta tanto hacia el intercambio de información como a la vinculación y participación de los interactuantes en un contexto comunicativo determinado, aspectos éstos que en el arte se dan ya se trate de la esfera de la producción como de la esfera de la recepción y consumo.

Lo dicho hasta el momento posibilita afirmar que las relaciones entre arte y comunicación tendrían necesariamente que partir del paradigma sistémico y en ese sentido, el enfoque comunicológico sería el único viable. En cambio, desde el punto de vista estético, que es desde donde mayormente se ha abordado tal relación, debería excluirse la Estética Tradicional ya que al centrarse en la belleza como supuesto axiológico del arte se niega el carácter estimativo y discursivo de lo bello y los vínculos que dicho criterio establece con lo cultural.

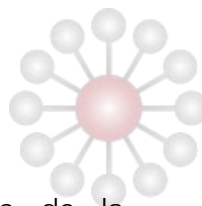
El paradigma artístico de lo estético desde el cual se han emplazado los juicios valorativos propios tanto del arte como de lo estético, reduce mayormente aun hoy la discusión estética al arte y viceversa, soslayando en cualquiera de los casos la esfera de la cotidianidad, es decir, la esfera de la interacción social y de las relaciones simbólicas indiscutiblemente presentes en ellas, desde donde también se percibe lo sensible.

Los fenómenos de percepción sensible, en tanto fenómenos propios de la actividad cognitiva del ser humano a nivel individual y social son también fenómenos de comunicación, por lo que resulta obvio que cualquier referencia a la conceptualización de lo estético no puede quedar reducida al campo de la Estética, a menos que la Estética se supere a sí misma y se aparte de su concepción axiológica y gnoseológica sobre el arte para enfocarse tanto en el estudio de los fenómenos y prácticas artísticas como en asuntos relacionados con la cultura, el conocimiento y el sujeto, tal y como ha venido haciendo en la última década⁹.

En función de ello, creemos que el papel de lo estético como agente vehiculizador de lo comunicativo resulta un posicionamiento conceptual que sin duda alguna recurre a un espacio epistémico transdisciplinar donde lo comunicativo deberá ser necesariamente concebido como algo más que lo meramente mediático, y lo estético desde una perspectiva pragmática que dé cuenta de la relación dialógica que se gesta en y durante los procesos de lectura donde tiene lugar la experiencia estética.

Así, lo estético se constituiría simultáneamente en el elemento principal de reflexión de lo que hemos venido apuntando aquí como la dimensión comunicativa del arte, además de concepto clave para desarrollar una teoría de la comunicación estética misma que a nuestro entender sería clave para entender y ubicar al arte dentro de los ámbitos de estudio de

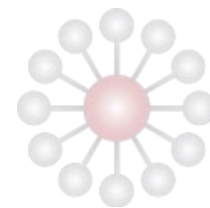
⁹ Para mayor información sobre este tópico, consultar el texto de Mayra Sánchez, referido en la bibliografía de este trabajo.



la comunicación.

Bibliografía

- Bateson, G. y Ruesch, J. (1984). Comunicación. La matriz social de la psiquiatría. Barcelona: Paidós.
- Bateson, G. (1998) Pasos hacia una ecología de la mente. Buenos Aires: Eds. Lohlé-Lumen.
- Bourdieu, P. (1990). Sociología y cultura. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bourdieu, P. (1995). Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario. Barcelona: Anagrama.
- Bruner, J. (2001). Realidad mental y mundos posibles. Los actos de la imaginación que dan sentido a la experiencia. Barcelona: Gedisa.
- Danto, A. (1981). The Transfiguration of the Commonplace. Cambridge: Harvard University Press.
- Galindo, J. (2008). La epistemología constructivista hacia una comunicología posible. Bases para una propuesta general de trabajo epistemológico. Razón y Palabra, 61, marzo-abril, revista electrónica del Proyecto Internet del Tec de Monterrey campus Estado de México. Recuperado el 21 de febrero de 2009, de <http://www.razonypalabra.org.mx/n61/jgalindo.html>.
- García, L. (2008). Las ciencias de la comunicación a la luz de las nuevas tecnologías: retos para una disciplina en la incertidumbre. Global Media Journal en Español, volumen 5, número 10, 2008, México, otoño, revista del ITESO. Recuperado el 3 de marzo de 2009, de <http://gmje.mty.itesm.mx/lascienciasdelacomunicacion.pdf>
- Gómez, H. (2008). Cismogénesis y morfogénesis del conocimiento. Los estudios de la comunicación y la sociología cultural. Razón y Palabra, 61, marzo-abril, revista electrónica del Proyecto Internet del Tec de Monterrey campus Estado de México. Recuperado el 21 de febrero de 2009, de <http://www.razonypalabra.org.mx/n61/hgomez.html>
- Goodman, N. (1976) Los lenguajes del arte. Barcelona: Six Barral.
- Goodman, N. (1990) Maneras de hacer mundos. Madrid: Visor.
- Iser, W. (1987) El acto de leer. Madrid: Taurus.
- Iser, W. (1997) El proceso de lectura: enfoque fenomenológico. En José Antonio Mayoral (comp.) Estética de la Recepción (pp. 215-243). Madrid: Arco.
- Lotman, I. (1979) Semiótica de la cultura. Madrid: Cátedra
- Romeu, V. (2008). La dimensión



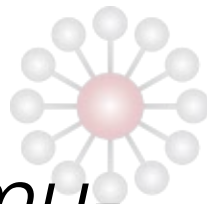
comunicativa del arte. Apuntes para un estado de la cuestión. XV Anuario CONEICC (pp. 123-140). México.

- Sánchez, M. (2005). La estetización difusa o la difusa estetización del mundo actual. Colectivo de autores (compl.) Estética. Enfoques actuales. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Vilar, G. (2005). Las razones del arte. Barcelona: La Balsa de la Medusa.

Sobre el autor

Vivian Romeu.

Doctora en Comunicación por la Universidad de La Habana, Cuba. Actualmente es profesora-investigadora de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) nivel 1; miembro de la Red de Investigadores en Comunicación (REDECOM); miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC); miembro de la Red Internacional de Investigadores sobre la Frontera; miembro de la Asociación Latinoamericana de Estudios sobre el Discurso (ALED); miembro de la Academia Mexicana de Ciencias (AMC); miembro del Consejo Editorial de Global Media Journal en Español y de la revista Mediaciones Sociales. Áreas de investigación: arte, teorías de la comunicación, interculturalidad, estética de la recepción, semiótica y análisis del discurso.

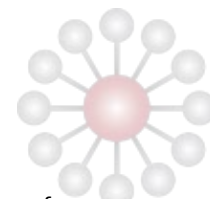


El papel de las escuelas de comunicación en la formación de comunicadores y comunicólogos: problemas, retos y prospectiva

Dra. Marta Rizo García
Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Resumen: ¿Qué papel juegan y pueden jugar los comunicadores y comunicólogos en la sociedad mexicana actual? ¿Cómo intervienen las escuelas de comunicación en la formación de los comunicadores y comunicólogos que necesita el país? ¿Qué problemas deben ser capaces de analizar e intervenir los comunicólogos? ¿Hasta dónde las instituciones educativas tienen toda la responsabilidad en la formación de estos profesionales de la comunicación? ¿Qué estrategias educativas se requieren para formar a los futuros comunicadores y comunicólogos ante los cambios radicales que se avecinan en el escenario comunicativo mexicano? Éstas y otras interrogantes son la guía de la propuesta que se presenta, en la que nos marcamos como objetivo general reflexionar en torno a los retos que enfrentan –y enfrentarán- las escuelas de comunicación ante la necesidad de formar a profesionales de la comunicación en un entorno social, cultural y mediático particularmente cambiante. Interesa poner énfasis no sólo en las escuelas como instituciones de formación, sino también como agentes de cambio. Con respecto a la reflexión en torno al estudiantado, es importante hacer énfasis en torno a los perfiles de egreso, las habilidades, conocimientos y actitudes con que egresan –o deben egresar- los estudiantes que se forman en las escuelas de comunicación del país y, particularmente, de la ciudad de México.

Palabras clave: Campo Educativo, Escuelas de comunicación, Comunicadores, Comunicólogos, Campo Académico.



1. Introducción

Las facultades y escuelas de comunicación en México enfrentan, desde hace décadas, retos y problemas que hoy, ya entrado el siglo XXI, parecen no estar del todo resueltos. El contexto actual de nuestro país combina varios escenarios que, en apariencia, se presentan como paradójicos: por un lado tenemos la crisis económica y la crisis de las universidades como instituciones constructoras de conocimiento; por el otro, somos testigos del auge imparable de los dispositivos de comunicación, del otorgamiento de una importancia cada vez mayor a la comunicación en empresas, instituciones políticas, centros educativos, etc. Que necesitamos profesionales de la comunicación es un hecho del que todos podemos estar seguros. Que existen problemas de comunicación a varios niveles en nuestro entorno es también algo que pocos se atreverían a negar. Sin embargo, parece que no está del todo claro y perfilado el papel que deben jugar las instituciones educativas en la formación de profesionales de la comunicación.

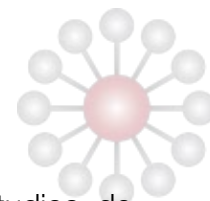
Con centenares de escuelas y facultades de comunicación, y con miles de egresados de comunicación al año, México presenta un panorama de crecimiento e institucionalización del campo de la comunicación, por un lado, pero enfrenta también el reto de definir con mayor rigor el para qué de la formación de comunicadores y comunicólogos. ¿Existe claridad al respecto? ¿Cómo intervienen las escuelas de comunicación en la formación de los comunicadores y comunicólogos que necesita el país? ¿Qué problemas deben ser capaces de analizar e intervenir los comunicólogos? ¿Hasta dónde las instituciones educativas tienen toda la responsabilidad en la formación de estos profesionales de la comunicación? ¿Qué

estrategias educativas se requieren para formar a los futuros comunicadores y comunicólogos ante los cambios radicales que se avecinan en el escenario comunicativo mexicano?

Las preguntas anteriores sirven de guía para la presente ponencia, en la que nos marcamos como objetivo general reflexionar en torno a los retos que enfrentan –y enfrentarán– las escuelas de comunicación ante la necesidad de formar a profesionales de la comunicación en un entorno social, cultural y mediático particularmente cambiante. Para ello, presentamos los principales modelos existentes en la formación de comunicadores y comunicólogos en México, con énfasis en la actualidad o obsolescencia de cada uno de ellos; y presentamos también una breve reflexión en torno a los perfiles de egreso de los profesionales de la comunicación que las escuelas mexicanas están formando, con particular atención en la dicotomía irresuelta de comunicador vs. comunicólogo.

Todo ello se expone en el marco de una reflexión más amplia, a saber, la relativa consolidación del campo académico de la comunicación, que arrastra viejos lastres como la indefinición de su objeto de estudio, la identificación con el estudio de la comunicación masiva, la confusión entre el campo académico y la profesión, y la marginalidad con respecto a las ciencias sociales y las otras ciencias en general. Y no podemos obviar que estos lastres afectan a la formación de los educandos insertos en este campo.

El propósito último de las siguientes páginas no es otro que el de reactivar el debate en torno a cómo estamos formando a los futuros actores del campo de la comunicación. En muchas ocasiones, el campo académico vive a parte de lo que sucede



en las aulas, cuando debiéramos ser capaces de encontrar vínculos e interrelaciones entre ambos: lo que piensan, investigan, construyen, reproducen, innovan y crean los académicos de la comunicación tiene sin duda incidencia en la manera como estamos formando a los estudiantes de las escuelas de comunicación. No sabemos si ellos serán los futuros académicos del campo, pues las opciones son muchas y muy variadas. Y es precisamente esta variedad –a veces excesiva– la que tomaremos como argumento central para plantear la problemática que enfrentan en la actualidad las escuelas de comunicación.

2. Algunos datos de contexto

En México, los estudios profesionales de comunicación inician en los años cuarenta. Sin embargo, el verdadero boom comienza a partir de los sesenta, década en la que se popularizan con extraordinario éxito, sobre todo por el creciente desarrollo tecnológico, el crecimiento y expansión de las empresas de comunicación y la relativa estabilidad económica del momento. El auge de la nueva profesión duró los primeros lustros (1960-1975), período en el que las necesidades laborales se cubrieron con rapidez. Sin embargo, los momentos de crisis de fines de los setenta hicieron que la oferta fuera mucho mayor que la demanda, lo que generó una sobreoferta de egresados de comunicación (fenómeno que hoy aún vivimos, por cierto).

Desde los setentas, los estudios de comunicación siguieron proliferando en nuestro país, tanto en lo que concierne al crecimiento de la población estudiantil, como en la variedad de programas formativos. Lo anterior dio como

resultado que en la actualidad los estudios de comunicación constituyen una de las opciones profesionales preferidas por una gran cantidad de jóvenes, y cubren una gama muy extensa de perspectivas y especialidades, muchas de las cuales responden a tendencias encontradas, y en algunos casos, paradójicas.

Desde sus orígenes, el objetivo principal de las carreras de comunicación fue colocar egresados en los medios de difusión masiva (prensa, radio, televisión y, en menor medida, cine). El contexto de entonces, con una gran expansión de empresas de comunicación, hizo que las primeras generaciones de egresados de comunicación fueran muy aceptadas social, académica y laboralmente, algo que no podemos decir que suceda en la actualidad.

El boom de los estudios en comunicación siguió aumentando en los años ochenta, momento en que empezaron a proliferar las universidades privadas. Sin embargo, ese crecimiento exponencial nunca fue paralelo con la consolidación disciplinaria; es decir, el crecimiento cuantitativo no generó mejoras cualitativas en el campo académico que cobijaba a las instituciones educativas. Pese a la relativa institucionalización del campo en los ochentas, y la consecuente poca legitimación, vale la pena reconocer el papel que jugaron instituciones que nacieron en esa época: en el contexto internacional, la IAMCR (International Association for Media and Communication Research) y la ICA (International Communication Association), y en el contexto latinoamericano y mexicano, FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social), ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la



Comunicación) y CONEICC (Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación)¹. La creación de estas asociaciones fue muy importante para la institucionalización del campo académico de la comunicación; sin embargo, como ya apuntamos anteriormente, esta institucionalización no fue acompañada de la consolidación y legitimación del campo académico. Y en lo que concierne a la reflexión sobre la formación de los estudiantes, podemos decir que únicamente FELAFACS y, en mayor medida en México, CONEICC, han tenido como centro de su agenda este tema. Las demás son instituciones pensadas desde y para académicos y académicas, y los estudiantes apenas tienen participación en ellas.

En los noventa siguió el aumento de las escuelas de comunicación. En 1990 había en Latinoamérica 244 escuelas, con 5 mil profesores y más de 100 mil alumnos (Fuentes Navarro, citado por Sosa, 2000: 18). En esta década aumentó el nivel de especialización y se incrementaron considerablemente los postgrados en distintas áreas. En México, además, fueron apareciendo algunas revistas de divulgación y otras estrictamente académicas.

Claudia Benassini (2001: 46) estimaba que en México, en 2001, por lo menos 190 escuelas y universidades impartían la licenciatura en ciencias de la comunicación. Dichas instituciones ofrecían, además, algunas carreras afines, tales como periodismo, publicidad, fotografía o relaciones públicas, entre otras. Con ello, el total de estudiantes de la licenciatura en ciencias de

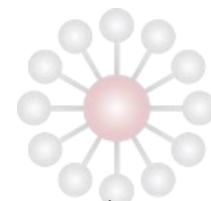
1 Para mayor información, ver los sitios web de las instituciones señaladas: IAMCR (<http://iamcr.org/>), ICA (<http://www.icahdq.org/>), FELAFACS (<http://www.felafacs.org/>), ALAIC (<http://www.alaic.net/portal/>), AMIC (<http://www.amicmexico.org/>) y CONEICC (<http://www.coneicc.org.mx/>).

la comunicación –o afines– se estimaba en unos 50,000, y de acuerdo con las estadísticas relativas a la demanda nacional de educación profesional, esta carrera ocupaba el octavo lugar a principios de este siglo XXI. Los últimos datos al respecto, que refieren al año 2009, señalan que en México hay más de 72,000 estudiantes de comunicación distribuidos en aproximadamente 347 centros de formación². Atendiendo a lo comentado por Jorge Mirabal (Presidente de CONEICC en 2005), “ésta es una mala noticia, porque hablamos de un campo académico que no aporta elementos reales de una buena organización (...) Las escuelas de comunicación estallan por todas partes, los alumnos se multiplican, la demanda crece, sin saber a ciencia cierta por qué, y obviamente el mercado responde con oferta educativa”³. Entonces tenemos que cada vez existe mayor oferta educativa, pero el horizonte –el para qué– no está del todo claro.

El campo académico de la comunicación se institucionalizó por el crecimiento de las ofertas de licenciatura y la creciente e imparable demanda estudiantil. Sin embargo, no se ha legitimado el avance epistemológico de la ciencia de la comunicación, que sigue insertándose en el campo mayor de las ciencias sociales (inserción que goza de gran legitimidad entre los propios académicos del campo de la comunicación). Lo anterior va acompañado de una cierta incertidumbre en lo que a los objetivos de formación se refiere. Es decir, se conoce el número de estudiantes inscritos, así como el de egresados, pero no hay claridad

2 Cifras obtenidas del Blog del investigador mexicano Octavio Islas. Disponible en <http://octavioislas.wordpress.com/2009/02/25/2548-mexico-coneicc-primer-encuentro-nacional-de-directores-de-escuelas-y-facultades-de-comunicacion/> (Consulta: agosto 2010).

3 Cita obtenida de http://www.une.edu.mx/mod2005/eventos/congreso_comunicacion_2.htm (Consulta: agosto 2010).



en las funciones profesionales y sociales para las que son formados los estudiantes a nivel de licenciatura. Como afirmaban ya hace más de una década Castillo y Tapia, “el desarrollo cuantitativo no ha ido a la par con el desarrollo y consolidación cualitativa de la disciplina y de la profesión, por lo que es una de las ciencias sociales en proceso de institucionalización, legitimación, lo que impide compararla por especificidades propias con otras ciencias que han tenido un desarrollo más sólido” (Castillo y Tapia, 1997).

La situación actual parece no haber cambiado mucho. La propia fenomenología del campo académico es, en parte, causante de la situación problemática, algo que vemos en, al menos, lo siguiente: el campo profesional antecedió, por mucho, al campo académico, lo cual generó dificultades para una clara y congruente planeación educativa que permitiera sentar las bases de la formación de los comunicadores y comunicólogos. En este escenario, las escuelas, en el mejor de los casos, han ido presentado ofertas educativas acordes a lo que suponen que exige el mercado laboral: “En las escuelas de comunicación ha predominado la formación de sujetos que respondan a las prácticas profesionales y el mercado de trabajo de los medios de comunicación” (Castillo y Tapia, 1997). Pero aún y tomando en cuenta esto, es una realidad de todos sabidas que los egresados de comunicación tienen muchos problemas para hallar trabajos relacionados con lo que estudiaron, algo que, efectivamente, es compartido con muchos otros campos formativos.

Otro problema es la existencia de un imaginario social muy particular sobre qué implica estudiar comunicación. Este imaginario, sobre todo vinculado a los medios de difusión masiva de

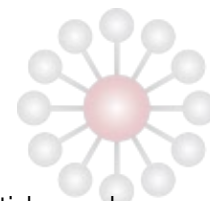
información, no siempre es coherente y congruente con lo que el mercado laboral exige, y sobre todo, no siempre va acorde con lo que los planes de estudio en comunicación ofrecen a sus estudiantes: “El campo profesional del comunicólogo se diversifica y no se centra únicamente en los medios. Pese a que en los planes de estudio de las licenciaturas se sigue conservando esta idea, los alumnos ingresan a ella por percibir su relación con los medios de comunicación, y por lo tanto la relacionan con una profesión práctica” (Castillo y Tapia, 1997)⁴.

3. Enfoques y modelos de formación en comunicación

Raúl Fuentes Navarro (1996: 139 y ss.) ha fundamentado la existencia de tres modelos de enseñanza de la comunicación. El primero de estos modelos surgió en los años 50 y tuvo como eje central la formación de periodistas⁵. Su objetivo fue preparar profesionales para insertarse en el campo de las industrias mediáticas y de manera principal en la prensa; es decir, se buscó formar en habilidades técnicas-profesionales, en el marco de un ajuste relativo a las demandas del

⁴ En conversaciones informales con centenares de estudiantes de comunicación, la autora de este texto ha escuchado respuestas muy variopintas a la pregunta: ¿por qué decidiste estudiar comunicación? Entre las repuestas, podemos nombrar las siguientes: “porque me gusta escribir”, “para tener mi propio programa de radio”, “me quiero dedicar a la actuación en el cine”, “me late esto de investigar”, “para hacer algo creativo con el lenguaje”, “me maravilla el mundo de la televisión y la imagen en general”, “no sé, para saber hacer buenos documentales y fotos”, etc. Como podemos ver, las respuestas apuntan, sobre todo, a habilidades prácticas y técnicas relacionadas con el lenguaje y con los medios.

⁵ Las primeras escuelas de periodismo en México fueron la Escuela Carlos Septién García (1948), la Universidad Nacional Autónoma de México (1951) y la Universidad Veracruzana (1953).



mercado laboral. Cuando este modelo se edificó (1940-1959), la situación de los medios masivos obedecía a un ritmo de crecimiento económico y social. La perspectiva era, en ese sentido, 'instrumental'. A este modelo subyace una noción de la comunicación como difusión, de ahí su énfasis en la producción de mensajes.

El segundo modelo surgió a la par de la primera etapa de popularización de las carreras de comunicación, a principios de los sesenta. Fuentes Navarro lo denomina el modelo del comunicador como un intelectual⁶. Desde una perspectiva humanista, este modelo subordinaba la formación en habilidades técnicas a la formación de intelectuales capaces de impulsar, a través de los medios, la transformación de la dinámica sociocultural conforme a marcos axiológicos definidos, y enfatizaba sobre todo un manejo competente y responsable de los contenidos de los medios. Por lo anterior, los planes de estudio que se ubicaban en este modelo planteaban un mapa curricular con amplia presencia de materias de filosofía e historia, desde las cuales, el comunicador, podía interpretar los medios y la comunicación. Fue en este segundo modelo cuando se comenzó a concebir a la comunicación no sólo como un ámbito profesional sino también como un objeto de investigación académica.

El tercer modelo, el del comunicador como científico social, se deslinda claramente de la formación instrumental y pone énfasis en la construcción de totalidades desde una perspectiva crítica. Su preocupación es mucho más estructural, pero a diferencia del modelo anterior, éste se centra en la sociología y la política, disciplinas

⁶ El ejemplo paradigmático de este segundo modelo lo encontramos en la Licenciatura de Ciencias y Técnicas de la Información de la Universidad Iberoamericana, fundada en 1960.

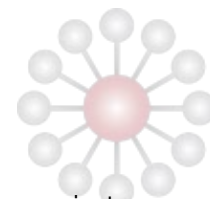
concebidas como articuladoras del sentido en la formación de especialistas que, desde sus saberes específicos, aportaran insumos para las luchas colectivas de liberación y emancipación política de la época. Este modelo se preocupa por la denuncia de los efectos de la transnacionalización o mundialización de la información, la estructura de los grupos propietarios de esas industrias culturales y sus cómplices. El énfasis en la formación teórica y epistemológica, y el fomento a la reflexión sobre la propia práctica profesional, sobre las estructuras sociales y sobre los saberes sobre el propio campo de la comunicación, fueron algunas de las novedades que trajo consigo este tercer modelo. Este enfoque llegó a extremos en algunas universidades, pero no podemos negar su contribución e importancia en la institucionalización del campo académico de la comunicación.

Podríamos añadir otros modelos, algunos vinculados al enfoque cultural de la comunicación (que podríamos denominar modelo culturológico)⁷ y otros vinculados a la prospectiva y la comunicación estratégica (que podríamos denominar modelo del comunicólogo como estratega)⁸. Sin embargo, estos últimos son modelos aún muy incipientes en México, por lo que vale la pena centrar la discusión en los tres modelos apuntados por Fuentes Navarro. También podríamos añadir un sinnúmero de variantes de cada uno de los modelos anteriores, pues son muchas las escuelas que han tratado de adaptar sus planes de estudio a las nuevas exigencias del mercado comunicativo mexicano e internacional.

Antes de continuar con la reflexión en

⁷ Un ejemplo de este modelo lo encontramos en la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Para mayor información, ver Rizo García, Marta (2010).

⁸ Ejemplo de este modelo podría ser la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Intercontinental.



torno a cómo y para qué estamos formando comunicadores y comunicólogos, es importante hacer una pequeña distinción conceptual entre estos dos términos que han traído más confusión que claridad: comunicador y comunicólogo. De entrada, podemos decir que el primero es el profesional de los medios de comunicación, poseedor de habilidades para transmitir información y con los conocimientos necesarios para contextualizar las informaciones y, en el mejor de los casos, tomar una postura crítica y reflexiva ante ellas.

El segundo sustantivo, comunicólogo, queda entonces para designar a quien hace una reflexión más amplia de los fenómenos de la comunicación en el mundo social y natural, en el mundo físico y simbólico, en los espacios micro y macro sociales. A decir de Vizer (1997: 3), el comunicólogo sería el “analista, intérprete e investigador del logos de la cultura y la comunicación”⁹. El problema es que, hasta bien entrados los años ochenta, este tipo de especialista no se ha formado tradicionalmente en el campo académico de la comunicación (la mayor parte de la teoría de la comunicación ha provenido de fuera del campo académico).

Recapitulando, el comunicador es aquel que hace la comunicación; mientras que el comunicólogo designaría al investigador, al que piensa e investiga la comunicación. La anterior puede parecer una muy simple síntesis de la cuestión; sin embargo, como veremos más

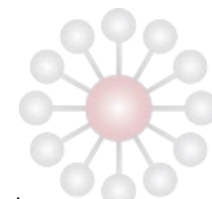
adelante, si bien el campo académico tiene cierta claridad en torno a esta importante distinción, los planes de estudio siguen reflejando hibridez y confusión al respecto, lo cual no ayuda a consolidar –ni a tener mayor claridad– en torno a la formación que estamos brindando a los egresados en materia de comunicación. Incluso hay académicos que consideran que sería deseable que, de una vez por todas, se dividiera la licenciatura y se diera paso a dos licenciaturas: una que ofreciera una formación completa y clara de comunicadores (con habilidades para la construcción de mensajes en diversos medios), y otra que ofreciera una formación también completa y clara de científicos –en el sentido más amplio de la palabra– que, desde la comunicación, fueran capaces de analizar, comprender e intervenir el mundo (en sus dimensiones biológica, social y cultural).

4. Viejos lastres en el campo académico de la comunicación: entre la ciencia y la profesión

La comunicación es un término polisémico que ha dado lugar a múltiples definiciones. El sentido común del campo académico asume que la comunicación es el objeto de estudio de las ciencias de la comunicación, de aquellas aproximaciones teóricas que se han interesado por la comunicación, sobre todo por los medios de difusión masiva, y han generado datos empíricos sobre alguna de las aristas que componen el fenómeno comunicativo. Se aprecia un enfoque primordialmente sociológico en el abordaje de la comunicación desde el campo académico de la comunicación; un enfoque que continúa viendo a la comunicación desde estructuras conceptuales de la sociología.

En este escenario, se asume como necesario

⁹ Las cursivas son del autor. El mismo Vizer, en otra obra, hace referencia a la distinción entre comunicador y comunicólogo en los siguientes términos: “El comunicador social tiene por función y responsabilidad específica, participar como profesional, en el proceso de recreación continua del universo simbólico e imaginario que los medios de comunicación construyen como espacios audiovisuales. Como investigador, el “comunicólogo” debe aportar al conocimiento de las múltiples dimensiones económicas, políticas, antropológicas, culturales y psicosociales en las cuales operan los medios y los dispositivos de construcción de sentido” (Vizer, 2003, citado en Vizer, 2007: 14).



que la Comunicación “llegue a encontrar un campo de reflexión propio, dimensionado, que no tenga que recurrir a explicaciones externas, sino que genere sus propios términos explicativos” (Montes, 1983: 15). Existen algunas tendencias a considerar que tal y como está planteada, la existencia de la ciencia de la comunicación es indemostrable: “La existencia de una ciencia de la comunicación es indemostrable -en términos lógicos- como consecuencia natural de las limitaciones formales inherentes a cualquier planteamiento teórico de la misma, al que se le quiera dar un carácter absolutista, en el sentido de caer en la falacia de que ya se tiene una teoría totalmente acabada” (Moreno, 2008). La misma autora comenta que no es posible buscar fundamentos definitivos y absolutos del conocimiento científico. Cualquier teoría que se pretenda, en cualquier área de conocimiento, siempre será insuficiente, inacabada, no responderá a todas las interrogantes que se pueden hacer al respecto. “El ideal de una teoría plenamente acabada de la comunicación es una verdadera utopía” (Moreno, 2008).

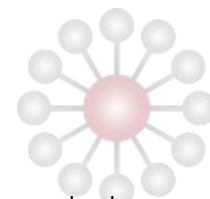
Pese al crecimiento del campo académico¹⁰, la comunicación no ha alcanzado la madurez y estabilidad de otras disciplinas científicas. Ello se debe, en parte, a la insuficiente fundamentación teórica de la comunicación. Además, la teoría de la comunicación debe librarse de dos viejos lastres (Moreno, 2008): la indefinición de su objeto de estudio –“todo es comunicación”- y la identificación con la comunicación de masas. Otra forma de expresar este problema lo encontramos en la afirmación de Jesús Galindo (2005a: 10):

¹⁰ Si tomamos la definición de campo mayormente asumida en el campo académico de la comunicación, la del sociólogo Pierre Bourdieu, el campo de la comunicación es tal porque tiene instituciones, agentes y reglas de comportamiento y actuación consolidadas.

“tenemos comunicólogos pero no tenemos Comunicología”. Lo anterior se inserta en el debate en torno a la distinción de la comunicación como campo profesional, por un lado, y como campo de conocimiento científico, por el otro. Así entonces, parte del problema de la indefinición de la comunicación como campo científico es producto, también, de que la comunicación surgió primero de la profesión para luego trasladarse problemáticamente al campo de lo científico.

Lo anterior va acompañado de la escasa claridad en la delimitación del objeto de estudio de la comunicación como campo científico. “Si el campo comunicacional no crea su propio objeto y método, su propia epistemología, estará destinado a la marginación institucional” (Olmedo, 2007: 3). En la misma línea, Torrico (2004) afirma que “la de la comunicación es un área particularmente afectada por ese síndrome de lo light, esa vacuidad, debido en especial al tipo de demanda coyuntural comercial”. Para el autor, el objeto de la comunicación es “el proceso social de producción, circulación mediada, intercambio desigual, intelección y uso de significaciones y sentidos culturalmente situados” (Torrico, 2004).

La comunicación es una práctica cotidiana que todos experimentamos cotidianamente. La reflexión sobre la comunicación es otro asunto. Ver a la comunicación como una actividad social es muy diferente a verla como objeto de estudio científico. Según Montes (1983: 15), “la comunicación es un fenómeno complejo, ya que es un hecho social; pero es también una categoría que tiene que ser elaborada teóricamente y definirse como proceso con elementos, estructura, relaciones, dinámica”. Esta dualidad del concepto, como fenómeno experimentado y como objeto de reflexión científica, es parte del problema que enfrentamos



cuando queremos plantear con mayor claridad planes de estudio sólidos para la formación de comunicadores y comunicólogos. De ahí que sea importante plantear en las siguientes líneas el carácter polisémico del término “comunicación”.

En sus acepciones más antiguas, el término comunicación hacía referencia a la comunión, la unión, la puesta en relación y el compartir algo. Esta definición, sin duda alguna, se aleja del asociar la comunicación casi automáticamente a la transmisión de información a través de un vehículo técnico: los medios masivos. Si las primeras definiciones de comunicación apuntaban a esa dimensión más interpersonal, más relacional, en la actualidad parece que estas aproximaciones quedaron atrás y no son casi tomadas en cuenta en la reflexión comunicológica.

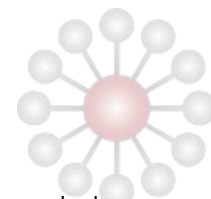
Es sabido que la comunicación puede entenderse como la interacción mediante la que gran parte de los seres vivos acoplan sus conductas frente al entorno. También se ha concebido a la comunicación como el propio sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, o de una de éstas a una población, a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos también convenido o fijado de forma arbitraria. Y más aún, el concepto de comunicación también comprende al sector económico que aglutina las industrias de la información, de la publicidad, y de servicios de comunicación no publicitaria para empresas e instituciones. Estas tres acepciones son sólo una pequeña muestra de la gran diversidad de definiciones que existen sobre la comunicación¹¹.

11 Siguiendo la taxonomía de Luciano Gallino, pueden diferenciarse seis acepciones al término de comunicación: la transmisión de un estado o propiedad; un comportamiento de un ser viviente que influye sobre otro; el intercambio de valores sociales; la transmisión de información; el acto de compartir significados; la formación

De entre las múltiples definiciones de la comunicación, se considera fundamental la que concibe a la comunicación como el proceso básico para la construcción de la vida en sociedad, como mecanismo activador del diálogo y la convivencia entre sujetos sociales. Por ejemplo, Moreno (2008) afirma que en lugar de entender a la comunicación como mero contacto, podemos considerarla como una relación en la que se comparten contenidos cognoscitivos, es decir, la comunicación exige una acción que tenga como finalidad significar. Por su parte, Benoit (2002) considera que un acto de comunicar entre dos personas es completo cuando éstas entienden el mismo signo del mismo modo. En un sentido similar tenemos la definición propuesta por West y Turner (2005), para quienes la comunicación es un proceso social en el que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado de su entorno. Por último, rescatamos la distinción conceptual entre interacción y comunicación planteada por Galindo (2006): “La interacción es una cosa y la comunicación es otra. Interacción nombra a una situación en su dimensión de presente, cómo es que sucede el intercambio de algo que se pretende poner en común. La comunicación es la misma situación pero en el efecto de poner en común, de efectiva puesta en común. Es decir, la comunicación implica a la interacción, pero no a la inversa. Puede haber interacción sin comunicación, y parece que la comunicación supone algún tipo de interacción”.

Estas definiciones tienen como substrato el que sólo desde la naturaleza simultáneamente individual y social del hombre se puede dar la comunicación. Por tanto, la comunicación permite

de una unidad social teniendo en común valores, modos de vida y reglas de actuación (Gallino, 1995: 181-183).



superar el aislamiento individual, “la única manera de que disponemos para ponernos en contacto con los demás y, aún cuando no nos demos cuenta de cuánto dependemos de ella, constituye el centro de nuestra existencia” (Borden y Stonoe, 1982: 82). Esta multiplicidad de formas de concebir a la comunicación incide en el campo académico. A decir de Vizer (2007: 2), “la comunicación es un campo difuso y fascinante. Cruce de tecnologías de punta y disciplinas humanísticas; campo de construcción de identidades y subjetividades, de realidades virtuales y “globalidades económicas”; de la “sociedad del conocimiento” y nuevas prácticas culturales y comunitarias. Un campo simbólico e imaginario de la palabra y la imagen que reconstruye nuestras coordenadas tradicionales de tiempo y de espacio, de lo local y lo global, de lo público y lo privado”. Esta riqueza –igual fascinante que confusa y dispersa- tiene su reflejo en los planes de estudio en comunicación.

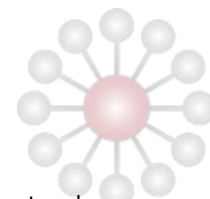
Comentábamos que el campo de la comunicación padece de un exacerbado sociocentrismo y mediocentrismo: el punto de vista prioritario es el sociológico –¿la comunicación es exclusivamente social?-, y el objeto de estudio por excelencia son los medios –¿qué sucede con la comunicación no mediada?-. A ello se añaden otras problemáticas de las que adolece el campo; para ello, nos remitimos a la idea de la “triple marginalidad” de Fuentes Navarro (1998). La comunicación es un campo que es triplemente marginado: es marginal con respecto a las ciencias sociales; las ciencias sociales son marginales con respecto a las otras ciencias (duras, exactas o como les queramos llamar); y tercero, la ciencia en general no es una prioridad en nuestro contexto.

5. El papel de las escuelas de comunicación

En el apartado anterior expusimos algunos de los lastres con que carga actualmente el campo de la comunicación. En el marco específico de las escuelas de comunicación, es decir, en el ámbito del campo educativo –no académico-, hay que considerar como principal obstáculo al dilema no resuelto entre la teoría y la práctica. Es claro que la comunicación es un campo profesional; y es claro también que la comunicación es un campo académico-científico. ¿Cómo coexisten ambas visiones en los planes de estudio? ¿Qué alcance tiene cada una de estas cosmovisiones en torno a lo que es la comunicación?

Los currículos en comunicación mezclan, con mayor o menor grado de congruencia y claridad, ambas visiones, hasta el punto de ofrecer a los estudiantes un magma de materias que van de lo hiper-teórico a lo esencialmente práctico, pasando por un amplio terreno híbrido de materias que son tanto teóricas como aplicadas y que, de alguna manera, fungen como puentes para que los estudiantes conozcan la utilidad del conocimiento teórico en un ámbito práctico determinado. ¿Para qué sirven las materias teóricas? ¿Cómo vinculamos las materias teóricas con las materias prácticas? ¿Tenemos clara la vinculación los académicos? ¿La tienen clara los estudiantes? Parece ser que la tendencia a esta claridad no es muy positiva, pues generalmente las materias teóricas y las materias prácticas se vislumbran como dos mundos separados que poco o nada tienen que ver uno con el otro. Lo anterior, hasta el punto de poder afirmar que, en ocasiones, un mismo plan de estudios contiene dos formaciones distintas que bien podrían constituirse en dos licenciaturas distintas.

¿Cómo estamos formando a los comunicadores y comunicólogos? ¿Qué saben



hacer/pensar/intervenir? Veamos a continuación algunos de los rasgos que consideramos debieran permear todos los perfiles de egreso de comunicadores y comunicólogos en México:

- Formación metodológica para fortalecer la investigación para la solución de problemas de comunicación en su entorno.
- Formación teórica, acompañada de capacidad de análisis, reflexión y crítica.
- Conocimiento de la dinámica del entorno social.
- Conocimiento y habilidades para el manejo de soportes comunicativos diversos.
- Conocimientos y habilidades para la construcción y diseño de mensajes.

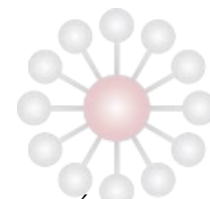
Como se puede observar, los rubros anteriores apuntan, nuevamente, a dos profesionales de corte distinto: el analítico, el que investiga la comunicación; y el práctico, el que hace comunicación utilizando los medios y soportes destinados a ello. No queda, entonces, resuelta la pregunta de ¿cuál debe ser la relación entre la formación teórica y práctica?

Muchos académicos se han preocupado por estas cuestiones relacionadas con la formación de comunicadores y comunicólogos. Muchas son las preocupaciones comunes y problemas detectados en gran parte de las Escuelas de Comunicación en México y Latinoamérica. En el caso concreto de México, recuperamos lo que afirman Blanca Chong y Azucena de Santiago al respecto: “Actualmente en la formación de los comunicadores en México existen varios problemas: a) La desvinculación entre la teoría y la práctica, problema que no es nuevo en la formación de los comunicadores; b)

Semejanza entre planes de estudio, que se traduce en homogeneidad en cuanto a objetivos, perfil de ingreso y egreso, así como en las modalidades del ejercicio profesional; c) Pocas escuelas cuentan con planes de estudio que permitan al egresado acceder a los nuevos campos profesionales” (Chong y De Santiago, 2008: 18-19).

Compartimos sólo en parte la afirmación anterior, sobre todo en lo que concierne en la homogeneidad y semejanza de los planes de estudio, algo que sin duda podemos poner a discusión. Y lo podemos hacer, en primer término, poniendo a relucir la heterogeneidad de las denominaciones varias que conviven en el campo educativo relacionado con la Comunicación: las más usadas son “Ciencias de la comunicación” y “Comunicación”, seguidas, de lejos, por “Publicidad”, “Periodismo” y “Ciencias de la Información” (ANUIES, 2005, citado en Fuentes Navarro, 2005: 17). Así entonces, la oferta es muy variada, pero ello no implica que exista claridad en torno a los rasgos distintivos de cada una de estas opciones formativas para los futuros comunicadores/comunicólogos mexicanos. De hecho, se sigue manteniendo “la doble tensión entre ‘formación generalista’ y las ‘especialidades’ en la carrera de comunicación, y entre la ‘estructuración disciplinaria’ y la multidisciplinariedad” (Fuentes Navarro, 2005: 26).

Estas tensiones irresueltas generan confusión en los estudiantes, en los académicos y, también, en los empleadores. A la pregunta de qué sabe hacer un comunicador/comunicólogo no podemos si no plantear que los planes de estudio siguen teniendo muchos problemas en cuanto a articular una formación clara, integral pero con una dirección que aporte claridad a los que la reciben y a quienes la imparten.

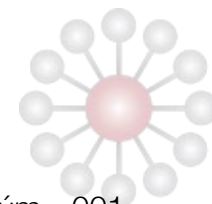


Lo anterior es resultado, entre otros factores, de que al interior de los planes de estudio en comunicación todavía coexisten rasgos de los tres modelos de formación que expusimos en apartados anteriores. Recordemos que el primero pone énfasis en la profesionalización de la labor periodística, y efectivamente, en muchos planes de estudio hay materias dedicadas al periodismo escrito en sus múltiples aristas y formas; el segundo busca formar intelectuales con conocimientos humanísticos sólidos que sean capaces de intervenir en sus entornos, y aunque no suele ser muy común, sí existen aún varias materias –de las denominadas troncales– que acercan a los estudiantes a la historia, la filosofía y las humanidades en general; el tercer y último modelo –de los propuestos por Raúl Fuentes– pone énfasis en la formación científica, y por tanto teórica y metodológica, para la formación de sujetos críticos y comprometidos con su propio quehacer, y es notoria la presencia de materias de teoría de la comunicación, así como de metodología de la investigación, en la gran mayoría de planes de estudio. Al menos, en aquellos que se autoconciben como generalistas, y que no se centran en un solo ámbito de la comunicación como puede ser la publicidad, las relaciones públicas o el diseño gráfico, por citar algunos.

Entonces, ¿estamos formando a profesionales de los medios, que simultáneamente son intelectuales humanistas y científicos sociales capaces de investigar e intervenir su entorno? Y si ello fuera cierto, ¿es lo anterior un rasgo atractivo para los que al final tienen la última palabra en la contratación de comunicadores y comunicólogos? Las licenciaturas en comunicación, lejos de ser

proyectos académicos, se sujetan cada vez más a las leyes del mercado, puesto que efectivamente, lo atractivo para los empleadores es el saber hacer, y en mucho menor medida, el saber pensar, saber conocer, saber cambiar, etc.

Para concluir, exponemos algunos de los retos y desafíos de las Escuelas de Comunicación en México, que se presentan variados y de órdenes muy distintas. Un desafío fundamental tiene que ver con el papel que, en general, tienen hoy las universidades como centros de formación. ¿Es en ellas donde los estudiantes aprenden lo que deben saber acerca de la vida y de la profesión en la que desean desarrollarse? El caso de la comunicación es particularmente problemático, pues las universidades trabajan a tiempos distintos y, en muy pocos casos, se observa un caminar parejo entre los cambios en la formación de los comunicadores y los cambios en los medios y dispositivos de comunicación. Por otra parte, es también un desafío el que la ciencia recupere algo de legitimidad y se erija como una opción interesante entre los estudiantes universitarios. El mundo veloz y fugaz en que viven gran parte de los jóvenes que tenemos en nuestras aulas es poco apto para generar intelectuales y científicos que, en condiciones temporales mucho más lentas, contribuyan a crear mayor conocimiento y, al fin y al cabo, a modificar el entorno. Y entonces, si la comunicación se aprende allá afuera y la ciencia no es atractiva para los estudiantes de comunicación, ¿qué profesionales nos resta por formar?



Bibliografía

ANUIES (2005) Anuario estadístico 2003. Licenciatura en Universidades e Institutos Tecnológicos. En línea, disponible en <http://www.anuies.mx>.

Benassini, Claudia (2001) "La formulación académica de profesionales ante las tecnologías informativas", en Revista Mexicana de Comunicación, núm. 69, Fundación Manuel Buendía, México, pp. 30-34.

Castillo Ochoa, Emilia; Tapia Fonllen, Manuel (1997) "La formación de comunicadores ante los nuevos retos", en Perfiles educativos, enero-marzo, núm. 75, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Chong López, Blanca; De Santiago Rodríguez, Azucena (2008) "Los egresados de la carrera de comunicación en el campo laboral". En línea, disponible en <http://www.lag.uia.mx/buenaaval/buenaaval5/b05LosEgresadosDeComunicacion.pdf> (Consulta: agosto 2010).

Fuentes Navarro, Raúl (2005) "La configuración de la oferta nacional de estudios superiores en Comunicación. Reflexiones analíticas y contextuales", en Calles, Jorge (Ed.) (2005) Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación, Núm. XII, CONEICC, México, pp. 15-140.

Fuentes Navarro, Raúl (1996) La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994, Universidad de Guadalajara-ITESO, Guadalajara.

Galindo, Jesús (2005a) "Sobre comunicología y comunicometodología. Primera guía de apuntes sobre horizontes de lo posible", en revista

Culturales, enero-junio, año/vol. 1, Núm. 001. Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali, pp. 7-28.

Galindo, Jesús (2005b) Hacia una Comunicología Posible. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, San Luis Potosí.

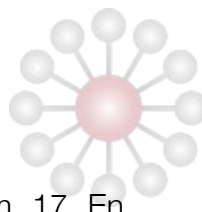
Galindo Cáceres, Jesús (2006) "Comunicología e Interacción. La dimensión de la comunicación en el proyecto Hacia una Comunicología posible". En Martell, Lenin; Rizo, Marta y Vega, Aimée (coordinadores) (2006) Políticas de comunicación social y desarrollo regional en América Latina, Volumen II. Universidad Autónoma de la Ciudad de México y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, México, pp. 217-258.

Gallino, Luciano (1995) Diccionario de Sociología. México, Siglo XXI.

Montes, Emilia (1983) "Hacia una fundamentación de la comunicación como ciencia". En Signo y Pensamiento, Núm. 2, Vol. II, pp. 12-15. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá, Colombia). En línea, disponible en <http://www.javeriana.edu.co/signoyp/pdf/0201.pdf>

Moreno Pérez, Arnoldo (2008) "¿Son las ciencias de la comunicación esencialmente incompletas?". En La Flecha. Tu diario de ciencia y tecnología. Recibido el 7 de febrero de 2008. En línea, disponible en <http://www.laflecha.net/canales/ciencia/articulos/son-las-ciencias-de-la-comunicacion-esencialmente-incompletas>

Muriel Amezcua, Vanesa del Carmen (2008) "La formación de comunicadores: breve recorrido histórico". Documento en power point, presentado



en la IV Conference of Communication Scholars of the Americas, celebrada en San Diego, California, el 20 de noviembre de 2008. En línea, disponible en <http://www.slideshare.net/FELAFACS/la-formacin-de-comunicadores-breve-recorrido-historico-presentation> (Consulta: agosto 2010).

Olmedo, Gisela (2007) "Interrogantes acerca del estatuto epistemológico de la comunicación. Acercamiento a caminos propuestos", Ponencia presentada en las XI Jornadas Nacionales de Investigadores de la Comunicación, UNCUYO, Mendoza. En línea, disponible en <http://redcomunicacion.org/memorias/pdf/2007Giolmedo.pdf>

Rizo García, Marta (2009) "La comunicación como ciencia y/o como objeto de estudio. Apuntes para el debate". Ponencia presentada en el Primer Encuentro El ejercicio (in)disciplinario de la comunicación, celebrado el 14 de abril de 2009 en el Plantel San Lorenzo Tezonco de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Documento mimeografiado.

Rizo García, Marta (2010) "Formación teórica en Comunicación. La historia del Pensamiento Comunicacional en el plan de estudios de la licenciatura en Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México", en Diálogos de la Comunicación, Núm. 80, Abril - Junio 2010. Revista Académica de FELAFACS. Lima (Perú). En línea disponible en http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/articulos/pdf/articulopdf_146.pdf (Consulta: julio 2010).

Sosa, Gabriela (2000) "Hacia una configuración del ser y hacer del profesional de la comunicación, sus posibles escenarios de acción para el siglo XXI", en

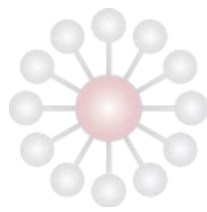
Revista electrónica Razón y Palabra Núm. 17. En línea, disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n17/17gsosa.html> (Consulta: julio 2010).

Torrío Villanueva, Erick (2004) Abordajes y períodos de la Teoría de la Comunicación. Buenos Aires, Norma.

Vizer, Eduardo (2003) La trama (in)visible de la vida social: comunicación, sentido y realidad. Buenos Aires, La Crujía.

Vizer, Eduardo (2007) "¿Qué 'Cultura institucional y disciplinaria' estamos construyendo en las 'Ciencias de la Comunicación'?". Ponencia presentada en el XXX Congreso Brasileiro de Ciências da Comunicação, celebrado en Santos (Brasil) del 29 de agosto al 2 de septiembre de 2007. En línea, disponible en <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R2615-2.pdf> (Consulta: julio 2010).

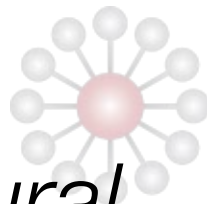
West, Richard; Turner, Lynn (2005) Teoría de la comunicación. Análisis y aplicación. Madrid, McGraw Hill.



Sobre el autor:

Dra. Marta Rizo García.

Licenciada, Maestra y Doctora en Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Coordinadora del Plantel Centro Histórico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Profesora-investigadora de la Academia de Comunicación y Cultura e investigadora del Centro de Estudios Sobre la Ciudad de la misma institución. Investigadora Nacional Nivel I, del Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT. Miembro del Grupo hacia una Comunicología Posible, de la Red de Estudios en Teoría de la Comunicación y Comunicología, de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación y de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.



La comunicación intercultural como herramienta para el periodista ante los conflictos sociales: Una asignatura pendiente en el plan de estudios

Teresa Nicolás Gavilán
Universidad Panamericana

Introducción

La identidad pluricultural de Iberoamérica es una realidad evidente; la configuración multicultural de América Latina es una característica originaria.

La globalización actual provoca que la convivencia y mezcla de distintas culturas en un mismo espacio territorial se potencie enormemente. Esta convivencia ha tenido y tiene efectos positivos y negativos; la realidad multicultural es en sí misma enriquecedora, pero conlleva el riesgo de desgarros y extremismos.

En el ámbito de la comunicación la afirmación anterior adquiere un relieve peculiar porque son las personas las que vehículan y mediatizan las relaciones entre diversas culturas. Por lo anterior considero que dentro de los planes de estudios de las escuelas y facultades de comunicación se debe

incluir una asignatura que trate estas cuestiones y que prepare a los futuros comunicadores como agentes de una comunicación intercultural.

A continuación se exponen algunos temas que se puede incluir en el programa de la asignatura.

El fenómeno de lo multicultural

“Lo evidente se muestra no se demuestra” este axioma filosófico es el más apropiado para introducir este tema, a nadie se le escapa la obvia realidad del ámbito “multicultural” donde existimos, nos movemos y somos. Nuestra presencia en este foro lo comprueba.

Esta evidente realidad multicultural lleva implícita una gran complejidad; me limitaré a señalar dos aspectos:



En primer lugar quiero resaltar que la realidad multicultural no es un fenómeno nuevo como tal, sin embargo ¿qué le hace aparecer como una realidad exclusiva –en cierto sentido- y de interés prioritario para nuestra época? La respuesta se encuentra en las nuevas características y contexto histórico-filosófico en el cual se desarrolla: la nueva multiculturalidad es omniabarcante y trepidante.

Si en un pasado existían espacios de convivencia común para distintas culturas, éstos eran “localizables” en puntos geográficos concretos y para generaciones concretas. No así ahora, que las nuevas tecnologías “posibilitan” la comercialización., la comunicación y la común vivencia en tiempo real¹. Se han roto las barreras del tiempo y del espacio.

Esta inmediatez se debe -en gran parte- al nuevo sistema comunicativo², el cual posibilita “un

1 Come escribe Pedro Lozano “la aceleración del ritmo histórico, la velocidad con que ocurren los acontecimientos y los cambios, cuyo máximo exponente es la práctica instantaneidad y universalización de las comunicaciones electrónicas tipo Internet”. LOZANO, P., De los imperios a la globalización: las relaciones internacionales en el siglo XX, EUNSA, Pamplona, 2001, p. 124.

2 Giddens apunta que “El alcance de las tecnologías mediáticas crece con la cada ola de innovación. Le costo cuarenta años a la radio conseguir una audiencia de 50 millones en Estados Unidos. La misma cantidad de gente usaba ordenadores personales sólo 15 años después de que apareciera el ordenador personal. Hicieron falta sólo cuatro años, desde que se hizo accesible, para que 50 millones de estadounidenses usaran internet con regularidad”. GIDDENS, A., Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Taurus, Madrid, 2000, p. 24. Por su parte Joseph S. Nye apunta una combinación interesante y que explica el porqué de esta inmediatez generalizada “la velocidad de transmisión de datos están aumentando rápidamente y el precio de la comunicación sigue disminuyendo incluso más deprisa que el de la potencia informática” Anota como ejemplo que 1980, las llamadas telefónicas por alambre de cobre sólo transportaban una página de información por segundo; hoy, una delgada hebra de fibra óptica puede transmitir noventa mil tomos en un segundo. Con el valor del dólar en 1990, el coste de una llamada transatlántica de tres minutos ha bajado de 250 dólares en 1930 a considerablemente menos de un dólar a finales del siglo”. Resulta muy interesante el artículo publicado por este autor Claves de la razón práctica, EDISA, Madrid, 2003 n. 129, p.48-57

flujo más libre y veloz de todo género de mensajes informadores del complejo relacional internacional”³. Si antes se necesitaba un gran espíritu aventurero para conocer civilizaciones distintas a las nuestras, ahora esto es tan sencillo como “pinchar” en Internet, ver un reportaje del “mundo TV” o ir de voluntario -un par de semanas en verano- a un país en vías de desarrollo.

La interacción en tiempo real es una de las mejores cartas de presentación de la globalización⁴, por lo que podemos deducir que ese “nuevo fenómeno multicultural” se da en el marco de la globalización. Siendo para algunos uno de sus elementos integrantes, y para otros respuesta contraria a los efectos de homogenización que ésta trae consigo.

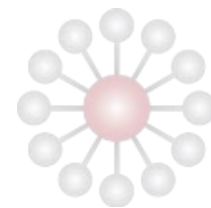
El segundo aspecto que me parece oportuno mencionar son las clasificaciones de sociedades multiculturales que presentan dos estudios del tema:

Según Joseph Raz podemos distinguir entre:

1. Comunidades que cuenta con territorio propio y viven en zonas geográficas claramente delimitadas: quebequenses en Canadá.
2. Comunidades muy diferenciadas, que comparten muchos espacios públicos y servicios con el resto de la sociedad, sin que exista la separación geográfica: los indígenas en algunos países de América Latina.

3 LOZANO, P., De los imperios a la globalización: las relaciones internacionales en el siglo XX, ed. cit., .p.120.

4 Para abundar mas consultar: TORIBIO, J.J. Discurso de apertura del curso académico 2001-2002 Universidad de Navarra, Pamplona, 21 octubre 2001.



Por su parte Will Kymlicka sugiere la siguiente clasificación:

1. Estados multinacionales: aquellos en los cuales coexisten una u más naciones dentro del mismo estado: La antigua Checoslovaquia y Yugoslavia.
2. Estados poli étnicos: compuestos por diferentes grupos de emigrantes, provenientes de culturas diferentes y que mantienen, hasta cierto punto, algunas particularidades étnicas: las comunidades turcas en Alemania.

Ante el fenómeno sociológico de lo multicultural se presentan diversas teorías y modelos que quieren servir como guías para las decisiones y acciones de los representantes de los Estados y la opinión pública. Esos modelos incluyen concepciones acerca de la cultura, sus funciones, derechos y obligaciones; las relaciones entre las culturas y los gobernantes y las relaciones entre las diversas culturas. Por razones de brevedad solamente mencionaré las enumeraré: el relativismo, el pluralismo –con y sin escala de valores-, el multiculturalismo -tanto liberal como comunitario- y por último el interculturalismo⁵.

5 Relativismo: según esta teoría lo que cuenta como racional, las categorías para comprender el mundo y para juzgar como correcta o incorrecta una acción -desde el punto de vista moral- depende de cada cultura.

Pluralismo: para los que sostienen esta postura el significado de conceptos como dignidad, Derechos humanos, necesidades básicas, etc. es algo que se redefine constantemente, en cada época y en cada cultura.

Multiculturalismo

Liberal (Joseph Raz y Will Kymlicka) Plantea una visión individualista de identidad y una neutralidad estatal, que no vela por la protección de los derechos de las comunidades culturales minoritarias.

Comunitario: (Charles Taylor) Este autor afirma el derecho que

La cultura

Ante el fenómeno multicultural, y la problemática que de él se desprende, nos podríamos preguntar ¿por qué es tan importante la cultura?, ¿qué le confiere ese papel detonante de conflictos? Algunos engañados por el espejismo de pensar que “cultura” son las manifestaciones artísticas y tradicionales de los pueblos, defiende una variedad y pluralismo, afirmando que no hay un parámetro de validez-verdad objetiva.

Esto no es así. La cultura es mucho más.

La cultura tiene dos vertientes:

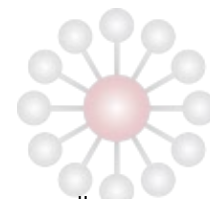
- La personal: el “cultivo” propio para obtener más conocimientos y enriquecer el mundo íntimo⁶, definiendo “los criterios de juicio, los valores determinantes, los puntos de interés, las líneas de pensamiento, las fuentes inspiradoras y los modelos de vida”.

- La social: que se refleja como “la cristalización de un conjunto de respuestas a una serie de necesidades que son universales a todo hombre. Algunas respuestas tiene que ver con la producción de bienes (Economía), otras con la resolución de controversias (Derecho), con el

tiene cada cultura a conservar la diferencia, el derecho a la diferencia, afirma que una sociedad puede ser liberal siempre que sea capaz de respetar la diversidad, especialmente al tratar a aquellos que no comparten sus metas comunes, y siempre que pueda ofrecer salvaguardas adecuadas para los derechos fundamentales.

Interculturalismo: es un conjunto de principios según los cuales es conveniente fomentar los contactos y los conocimientos entre culturas con el fin de favorecer entre ellas relaciones sociales positivas.

6 Me parece relevante este tema de la primacía del mundo íntimo sobre la exterioridad, y para esto acoto un texto del Manual de Antropología de Yepes y Aranguren Fundamentos de Antropología EUNSA, cuarta edición 1999 “el espíritu humano se caracteriza por saber habitar dentro de sí y crear un mundo interior, que no es soñado, sino vivido, Sólo en ese habitar se encuentra la felicidad y la plenitud. Ese lugar de encuentro con la propia intimidad”. p.224



tratamiento de enfermedades (Medicina), etc.”⁷ Así pues la cultura de una comunidad son “los objetos que los hombres producen, los útiles, los adornos, los objetos artísticos, la literatura, las cuentas corrientes, los abogados con sus leyes, los aparatos médicos, el hormigón y las estructuras”⁸.

De lo antes dicho –interpretado con visión histórica y con sentido común- se pueden sacar tres conclusiones:

- Los elementos de la cultura deben tener coherencia interna.
- Estos elementos y expresiones culturales pueden ser fundamentales y accidentales.
- Las culturas tienen elementos comunes de unidad y manifestaciones de diversidad.

La identidad compuesta.

Al inicio de este trabajo he abordando el tema del multiculturalismo desde una perspectiva “macro” es decir desde un ámbito societario o grupal, ahora – a la luz de las reflexiones anteriores sobre la cultura- me gustaría detenerme a abordar la multiculturalidad “micro”, la que experimentamos en nuestra propia configuración, “la identidad compuesta” como la llama Amin Maalouf.

La sugerente propuesta que nos presenta Maalouf - fruto de su “examen de identidad” – es la siguiente: “No trato (...) de encontrar en

mí una pertenencia “esencial” en la que pudiera reconocirme, así que adopto la actitud contraria: rebusco en mi memoria para que aflore el mayor número posible de componentes de mi identidad, los agrupo y hago la lista, sin renegar de ninguno de ellos”⁹.

Ese “mayor número de componentes de mi identidad” hace referencia a las vinculaciones culturales tan variadas que pueden componer nuestra identidad: estirpe familiar -raza o razas de la misma-, religión, lengua o lenguas (verbal –implícito y explícito- y corporal), lugares (de nacimiento y de educación, de residencia) que aportaran tradiciones, valores, etc. Maalouf –partiendo de su propia experiencia- nos hace reflexionar sobre este “todo” que compone a cada persona, y que le une con muchas comunidades distintas y haciéndole único.¹⁰

Esta es la primera reflexión y tarea que quiero proponer: hacer un “examen de identidad” como un primer acercamiento al fenómeno multicultural, éste nos hará ver que la realidad multicultural no es un exclusivamente un tópico sociológico y político, sino un componente de muchos de nosotros.

Podemos reconocer dentro de nosotros distintos elementos culturales, y la gran tarea es “armonizarlos” para que den por resultado una persona madura, porque la identidad “no esta hecha de compartimentos (... es) una, producto de todos los elementos que la han configurado mediante la “dosificación” singular que nunca es la misma en dos personas”.¹¹

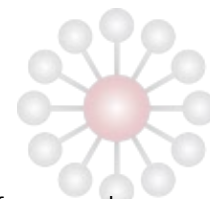
9 MAALOUF, Amin *Identities asesinas* Alianza Editorial S.A., Madrid 1999-2001 p.24

10 Es justamente ahí donde reside la riqueza de cada uno, su valor personal, lo que hace que todo ser humano sea singular y potencialmente insustituible. Cfr. Ídem p.24 y SIG.

11 Ídem p.10

7 Citado por OLIVÉ León *Multiculturalismo y pluriculturalismo*, Paidós, México 1999, p. 40

8 YEPES y ARANGURE *Fundamentos de Antropología* EUNSA, cuarta edición 1999 p 244



Si reconocemos dentro de nosotros los elementos multiculturales, los entendemos y armonizamos seremos más capaces de “armonizar” el mundo multicultural.

El hogar es el ámbito propio y primario para la formación de la persona multicultural, por lo tanto puede ser éste el primer foro multicultural.

Propuestas

Visto así el “fenómeno multicultural” propongo algunas ideas claves, actitudes y conductas para “la persona multicultural” en su “hogar multicultural”

Ideas clave

La primera es evidente: querer conocer al otro. Pero por evidente que nos parezca puede requerir de nosotros un poco de reflexión para ver si realmente estamos interesados en “los otros”. Esto es muy importante porque la inteligencia sigue a la voluntad, y sólo si esta quiere, se moverá a conocer y a conocer con detenimiento y con rectitud.

La segunda idea clave es un hecho de experiencia, aceptar que – por el motivo que sea- podemos tener prejuicios negativos contra una cultura o contra alguna de sus tradiciones. Hay que tratar de prescindir de ellos para conocer con profundidad y verdad. Esto no quiere decir que estemos de acuerdo y nos gusten todas las culturas y sus diversas manifestaciones, sino que debemos hacer un juicio honrado y no aceptar los “prejuicios” que son ignorantes e irracionales.

Como síntesis de lo anterior -y parafraseando a Agustín de Hipona- podemos decir:
En lo fundamental: unidad.

En las costumbres: diversidad

En las dudas: libertad

En todo respeto.

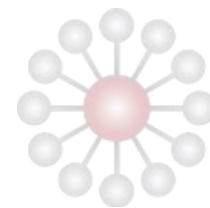
Actitudes

No ver lo distinto en clave de conflicto: las diferencias generan dinámica entre las personas. Nadie agota la verdad ni, la belleza, ni la justicia, ni nada, cada uno necesitamos de los demás; el intercambio de las diversas formas de ser, de las visiones distintas de las cosas nos enriquece. Lo distinto no siempre lleva aparejado la categoría de mejor o peor.

El principio de reciprocidad: vivirla y exigirla. Esta es una actitud primordial, ya que si nosotros nos comportamos con respeto y apertura ante las personas de diversas personas, debemos de fomentar -y en casos puntuales exigir- que ellos a su vez tengan esta misma conducta con nosotros, ya que la dinámica de las relaciones se da en canales de ida y vuelta, en una interrelación.

Conducta: Dialogo

“Cuando se entra en relación con personas de culturas muy distintas se puede producir lo que se ha denominado un “choque cultural”. En este (...) no sólo se produce una incompreensión del comportamiento ajeno, sino que también afloran una serie de emociones negativas: desconfianza, incomodidad, ansiedad, preocupación, etc.



Para superar este choque cultural hay que comunicarse”¹².

La comunicación no es un simple intercambio de información. La comunicación implica, también, ser capaz de compartir emociones. Es decir, hay que ser capaz de crear una relación de empatía. La empatía es la capacidad de sentir la emoción que otra persona experimenta. Tener la habilidad de empatizar es imprescindible en muchas relaciones interpersonales. La empatía también es necesaria para la comprensión mejor de “el otro”. No se trata simplemente de sentir lo que él o ella siente, sino que a través de las emociones aumentar nuestra comprensión¹³. Lo que la sabiduría popular llama ponerse en los zapatos del otro.

Otro aspecto importante no presuponer que mi interlocutor va a entender precisamente lo que no se dice explícitamente. En la comunicación intercultural los sobreentendidos o las presuposiciones pueden ser una fuente inagotable de malentendidos. Por ello no basta con comunicar, en muchas ocasiones es necesario también metacomunicar, es decir expresar lo que queremos de una manera que sea entendible para nuestro receptor.

Conclusión

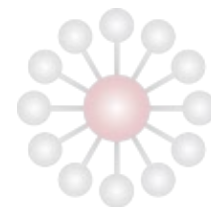
Si reconocemos que dentro de nosotros esos elementos multiculturales, y logramos armonizarlos, seremos capaces de entender el mundo en el que vivimos y de contribuir a su pacificación

Me parecen muy oportunas palabras de Maalouf dirigidas a las personas multiculturales y que se pueden aplicar de modo especial a los comunicadores “Tienen una misión: tejer lazos de unión, disipar malentendidos, hacer entrar en razón a unos, moderar a otros, allanar, reconciliar... Su vocación es ser enlaces, ser puentes, mediadores entre las diversas comunidades y las diversas culturas”¹⁴

¹² RODRIGO, Miquel Comunicación intercultural artículo publicado en Internet.

¹³ Ídem

¹⁴ Identidades Asesinas Ob. Cit. P.12-13



Bibliografía

LIBROS

E. BANUS y C. LLANO

RAZON PRÁCTICA Y MULTICULTURALISMO

actas del Ier Simposio Internacional de Filosofía
y Ciencias Sociales

Newbook Ediciones,

Pamplona, 1999

M.J. VISEN y M.A. LARRUMBE

Interculturalismo y mujer

Instituto de estudios alto aragoneses

Zaragoza, 2002

M.A. MARTÍ GARCIA

La Intimidad: conocer y amar la propia riqueza
interior

Ediciones Internacionales Universitarias,

5a ed., Madrid, 2001

L. OLIVÉ

Multiculturalismo y pluriculturalismo

Paidós,

México, 1999

A. MAALOUF

Identidades asesinas

Alianza Editorial S.A.

Madrid 1999-2001 p.24

Ch, TAYLOR

El multiculturalismo y la política del reconocimiento

Fondo de Cultura Económico

México, 1993

R. YEPES y J. ARANGUREN

Fundamentos de Antropología

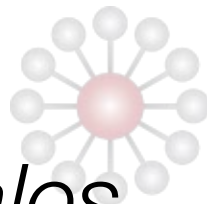
EUNSA, cuarta edición,

Pamplona 1999.

Sobre el autor:

Teresa Nicolás Gavilán.

Doctora en Comunicación por la Universidad de
Navarra. Directora de Posgrado de la Escuela de
Comunicación. Universidad Panamericana.



Formar profesionales ¿en Comunicación o en Difusión?

Dr. José Cisneros E.
Universidad de las Américas, Puebla

Resumen: Hace ochenta años se inició en Estados Unidos la formalización de las investigaciones de “comunicación” que dieron sustento paulatino a la profesionalización de los comunicólogos y comunicadores, dedicados los primeros al análisis de los procesos y los segundos a la “práctica comunicativa” relacionada con los medios de difusión masiva. La experiencia práctica que disparó el interés por el tema de la “comunicación” consistió en la convocatoria para la Primera Guerra Mundial a través de la difusión masiva de carteles. El reclutamiento fue un éxito, y a partir de entonces se relacionaron dos elementos con los procesos de “comunicación”: la persuasión y el uso de medios masivos, binomio que se empleó después en las campañas políticas y en la publicidad, y a partir de ahí se difundió por el mundo el uso de esta idea de comunicación como persuasión, unidireccional. Pero, ¿es este concepto de “comunicación” el más adecuado para la vida social e interpersonal? El presente trabajo tiene como finalidad cuestionar el concepto dominante de “comunicación” y proponer una alternativa diferente, así como la búsqueda de su sentido humano y social en las nuevas generaciones de profesionales de la comunicación.

Palabras clave: Comunicación, Comunidad, Comunicólogo, Entendimiento, Persuasión.

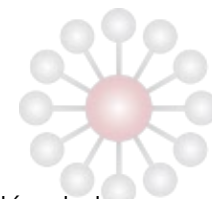
Introducción

En un artículo sobre “Los retos en la formación de los comunicadores en México”, Blanca Chong, investigadora de la Universidad Autónoma de Coahuila, reporta 72,224 estudiantes de comunicación inscritos en cerca de 400 escuelas durante el ciclo 2006 – 2007, y además, 123,000 personas que estudiaron la carrera de comunicación se encontraban laborando en ese mismo año (Chong, 2008, pp. 17 y 22). Asimismo, recopila distintas críticas que algunos estudiosos

latinoamericanos del campo de la comunicación hacen a los programas de estudio en esta disciplina.

Entre las más destacadas reporta las siguientes:

- Desvinculación entre teoría y práctica.
- Ausencia de una tradición interdisciplinar en nuestras universidades.
- Las facultades de comunicación olvidan el área de las humanidades y buscan prácticas efímeras.
- En muchas instituciones que ofrecen la carrera hay ausencia de investigación



institucionalizada.

- e) Semejanza entre los planes de estudio enfocados a los medios de difusión.
- f) Muy pocas instituciones tienen planes de estudio que permiten al egresado acceder a nuevos campos profesionales.
- g) Muy pocas escuelas de comunicación diseñan sus perfiles profesionales y programas a partir de un análisis del mercado de trabajo y de las necesidades sociales (Chong, 2008, p. 18).

A las dificultades señaladas anteriormente que enfrentan los programas de estudio de comunicación, hay que agregar el problema de un escenario laboral cada vez más escaso y competitivo al que desembocan los egresados. No es de extrañarse entonces que algunos críticos señalen que lo procedente es cerrar ya las escuelas de comunicación, pues no existen más oportunidades de trabajo para los futuros egresados.

Frente a esta perspectiva curricular, institucional y laboral bastante difícil, el presente texto tiene como objetivo abordar una doble dificultad más: el empleo histórico de una idea de comunicación que nació sesgada, y la necesidad de darle un nuevo sentido a dicho concepto que nos permita reconfigurar la perspectiva profesional y académica de los comunicólogos.

Para cumplir ambos objetivos se abordarán los puntos siguientes: El origen del concepto de comunicación y sus sesgos; la congruencia entre el concepto de comunicación y la crisis social; la necesidad de un nuevo mundo y la necesidad de un nuevo enfoque humanista y social de los procesos de comunicación. Para concluir, se expondrán algunas reflexiones sobre los retos que implica la aplicación del nuevo enfoque del

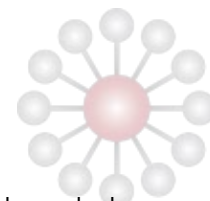
concepto de comunicación en la formación de los nuevos comunicólogos.

1. El origen del concepto de comunicación y sus sesgos implícitos.

Los primeros estudios sobre los procesos de comunicación en el continente americano realizados en los Estados Unidos, así como el establecimiento de su concepto inicial, tomaron como referencia su experiencia de propaganda bélica llevada a cabo entre 1917 y 1918. Para entrar a la 1ª Guerra Mundial los Estados Unidos requerían al menos 500,000 combatientes que le solicitaban los países aliados, de modo que necesitaba enlistar estos reclutas en poco tiempo. Una de las estrategias para dicho reclutamiento fue llevar a cabo una campaña de propaganda mediante la difusión masiva de carteles. Los resultados de la campaña fueron contundentes y Estados Unidos entró a la guerra en la primavera de 1918 con dos millones de soldados, con lo cual aseguró la victoria de los países aliados.

A partir de este éxito militar y propagandístico, la persuasión cobró una importancia fundamental en el manejo de las campañas y las decisiones masivas, ya no sólo en asuntos bélicos, sino también las campañas políticas y comerciales. Por ello los científicos sociales del período entreguerras enfocaron su atención en el poder de la persuasión masiva. Por ejemplo, Harold D. Lasswell (1902-1978) empezó a estudiar la relación entre la propaganda política y la “comunicación” masiva. Publicó algunos títulos como: Propaganda y dictadura, y Política mundial e inseguridad personal (Vera, 2008). En estos textos la “comunicación” se asume básicamente como el proceso de influencia en las decisiones de los receptores masivos.

Por su parte, Raymond Nixon plantea un modelo de comunicación acorde con esa realidad



propagandística exitosa. Como se ha expuesto ampliamente en otro espacio (Cisneros, 2002), Raymond Nixon (1963) retoma el libro de Retórica, de Aristóteles, entresaca los elementos que El Estagirita nombró como Quién dice Qué a Quién, los re-nombra como Emisor, Mensaje y Receptor, y afirma que dicho libro fue el primer tratado científico sobre la comunicación. Afirmación equívoca, puesto que Aristóteles afirmaba explícitamente que tanto la retórica como la dialéctica no tenían un fin en sí mismas; es decir, no eran ciencias, sino destrezas al servicio de la virtud y la verdad (Aristóteles: 1968,34). Habilidades tan importantes como el manejo de las cualidades histriónicas del teatro, pero no disciplinas científicas.

Aristóteles enfatizaba además que la retórica representa un “camino o método para discernir y sustentar argumentos virtuosos, deshacer las razones injustas, y buscar la verdad” en función del bien de los demás. En otras palabras, la retórica para Aristóteles ni era una ciencia, ni su objetivo último era la persuasión, sino la virtud. Pero Raymond Nixon redujo la retórica aristotélica a “la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”, y se olvidó de la virtud, es decir, de la ética.

Así, a partir de 1930, los llamados “Padres de la Comunicación” (Paul Lazarsfeld, John Lewin, Harold Lasswell y Carl Hovland), dedicados a los estudios sobre procesos electorales que los partidos financiaban generosamente, enfocaron sus investigaciones a encontrar la mejor manera de persuadir a los receptores. Aquí, la inversión económica que significaba una campaña electoral, exigía la medición de resultados en votos a favor del patrocinador. No les importaban la virtud y la verdad. La persuasión, con-vencer, sí. Lo que para Aristóteles era un medio de la retórica en función

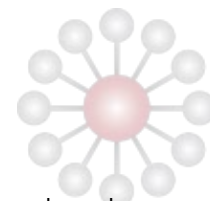
de la virtud, la persuasión, para los “padres de la comunicación” se convierte en un fin intrínseco e incuestionable de “la comunicación”.

De esta manera, el concepto de comunicación que empezaron a construir estos sociólogos estadounidenses a partir del primer tercio del siglo XX, tuvo desde el principio un doble sesgo: Primero, concebir la comunicación como un proceso unidireccional, de emisor a receptor, con el ánimo de persuadirlo, no para intercambiar puntos de vista sobre el mundo. Y aunque al poco tiempo incluyeron el feedback o mecanismo de retroalimentación, esto se hizo para saber qué tanto el emisor estaba logrando su objetivo de convencer al receptor sobre un tema específico, no para modificar su punto de vista como emisor. El segundo sesgo consistió en ligar el estudio de “la comunicación” al uso de los medios de difusión masiva para persuadir a grandes audiencias. De ahí que su primera teoría, llamada la bala mágica, aguja hipodérmica o reacción en cadena, se refiera precisamente a la fuerza manipuladora de los mensajes masivos en la conducta de los receptores, aislados e indefensos.

a. Establecimiento de un horizonte para estudios de “la comunicación”.

De acuerdo a las circunstancias descritas anteriormente se establecen de facto los principales criterios de investigación y el desarrollo de modelos de comunicación desde la óptica funcionalista para las décadas siguientes, tanto en los Estados Unidos como en los países bajo su influencia. Entre los criterios más destacados podemos señalar los siguientes:

☞ Una estructura unidireccional de pocos emisores y una masa creciente de receptores. En esta estructura relacional se analizan detalladamente las “partes” que componen el



proceso de “comunicación” desde la óptica funcionalista.

- ☞ El estudio de las motivaciones de los receptores para su manejo eficaz por parte del emisor; entre ellas el conocimiento de sus necesidades básicas y de sus temores generalizados.
- ☞ La elaboración de mensajes eficaces, que incluye estrategias de persuasión, el uso de lenguajes masivos y técnicas de motivación subliminal.
- ☞ Creación en los receptores de necesidades simbólicas ligadas al consumo, acordes con la estructura empresarial y su industria mediática.
- ☞ Evaluación de la eficacia de “la comunicación” en términos económicos.

De acuerdo con este horizonte de investigación, se van configurando diferentes teorías de la comunicación que sustentan conceptualmente tanto el trabajo profesional como el académico en los países bajo la influencia estadounidense. Así surgen teorías como: El Flujo de la comunicación en dos pasos y la Teoría del gatekeeper (Lazarsfeld), la Teoría de usos y gratificaciones (Katz y Gurevitch), la Teoría del establecimiento de agendas (McCombs), la Teoría del cultivo (Gerbner), etc.

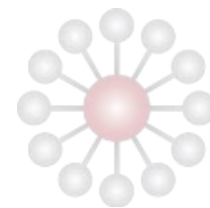
2. Congruencia entre el concepto de comunicación y la crisis social.

El manejo conceptual y práctico de la “comunicación masiva” antes descrita, se ubica congruentemente dentro del enfoque funcionalista de la sociedad como un todo armónico, y se apoya en la teoría de masas, el uso de medios de difusión, la visión lucrativa y el manejo conductista de las reacciones de los individuos a través del consumo.

En el ámbito profesional, por ejemplo, un

directivo empresarial o político es más valorado socialmente mientras más personas dependan de él y mayor presupuesto económico maneje. Y mientras más personas dependen de él, menos tiempo e interés tiene para escucharlas. De modo que el modelo de “comunicación” unidireccional y persuasivo resulta ideal y perfectamente congruente con su visión acerca del éxito personal y social. A ello se debe que entre administradores, jefes de personal y publicistas, se hable de comunicación efectiva cuando se logra la influencia necesaria para controlar las ideas y conductas de un gran número de personas a favor de los intereses de los dueños de una empresa, o los titulares de una institución específica.

La unidireccionalidad y desigualdad en el flujo de información que implica este modelo, encuentra su máxima expresión en el manejo de los medios masivos, puesto que dicho modelo de comunicación nació precisamente de las experiencias mediáticas. Y por supuesto los medios retroalimentan, refuerzan y aceleran la lógica lucrativa tanto en su propia organización empresarial, como en la promoción mercantil de los patrocinadores y en la difusión de las ideas que consideran necesarias para configurar una mentalidad lucrativa y consumista en la sociedad. Los receptores de la “comunicación” de ayer son los consumidores de la publicidad de hoy. Y como señala Foucault, estos valores lanzados y reiterados desde el poder se van tomando como la verdad social. Así, las verdades promovidas por los medios inciden paulatinamente en las grandes masas, de modo que generar un pensamiento diferente, independiente, ligado a conductas sociales comunitarias, es cada vez más difícil. Por tanto, concebir y realizar de un modo distinto la comunicación humana puede tornarse como



un trabajo de Sísifo. Imposible, tal vez, si no se desarrolla colectivamente.

Por otra parte, el uso de las nuevas tecnologías llamadas de información y comunicación (TIC's) que permiten romper la unidireccionalidad de los medios masivos, se manejan generalmente con un sentido lucrativo y de entretenimiento, no en función del crecimiento humano y social, pues aunque conectan a los individuos, no repercuten en una mayor comprensión de las personas entre sí para el solventar sus necesidades personales y colectivas.

Alejados de los juegos del barrio, como el futbol callejero, el bote pateado, los bailes por las tardes, la charla en el café, etc., vemos a los jóvenes en el autobús o en la calle conectados a sus equipos electrónicos y haciendo caso omiso de quien pasa a su lado. Salvo las admirables labores de organizaciones no gubernamentales (ONG's) como el Foro Social Mundial, Greenpeace y muchas más, el uso personalizado de televisores, teléfonos celulares, aparatos de música y otros accesorios tecnológicos que saturan al receptor-consumidor de mensajes ajenos al entendimiento interpersonal, logran un efecto contrario al de la socialización: el aislamiento individual.

Un resultado de toda esta saturación de máquinas y mensajes ajenos a la vida cercana, es la consolidación de un individualismo a prueba de afectos duraderos y llamados a la vida comunitaria. Peor aún, conlleva la caída en un estilo de vida depresivo, como lo señala George Gerbner (2000).

Un indicador del fracaso de la saturación tecnológica para mejorar la comunicación entre los jóvenes, son los intentos de suicidio y los suicidios efectivos que se dan, en el caso de México, entre la población de 15 a 24 años de edad, a pesar del incremento en el uso de las redes electrónicas (El

Universal, 2008).

Tabla 1. Suicidios de años recientes en México.

AÑO	2004	2005	2006
TOTAL	3,324	3,553	4,277
% Hombres	82.8 %	76.7 %	90.9 %
% Mujeres	17.2 %	23.3 %	9.1 %

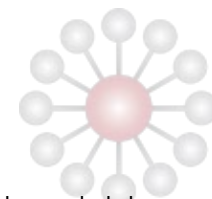
Reportes de 2006, 2007 y 2008.

En este cuadro se puede observar cómo aumentan los suicidios a medida que los años pasan, en tanto aumenta la cobertura de las redes electrónicas.

¿Por qué se suicidan las personas?

En los datos de 2004, donde se especifican estos detalles, las causas más relevantes del suicidio, principalmente de jóvenes, están vinculadas con problemas psicoafectivos (20.6 %) como el disgusto familiar, la decepción amorosa y el remordimiento (INEGI, 2005). Es decir, los procesos de comunicación han fallado entre quienes mayor uso hacen de las TIC's. De ahí que el origen de estos suicidios puede asociarse con un estado de incomunicación. El grueso de las muertes no tiene que ver directamente con asuntos económicos (2.8%), a pesar del desempleo que se vive en el país, sino con dinámicas interpersonales donde el entendimiento con los otros no se ha dado a pesar de los abundantes medios de vinculación existentes.

¿A qué nos referimos cuando hablamos de incomunicación? Por incomunicación no entendemos sólo la ausencia de intercambio de mensajes, sino la falta de aceptación de la existencia



y la expresión del otro como legítimamente otro (Maturana, 1997). En otro trabajo se ha abordado el concepto de incomunicación, que en pocas palabras podríamos definir como: la acción o indiferencia generadas por los seres humanos que no tienen la disposición para entenderse con otras personas, por lo que no establecen de principio un reconocimiento recíproco como seres humanos valiosos, ni se respetan en cuanto tales, ni valoran sus diferencias y su autonomía ética, ni desarrollan un intercambio de mensajes con la intención de crear un nuevo conocimiento y una verdad conjunta (Cisneros, 2009).

Incomunicación no quiere decir que no se intercambien mensajes entre los actores del proceso, ni que dejen de actuar juntos. Es posible interactuar con los otros por largo tiempo sin comprometerse con ellos. Lo que sí implica la incomunicación, es quedarse en la configuración de acciones estratégicas (Habermas, 1993) donde cada uno busca lograr sus propios intereses, sin comprometerse más allá de la “acción orientada al éxito”. La incomunicación así definida no implica necesariamente el silencio entre los actores, sino una separación a nivel profundo, existencial, que en algunos casos puede llevar a la soledad, a la depresión y a la muerte.

3. La necesidad de un nuevo mundo y un nuevo enfoque humanista y social de la comunicación.

En una sociedad controlada por empresarios por encima de los gobiernos formales (Dictadura empresarial, según Chomsky, 2006), que todo lo planea en términos económicos a costa de lo que sea, como puede ser la destrucción de la naturaleza, la marginación y extinción de las culturas originarias del mundo, las guerras genocidas y la exclusión de los trabajadores, sólo quedan como alternativas el

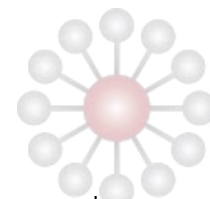
sometimiento o la búsqueda de un cambio real del funcionamiento social. Afortunadamente cada día hay más organizaciones trabajando en algún rubro de la vida por un mundo nuevo y mejor. Además de pequeños núcleos de sociedades milenarias distribuidas en todo el orbe que aún conservan la mirada del respeto a la tierra y la sabiduría para hacer sustentable la vida entre el hombre y la naturaleza.

a) Un nuevo desarrollo humano y social. Nadie duda que el sistema de vida dominante ha generado una dinámica de autodestrucción general. Por tanto, es necesario buscar otro modelo de vida y otra manera de concebir el desarrollo humano individual y comunitario.

La recuperación de la vida en comunidad hace necesario diseñar y operar un sistema social más humano en todas sus dimensiones. Muchas ONG's lo están haciendo. Y en esta dinámica el concepto de comunicación como práctica unidireccional de persuasión no sólo resulta inoperante sino lesivo, pues no resuelve el problema de la incomunicación humana. Se necesitan acuerdos reales, voluntarios, multilaterales, amorosos (Maturana, 1987), que estimulen la participación consciente, consistente, optimista y creativa. Y para ello necesitamos otra idea de comunicación diferente al concepto de comunicación persuasiva.

b) Reconfigurar la comunicación: La necesidad de otro concepto de comunicación para nombrar el entendimiento y el cambio.

Como afirman Stuart Hall y Michel Foucault respectivamente (Hall, 1999), la representación es una creación de sentido a través del lenguaje dentro de un grupo social, pero dentro del grupo social es la estructura de poder quien establece



lo que socialmente es “verdadero”. De manera que el concepto dominante de “comunicación” es fruto de esa legitimación histórica desde el poder y lleva 80 años de uso a nivel mundial. Nada fácil de cambiar “desde abajo”, pero nada nos impide intentarlo.

I: Primero la confrontación: Los estudios críticos.

Entre 1930 y 1970 investigadores alemanes (Theodoro Adorno, Horkheimer, Marcuse), realizan una crítica al enfoque funcionalista desde una óptica marxista a la que se le denomina Escuela de Frankfurt: En sus trabajos denuncian que los llamados medios masivos de comunicación están al servicio de las clases dominantes y manipulan ideológicamente a los individuos, generándoles una falsa conciencia de que viven en una sociedad justa y democrática. En Francia e Inglaterra también se hacen estudios críticos (Althusser, Hall, 1999, etc.).

Sin embargo, en todos estos trabajos no se cuestiona específicamente el concepto de “comunicación” generada por los sociólogos funcionalistas norteamericanos. De hecho se acepta que los medios masivos y los aparatos ideológicos de estado en general manejan procesos de comunicación, aunque ésta se refiera a la manipulación ideológica. Incluso en algunas estrategias de oposición ideológica y política de movimientos marxistas, como las radios piratas y los periódicos clandestinos de grupos revolucionarios, se declara explícitamente que es la voz de los oprimidos aún cuando en muchos casos sólo se trate de las ideas de sus dirigentes o de la estructura militar insurgente. Por supuesto que esta guerra ideológica de mensajes es válida en una lucha, armada o no, de grupos rebeldes. Pero seguimos hablando de una convocatoria a

la guerra, aunque sea sólo de ideas, como en los inicios de la propaganda bélica norteamericana, y no de comunicación en el sentido de intercambio respetuoso de mensajes.

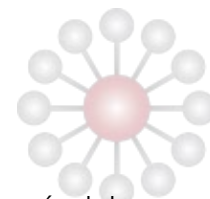
II: Nuevas miradas para reconfigurar la comunicación humana.

Es hasta los años los 70 del siglo XX cuando surge una propuesta realmente distinta con el concepto de acción comunicativa de Jürgen Habermas, por una parte, y la idea de comunicación de Antonio Pasquali, por la otra, en la que se plantea la necesidad de un intercambio igualitario de mensajes entre los actores de la comunicación, con la finalidad, no de persuadir al otro, sino de entenderse para lograr un acuerdo. En esta concepción no basta intercambiar mensajes para desarrollar una acción comunicativa. Lo que define a la acción comunicativa es el la voluntad de entendimiento. Y entendimiento no significa “decodificación de signos”, sino coordinación de acciones libres y respetuosas. Pero además se trata de una búsqueda de entendimiento entre personas éticamente autónomas (Pasquali, 1990), cuyos valores se respetan recíprocamente.

III: Un nuevo concepto de comunicación

A partir de las ideas expuestas anteriormente, podemos describir el proceso de comunicación como una acción generada por los seres humanos que tienen la voluntad de entenderse, y por lo tanto, establecen un acuerdo de principio en el cual se reconocen mutuamente como seres humanos valiosos, se respetan, valoran sus diferencias y su autonomía ética, desarrollan un intercambio recíproco de mensajes que los lleva a crear un nuevo conocimiento y una verdad conjunta, así como un vínculo que los compromete recíprocamente (Cisneros 2002, 2007 y 2009).

En resumen, podemos definir el proceso de



comunicación como el intercambio respetuoso de mensajes entre seres éticamente autónomos que tienen la mutua voluntad de entenderse y construir juntos un acuerdo.

Con este concepto y la idea de autopoiesis (Maturana, 1987), también es posible considerar el proceso de comunicación como un mecanismo de autoconstrucción de los seres humanos y sus vínculos sociales. Lo cual, por otra parte, permite visualizar que a través de la comunicación podemos autoconstruirnos como una comunidad o como sociedad con vínculos realmente participativos.

Finalmente, este concepto de comunicación implica la aceptación del otro como legítimamente otro junto a uno, con la idea de entenderse y construir juntos un acuerdo. Por tanto, sustenta procesos de comunicación ética que se inscriben en la búsqueda de nuevas perspectivas para la vida armoniosa y sustentable, en las que todos podemos recuperar la dignidad de ser actores sociales libres, capaces de entenderse y desarrollar una vida comunitaria.

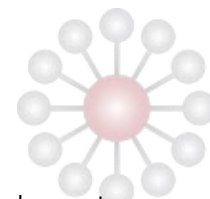
4. Algunos retos en la formación de los nuevos comunicólogos.

La primera consideración general consiste en asumir que el cambio de enfoque del concepto de comunicación implica una nueva mirada sobre la dinámica de la sociedad; es decir, un proyecto de convivencia distinto al de la competencia y la sumisión, que privilegia el respeto y la colaboración. Un nuevo concepto implica un nuevo modo de ver un fenómeno, y el fenómeno del entendimiento mutuo en lo personal y en lo social “no se ve” a través de los “lentes” de la comunicación persuasiva. Es necesario verlo “con otros ojos”, a través de otro concepto, como el que se propone. Pero además, el entendimiento es una práctica social escasa hoy día, y esto implica la necesidad

de rescatarla, fortalecerla y seguir construyéndola tanto en el entorno familiar, como en el ámbito laboral y social en general. Y aquí es donde empiezan los retos específicos para la formación de los nuevos comunicólogos y comunicadores:

- a) ¿Cómo fomentar los procesos de entendimiento entre los individuos y en el ámbito familiar?
- b) ¿Cómo generar procesos de entendimiento y colaboración entre los vecinos del lugar donde se vive?
- c) ¿Cómo cambiar la conducta competitiva de los colegas en el ámbito laboral por una disposición al intercambio de información, la cooperación y las decisiones colectivas sustentadas?
- d) ¿Cómo generar procesos de participación social para la solución de problemas comunes entre la población de la comunidad en la que se vive?
- e) ¿De qué manera configurar sistemas de participación pública para incidir en las decisiones de los representantes políticos que nos afectan como ciudadanos en ámbitos regionales o nacionales?
- f) ¿Cómo generar organizaciones civiles verdaderamente amplias y participativas para incidir en las decisiones de grandes empresas, como los bancos, los supermercados y las telefónicas que abusan en el precio de sus servicios al consumidor? Etc., etc.

Cada uno de estos retos, y todos los demás que podemos visualizar, requieren a su vez de un minucioso análisis epistemológico para ser abordados desde la perspectiva académica y práctica, con el fin de sistematizarse para enfocar la investigación, la enseñanza y los



proyectos de intervención desde la perspectiva profesional de los nuevos comunicólogos.

Asimismo, habrá que revisar todas las referencias bibliográficas empleadas hasta ahora para reconfigurarlas en función del nuevo enfoque de la carrera de comunicación, e iniciar la búsqueda de fuentes de información en múltiples disciplinas académicas que nos permitan ampliar la mirada sobre los fenómenos de entendimiento y colaboración en los diferentes entornos sociales arriba mencionados. Por ejemplo, habrá que retomar conocimientos desde la psicología personal y social, así como de la antropología, la economía y politología en las ciencias sociales. También habrá que buscar referencias de la administración en asuntos de organizaciones, y diversos tópicos en otros campos académicos relacionados con la construcción de un nuevo tipo de relaciones sociales colaborativas fomentadas por la comunicación. Pero además será necesario generar muchos proyectos de investigación básica y aplicada para sustentar los conocimientos de un nuevo enfoque de la carrera de comunicación basada en vínculos personales y sociales de respeto, entendimiento y colaboración. La incorporación del conocimiento y uso de los nuevos medios de vinculación, como las TIC's, al trabajo profesional y académico de los comunicólogos, consecuentemente, cobrará un sentido específico en el diseño y desarrollo de procesos de entendimiento comunitario y social.

Finalmente, son tantas las escuelas de comunicación en México y en América Latina, que si un pequeño porcentaje de ellas decide reenfocar sus programas en una dirección como

la sugerida, no sólo podemos esperar a la postre un interesante efecto en nuestra sociedad, sino rescatar a las escuelas de comunicación de la crisis de identidad profesional en la que muchas se encuentran inmersas.

Bibliografía

Aristóteles (1968). *Retórica*. Editorial Aguilar. Madrid.

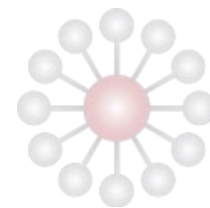
Cisneros, José (2002). "El concepto de comunicación: El cristal con que se mira". Revista Ámbitos 7-8. Universidad de Sevilla. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/7-8/arti03/arti3.htm>

----- (2007). "Comunicación y vida: La comunicación comunitaria en la construcción del tejido social". En: C.D. *Actas de la VI Bienal Iberoamericana de Comunicación*. 26 al 29 de septiembre de 2007. Escuela de ciencias de la Información. Córdoba, Argentina. ISBN 978-950-33-0618-5.

----- (2009). "Comunicación y vida: Los procesos de comunicación en la autoconstrucción del ser humano. Avances de investigación". C.D. memoria del XXI Encuentro Nacional AMIC 2009. *Las sociedades de la comunicación, red y del conocimiento frente a la primera crisis económica del siglo XXI*. Junio de 2008. Puebla, Puebla, México.

Chomsky, Noam (2006). *El bien común*. Entrevistas por David Barsamian. Siglo XXI Editores. México.

Chong López, Blanca (2008). "Los retos en la formación de los comunicadores en México". En: *Códigos, Revista de Ciencias de la Comunicación*. Tercera época, año 1, volumen 1, N°1. Otoño



2008. Universidad de las Américas Puebla.
El Universal (2008). Crece 341% el uso de internet en México en 8 años". Diario del 09.09.2008. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/537071.html> (Recuperado: 07.07.2010).

Enciclopedia Libre Universal http://enciclopedia.us.es/index.php/Archivo:Tio_Sam.jpg (Recuperado: 03.07.2010).

Gerbner, George (2000). Future of media. Sage. London.

----- (2005). Moods and modes. Publish America. New York.

Habermas, Jürgen (1993). Teoría de la acción comunicativa. Red Editorial Iberoamericana.

Hall, Stuart (1999). Representation. Sage. Londres.

INEGI (2008). Estadísticas de suicidios en los Estados Unidos Mexicanos, 2006. http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/continuas/sociales/suicidio/2006/suicidios_2006.pdf (Recuperado: 07.07.2010).

INEGI (2007) Estadísticas de intentos de suicidio y suicidios en los Estados Unidos Mexicanos, 2005. http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/biblioteca/default.asp?accion=4&UPC=702825006528 (Recuperado: 07.07.2010).

Lasswell, Harold (1986). Estructura y función de la comunicación en la sociedad. En:

Moragas, M. (editor) Sociología de la comunicación de masas II.

Estructuras, funciones y efectos. Gustavo Gili. Barcelona.

Lazarsfeld, Paul y Herbert, Menzel (1975). Medios de comunicación colectiva e

influencia personal. En: Schramm, W. (comp.) La ciencia de la

comunicación humana. Editorial Roble.

México.

Maturana, Humberto y Varela, Francisco (1987). El árbol de conocimiento. Editorial Universitaria. Santiago de Chile.

----- (1997). El sentido de lo humano. Dolmen Ediciones, Chile.

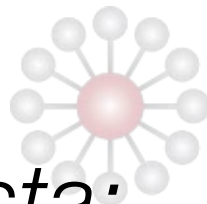
Nixon, Raymond (1963). Investigaciones sobre la comunicación colectiva. Ediciones CIESPAL. Quito, Ecuador.

Pasquali, Antonio (1990). Comunicación y cultura de masas. Monte Ávila Editores, Caracas.

Sobre el autor:

Dr. José Cisneros Espinosa.

Profesor Titular e Investigador en la Universidad de las Américas, Puebla. Estudió la licenciatura en Ciencias y Técnicas de Información en la Universidad Iberoamericana de México, D.F. (1979), la maestría en Administración Educativa en la Universidad de las Américas Puebla (UDLAP, 1990), obtuvo el doctorado en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna en Tenerife, Islas Canarias, España (2001), y es miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) de México, nivel 1.



La formación humanista: reto de la educación actual

Alba Devo Colis
Universidad del Centro de México, S.L.P.

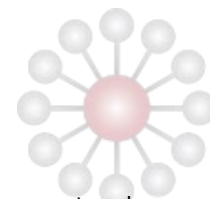
Resumen: En el marco de un mundo globalizado y tecnologizado, hemos impulsado a la tecnología como una herramienta que domina al mundo, que subyuga el conocimiento y la esencia humana frente al ideal de la competitividad del mercado laboral, allanando, con ello, el camino que nos lleva a la deshumanización y la enajenación del hombre de sí mismo en aras de una acumulación de capital, de la rentabilidad cognoscitiva, así como del desarrollo de habilidades y destrezas que demanda el neoliberalismo. Este extrañamiento del sí parece ser el costo del utilitarismo al que hemos llegado, ya que incluso la educación ha sucumbido frente a la demanda empresarial, dejando de lado el saber; es decir, la búsqueda dialógica del conocimiento, la filosofía como una forma de construcción del mundo y como una forma de vida. Frente a esto, la necesidad de una formación humanística en la educación actual, constituye un punto a reflexionar más allá del utilitarismo, la productividad y la demanda laboral globalizada, sino como un punto de partida hacia la formación de hombres libres, hombre comprometidos con la sociedad y con ellos mismos, para así reconstruir un mundo más humano.

Palabras clave: Reto, Educación, Filosofía, Profesionistas, Humanidades.

La formación humanista: reto de la educación actual

El mundo, inmerso en la globalización y el neoliberalismo, ha instaurado y sobrevalorado a la “competitividad como una nueva utopía educativa” (De la Torre, 2004:17), lo cual ha hecho emerger la necesidad de reflexionar en torno a la validez y pertinencia de que en las instituciones de enseñanza sea asumido el humanismo, no como una opción más dentro del campo formativo, sino como una postura que permea la educación actual.

Nosotros, hombres y mujeres, luchamos por insertarnos y afianzarnos en un mundo que requiere los más altos niveles cognitivos y prácticos. Esto implica la superación de la distancia que, históricamente, se ha establecido entre las ciencias humanas y las ciencias exactas, para con ello dejar atrás la arbitraria y superficial separación entre la formación humana y la científica. Esta última, inmersa en un universo de competencias y plusvalías, se debe direccionar hacia el bienestar y no hacia el beneficio (o instrumentalismo) ya que de



ser así no habría ninguna distinción con respecto del punto en que nos encontramos ahora; es decir, un momento histórico subordinado –como ya se ha señalado- a las prácticas tecnocientíficas globalizantes, las cuales han propiciado la pérdida del saber como un proyecto de vida, al demandar, por encima de todo, la rentabilidad cognoscitiva.

Aquí cabe detenerse un poco y preguntarse si la educación tecnológica aporta verdaderamente los criterios necesarios para que los jóvenes enfrenten el mundo vertiginoso y caótico en el que vivimos, al tiempo en que establecen lazos de compromiso ético, social y moral con éste. Desde mi punto de vista, no es así. Únicamente toda vez que se parta de que la educación “nos exige la gestación de una propuesta educativa que [...] <nos> haga sujetos de una vida digna y de ciudadanía responsable...” (Rodríguez: 10) -sin dejar, por ello de lado, los intereses profesionales-, es que podremos superar la enajenación de nuestra propia humanidad.

En este contexto, debemos reconocer que el reto del docente, no es sólo otorgar al alumno elementos cognitivos para su desarrollo laboral, sino también la formación de hombres democráticos, comprometidos y libres; lo que debiera ser fundamentalmente la expectativa del tipo de educación a la cual aspiramos. Sin embargo, la historia ha mostrado que, en las instituciones educativas, la formación humana no ha constituido la teleología educativa; es decir, el fin formativo, sino que ha propiciado el detrimento de espacios en donde se inculquen los valores humanos. Al respecto, dice Comte- Sponville que

“no es el valor de los hombres lo que funda

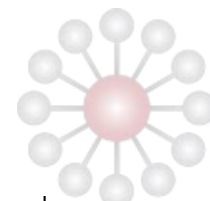
el respeto que les debemos; es el respeto el que les concede su valor [...] En definitiva, no es porque sean libres que es necesario educarlos, sino para que tengan, al menos, una oportunidad de serlo. Es lo que yo llamo humanismo práctico, que sólo vale por las acciones que engendra. No es una creencia sino una voluntad. No una religión, sino una moral.” (Comte- Sponville, 2003: 261)

En este sentido, la enseñanza de las humanidades enfrenta una doble problemática que constituye un reto considerable: por un lado, su consonancia como identidad del hombre, y, por el otro, su valorización, ante un mundo que demanda acciones operacionales, vinculadas a la producción, productividad y competitividad.

La superación de este reto no será posible sin la implementación de reformas curriculares que descansen sobre un diseño incluyente de la multiculturalidad, toda vez que sean capaces de proveer perspectivas interpretativas de las realidades, en un marco de compromiso crítico activo, del “otro” y de uno mismo, para traspasar las particularidades en aras de una humanidad, cabalmente entendida.

No poco desafiante es este cambio, mas si se piensa en términos de igualdad y conocimiento del otro, y en cómo esa experiencia beneficia la apertura de perspectivas, veremos la necesidad de orientar la educación hacia el hombre, hacia eso que nos hace ciudadanos del mundo; es decir, nuestra propia humanidad.

Para poder apreciar lo anterior es necesario remontarnos a la antigua Grecia, en donde la



educación era fundamentalmente filosófica y dirigida hacia la dimensión política, vista no como la consecución del poder –como actualmente se aborda-, sino como una formación racional y participativa en beneficio de la comunidad. Esa dimensión política es compartida –con sus muchas salvedades- por nuestro sistema educativo; no obstante, los retos son distintos, ya que el diálogo en este complejo tejido social actual no facilita la fusión de cosmovisiones, dado que las nuevas tecnologías de la información, la alteración de la dimensión espacio-temporal y la emergencia multicultural se hacen presentes en dimensiones insospechadas. De ahí se desprende la importancia de que el docente sea capaz de introducir, desde las aulas, un cambio de valores y actitudes encaminados a la apertura conceptual de lo que es el hombre, así como a la ampliación de horizontes de comprensión de la polifonía global.

Todo esto dejará de ser virtualidad al tiempo en que el docente –no sólo de niveles superiores- haga una revisión metodológica guiada por lo cognitivo y lo axiológico, es decir, por el saber y los valores.

Para tal fin, hay que abordar las figuras de Sócrates, Platón y Aristóteles como modelos educativos.

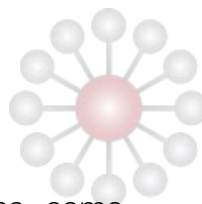
El docente-filósofo y los modelos educativos humanísticos

En primer lugar abordamos a Sócrates, para quien el proceso de enseñanza-aprendizaje no se basaba en la transmisión del conocimiento como si éste “fuese algo de una especie tal que,

de lo que está más lleno, pudiese fluir a lo que está más vacío” (Hadot, 1998: 39); es decir, que el conocimiento no es un cúmulo de contenidos teóricos que puedan ser transmisibles a través de un texto o un discurso, ya que el saber socrático no se remitía a proposiciones o teoremas que debieran ser entendidos sino comprendidos y aprehendidos.

En este sentido, el conocimiento, entendido como lo es hoy en día, es un punto en donde la educación actual recibe un golpe directo, ya que parece ser que dentro de la agenda educativa, una de las más importantes consignas es “retacar” a los estudiantes con la mayor cantidad de información posible, lo que significa un punto más en las calificaciones obtenidas por los “jueces” de la educación; organizaciones nacionales e internacionales que “certifican” la calidad (por no decir cantidad) educativa.

Ahora bien, la didáctica (tan de moda actualmente) en la que descansaba la enseñanza socrática es el diálogo, el cual constituye una aporía en sí mismo al poseer la inviabilidad de concluir y, por tanto, de formular un conocimiento, lo que al tiempo instaura el verdadero objetivo dialógico; el saber siempre en proceso y nunca definitivo. Visto así, el diálogo no es la consecución de un saber teórico, sino el saber sobre uno mismo, lo que constituye el primer paso para el cuestionamiento de sí y, con ello, la destrucción de la línea divisora entre la “verborrea filosófica” (al modo sofista) y una verdadera filosofía de la acción: vivir la vida a través de la virtud del saber, que en tanto virtud, nos encamina hacia el Bien, a través de la elección y la decisión, lo que no significa más que el saber de la vida; es decir, el saber vivir.



Sin embargo, para que este ideal pueda alcanzarse, Sócrates propone al filósofo como interrogador, ya que es él quien al alcanzar un modo de vida justo, permite al interlocutor descubrir por sí mismo el saber-virtud, a través de la formulación de cuestionamientos que ayuden a “parir” (no olvidemos que la madre de Sócrates era partera) el saber.

Si observamos (no tan) de cerca, la educación actual carece, en grado sumo, de docentes que no se limiten a transmitir contenidos. De ahí la necesidad de que los catedráticos se asuman como filósofos, en el sentido socrático, pues si fuera así comprenderían que su función no es solamente ser expositores sino parteros de saberes; en pocas palabras, facilitadores en la construcción de modos de vida, de hombres y mujeres virtuosos, justos, sabios.

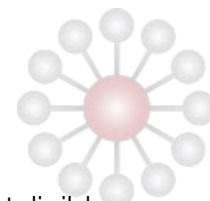
Si como Sócrates hacemos de la enseñanza un modo de vida en donde las materias humanísticas no se limiten sólo a ser eso: materias, sino modos didácticos para la aplicación en la vida misma, entonces, habremos avanzado en la formación de hombres con capacidades intelectivas, competitivas y humanísticas que incidan en el mercado global al tiempo que en la calidad humana.

Entonces, la pertinencia de retomar la figura de Sócrates como modelo educativo, reside en el hecho de que en la actualidad no parece existir el interés en la construcción de un proyecto de vida que se corresponda con el ser, sino más bien, con el capital y la vanidad, lo que no poco contribuye a la crisis humanística y a la pérdida del hombre en tanto sujeto.

Si bien he retomado a Sócrates como un modelo educativo, considero que, para su implementación en los modelos educativos actuales, deben ser primero los docentes quienes se cuestionen sobre la propia congruencia, sobre las relaciones que establecen entre los valores y la vida, así como sobre la manera en que éstas relaciones los sitúan bien como expositores de contenidos, bien como facilitadores de saberes. Así, en la medida en que éstas reflexiones sean tomadas en cuenta y, sobre todo, practicadas, podrán saber, las más de las veces a su pesar, el tipo de maestros y modelos que son; si enseñan en y desde la virtud, o bien, en y desde el vicio.

La importancia de que se conviertan y se asuman como filósofos, supondrá la calidad en la formación de hombres congruentes en lo individual, así como en lo intelectual-laboral. Sin embargo, esto no se detiene allí, pues una vez que los docentes se asuman como filósofos, la enseñanza de las humanidades podrá constituir una parte más de la práctica docente, ya que al comprender que la educación no compete únicamente al desarrollo cognitivo y de destrezas, sino también a la construcción y allanamiento de un camino de crecimiento dialógico; es decir, de crecimiento basado en la comunicación y los cuestionamientos, es que se abrirá paso a la verdadera educación del hombre. Por esta razón es que la práctica docente debería apostar también por el saber que se erige sobre el intercambio de ideas, valores y vivencias.

En segundo punto, se encuentra Platón, quien retoma la idea del bien de su maestro Sócrates y configura una tradición filosófica que ha permeado a gran parte de la filosofía occidental: el idealismo.



Para este filósofo existía una división del saber: la doxa y la episteme. La primera –a grandes rasgos- refería al conocimiento empírico; la segunda abarcaba lo que Platón denominaba ciencia y que no era más que el conocimiento de lo inteligible. Dentro de la episteme se encontraban la diánoia -que constituía el conocimiento racional- y la noesis. Esta última es la que nos importa rescatar, ya que esta denominación indicaba aquel conocimiento obtenido a través de la visión directa de las ideas, el cual se posibilitaba con el estudio de la dialéctica.

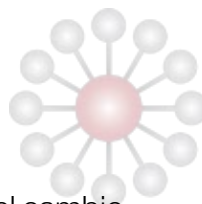
Nuevamente el filósofo toma importancia, en tanto que para Platón sólo él puede alcanzar la episteme noética, gracias a la visión sinóptica que le proporciona el encadenamiento de la Idea Suprema con las demás ideas. Es por ello que rescato este conocimiento, ya que el filósofo, en sus avatares para convertirse en tal debe pasar por una instrucción larga, encaminada a la formación de alma-razón. Entre la educación que se le daba estaban las ciencias exactas, cuya intención era mostrar el orden ideal del universo. También estaban la gimnástica y la música, las cuales buscaban formar el alma del joven para que pudiera desarrollarse y ser capaz de recibir, en la adultez, el conocimiento de la ciencia de la totalidad o dialéctica, la cual sólo era alcanzada por aquellos filósofos verdaderos, quienes además de integrar la clase política, se convertían, más tarde, en educadores que desarrollaban la conciencia crítica de la polis al orientar al hombre por el camino de la verdad, el bien y la justicia.

Como vemos, la educación platónica buscaba, antes que llevar al hombre al conocimiento de la realidad, la purificación y preparación de la

mente para posibilitarle recibir las ideas inteligibles. Esto, visto con los lentes de nuestro momento actual es francamente impensable, ya que el tiempo destinado a la perfección del hombre, se reduce a las escasas 3 o 4 horas por semana en que se imparte la materia de “cívica y ética” o la de “valores”. Basta esta muestra para ver que nuestro modelo educativo no tiene dentro de su paraje la inclusión de la formación del alma y mucho menos la consecución de la virtud. Esto me parece que es porque, en aras de una educación laica, ha confundido lo espiritual con lo religioso y, para no errar, se ha preferido paradójicamente dejar a la religión esa parte.

Ahora bien, Platón, en su Academia, subrayaba, además, las intenciones y aplicaciones educativas en la formación política. Para este filósofo, el ideal educativo se ubicaba en un nivel muy superior al de los sofistas -quienes se preparaban para la incursión política únicamente, tal como nosotros hoy en día-, pues trataba de dotar a sus alumnos de un saber fundamentado en dos vertientes; la primera, en un riguroso método racional –como ya se ha señalado-; la segunda, y siguiendo la concepción socrática, en un saber que no se separara “del amor del bien y de la transformación interior del hombre” (71). Con ello, la enseñanza filosófica y, por extensión, de las humanidades se manifestaba en la vida comunal por medio de la dinámica del diálogo, así como por la práctica de la virtud.

Hay que destacar que el diálogo tiene una preeminencia en la educación platónica del filósofo, ya que al no ser sólo un ejercicio lógico, sino también espiritual, se precisaba de la vida en comunidad para el crecimiento individual y de



una colectividad en donde el “otro” se hace tan necesario como uno mismo. La diferencia con la actualidad estriba en que el “otro” no es visto ya como la contraparte necesaria para la ascesis – transformación del hombre-, sino como un mal que dista mucho ya de ser necesario.

Siguiendo esta línea, puedo afirmar que el fomento al diálogo, dentro de la educación actual, es imprescindible para recobrar la humanidad que hemos dejado escapar por entre los resquicios de la competitividad, la tecnociencia y el capital. Habremos de volver a la búsqueda del logos a través del mutuo entendimiento, respeto y equidad, para con ello abrir puentes de comunicación educativa, en donde el saber, ese conocimiento platónico, sea “ante todo un saber <vivo> de los valores” (p. 88).

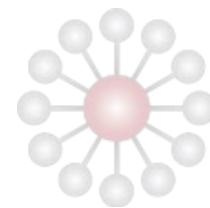
Si bien he afirmado que el docente debe asumirse y conducirse como un filósofo, ha sido sin otra intención que resaltar el papel tan importante que tiene todo maestro en la recuperación de la humanidad extraviada del hombre, y es que un maestro debe ser un guía, un ser que está y no en el mundo, un sujeto que transita entre la virtud y la realidad, entre la Idea suprema del bien y entre el mundo, al cual nunca renuncia.

En tercer lugar se encuentra Aristóteles, discípulo de Platón y crítico antípoda de su maestro, para quien la educación debía ser proporcionada por el Estado, ya que este tenía la obligación de cultivar la virtud del hombre, a través de la educación, que se basaba en el modelo realizado por el estagirita, a partir de la distinción entre la vida política y la vida filosófica.

Es en Aristóteles donde comienza el cambio de una filosofía de la acción a una filosofía cuasi intelectual o tal vez más contemplativa. Mientras que para Sócrates y Platón el Bien es lo supremo, para Aristóteles tenemos que lo es la eudaimonía (felicidad), la cual, si bien no consiste en los bienes materiales, sí los supone. Esto constituye un punto a favor sobre la concepción socrática y platónica del desprendimiento total de la materia, ya que con dicho pensamiento la filosofía pone de lado al mundo. Ahora bien, si la eudaimonía supone (sin conceder del todo) los medios materiales, es entonces lógico pensar que la felicidad se une tanto al éxito material como al de la virtud.

Es justamente aquí que comienza el cambio de paradigma filosófico y, por ende educativo, y es que para Aristóteles la felicidad solo se posibilita a partir de la actividad racional del alma con vistas a la dominación de la parte volitiva de la naturaleza humana. Con ello nace la preeminencia del alma intelectual, pero más aún, la necesidad de conocimiento de la realidad para alcanzar la verdadera eudemonía.

Asimismo, ya en Aristóteles encontramos un desapego hacia la comunidad y es que al haber destinado al filósofo a una vida contemplativa como medio de alcanzar la eudemonía, se coarta la necesidad de la comunidad en la formación del filósofo, pues “aquel que se consagra a la actividad del espíritu no depende más que de sí mismo” (92). Incluso, habrá que observar que para el estagirita sí existe un conocimiento último, verdadero y que es gracias a él que el filósofo encuentra la felicidad y comprende que el fin de la vida es el espíritu mismo. Sin embargo, también aclara que no en todo momento el filósofo alcanza la contemplación



del intelecto supremo, por lo que tiene que conformarse con una clase de eudemonía inferior, lo cual obliga a una vida teórica; es decir, a la vivencia activa de un modo de vida en donde el fin es la contemplación del intelecto supremo, por tanto, a la praxis teórica.

Me parece que la problemática del cambio en la filosofía (vista ésta en su momento educativo) reside en la praxis teórica aristotélica, ya que la elevación del intelecto como único fundador de la virtud del hombre elimina necesariamente la vida en comunidad y la necesidad del “otro” para constituirme como un sí mismo.

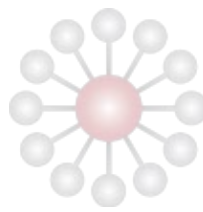
Si bien, no niego el valor de la ética aristotélica, me parece que el camino al autoconocimiento y al desprendimiento de la materialidad, se modificó dramáticamente, ya que la preponderancia del razonamiento lógico cobró fuerza por encima del aprendizaje humanístico y centró en la racionalidad discursiva del conocimiento la virtud perfecta: la felicidad, que no nace por el contacto con la comunidad y con el saber de uno mismo, sino del ejercicio racional que proporciona el conocimiento de la realidad.

Habría que precisar que el ejercicio racional de la praxis teórica estaba íntimamente ligado a la observación de la realidad, con lo cual de alguna manera se ancla el conocimiento al mundo, a la realidad, dejando lo “real” un tanto de lado. A pesar de ello, ciertamente este punto constituye un avance sobre las ideas platónicas, ya que al postular Aristóteles al filósofo como un observador de la divinidad del intelecto en la realidad, asegura un lugar al mundo en la praxis filosófica, lo cual Platón negó desde el principio.

Ustedes se preguntarán ¿qué tiene que ver todo esto en la restitución de las humanidades a la educación actual? Si miramos bien, es con Aristóteles con quien presenciamos la decadencia del diálogo y la comunidad como elementos primigenios del saber y en donde además se aprecian los pequeños pasos hacia la educación de contenidos. Es aquí en donde lenta, pero segura, la filosofía como forma de vida se iba desvaneciendo tras los compendios teóricos de la manifestación del intelecto en la realidad.

Me parece que la poca comprensión cabal del ejercicio intelectual de Aristóteles provocó que fueran los contenidos temáticos lo que se rescatara de este modelo educativo y lo que a la postre resultó en la valoración de los contenidos, no como conocimiento de la realidad que posibilita la contemplación del Supremo Intelecto, sino como el fin de la filosofía; luego, de ahí se desprende la concepción, fraguada durante tanto tiempo, de que la filosofía es una construcción erudita de un centro sapiencial y, por tanto, fuera del alcance de la vida diaria.

Es en este el punto en donde estamos. Este es el modelo educativo que vivimos actualmente, en donde lo platónico y socrático han quedado arrumbados en la historia de la historia de la filosofía y en donde lo racional cobra preeminencia. Es aquí en donde sólo la mirada histórica nos muestra una filosofía entendida no como “la construcción complicada, pretenciosa y artificiosa de un sistema de discurso erudito” (Chase, 1997) -así practicada actualmente-, sino como un “estilo de vida y un modo de discurso” (Hadot, 1998:104).



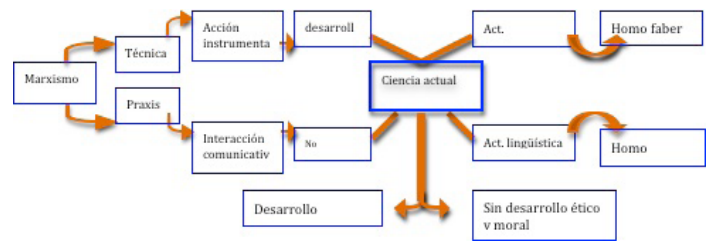
¿En dónde estamos?

Hemos dicho que la tergiversación de la filosofía griega ha dado como resultado la preponderancia de los contenidos, no solo por encima de la formación humana, sino por encima de cualquier clase de formación que no sea científica. Por ello, si seguimos la línea que hemos venido argumentando, es que comprenderemos que al perder la filosofía su estatuto de modo de vida, y al erigirse como el ejercicio de la parte superior del alma –el intelecto-, tomada tan solo como entrenamiento intelectual, es que llegamos a donde estamos. El discurso actual (no sólo de la enseñanza, claro está) se basa en el paradigma racional -extraído de este malentendido-, el cual con el correr del tiempo, se ha traducido a lo científico; es decir, a las así llamadas “ciencias duras”. Su interiorización y ejecución signa nuestra vida en todos sus ámbitos, por lo que el reto a asumir es el reestablecimiento del significado original de la filosofía en tanto ejercicio intelectual y espiritual, a través del ejercicio del diálogo comunitario en el proceso de la enseñanza-reaprendizaje.

Una de las problemáticas más importantes en la enseñanza de las humanidades es el hecho de que atravesamos por un momento de diálogo interparadigmático, que se refleja en actitudes, valores y habilidades que, más que mostrar homogeneidad, revelan una heterogeneidad en constante debate.

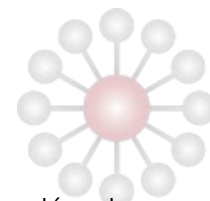
Estas afirmaciones tienen su sustento en el recorrido histórico de diversas corrientes filosóficas, cuyo objetivo no es otro que dar cuenta de la pragmática actual, la cual se ancla en el marxismo y en la división de líneas de acción que

éste hace. (ESQUEMA 1):



La técnica se refiere a la acción instrumental; es decir, a aquella encaminada a la explotación de los recursos en aras de la productividad y, como es palpable, se ha desarrollado aceleradamente durante el siglo XX y XXI, lo cual ha colocado a la actividad productiva como un fin en sí mismo. Por el otro lado, está la praxis (en concordancia con la praxis teórica de Aristóteles), o bien la interacción comunicativa, la cual no fue desarrollada a la par de la acción instrumental, lo que, paradójicamente también incidió en la constitución de la ciencia actual, en donde podemos encontrar un alto desarrollo científico y tecnológico, mas no un desarrollo ético y moral. Esto, finalmente, se concretizó en la distinción entre la actividad productiva, la actividad del homo faber y la actividad lingüística, propia del homo loquens.

En el esquema se observa el desarrollo del paradigma científicista, que se funda –en tanto ciencia- en la verificación, la observación y, obviamente, en la oposición a la metafísica; punto en el que se opone al paradigma humanista, en tanto que éste apela a los principios fundamentales del ser y no al ser utilitario. Es por esta razón, que con la Revolución Industrial y el maquinismo, la ciencia –finalmente concebida como praxis- tomó por asalto las concepciones humanas, lo que significó la falta de respuestas de ésta a la vida cotidiana. Así, lo que permeó fue la practicidad y



comodidad del desarrollo científico como motor del mundo.

Ante esta realidad, la necesidad de establecer un puente comunicativo entre ambas es primordial. Sin embargo, no pocas dificultades acarrea este reto, ya que la problemática no es solo de aplicación, sino, antes que nada, lingüístico. Pero ¿Por qué la lingüística será la primera cuestión? Pues porque toda comprensión cabal de las cosas, de la realidad, del mundo y del hombre, demanda una articulación lingüística capaz de dar cuenta del fenómeno de la comprensión. Ahora bien, se ha dicho que el docente debe postularse como un docente-filósofo, en la medida en que trasmite un conocimiento humano que busca lograr la comprensión; de ahí que el problema sea lingüístico pues “todo entendimiento es un problema lingüístico” (Gadamer, 1994: 181) manifestado en el discurso (oral o escrito) y que “construye y sustenta [...] <una> orientación común en el mundo” (184). Esto es porque el lenguaje no es únicamente una relación sintagmática de palabras, sino una forma de articulación del mundo.

Javier Muguerza plantea, siguiendo este razonamiento, el “giro lingüístico”, el cual, “es en definitiva, un cambio de énfasis tendiente a realzar la importancia filosófica del lenguaje” (Muguerza, 1996: 96). Dicha propuesta explicita que la realidad en la que estamos insertos, está mediada por el lenguaje, lo que pone en relieve al diálogo como construcción de realidades; es decir, de la vida misma, aportando así una valiosa contribución al campo humanístico y no poco al diálogo interparadigmático.

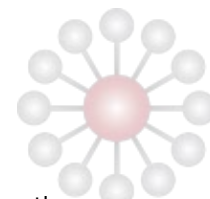
A su vez, Fullat comenta que “no es

posible conocer la estructura de la educación sin desentrañar cuál sea el referente apuntado por el “significante hombre” (Fullat, 1992: 125-6). Por eso, es necesario que el docente articule su discurso dentro del campo filosófico, pues este esfuerzo radica en las nociones de conciencia sobre el sí mismo que sea capaz de fomentar en el alumno; de ahí que la educación humanística sea la educación fundamental, al otorgar a la conciencia las herramientas de comprensión del espíritu.

Dentro de esta idea se contienen tanto las habilidades de la intuición sensible como las habilidades de la intuición intelectual. Esta alternativa permite ofrecer una opción transmisible naturalmente. Aunque, como se dijo con anterioridad, el reto es significativo, ya que la demanda de docentes capacitados exige una amplia disposición a la propia reflexión, ya que partir de la ignorancia y de la propia naturaleza bloquea la capacidad de implementar métodos educativos humanísticos.

Por ello la educación debe dirigir sus esfuerzos a enriquecer la “cultura humana”, a lo que la dignifica y engrandece; debe fomentar un “humanismo práctico” en el que las habilidades y las capacidades humanas se desarrollen para formar hombres que se autoexaminan, se cuestionan y se comprenden dentro de una sociedad mundial diversa. Por ello, el requerimiento a la formación educativa actual es que la educación logre desarrollar en el individuo la sensibilidad humana no como “una creencia sino una voluntad” (Comte-Sponville, 2003: 261).

Conclusiones



Todo lo anterior no es más que un intento por esclarecer la línea histórica-cientificista que ha perpetrado la exclusión del humanismo del campo educativo; por el otro, fincar una crítica a ella y postular una mejora a la situación actual que vive la educación como formadora de hombres antihumanos.

Por ello, dentro de este marco socio-cultural, la enseñanza de las humanidades debe sostenerse sobre contenidos de pensamiento humanistas, centrados en enfoques conceptuales capaces de lograr una resignificación de la cualificación humana. Esta enseñanza implica que, en primer lugar, sean los docentes quienes dominen el diálogo, sustentado en las habilidades relacionadas con las operaciones del pensamiento, que no por ser lógicas y críticas son menos humanas, sino todo lo contrario, pues es esto, justamente, lo que distingue al hombre, al ser él el único capaz de desarrollar y aplicar habilidades de construcción de categorías del pensamiento: crítica, analítica, analógica, de simbolización e interpretación.

El desarrollo de habilidades del pensamiento, y en especial de la interpretación, es importantísimo en el campo de las humanidades para la autocomprensión y el entendimiento de la cultura, ya que hace partícipe de ese discernimiento a los tejidos significativos anclados a núcleos semánticos y semiótico-culturales. Es por ello que se puede afirmar que el hombre es ese personaje nietzscheano, Zaratustra, en la medida en que aprehende el mundo mediado por el símbolo y el significado. De aquí, la necesidad de retomar lo humanístico en la educación, en tanto herramienta de observación de la realidad que permite llegar

al análisis crítico, a la aprehensión significativa y a la resignificación, lo que facilita el acercamiento al mundo de los sentidos y significados constituyentes de la realidad, toda vez que se tienda un puente decodificante y comprensivo del binomio hombre-mundo.

En este sentido, la educación humanística, en tanto herramienta que dota de habilidades de captación, análisis y crítica de la realidad – entre otras-, necesariamente debe incluir la exégesis para llevar a la educación humana a la verdadera capacidad de observación, refiguración y -como diría Ricoeur- mostración del mundo, lo que implica una ampliación cosmogónica del hombre en tanto que se vuelve “capaz de coser los hilos aparentemente dispersos [...] <y que> tiene como finalidad descubrir el sentido profundo sobre el cuál esta soportado el tejido” (Vázquez, 2006: 179) del mundo. Con ello, la enseñanza de las humanidades tiene ante sí un reto invaluable: desarrollar las habilidades del pensamiento en el individuo, para que sea capaz de observar, analizar, simbolizar, conjeturar y criticar, no sólo a la sociedad, sino a él mismo, inserto en un tiempo y espacio determinados, así como, y más prioritariamente, crear y recrear la realidad través de la reflexión de sí mismos; lo que no es más que una comprensión profunda de la identidad y de lo humano como instrumento concomitante del mundo.

La enseñanza de estas habilidades y su interiorización, modifican radicalmente la forma de ver y vivir el mundo, a la par que la teleología, la finalidad, llena la vacuidad. Sin embargo, hay que señalar que nada de esto puede materializarse si los docentes no lo saben, o más aun, no le

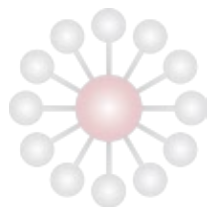


dan la importancia debida; si piensan en dichas habilidades como términos de uso común y no en un sentido técnico, científico y filosófico.

Finalmente, no hay que olvidar que la responsabilidad de la educación es de todos, pero primordialmente de los centros educativos y de los docentes que están día a día transmitiendo no sólo conocimiento, sino valores y actitudes, pensamientos y cosmovisiones que signan al alumno de manera categórica; es por ello que no hay que equivocarse y pensar al humanismo solo como aquello extraño, lejano, caduco e impracticable, sino como una necesidad central en la educación en torno al hombre, pues educan hombres y, por tanto, hay que formarlos como tales.

Referencias:

- Aristóteles. (2001). *Ética a Nicómaco*. España: Alianza Editorial.
- Chase, M. (1997). *La filosofía como forma de vida. Apuntes sobre la obra de Pierre Hadot*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Comte-Sponville, A. (2003). *Diccionario Filosófico*. Barcelona: Paidós.
- De la Torre, M. (2004). *Del humanismo a la competitividad*. México: UNAM
- Fullat, O. (1992). *Filosofías de la Educación PAIDEIA*. Barcelona: Ediciones CEAC.
- Gadamer, H. G. (1994). "Hermenéutica como tarea teórica y práctica". En *Verdad y Método II*. Salamanca: Sígueme.
- Gasparoti, R. (1996). *Sócrates y Platón*. España: Akal.
- Hadot, P. (1998). *¿Qué es la Filosofía Antigua?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Muguerza, J. (2006). *Desde la perplejidad. Ensayos sobre la ética, la razón y el diálogo*. México: FCE.
- Nussbaum, M. (1997). *Cultivating Humanity*. Cambridge: Harvard University Press.
- Rodríguez, R. (2003) *La diversidad cultural en la sociedad global: Nuevos retos en la educación*. [Documento www]. Recuperado: <http://www.yorku.ca/hdrnet/images/uploaded/Diversidad%20Cultural%20Rodriguez,%20Arch%201.pdf>
- Romero, M. (2006). *Las humanidades en la educación actual*. Revista Querens. 19, p.24-33.
- Romero, M. (2006). *Desarrollo de habilidades filosóficas. Un estudio comparativo y transdisciplinar en el campo educativo*. México: Universidad de Guadalajara.
- Salmerón, A.M. (2000). *La herencia de Aristóteles y Kant en la educación moral*. España: Ed. Desclée de Brouwer.
- Vázquez, F. (2006). *La enseñanza literaria. Crítica didáctica de la Literatura*. México: Kimpres Ltda.



Sobre el autor:

Alba Devo Colis.

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad del Centro de México (UCEM).

- Maestría en Humanidades con especialidad en Literatura en el ITESM (título pendiente).

- Diplomados en “Literatura, Filosofía y Cine” y “Estética y Filosofía del Arte”, por la UCEM.

- Certificación internacional como Maestra de Español para Extranjeros, por International House México.

- Ganadora del Tercer Lugar en el Concurso Nacional de Creación Literaria del Tecnológico de Monterrey 2009, en la modalidad de “Ensayo”.



Representaciones sociales de estudiantes universitarios sobre el periodismo y sus riesgos

Rosa María González Victoria
Rosa María Valles Ruiz
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen: Quizás la enseñanza del periodismo -en el contexto de vorágine actual- es uno de los mayores retos para las instituciones que la imparten a nivel licenciatura o como especialización. México se ha convertido en uno de los países con mayor riesgo para ejercer esta profesión, situación que afecta su proceso de democratización al amedrentar y atentar contra derechos humanos fundamentales como son la libre expresión de las ideas, el derecho a la información y, de manera más grave, la integridad de los/las periodistas. Desde 2006, los/las profesionales de la información desempeñan su trabajo en medio de una “guerra” declarada por el Poder Ejecutivo al crimen organizado, específicamente, a los carteles de la droga. Posiblemente, nunca nos imaginamos los efectos y el impacto que esta “batalla” tendría en uno de los campos de por sí acosado por la intolerancia de grupos de poder: el periodismo. Al parecer, la parte medular de este problema consiste en la impunidad en la atención y solución de los casos denunciados.

En este trabajo damos a conocer algunos avances del proyecto de investigación que tiene como tema identificar las representaciones sociales construidas por estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación sobre el periodismo, el periodista y los riesgos de esta profesión en la situación anteriormente descrita. La información obtenida fue mediante una entrevista semidirigida aplicada a alumnos/alumnas de sexto, séptimo y octavo semestres de la UAEH, y se presenta un análisis de esta exploración cualitativa de los enunciados obtenidos mediante dicho instrumento de investigación.

Palabras Clave: Representaciones sociales, periodistas, periodismo, riesgos, violencia.



Introducción

A la luz de los acontecimientos actuales y el clima de violencia y hostilidad que se ha acrecentado en el campo periodístico, durante el presente sexenio y en un contexto de la “guerra” declarada por el Ejecutivo Federal al crimen organizado, específicamente, al narcotráfico, es imprescindible evocar la figura de un periodista que nos aliente a persistir en la tarea de profesionalizar y, sobre todo, dignificar el quehacer periodístico. Quién mejor que Manuel Buendía que, con sus claroscuros como todo ser humano, hizo efectivos y defendió, hasta sus últimas consecuencias, la libertad de expresión, el derecho a la información y la libertad de prensa. Releer sus discursos, en momentos como el actual, nos anima para plantear y replantear propuestas en las instituciones de educación superior que ofertan el periodismo como licenciatura o especialidad. La importancia del periodismo radica en que, en un Estado de Derecho y aspirante a una transición hacia la democracia, hace efectivos derechos humanos de los/las ciudadanos/ciudadanas.

El gremio periodístico de México está de luto; lamentablemente en un duelo permanente. No concluye de superar, anímicamente, una pérdida cuando uno más de sus integrantes es víctima de algún tipo de atentado. Ante este panorama, el campo académico no puede estar ajeno, no sólo por ser parte del tejido social sino por su participación en la formación de los futuros profesionistas de la información. Según datos de la ANUIES, citados por CONEICC (Rebeil Corella, 2008), hasta 2007 se registran 347 programas de comunicación, formando a poco más de 72 mil estudiantes.

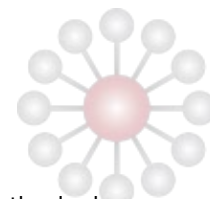
Hace casi diez años, la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH) se sumó a la demanda o aspiración de profesionalizar el periodismo al

ofrecerlo como una opción de egreso (como área de énfasis) a sus alumnos/alumnas de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, considerando elevar la calidad profesional del periodismo en la entidad.

Antes de la Segunda Guerra Mundial se inicia el proceso de profesionalización del periodismo (Hernández, 2004), cuando la Universidad Femenina de México la oferta como licenciatura (1943) pero, dado que el proyecto académico no fructifica, se considera que la primera institución que inicia este proceso, en 1949, es la Escuela de Periodismo Carlos Septién García.

Este trabajo tiene como propósito mostrar algunos avances de un proyecto de investigación más amplio sobre las representaciones sociales (Moscovici, 1961/1979, Jodelet, 1986) que estudiantes universitarios han construido sobre la labor periodística y el periodista. Los resultados preliminares que presentamos fueron obtenidos de una entrevista semidirigida aplicada a 55 estudiantes, entre 18 y 27 años de edad, que cursan el sexto, séptimo y octavo semestres de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, en la UAEH.¹

1 Consideramos pertinente mencionar que la idea de este proyecto surgió de las inquietudes y dudas expresadas por algunos alumnos para cursar la especialidad en periodismo, cuando se encontraban en el proceso de tomar la decisión de inscribirse al área de énfasis con la cual concluirían su carrera. La licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la UAEH ofrece tres áreas de énfasis: Periodismo, Comunicación Organizacional e Investigación en Comunicación. Desde las primeras generaciones de egresados/egresadas, Comunicación Organizacional ha sido el área de mayor demanda de los/las estudiantes. Una de sus representaciones de esa área es que van a conseguir empleo con mayor facilidad. Nuestro proyecto abarca a estudiantes de otras instituciones de nivel superior que ofrecen periodismo, ya sea como licenciatura o especialidad. Decidimos iniciar con el estado de Hidalgo tomando en cuenta que el 95% de los casos de violencia hacia la prensa se registran en localidades estatales, de acuerdo a datos proporcionados por Darío Rodríguez, director de Artículo 19, Capítulo México, en una entrevista concedida el 2 de agosto de 2010 a Omar Sánchez



Este proyecto se suma a los estudios que, desde esa perspectiva, se han interesado por conocer el punto de vista de los/las estudiantes como protagonistas del proceso enseñanza-aprendizaje (Tinto, 1992; Piña y Pontón, 1997; Benassini, 2001; Gutiérrez Vidrio, 2003; De Garay, 2004; Gutiérrez Vidrio, 2006). Este estudio se aplica en un contexto caracterizado por un alto nivel de violencia que se vive en México, país considerado el de mayor riesgo en el mundo para ejercer el periodismo y en donde, además, se ubica una de las ciudades más violentas del mundo (Ciudad Juárez), según datos del Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y la Justicia Penal (CCSPJP) y el Movimiento Blanco. Cabe agregar que, durante el presente sexenio, se han registrado casi 30 mil muertes en eventos asociados con la “guerra” contra el narcotráfico.

En los últimos diez años, 64 periodistas han sido asesinados y once han sido desaparecidos. De acuerdo al informe preliminar elaborado por los relatores de la ONU y la OEA para la Libertad de Expresión, con base en una visita que realizaron al país del 9 al 24 de agosto de 2010, a estos datos habría que sumar los casos de secuestro, amenazas y hostigamiento que cotidianamente reciben reporteros locales, se señala en el mismo documento.

En el análisis de las entrevistas aplicadas emergieron los viejos temas del periodismo: censura, libertad de expresión, corrupción, manipulación o distorsión de la información, la relación prensa-gobierno, de Tagle, de Radio Trece. En este sentido, mencionamos que en un informe preliminar de los relatores de la ONU y la OEA para la Libertad de Expresión, Frank La Rue y Catalina Botero, se registra que la violencia contra periodistas en México se intensifica en los estados con fuerte presencia del crimen organizado como Chihuahua, Coahuila, Durango, Guerrero, Michoacán, Nuevo León, Sinaloa y Tamaulipas (informe disponible en: <http://www.libertad-expresión.org.mx/wp-content/uploads/2010/Informe-preliminarOEA-ONU.pdf>).

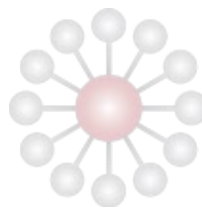
entre otros; temas reelaborados y articulados con los nuevos temas como son el asesinato, el secuestro, la violencia y el crimen organizado.

Decidimos tomar como punto de partida las representaciones sociales como enfoque teórico-metodológico porque nos permite aproximarnos a la manera en la cual el sujeto construye la realidad, la significa y resignifica. Esta perspectiva se enfoca a estudiar los fenómenos socioculturales (y de la comunicación) desde el sujeto, para detectar la incorporación, negociación y reelaboración de los discursos provenientes de las instituciones socializadoras (la familia, la escuela, los medios de comunicación, entre las principales); por tanto, podemos identificar “opiniones, actitudes, valores, tomas de decisión, proceso de socialización, relaciones entre grupos, comportamientos, dinámicas de influencia social” (Flores, 2005:9). Así, podemos detectar la forma en que actúan las representaciones sociales de los/las estudiantes en el proceso de elección del área de énfasis.

La pregunta que guía esta investigación es: ¿qué representaciones sociales comparten estudiantes de las carreras de Ciencias de la Comunicación y de Periodismo sobre el periodismo, en general, y la práctica periodística, en particular, considerando que México se ha convertido en uno de los países de mayor riesgo para ejercer el periodismo?

La producción discursiva

Como mencionamos, la producción discursiva la provocamos mediante una entrevista semidirigida formulada con tres preguntas abiertas: ¿Qué sabes sobre la labor periodística?; ¿Qué riesgos consideras que existen en el ámbito periodístico?; y ¿Cuál sería tu principal obstáculo para dedicarte al periodismo? Solicitamos que las respuestas nos las entregaran por escrito, sin nombre. Como datos



sólo les pedimos registrar su edad, sexo, lugar de origen (de nacimiento) y lugar de residencia, esto con la intención de saber cómo variaban sus respuestas.

Los/las alumnos/alumnas participantes correspondieron a los semestres sexto, séptimo y octavo del semestre escolar julio-diciembre 2010 (ver cuadro). La mayor cantidad de los/las entrevistados/entrevistadas fue de de sexto semestre (40 en total), más numeroso porque aún no están distribuidos/distribuidas en las tres áreas de énfasis que ofrece la universidad. La cifra de estudiantes de séptimo y octavo fue menor (9 y 6, respectivamente) porque correspondió a quienes ya se encontraban en el área de énfasis de Periodismo. Cabe reiterar que la mayoría del estudiantado elige el área de énfasis de Comunicación Organizacional pues comparten la idea de que ésta les ofrece mayor garantía de lograr una colocación en el mercado laboral.² Son menos quienes eligen el área de Investigación pues comparten la representación de que es “para quienes les gusta teorizar”.³

Semestre	Entrevistados/ Entrevistadas	Sexo		Edad
		F	M	
Sexto	40	25	15	18-27*
Séptimo	9	2	7	20-23
Octavo	6	4	2	21-22
Total	55	31	24	

2 A manera de ejemplo, este semestre, julio-diciembre 2010, 35 alumnos/alumnas se inscribieron en Comunicación Organizacional; 16 en Periodismo y 12 en Investigación.

3 Entre estudiantes de la primera generación de egresados/egresadas pululaba la idea de que quienes escogían el área de Investigación eran los “inteligentes” y quienes el área de Periodismo, eran los “burros”, así que, después de Organizacional, Investigación era la que tenía una mayor demanda.

Estudiantes participantes

*Solamente una participante registró tener 18 años de edad y tres participantes 25, 26 y 27 años, respectivamente. La edad de la mayoría fluctuaba entre los 20 y 22 años de edad.

Caracterización del periodismo: ¿oficio o profesión?

Para identificar las transformaciones de las ideas del periodismo de un oficio a una profesión, a los/las entrevistados/entrevistadas les formulamos la pregunta: ¿Qué sabes sobre la labor periodística? El 49% de las respuestas correspondieron a la pregunta y el resto, 51%, se enfocaron a su protagonista: el periodista.

Así, con base en el análisis de los enunciados que se centraron en la labor periodística (27) resultó interesante que 25 de las respuestas la concibieron como una labor o actividad, una como oficio y otra más como profesión. A continuación incluimos esas dos respuestas:

Es un oficio... no se puede hablar de un especialista, ya que el periodismo no es una ciencia... (Séptimo, masculino, 20 años)⁴

Es una profesión que se dedica a reportar algún evento cultural, político, social o religioso. (Sexto, masculino, 20 años)

Sin embargo, al revisar con detenimiento sus respuestas pudimos detectar que la idea del periodismo entremezclada con la idea

4 Los datos que están en el paréntesis corresponden al semestre, el sexo y la edad del alumno o la alumna entrevistada.



del periodismo como una profesión; como consecuencia de esa imagen, se visualiza al periodista como más una persona que ejerce un oficio que una profesión; con esa visión sigue presente la figura del reportero versus el profesional o licenciado en comunicación (o de la información). En el siguiente cuadro mostramos sus imágenes sobre el periodismo (oficio versus profesión) y la persona que lo ejerce (reportero versus profesionista).

Oficio	Profesión	Reportero	Profesionista
Informa Imparcial Busca la noticia Objetivo Denuncia	Analiza Crítica Investiga Da información verosímil	Informa Busca la noticia Objetivo Imparcial Busca la verdad Está en todos lados Degradado Muy mal pagado Regulado por líneas editoriales Vocero	Investiga Crítica Opina Actualizado Gestiona Da voz a quienes no la tienen Altavoz de los que no son escuchados

Veamos algunos ejemplos:

El periodismo es el acto de informar, reportear y sobre todo de transmitir informaciones de la vida de esta sociedad... (sexto, masculino, 21 años)

Es una profesión que se dedica a reportear algún evento cultural, político, social o religioso. (Sexto, femenino, 20 años)

Informa de manera crítica y objetiva sobre algún tema de interés. (Sexto, masculino, 21 años)

Narra las acciones que suceden en el momento que ocurren u ocurrieron las acciones. (Sexto, masculino, 25 años)

En estos fragmentos de las entrevistas se puede observar que, aunque en el discurso está incorporada la idea del periodista como profesionista, se le ve limitado a “informar”, “reportear”, “transmitir”, “buscar la nota”.

Al respecto coincidimos con Avilés (2007) en que “la verdadera función del periodismo es

primordialmente política” porque, desde esta perspectiva, podríamos entender su ataque sistemático y agudizado en la actualidad. El mismo autor, en el mismo párrafo, explica: “lamentable es decirlo, pero es un hecho contundente: no existe la objetividad ni mucho menos la imparcialidad periodística, tal y como coinciden Carlos Marín y Vicente Leñero o, más concretamente, Julio Scherer y Manuel Buendía al señalar que el periodismo es, por sobre todo, una forma de hacer política (Avilés, Op., cit.).

En otras partes de los discursos registrados por los/las jóvenes participantes, el periodismo es concebido como una forma o método de construir e interpretar “la realidad social para que la gente puede entenderla, adaptarse a ella y modificarla” (Gomis, 1991:35).

En algunas de las respuestas se puede observar una aproximación a estos planteamientos teóricos:

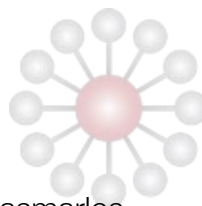
Tiene que salir a buscar la noticia, asuntos de interés, debe investigar, llegar al trasfondo de las cosas y debe ser capaz de que la información sea accesible para todos. (Sexto, masculino, 22 años)

Es el profesional que busca la nota e información y le da un tratamiento para así darla a conocer. (sexto, femenino, 22 años)

Es un profesional de la comunicación enfocado a la obtención de información para trasladarla y transmitirla a un público que no es necesariamente especialista en la comunicación. (sexto, masculino, 22 años)

Cumple con una función primordial en la obtención de información sobre cualquier fenómeno, dándola a conocer de una manera que la sociedad pueda entenderla. (Sexto, femenino, 21 años)

Sin embargo, habría que mencionar que “los



medios de comunicación son, como mucho, la expresión deformada de una ‘realidad’ representada [y sus contenidos] no son más que discursos fragmentados, distorsionadas y sobre todo intencionados de lo que acontece, o de lo que se quiere provocar o legitimar, en la realidad social” (Avilés, Op., cit.)

Visiones del periodista: Gestor, representante de los sin voz y héroe

En la medida que íbamos avanzando en el análisis, nos sorprendió que identificaran al periodista como “un gestor”, un representante de “los sin voz” y un héroe. Un alumno de séptimo semestre lo concibió como un “gestor”; esto es, como un profesionalista que va a interceder o a ser intermediario para la resolución de ciertas problemáticas o conflicto:

El periodista es un gestor de información para la sociedad por lo que debe estar comprometido con el ciudadano. (Séptimo, masculino, 21 años)

Otra imagen que emergió es la de representante de quienes no tienen voz, alusión que bien podría evocar el discurso político del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN):

Es la persona encargada de buscar eventos o hechos que puedan convertirse en noticia. Además de darles voz a quienes no la tienen. (Octavo, masculino, 21 años)

Es una labor que tiene el objetivo de dar a conocer los acontecimientos más importantes de una sociedad. Es el altavoz de los que no son escuchados. (Octavo, femenino, 21 años)

En otros fragmentos sus imágenes nos remitieron a la figura del héroe. Veamos las respuestas:

El periodista se encarga de rescatar los acontecimientos más sobresalientes ya

sea del día o la semana, etc., y plasmarlos de manera verosímil en los medios de comunicación. (Séptimo, masculino, 22 años)

Su labor es obtener información a toda costa para que el público esté siempre informado y obtenga una información verídica. (Sexto, femenino, 22 años)

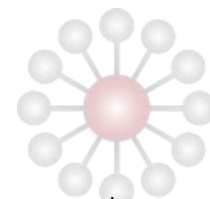
Está encargado de buscar la verdad y de publicarla basándose en su opinión y su ética, aunque regularmente esta información está del todo controlada. (Sexto, femenino, 20 años)

Tiene que salir a buscar la noticia e información interesante de los sucesos más importantes que acontecen en el país. Realizando notas que se distribuyen a la sociedad para informarnos. (Sexto, femenino, 20 años)

El periodista tiene como labor la búsqueda veraz y oportuna de información para transmitirla a la gente y que esté enterada de los sucesos importantes y actuales siempre con responsabilidad y respeto. (Sexto, femenino, 21 años)

Debe estar en todos lados. (Séptimo, masculino, 21 años)

En los fragmentos anteriores podemos observar algunos de los atributos del periodista, mientras que en otras partes del discurso se registran requerimientos, cualidades y desventajas (deficiencias, imperfecciones, deficiencias y vicios) del periodismo que en el siguiente cuadro mostramos:



Imágenes del Periodismo

Requerimientos	Cualidades	Desventajas
Mucho amor Entrega Dedicación	Noble Honrada Abnegada Loable Emocionante Apasionante Una pasión Entretenida	Arriesgada Peligrosa Muy peligrosa Desgastante Poco reconocida Desvirtuada por el poder Vendida en la práctica

Todas esas representaciones sobre el periodista y el periodismo nos permite entender sus representaciones sobre la manera que los periodistas confrontan los obstáculos (sean personas, grupos o instituciones) y los riesgos de su trabajo, aspecto que abordaremos a continuación.

Viejos y nuevos enemigos del periodismo y el periodista

Para cumplir con su principal tarea (informar) y visualizado como gestor, representante de los sin voz y héroe, el periodista tiene que acudir a “lugares peligrosos con gente hostil”, “enfrentarse”, “correr” riesgos o desagradar a sus viejos enemigos (personajes poderosos, importantes o influyentes, grupos con poder, políticos, el gobierno y el sistema) y -ahora- a sus nuevos enemigos: violencia, crimen organizado, grupos delictivos y grupos criminales. A continuación incluimos algunos fragmentos que muestran sus representaciones sobre los enemigos del periodista que emergieron de sus respuestas a la pregunta ¿qué riesgos consideras que hay en el ámbito periodístico?:

Enfrentarse al sistema y, por lo tanto, dejar de un lado (sic) la libre expresión o corromperme para poder lograr acceso a información muy exclusiva de ciertos ámbitos. (Sexto, masculino, 22 años)

Publicar notas sobre algún personaje poderoso y que no le agrade. (Sexto, masculino, 27 años)

Se corre el riesgo de acudir a lugares peligrosos con gente hostil o ganar enemistades, al revelar algo negativo respecto a un personaje importante. (Sexto, masculino, 25 años)

Desde un golpe, hasta un secuestro, son varios los riesgos, por decir si alguien no le parece puede recibir una amenaza, que te manden a golpear, si la persona es influyente hasta te pueden despedir o hasta perder la credibilidad pasado a ser un oportunista y los más grave puede llegar hasta la muerte. (Séptimo, masculino, 22 años)

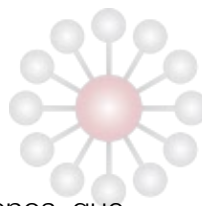
El hecho de que algunas notas no agraden a ciertos grupos; con esto se genera inseguridad. (Sexto, femenino, 21 años)

Actualmente en México publicar información incómoda para algún grupo que tenga poder (ya sean empresas, gobierno o narcotráfico) puede costar la vida al periodista, también puede estar en el lugar y en el momento equivocados y salir agraviados, son varios. (Sexto, masculino, 22 años)

Es difícil realizar la labor periodística de manera objetiva, puesto que corres riesgos si estás en contra del gobierno y grupos delictivos. (Séptimo, femenino, 21 años)

La inseguridad de adquirir información, ya que en momentos queremos hablar de cosas que se necesitan saber pero que muchos otros (gobierno) no quieren que salga a la luz, y de ahí vienen asesinatos o cerrar la boca a la fuerza. (Sexto, femenino, 20 años)

Yo creo que el principal es el de la violencia,



ya que hay periodistas que realmente tienen la ética para desempeñar el verdadero papel de ser periodista y ya sea por parte del gobierno que no le conviene o de grupos delictivos, que quieren tapar la boca de los periodistas a base de violencia. (Sexto, femenino, 22 años)

Políticos y crimen organizado debido a que el periodista no es visto como debería, tampoco respetado. (Séptimo, masculino, 21 años)

El crimen organizado (todo el país) y la falta de tolerancia. (Séptimo, masculino, 21 años)

En la actualidad, yo creo que el mayor riesgo para un periodista es ser asesinado por grupos criminales dedicados al narcotráfico, el secuestro y demás delitos. Un periodista siempre estará expuesto a encontrar información muy delicada. (Sexto, femenino, 21 años)

peligro que existe en los fenómenos que a mí (y supongo) a las mayorías interesa más (narcotráfico, corrupción, crimen organizado, periodistas muertos, guerra). (Sexto, masculino, 21 años)

Miedo a que se haga un comentario no gustoso para los que estén involucrados en la crítica y haga un acto en contra por venganza. (Sexto, femenino, 20 años)

El miedo a amenazas y asesinato. (Sexto, femenino, 21 años)

El miedo, la inseguridad, son mis principales obstáculos para ser un gran periodista y brindar información necesaria. (Octavo, femenino, 21 años)

Que me puedan matar. (Sexto, femenino, 21 años)

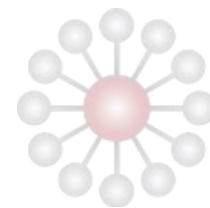
Treinta y siete mencionaron otras causas (ver tabla) y cuatro mencionaron, contundentemente, no tener ningún impedimento.

Impedimentos

De acuerdo al análisis de las entrevistas, resultó interesante que un poco menos de la cuarta parte (24%) del total de los/las estudiantes que contestaron la pregunta (54) ¿cuál sería tu principal obstáculo para dedicarte al periodismo?, consideraron la actual situación de violencia contra el periodismo en México como un obstáculo para dedicarse a esta actividad. Cuatro mencionaron la inseguridad; otros cuatro, la violencia; y cuatro más, el miedo; uno, la muerte. Sin embargo, únicamente quienes mencionaron el miedo y la muerte lo vieron como un impedimento para dedicarse a esta labor:

El miedo que se apodera de mí al saber del

Censura y libertad de expresión	8
Escasez de fuentes de empleo	7
Sin interés para ejercerlo	7
Bajos sueldos	5
Amarillismo en la prensa	2
Le disgusta la "gente con poder"	1
La timidez	1
La redacción	1
La falta de práctica	1
La falta de una oportunidad	1
La salud	1
Perderle el gusto	1
El bienestar de la familia	1
TOTAL	37



Reflexiones finales

Si bien el tema central de este trabajo son las representaciones sociales de estudiantes de comunicación sobre el periodismo, el periodista y sus riesgos, tomando como contexto la actual situación de violencia contra la prensa, no podemos pasar por alto que, desafortunadamente, éste no es tema nuevo. Al respecto, Avilés nos recuerda que

El periodismo mexicano ha pagado muy caro los avances de la libertad de expresión. Por años ha sido considerado de alta peligrosidad y la lista de periodistas asesinados y encarcelados, perseguidos y presionados no ha cesado de incrementarse. Si nos remontamos al régimen de López Mateos, recordaremos diversos casos de reclusión de periodistas en Lecumberri. Qué decir del régimen diazordacista, pero a partir de la administración de Miguel de la Madrid se desató una ola de asesinatos en contra de periodistas, baste citar la muerte de Manuel Buendía. El gobierno salinista, por su parte, desplegó una notoria hostilidad contra ciertos periodistas, Manú Dorbierer y Raúl Cremoux, entre otros, a quienes se censuró en el periódico *Excélsior*. (Avilés, Op.,cit.)

De acuerdo a los resultados preliminares de estos primeros avances de nuestra investigación, planteamos como conjetura que, principalmente, la visión construida sobre el periodista (como gestor, representante de los sin voz y héroe) motiva a una parte importante de los/las participantes a ejercer esta actividad (como oficio o profesión), pues solamente 12 de los 55 mencionaron la violencia, el miedo y la muerte para no ejercerlo, mientras el

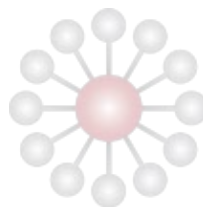
resto expresó otras causas.

Otro resultado que llamó nuestra atención fue que, en las actuales circunstancias, el periodista haya sido equiparado con un héroe o superhéroe y que, la corrupción atribuida a la prensa haya pasado a un último término pues escasamente fue mencionada. Así, de sus representaciones como “corrupta”, “manipuladora” y “vendida”, pasó a las imágenes de “honrada”, “abnegada”, “noble”, “loable” y hasta “emocionante”.

Retomando la metáfora de Manuel Buendía, expuesta al principio de nuestro trabajo, podríamos decir que en eso ha convertido Felipe Calderón a los periodistas desde los inicios de su mandato, en auténticos combatientes o corresponsales de guerra, al declarar la “guerra” contra el crimen organizado y el narcotráfico. En tanto alumnos/ alumnas de comunicación los elevaron a “héroes” o “superhéroes”, combatiendo a sus viejos y nuevos enemigos.

Bibliografía

- BUENDÍA, M. (1985/2003), *Ejercicio Periodístico*, Fundación Manuel Buendía/Gobierno del Estado de Puebla, México.
- FLORES, J. (2005), “Presentación”, en Doise, W., et al., *Representaciones sociales y análisis de datos*, Instituto Mora, México.
- GUTIÉRREZ, S. (2003), “Las representaciones sociales del campo de la comunicación”, en *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC X*, Consejo para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, octubre, pp. 105-132.
- _____ (2006), “El campo y objeto de estudio de la comunicación. Un estudio de



representaciones sociales”, en J. M. Piña (coord.), *Prácticas y representaciones en la educación superior*, CESU/UNAM/Plaza y Valdés Editores, México, pp. 96-145.

HERNÁNDEZ, M. E., “La formación universitaria de periodistas en México”, en *Comunicación y Sociedad*, Universidad de Guadalajara, núm. 1, nueva época, enero-junio 2004, pp. 100-138.

JODELET, D. (1986), “La representación social: fenómenos, conceptos y teoría”, en Moscovici, S., *Psicología social II*, Paidós, Barcelona, pp. 469-494.

MOSCOVICI, S. (1979), *El psicoanálisis, su imagen y su público*, Huemul, Buenos Aires.

PIÑA, J.M. y C. Pontón (1997), “La eficiencia terminal y su relación con la vida académica”, en *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, vol. II, núm. 3, COMIE, México, pp. 85-102.

PIÑA, J.M. (coord.) (2003), *Representaciones, imaginarios e identidad: actores de la educación superior*, CESU/Plaza y Valdés, México.

_____ (2006), *Prácticas y representaciones en la educación superior*, CESU/UNAM/Plaza y Valdés Editores, México.

REBEIL CORELLA, M. A. (coord.) (2008), *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC XV*, Universidad Anáhuac, Universidad del Mayab, Universidad Iberoamericana, Universidad Iberoamericana León, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Tecnológico de Monterrey, México.

REYNA, M. (2003), *El título y la experiencia: el valor social del licenciado en comunicación*, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México.

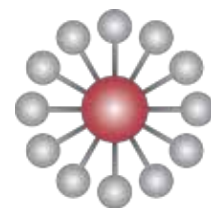
Sobre los autores:

Rosa María González Victoria.

Doctora en Ciencias Sociales (especialidad en Comunicación y Política) por la Universidad Autónoma Metropolitana. Especialista en Estudios de Género por El Colegio de México. Perfil Deseable PROMEP. Trabaja las líneas de investigación Análisis de los Medios de Comunicación y Comunicación y Género.

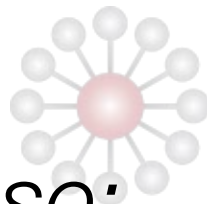
Rosa María Valles Ruiz.

Doctora en Ciencias Políticas y Sociales (orientación en Ciencias de la Comunicación) por la Universidad Nacional Autónoma de México. Especialista en Comunicación Política. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores. Perfil Deseable PROMEP. Trabaja las líneas de investigación Análisis de los Medios de Comunicación y Comunicación y Género.



Capítulo 8. Estudio sobre Arte y Gestión Cultural

Coordinador: Dr. Íñigo Fernández Fernández



Cultura juvenil mexicalense: gestión institucional

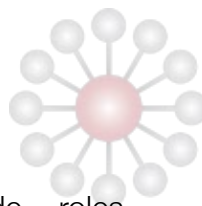
Ma. Elena Zermeño Espinosa
Elsa del Carmen Villegas Morán
Susana Espinosa Velázquez
Griselda Guillén Ojeda
Universidad Autónoma de Baja California

Resumen: Actualmente residen en México 20.24 millones de jóvenes entre 15 y 24 años de edad, de quienes 10.4 millones son adolescentes y 9.8 son adultos jóvenes; en el 2009 el 46% de los hogares contaban con al menos un joven; de quienes el 40% trabajaban y más del 30% tenían como única ocupación estudiar (CONAPO, 2010); sin embargo, el tiempo que emplean en actividades relacionadas con su escuela o con el trabajo es menor al tiempo de que disponen en el día, es decir, tienen tiempo libre, por tanto ¿qué otras actividades realizan los jóvenes en su vida cotidiana?; ¿cuál es la oferta institucional para esta casi cuarta parte de la población?, ¿cuál es la postura gubernamental ante ellos?. Estas y otras preguntas forman parte del análisis de las políticas de Estado en materia de cultura juvenil mexicalense, que aquí se presenta, como parte de uno de los objetivos del proyecto “Culturas juveniles en Mexicali”, producto del trabajo colectivo del cuerpo académico “Comunicación cultura y desarrollo” de la UABC, cuyo propósito consiste en dar cuenta de las características más sobresalientes de las culturas juveniles que coexisten en la ciudad de Mexicali, Baja California, y algunos espacios que ellos gestionan.

Palabras clave: juventud, gestión, apoyos institucionales, problemáticas juveniles, políticas públicas.

Culturas juveniles en Mexicali es un proyecto colectivo del cuerpo académico “Comunicación cultura y desarrollo” de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California, cuyo objetivo general es caracterizar las culturas juveniles de Mexicali a partir de su

presencia en el espacio público urbano. Los objetivos específicos que persigue el estudio son: Describir los rasgos principales de las culturas juveniles mexicalenses. Caracterizar los espacios públicos, la cultura ciudadana que conforman el mundo de vida de los jóvenes mexicalenses y las



estrategias que utilizan para gestionar los espacios culturales. Analizar las políticas del Estado en materia cultural e identificar la representación que sobre desarrollo humano manifiestan las culturas juveniles en Mexicali. A través de un acercamiento metodológico de corte cualitativo que incluye técnicas tanto cuantitativas (encuesta) como cualitativas (entrevistas, grupos focales y otras) que permitan identificar y describir, por una parte, tipologías culturales y, por otra, rescatar los diversos sentidos que expresan, comunican y ponen en circulación quienes conforman este grupo etario.

De los siete objetivos específicos que conforma el proyecto colectivo, este documento aborda uno: el análisis de las políticas del Estado en materia cultural relativas a la población juvenil; para lo cual se realizó una contextualización desde el ámbito internacional hasta el local, a través de los planes y programas internacionales, nacionales y municipales que dedican acciones a favor de los jóvenes, tales como la ONU, El Banco Mundial, la Organización Iberoamericana de la Juventud, el Plan nacional de desarrollo 2007-2012 y Plan municipal de desarrollo 2008-2010, entre otros.

Ahora bien, por juventud entendemos a la etapa del desarrollo humano que implica la transición de la niñez a la adultez; y que experimenta múltiples problemáticas no sólo por los cambios drásticos de su personalidad, sino por las condiciones a las que se enfrenta en su entorno, como son: la definición de su identidad, conflictos internos, amplias distracciones tecnológicas, bajo interés en la educación tradicional o en el caso de las comunidades rurales pocas oportunidades de acceder a la educación, inseguridad social,

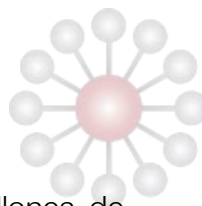
embarazos prematuros, asunción de roles parentales prematuros, inequidad, pocos empleos y mal remunerados, migración, adicciones, vandalismo, etcétera.

Para el CONAPO (2010:8), los adolescentes y jóvenes tienen una importancia crítica porque representan agentes del cambio social. Sin embargo, cuando requieren trabajar, viven en la inequidad, ya que reciben salarios bajos y aún se observa que las mujeres perciben menos ingresos que sus contrapartes masculinos, pues son mayoría en las actividades menos remuneradas y minoría entre las más redituables.

Aunado a lo anterior, existe una indefinición de lo que circunscribe la etapa cronológica de la juventud: para la Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ) son las personas de entre 18 y 29 años, mientras que para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la ONU, la franja está sobre los 15 y los 24 (Ravinet citado por Calderón, 2010). En el caso de México, por las condiciones socioculturales que presenta nuestro país este rango se ha ampliado desde los 15 hasta los 29 años, de hecho en la Encuesta del Instituto Mexicano de la Juventud, los consideran desde los 12 años.

Además, coexisten diversos enfoques acerca de la caracterización de los jóvenes, por lo que Domínguez (2008:71-72) dice que:

Desde la perspectiva biogenética (Freud) en los adolescentes el aspecto sexual vuelve a ser el centro de atención del individuo, aunque también es idealista, generoso, amante del arte y altruista que lo que será jamás en lo adelante, pero a la vez es egocéntrico y calculador. Para Kurt Lewin, el adolescente por momentos es tímido, otras agresivo, tiende a emitir juicios absolutos y todas estas conductas son, en primer término,



consecuencia de su marcada inseguridad. Mientras que el enfoque psicogenético destaca el desarrollo afectivo, cognitivo y de la personalidad. Piaget establece tres etapas del desarrollo intelectual: el sensorio motriz, el operatorio concreto y el nivel superior, éste último surgido en la adolescencia y consolidado en la juventud, donde aparece el pensamiento operatorio formal, de carácter hipotético deductivo, que se refleja en el interés del adolescente y del joven por las teorías generales y la elaboración de juicios sobre la política, la filosofía y el sentido de la vida.

Lo anterior implica que la etapa de la juventud es una de las más controversiales, debido a los cambios psicosociales, físicos y cognoscitivos que alteran su vida cotidiana al transitar hacia la adultez. Si a esto le sumamos los conflictos familiares, económicos, de falta de espacios de ocio y esparcimiento, así como la insuficiente oferta o divulgación de programas gubernamentales para su crecimiento personal; pareciera visualizar un futuro altamente desalentador; sin embargo su creatividad, su desarrollo del pensamiento operatorio formal y su necesidad de socializar originan que se apropien de espacios públicos o se introduzcan en programas sociales o religiosos donde viertan sus cualidades.

Contexto Internacional

Debido a distintos datos alarmantes, la preocupación sobre este grupo etario se manifiesta a nivel internacional; por ejemplo, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ) indican que:

El rostro de América Latina es joven, el 19,5% de su población tiene entre 15 y 24 años, pero su panorama no es alentador. “En Iberoamérica (América Latina, España

y Portugal) hay cerca de 150 millones de jóvenes, de los que el 45% --unos 68 millones-- están en paro...” (2007, en Calderón, 2010)

Asegura el chileno Eugenio Ravinet, presidente de la OIJ, salvo contadas excepciones, no existen políticas sociales dirigidas específicamente a ellos... [a juzgar por la falta de] un criterio claro para definir quién es joven. “El joven está desprotegido de las políticas sociales. El primer sospechoso de un crimen suele ser el joven. El jefe que va a contratar desconfía antes de un joven. La tasa de desempleo entre los jóvenes es el doble o, en algunos casos, el triple del promedio nacional y ningún país ha emprendido una reforma laboral que tome cartas en el asunto” (Ravinet en Calderón, 2010).

Así vemos la desigualdad que existe para los jóvenes en materia de trabajo y de políticas sociales que los amparen; además de que su edad es asociada con inmadurez y ante una sospecha de ilícito se incrimina fácilmente al joven involucrado. Por ello, el Banco Mundial reconoce en su informe 2007 que es imperativo invertir en los jóvenes, impactando de esta manera en la sociedad actual y futura e identificando la necesidad de reorientar las políticas institucionales mundiales en torno a cinco temáticas, incluso ya identificadas desde 1995 por el Programa de Acción Mundial para los Jóvenes (PAMJ): Oportunidades de salud y educación, capacidad de toma de decisiones, uso de la información y segundas oportunidades. También recomienda la búsqueda de la participación activa de los jóvenes en la democracia siendo la comunicación y la información condiciones centrales para el ejercicio de una ciudadanía total y



efectiva en la época actual.

Los espacios públicos facilitados o gestionados por los jóvenes, son elementales para crearles oportunidades de expresión, apropiación y esparcimiento, que les permitan tener una consciencia a un crecimiento personal y una calidad de vida, con ello un futuro mejor para su país; además de formar parte de su cultura juvenil. Si bien, los jóvenes no son su único objetivo, otros organismos internacionales han participado conferencias mundiales sobre la juventud o emprendido acciones para impulsarlos, como: el Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), el Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH/SIDA (ONUSIDA), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ), la Comunidad del Caribe (Caricom), la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), la Organización de los Estados Americanos (OEA), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM), la Oficina de Naciones Unidas de Servicios para Proyectos (ONUPS), etc.

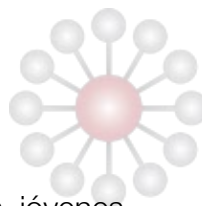
Por otra parte, algunos programas y foros académico-operativos se han creado exclusivamente para dar respuesta a las necesidades de los jóvenes, entre éstos se encuentran el Programa de Acción Mundial para los Jóvenes (PAMJ) y la Conferencia Mundial de Juventud (CMJ):

En 1995, a 10 años de haberse instituido el Día Internacional de la Juventud, Naciones Unidas adoptó una estrategia internacional: el PAMJ (PAMJ:7), que alienta a los gobiernos responder a las necesidades y aspiraciones de los jóvenes, atendiendo a diez esferas prioritarias y a las que se

le agregaron cinco más en la Asamblea General de 2003: educación, empleo, hambre y pobreza, salud (con servicios básicos, salud sexual y reproductiva, prevención de infección por VIH/Sida y erradicación de la violencia basada en género), medio ambiente, uso indebido de drogas, delincuencia juvenil, actividades recreativas (implementarlas dentro de las políticas de educación y juventud), las niñas y los jóvenes, plena y efectiva participación de los jóvenes en la vida de la sociedad y en la adopción de decisiones, globalización (herramienta para la gestión del desarrollo económico y social), tecnologías de la información y la comunicación que respondan a las necesidades de cada país, VIH/SIDA, los jóvenes y la prevención de conflictos (reclutamiento para fuerzas armadas sólo a mayores de 18 años); relaciones intergeneracionales (solidaridad mediante la equidad y reciprocidad entre las generaciones.

Por su parte la reciente CMJ, celebrada del 23 al 27 de agosto del presente año, en León Guanajuato, México; promovió el reforzamiento del avance en la consecución de los objetivos de Desarrollo del Milenio asignando mayor relevancia a los temas de juventud; en este 2010:

La CMJ discutirá y firmará una Declaratoria Mundial por la Juventud que será llevada a la Asamblea General del Sistema de Naciones Unidas en septiembre del presente año y temas para alcanzar mejores niveles de vida en los jóvenes, como los de pobreza y exclusión; empleo, educación, tecnología e innovación; salud, equidad



de género, seguridad; justicia social y derechos humanos; desarrollo sustentable, migración internacional, participación ciudadana e incidencia y, asociación global y cooperación.

Definitivamente, resulta necesaria la concreción de los apoyos a este capital humano. El 6 de julio de 2010 el rector de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), José Narro Robles, anunció que América Latina 22 millones de jóvenes (uno de cada cinco) entre 15 y 24 años no estudian ni trabajan, circunstancia que implica inseguridad, violencia, adicciones, frustración y suicidios.

La Juventud en México y en Baja California

Por su parte, nuestro país hará una declaratoria para que sea considerada en la ONU. Priscila Vera, directora del Instituto Mexicano de la Juventud y coordinadora general de la CMJ, expresó:

La Declaración de México en esta Conferencia propuso invertir de manera sostenida en la formación del capital humano de las poblaciones en condiciones de pobreza y pobreza extrema, que incluyan programas de desarrollo en la infancia temprana, acceso y permanencia en la escuela, la capacitación y el empleo de los sectores con mayores desventajas económicas; inversión sostenida en la formación del capital humano juvenil y mejoramiento de la infraestructura social básica (WYC, 2010).

Actualmente en México residen 20.24 millones de jóvenes entre 15 y 24 años de edad (CONAPO, 2010). De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) 2009 realizada por el INEGI, Baja California cuenta con 115 hombres por cada 100 mujeres de estas edades; poco

más de cuatro de cada diez personas jóvenes trabajaban; casi cuatro de cada diez tenían como única ocupación estudiar, una de cada seis se dedicaba al trabajo doméstico y dos de cada cien trabajaban y estudiaban.

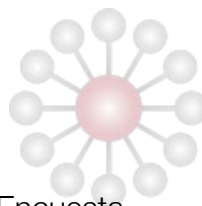
Sin embargo, aunque el gobierno pide no sobreestimarlos, resulta significativa la condición “nini”, es decir, la de los jóvenes que ni estudian ni trabajan, representando 1.4%, es decir cerca de 285 mil jóvenes, enfatizándose esto en las mujeres. De hecho Ruiz (2009) publicó que entre los integrantes de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), México ocupa el segundo lugar con mayor inactividad juvenil.

Entre los problemas graves en que se ven involucrados los jóvenes en México son: el abandono de la educación, embarazos, adicciones, la violencia, delincuencia, narcotráfico y otros.

Un 37.5% de los jóvenes abandonan los estudios entre los 15 y los 17 años, seguido de los jóvenes entre 18 y 20 años, con un 25.6%, siendo el primer motivo de abandono de los estudios la necesidad trabajar, en un 42.4% de los casos. (PND 2007-2012: 220). Una salida ilusoria, es el hecho de que los jóvenes mexicanos asimilaban los mitos y consideraran que un mundo globalizado a través del acceso a la información les daría por sí mismo ventajas.

Sin embargo la realidad de la brecha digital nos ha alcanzado ya que el 56.15% habrá dejado de estudiar al cumplir los 16 años, según datos de la encuesta nacional de la juventud (2008) y en general no considera que el estudiar le permitirá obtener un trabajo mejor remunerado. Existe pues gran incertidumbre del joven ante el futuro inclusive el 49% señala que el futuro es tan incierto que es mejor vivir al día.

Las esperanzas de los jóvenes mexicanos se



manifiestan cuando el 69.5% considera que sus hijos tendrán mayores oportunidades que ellos. En contraste, algunas mujeres buscan mejorar su situación en otro país, a juzgar por los resultados de INEGI (2010) donde se indica que las jóvenes son más propensas a migrar dentro del interior del país, mientras que la inmigración internacional se integra en su mayoría por hombres.

Otra problemática son los embarazos prematuros, ya que obligan a las jóvenes de bajos recursos a cambiar su rol de estudiantes y a vivir en casa de sus padres o de la suegra. Cada vez es más frecuente ver a jóvenes embarazadas de nivel secundaria y preparatoria, incluso en niñas de 11 años –que regularmente fueron violadas–, aunque las cifras oficiales del 2000 estimaban que en México ocurrieron cerca de 366 mil nacimientos de madres de 15 a 19 años, lo que representa el 17% del total de nacimientos (Mexfam, 2003); no obstante, esta cifra se reportó menor en la Encuesta Nacional de Juventud (2005:21), donde la edad del primer embarazo se encuentra en el rango de 18 a 20 años con 14.5%, seguido de quienes tenían “menos de 18 años” con 26.8%, entre los 21 y 23 años son 20.7% y más de 23 años, 10 por ciento.

Debido a ello y a los altos índices de enfermedades de transmisión sexual, los programas de salud implementaron la nueva cartilla nacional de salud, que implica recibir una serie de pláticas y orientaciones en cuanto a salud reproductiva y métodos anticonceptivos; lo cual ocasionó controversia entre padres de familia conservadores y grupos religiosos, dado que consideran la educación en dichas temáticas un derecho exclusivo de la familia, donde se involucran valores religiosos.

En cuanto al consumo de sustancias adictivas,

tenemos que de acuerdo con la Encuesta Nacional de Adicciones 2008 (en INEGI, 2010:8) los jóvenes entre 12 y 17 años presentan mayores prevalencias en los niveles considerados como “bebedores altos” y con “abuso/dependencia”, lo cual en Baja California resultó bajo con sólo medio vaso de consumo diario de alcohol por cada 100 jóvenes; aunque esa información está lejos de la realidad mexicalense, ya que “justificado” por las altas temperaturas y como parte esencial de una reunión, el consumo de cerveza es habitual entre la mayoría de los jóvenes.

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 manifiesta preocupación por el incremento del número de adictos y la cultura de la violencia, para la cual propone programas encaminados a desarrollar en los jóvenes, no sólo las destrezas, habilidades, conocimientos y técnicas que les permita insertarse en el mercado laboral; sino también formarlos en valores y capacitarlos en el manejo de afectos y emociones.

“El riesgo de integrarse a una pandilla o de caer en la delincuencia es agravado por un entorno de violencia, desintegración familiar, criminalidad y falta de oportunidades de desarrollo. La vinculación entre la política social y las estrategias en materia de seguridad es una herramienta fundamental en la prevención del delito. Los programas que implementan la Secretaría de Educación Pública, la Secretaría de Desarrollo Social y la Secretaría de Salud tienen un gran impacto en la seguridad pública, pues contribuyen a reconstruir el tejido social, a elevar la calidad de vida de las comunidades y a ofrecer alternativas de esparcimiento y desarrollo para los niños y jóvenes” (PND 2007-2012:74).



Así tenemos que, en el 2008 a nivel nacional, de 177 mil 261 presuntos responsables de un delito, el 47.4% fueron jóvenes; en el fuero federal ascendieron a 34 mil 856 de éstos 41.4% fueron personas de 15 a 29 años, con incidencia mayor en los varones (INEGI, 2010:5).

El narcotráfico se ve como una amenaza a la salud física, emocional y moral de los mexicanos, ya que se introduce en las colonias, parques y escuelas para inducir cada vez a más niños, jóvenes y adultos al consumo de las drogas. A su vez, genera altos niveles de violencia, fragmentación social y una industria muy rentable para quienes están involucrados (PND 2007-2012:4) ya que eleva la inseguridad y violencia, degrada el tejido social, lastima la integridad de las personas y pone en riesgo la salud física y mental de niños y jóvenes (PND 2007-2012:58).

El PND (2007-2012: 219) contempla apoyar a las familias vulnerables y a todas en general, así como a los jóvenes en particular, debido a sus características y necesidades, por lo que se compromete a diseñar, implementar, operar y evaluar políticas públicas transversales a través de la coordinación interinstitucional, para generar sinergias que garanticen el desarrollo integral de calidad y equitativo de los jóvenes y lograr así que sean actores protagónicos y definitorios del rumbo de la nación.

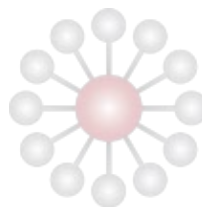
Como sabemos, es a través de los planes sectoriales y municipales que se implementan las estrategias federales, incluyendo políticas públicas transversales que garanticen las condiciones necesarias para el desarrollo integral de los jóvenes. La Secretaría de Desarrollo Social y el Consejo Nacional de Fomento Educativo tienen entre sus funciones que ningún niño o joven quede fuera de las instituciones educativas por tener que

trabajar en actividades domésticas o productivas para asegurar su sustento o el de su familia. Por lo que, apoyan a los niños y jóvenes de familias que viven en condición de pobreza, con becas y útiles escolares. Fortalece el desarrollo integral de jóvenes, dotándolos de uniformes para los encuentros estatales e interestatales de jóvenes CONAFE, de igual forma proporciona material deportivo y traje, para los eventos culturales que se realizan en las sedes regionales. Apoya con materiales y alimentación, para los participantes en los desfiles programados en comunidad y en cabeceras municipales. Facilita guitarras para las rondallas de las sedes regionales (CONAFE: 40). Asimismo, los Centros de Integración Juvenil, A.C. (2008) ofrece a la población diversos programas de prevención sobre el uso de drogas y de atención terapéutica y rehabilitación.

Monsiváis Carrillo (2004) hace un análisis de las políticas públicas en Baja California, durante el periodo 1983 a 2002, donde destaca que las políticas públicas son un campo donde se expresan las consecuencias político-culturales de la ausencia de proyectos, aun donde existen importantes avances en materia administrativa. Afirma Monsiváis que en Baja California la creación del Instituto para la Juventud de Baja California (Injuven) y el Instituto Municipal para la Juventud en Tijuana (Imjuv) en el 2001 impuso políticas públicas de juventud en el estado a la vanguardia en el país, sin embargo aun hay camino por recorrer en materia de democracia.

Políticas públicas y apoyos institucionales mexicalenses

Para resolver las problemáticas que enfrentan los jóvenes se generan políticas públicas; entendidas no como las acciones o programas del gobierno para mitigar las demandas de grupos sociales;



sino como un conjunto de decisiones y acciones propuestas por diversos actores públicos, sociales o privados, que buscan modificar comportamientos o acciones sociopolíticamente precisas para resolver problemas públicos y colectivos.

Derivadas de la ciudadanía y canalizadas por las ONG o asociaciones civiles, este conjunto de decisiones y acciones dan lugar a una serie de actos formales, con un grado de obligatoriedad, es decir son legisladas y deben incluir su fase de seguimiento y evaluación, para verificar su éxito. Además, las políticas públicas no pertenecen a ningún sexenio gubernamental, sino que su vigencia es de largo plazo; con un monto económico asignado por los legisladores para que logren disminuir o erradicar el problema público determinado. (Apuntes, 2009).

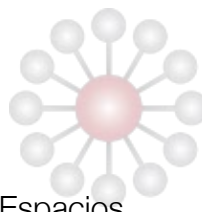
Con ello, las políticas públicas pretenden generar “mayor equidad, justicia social, garantizar las libertades y derechos fundamentales; la inclusión de grupos vulnerables; la participación activa en la vida social, económica, cultural, ambiental y política de los ciudadanos y ciudadanas para la construcción de un proyecto colectivo de país (APC, 2005:16).

En contraposición se encuentran los jóvenes que no palpan los resultados de esas políticas públicas y que buscan soluciones en otro país. Así tenemos que, Mexicali, por su colindancia con el vecino país del norte facilita la materialización de tales deseos. Margulis y Urresti (en Monsivais Carrillo, 2004) explican que las instituciones poseen códigos culturales que orientan las percepciones, los gustos, los valores y los modos de apreciar los hechos y ese código desemboca en mundos simbólicos heterogéneos con distintas estructuraciones de sentido, mismas que transmiten e instituyen en la población.

Sin embargo, para algunos jóvenes esos códigos culturales no concuerdan con los suyos, o bien estructuran un mundo simbólico totalmente diferente a la mayoría. En Mexicali, como en otras ciudades del país, es común observar tanto en nuevas colonias o fraccionamientos como en los primeros cuadros de la ciudad, actos de vandalismo, grafiti y otros daños en propiedad ajena; como protesta o respuesta a la falta de inclusión de los jóvenes en los beneficios de la sociedad, o bien por los insuficientes espacios públicos y promoción de programas que les permita ocupar su tiempo libre. Mientras que otros jóvenes otorgan un sentido diferente a esos puntos de encuentro y se apropian de espacios públicos para lograr sus propósitos de socialización o convivencia sana; incluso hacen públicos algunos espacios privados para reunirse y ocupar su tiempo de ocio.

Como veremos, las problemáticas propuestas como primordiales: adicciones, cultura de la violencia, campo laboral, valores, desintegración familiar, criminalidad, oportunidades, esparcimiento, embarazos prematuros y desórdenes alimenticios, se ven reflejadas de manera variada en los objetivos de las distintas dependencias del Municipio de Mexicali.

Entre las dependencias municipales que actualmente buscan mejorar la calidad de vida de los jóvenes se encuentran: El Instituto Municipal del Deporte y la Cultura Física (IMDECUF), el Instituto Municipal de Arte y Cultura (IMACUM), el Desarrollo Social Municipal (DESOM), el Centro de Atención Integral de Jóvenes en Riesgo, el Centro Recreativo Juventud 2000, el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) y otros. Los programas que concretan estos anhelos son: DIES, Vigilante Escolar, la Unidad de análisis de grupos delictivos, Línea Joven, El



sabor de la vida, Espacio alterno, Orgullo en tu colonia, etcétera. El programa municipal enfocado a la prevención denominado DIES, está orientado a promover una actitud positiva en estudiantes como inhibidor de conductas; esto es, promueve el desarrollo de una conducta positiva en jóvenes estudiantes de secundaria, preparatoria y universidad, que permita encauzar su acción en beneficio propio y de la comunidad, mediante programas educativos como cultura vial, proyecto de vida, identidad, autoestima y prevención de conductas antisociales como graffiti y pandillerismo (PMD 2008-2010:48).

El programa de Vigilante Escolar, cuenta con 22 mil vigilantes para promover el orden vial; la Unidad de Análisis de Grupos Delictivos (U.A.G.D.), detecta actividades de las 140 pandillas que existen en la ciudad y su valle.

El Escuadrón Juvenil Deportivo- tiene establecido como funciones fomentar y difundir la cultura entre el sector comercial, en pro de la renovación de los valores morales que lleven a desarrollar y mejorar la vida de los jóvenes. Proponer mejoras en el ámbito legal, social y familiar, con la finalidad de concientizar a los jóvenes sobre el sentido de servicio a la patria. Fomentar entre los jóvenes a través de diversos deportes la cultura de la legalidad, en la lucha contra la delincuencia, la práctica del respeto a los ordenamientos e instituciones gubernamentales, mediante la sana convivencia (PMD 2008-2010:43).

El programa Línea Joven brinda apoyo, asesoría y orientación a jóvenes en temas de salud, sexualidad, alimentación y adicciones, entre otros. El programa El sabor de la vida fomenta una cultura de sana

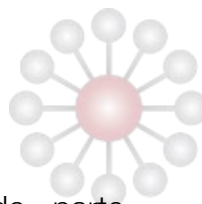
alimentación y adicciones entre otros. Espacios de Expresión Juvenil atiende los diversos intereses artísticos y de recreación mediante el programa Espacio Alterno, con la formación e iniciación a las artes promoviendo la ocupación del tiempo libre a través de la formación e iniciación artística, así como a la apreciación de las artes, fomentando la identificación y difusión de los valores locales que refuercen la identidad mexicalense. Orgullo en tu colonia fortalece los deportistas más destacados de la comunidad, para incentivar a niños y jóvenes a que se acerquen al deporte, rescatando los valores positivos que se adquieren al practicarlo (PMD 2008-2010:34).

Interrelación entre las dependencias

Existen concordancias y estrategias aisladas entre las dependencias gubernamentales que generan acciones en apoyo a la juventud; por ejemplo, observamos cruces, es decir, acciones emprendidas por diversas instancias en cuanto a los temas de la deserción escolar, falta de conocimientos y habilidades, desempleo, manejo inadecuado de emociones, inseguridad, violencia y embarazos prematuros. Sin embargo, la problemática se encuentra disociada de la familia como si los jóvenes se reconocieran como sujetos aislados e independientes.

Para visualizar la mirada gubernamental de este ayuntamiento ante el planteamiento anterior, se muestran en los anexos las funciones y atribuciones de cada una de las dependencias de la estructura orgánica del Ayuntamiento a fin de identificar la postura que tienen la institución y las estrategias para enfrentar la problemática que presenta este grupo etario.

En la ciudad de Mexicali, B.C. la estructura



organizacional del sector público municipal está integrado por 12 dependencias y 19 paraestatales, que en su conjunto atienden las necesidades de la población, norman, fomentan y gestionan las políticas para su desarrollo integral. De esas 12 dependencias, cuatro se dedican a programas de servicio, cuatro a la prestación de apoyo administrativo, dos a la captación de recursos financieros para alimentar la hacienda municipal y dos están relacionadas con actividades productivas como la ecología y fomento agropecuario y pesquero.

Cabe hacer notar que en las 12 dependencias del ayuntamiento, se encuentra ausente entre sus funciones y atribuciones aspectos referidos específicamente a los jóvenes.

En el caso de las 19 paraestatales entre las funciones y atribuciones establecidas como responsabilidad, tres de éstas se dedican al deporte, una a la industria, una a la rama agropecuaria, una al turismo, tres a la urbanización, dos a la asistencia social, cinco a la cultura y una a la seguridad pública (Ver anexo 1).

Es de notar también que de las 44 Dependencias Municipales y Paramunicipales que trabajan en el Ayuntamiento de Mexicali solamente 9 de ellas tiene funciones en relación con las temáticas juveniles señaladas dentro del Plan Nacional de Desarrollo.

Por otro lado, al analizar las funciones sustantivas de las Dependencias Estatales y Municipales identificamos un especial interés en aquellas relacionadas con el desarrollo empresarial, así como la imagen urbana y los espacios públicos. Esto nos lleva a considerar que no se han tratado los problemas de raíz ya que para el correcto desarrollo de las empresas será necesaria la mano de obra calificada, es decir hacer hincapié en la

educación y capacitación. Por otro lado, parte del deterioro que sufren los espacios públicos es debido al vandalismo de los jóvenes quienes al no identificarlos como propios.

Consideramos pues, que los jóvenes del Municipio de Mexicali no han recibido las respuestas requeridas a sus problemáticas aunque éstas hayan quedado resaltadas en el Plan Nacional de Desarrollo, en realidad tanto en las Dependencias Estatales como en las Municipales no se han creado las suficientes estrategias adecuadas.

Por otro lado, el manejo de emociones y formación de valores son los objetivos primarios más señalados por las instituciones, guiando las acciones de instancias como: Centro de Atención integral de jóvenes en riesgo, Centro recreativo Juventud 2000, DIF (Desarrollo Integral de la Familia), Escuadrón Juvenil Deportivo, así como en múltiples organizaciones no lucrativas con tendencia al desarrollo humano.

Observamos aquí, el reconocimiento por parte del gobierno acerca de los valores y percepciones como guías de las acciones de los jóvenes y que para mantener al joven dentro de prácticas sociales constructivas deberán existir valores de fondo que las sustenten.

En apoyo a la prevención de adicciones, México importó de Estados Unidos el programa DARE que benefició “a más de 420, 000 niños y jóvenes en los últimos once años (PMD 2008-2010:43), sin embargo; un grupo de madres y padres de familia de la colonia Conjunto Urbano Orizaba consideran que este programa “no sirve”, porque no ha dado los resultados esperados, sino lo contrario, ya que cada año se incrementa el índice de adictos y se disminuye el rango de edad en la que se inicia el consumo de drogas. Por otra parte, los psicólogos inmersos en estas temáticas afirman que deben



otorgarse herramientas a las personas para evitar la personalidad adictiva y desarrollar en ellas habilidades para un desarrollo biopsicosocial sano (Zermeño, 2009).

La segunda temática más aludida es el esparcimiento, dato que si bien es positivo también puede interpretarse con cierta preocupación si se conserva la idea de solamente tener a los jóvenes ocupados y no llevarlos a una situación constructiva de interés y participación.

En tercer lugar observamos a la desintegración familiar, retomada como un punto de atención tanto para dependencias municipales como: el Centro de Atención Integral de jóvenes en riesgo, DIF, Escuadrón juvenil deportivo de seguridad pública, el Patronato CDHI Centenario, así como otras organizaciones no lucrativas.

Es importante señalar que sólo una dependencia Municipal, el Centro de Atención Integral de jóvenes en riesgo, identifica la criminalidad en los jóvenes como un objetivo sustantivo para la planeación de sus acciones, el mismo caso sucede en la temática de cultura de la violencia y embarazos prematuros. Estos problemas tienen una alta incidencia en la región y son considerados como primordiales por la sociedad, sin embargo no existen instancias suficientes que los atiendan. Ahora bien, si entendemos una política de Estado como la refirió Zedillo (1997) “como aquella política que se refiere a un objetivo común que comparte toda la sociedad en su generalidad, que comparten ese objetivo común todas las fuerzas políticas y las organizaciones sociales. Pero no solamente comparten ese objetivo común, sino que en lo esencial, en lo fundamental, están de acuerdo en cómo lograrlo. Y están de acuerdo más allá de diferencias ideológicas, de militancias partidistas e incluso de estrategias políticas de

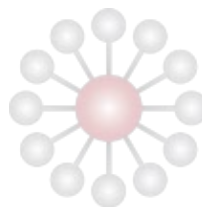
coyuntura. Y lo hacen además con una rigurosa visión de mediano y largo plazo”.

De esta manera, considerando que la sociedad se compone por otras instituciones como la escuela, la iglesia y la familia, que tienen claro el hecho de que no debemos esperar que un gobierno paternalista resuelva todo, sino que cada uno se involucra en las propuestas de solución a estas problemáticas juveniles. Por ello, se promueven grupos religiosos o académicos donde los jóvenes participan con sus coetáneos para procurar un empoderamiento o al menos llevarlos a ocupar su tiempo de ocio en actividades del bien común.

Se cuenta, por ejemplo con foros de expresión donde “más de un centenar de jóvenes pertenecientes a diferentes agrupaciones de católicos, cristianos, entre otros, llevaron a cabo un congreso de juventudes en el Instituto Valle de Mexicali, cuyo objetivo central fue establecer sus puntos de vista y propuestas para alcanzar el mejoramiento en la aplicación de políticas públicas que realmente apoyen al sector de las juventudes de México” (Mercado, 2010).

En la Universidad Autónoma de Baja California se generan múltiples programas que impactan en la juventud, ya sea como servicio social, prácticas profesionales o prácticas académicas de materias como Promoción de la cultura, Proyectos de intervención transdisciplinaria, Educación sexual, Desarrollo humano, Educación ambiental, Educación y Salud, Adicciones, individuo y sociedad, entre muchas otras que impactan en un pequeño grupo si se quiere, pero que sin duda, se reproduce en la vida futura de quienes se ven beneficiados.

De igual manera, grupos independientes y otras instituciones educativas crean espacios para solventar lo anteriormente expuesto.



CONCLUSIONES

Sin duda, los jóvenes son agentes del cambio social, dadas sus características de gente dinámica, idealista, generosa, altruista, entre otros aspectos que figuran en su personalidad contrastante.

No obstante, actualmente los jóvenes también enfrentan problemáticas de rezago educativo, inseguridad social, embarazos prematuros, desempleo o baja remuneración, inequidad, migración, adicciones, insuficiencia de programas integrales y espacios públicos, entre otros.

Sumado a lo anterior, no existe un acuerdo generalizado acerca del rango de edad de lo que consideran a un individuo joven; mientras la Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ) lo contempla como aquel que tiene entre 18 y 29 años, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la ONU, lo ve desde los 15 hasta los 24 años; a su vez en México, la Encuesta del Instituto Mexicano de la Juventud, lo considera desde los 12 hasta los 29 años. Incluso la caracterización que se hace de los jóvenes se ve permeada por las perspectivas teóricas biogenéticas (de Freud, Lewin y otros) o psicogenéticas (de Piaget y otros). A nivel mundial se manifiesta preocupación por atender a este grupo vulnerable a través de diversos programas de la ONU, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ), etcétera. De igual forma, el plan nacional y municipal de desarrollo reconocen las problemáticas por las que cruzan los jóvenes.

Diversas instituciones internacionales, nacionales, estatales y mexicalenses gestionan espacios para la juventud donde expresan ideas, gustos, percepciones, mensajes que la población asimila y convierte en su cultura; de esa forma, se pretende

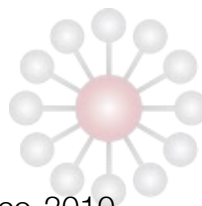
mejorar la calidad de este grupo etario.

Sin embargo, existe inequidad en algunos jóvenes mexicalenses que no tienen la oportunidad de ejecutar en su vida cotidiana tareas como las de ir a la escuela, trabajar o gastar su tiempo libre en los espacios posibles, debido a que enfrentan problemáticas de familias desintegradas o asunción de roles parentales prematuras, entre otras limitantes.

Incluso, quienes sí tienen el privilegio de estudiar y/o trabajar, también experimentan la falta de espacios públicos y hasta el momento la autogestión de dichos espacios es casi nula; a excepción de los que se generan como parte de las prácticas académicas de las instituciones educativas o acciones comunitarias por parte de los jóvenes que participan en las instituciones religiosas.

También, es común ver en los lugares de reuniones juveniles –ya sea en casas o en “antros”- el consumo de bebidas alcohólicas, incluso la práctica de relaciones sexuales promiscuas.

Ante esto, el gobierno se ha visto disminuido en los programas de atención a estas problemáticas juveniles, es decir, no existen suficientes políticas públicas, ni ofertas de programas institucionales que cubran las deficiencias en los jóvenes, de ahí que se requiera un esfuerzo conjunto y dejar de ver al gobierno como el único que debe emprender acciones para cubrir estos rezagos; mejor aún, las demás instituciones debemos capacitar a los jóvenes para que se expresen ante las instancias correspondientes; de tal forma que no sólo sus opiniones sean consideradas en las políticas públicas, sino que les permitan implementar las acciones propuestas para lograr el empoderamiento que requieren con objeto de multiplicar los beneficios entre sus pares. Por ello, diversos organismos no gubernamentales,



religiosos y educativos generan propuestas de solución.

FUENTES CONSULTADAS:

1. Apuntes del Diplomado Planeación y presupuestación con perspectiva de género, (2009), por la Universidad Pedagógica Nacional, Unidad 022 Zona Costa Tijuana, Inmujer y La Secretaría de Planeación y Finanzas.
2. APC (2005). Planeación, desarrollo y políticas públicas. Módulo 4. Proyecto: Fortalecimiento de las organizaciones pertenecientes a la asociación de proyectos comunitarios (A.P.C.), Colombia. Consultado el 27 de agosto de 2010 en http://www.asoproyectos.org/doc/Modulo_4_Planeacion.pdf
3. Ayuntamiento de Mexicali (2010). Directorio recuperado en agosto de 2010 en <http://gobiernomexicali.mx>
4. Banco Mundial (2007). Informe sobre el desarrollo Mundial. El desarrollo y la próxima generación, recuperado el 6 marzo 2009 en <http://web.worldbank.org>
5. Calderón, Verónica (2010). Uno de cada cuatro jóvenes latinoamericanos ni estudia ni trabaja. El país de España. Madrid en la versión electrónica del Espectador.com del 12 de agosto de 2010, recuperado el 22 de agosto de 2010 en <http://www.elespectador.com/noticias/actualidad/articulo-218824-uno-de-cada-cuatro-jovenes-latinoamericanos-ni-estudia-ni-trabaj>
6. Centros de Integración Juvenil, A.C. (2008) recuperado el 6 de junio de 2010 en <http://www.cij.gob.mx/Paginas/Menzquierdo/QuienesSomos/quecij.asp>
7. Conferencia Mundial de Juventud (2010). La Preconferencia de América, de la juventud, inició con éxito en Brasil. Versión electrónica de World Youth Conference Mexico 2010, recuperada el 15 de agosto de 2010 en <http://www.youth2010.org/blog/?p=195>
8. Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE), recuperado en abril de 2009 <http://www.conafe.gob.mx/gxpsites/hgxpp001.aspx?5,3,7,O,S,0,MNU;E;2;1;MNU;,>
9. Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE), recuperado en abril de 2009 <http://www.conafe.gob.mx/gxpsites/hgxpp001.aspx?5,3,137,O,S,0,PAG;CONC;137;16;D;177;2;PAG;MNU;E;5;1;MNU;,>
10. Consejo Nacional de Población (2005) II Censo Nacional de Población y Vivienda, recuperado el 6 de marzo 2010 en www.conapo.gob.mx
11. Domínguez, Laura (2008). La adolescencia y la juventud como etapas del desarrollo de la personalidad. Boletín Electrónico de Investigación de la Asociación Oaxaqueña de Psicología. Vol. 4. Número 1, recuperado el 18 de agosto de 2010 en http://www.conductitlan.net/50_adolescencia_y_juventud.pdf
12. Fondo de Población de las Naciones Unidas, UNFPA MEXICO (2010). Portal recuperado el 18 de agosto de 2010 en <http://www.unfpa.org.mx/acerca.htm>
13. Instituto Mexicano de la Juventud (2008). Investigación, recuperado el 6 de marzo 2010 en <http://www.cendoc.imjuventud.gob.mx/investigación/>
14. Instituto Mexicano de la Juventud (2008). Programa de mediano plazo 2008-2012. Secretaría de Educación Pública, recuperado el 6 de marzo 2010 en http://www.imjuventud.gob.mx/contenidos/programas/PMP_IMJ_2008-2012.pdf

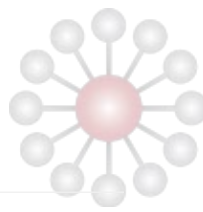


15. Instituto Nacional de Geografía Estadística e Informática (2005). XII Censo General de Población y Vivienda. México.
16. Mercado, José (2010). Analizan políticas públicas juveniles, La Voz de la Frontera, del 15 de agosto de 2010, recuperado en su versión electrónica el 18 de agosto de 2010 en <http://www.oem.com.mx/lavozdelafrontera/notas/n1745902.htm>
17. Monsivais, Alejandro (2004). Políticas públicas de juventud en Baja California 1983-2002. Avances Administrativos y desafíos político-culturales. Frontera Norte, ene-julio año /vol.16, Número 031 Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, Mex.
18. Narro, José (2010). En AL, uno de cada cinco jóvenes ni estudia ni trabaja. Mesa redonda Latinoamérica 2010. Boletín UNAM-DGCS-404bis. Santander, España. 6 de julio de 2010, recuperado el 18 de agosto de 2010 en http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2010_404bis.html
19. Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ, 2004). Juventud en Iberoamérica tendencias y urgencias. Santiago de Chile. recuperado el 4 de mayo de 2008 en www.oij.org/documentos/
20. Plan nacional de desarrollo 2007-2012 recuperado el 6 de enero de 2009 en <http://pnd.presidencia.gob.mx/index3499.html?page=documentos-pdf>
21. Plan municipal de desarrollo 2008-2010, recuperado el 6 de enero de 2009 en http://www.mexicali.gob.mx/transparencia/PlanMpoDesarrollo/PDM_2008_2010_Mexicali.pdf
22. Programa de Acción Mundial para los jóvenes hasta el año 2000 y años subsiguientes (PAMJ, 1996). Asamblea General de las Naciones Unidas, del 13 de marzo de 1996, recuperado el 18 de agosto de 2010. A/RES/50/81.<http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N96/771/46/PDF/N9677146.pdf?OpenElement>
23. Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL). Programa Sectorial de Desarrollo Social 2007-2012 recuperado el 6 de enero de 2009 en http://www.sedesol.gob.mx/archivos/1/file/Prog_Sectorial_WEB.pdf
24. Zedillo (1997). Versión estenográfica de las palabras del presidente Ernesto Zedillo, durante el acto en el que inauguró el Foro de Análisis y Políticas de Estado para el Desarrollo, recuperado el 18 de agosto de 2010 en <http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/disc/nov97/10nov97.html>
25. Zermeño, Ma Elena (2009). Servicio comunitario y estrategias de comunicación para promover una salud integral. Congreso Internacional de Promoción de la Salud, Hermosillo, Sonora.

Sobre los autores:

Ma. Elena Zermeño Espinosa
Elsa del Carmen Villegas Morán
Susana Espinosa Velázquez
Griselda Guillén Ojeda

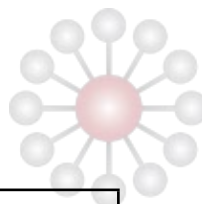
Maestras en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de la Habana. Tesis de doctorado con igual carrera por la Universidad de la Habana. Académicas de la Universidad Autónoma de Baja California: maelena@uabc.edu.mx, evillegas@uabc.mx, sespinosav2003@yahoo.com.mx, griselda_guillen@hotmail.com



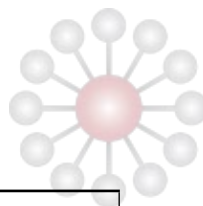
Anexo 1

Paramunicipales

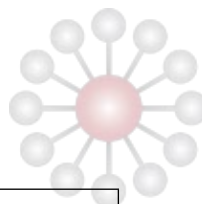
Alianza Empresarial Seguridad Pública	Ninguna función ni atribución relacionada con categorías buscadas	
Centro de Atención integral a jóvenes en riesgo	<p>Instrumentar el o los programas contra las adicciones, conforme a las normas oficiales de salud.</p> <p>Establecer vínculo institucional y permanente con el congreso nacional contra las adicciones, y los comités estatal y municipal contra las adicciones en Mexicali.</p> <p>Suscribir convenios con profesionales independientes, colegios, asociaciones, sociedades y otros organismos nacionales e internacionales que ofrecen servicios de atención y tratamiento de adicciones y problemáticas asociadas.</p> <p>Coadyuvar con las instituciones educativas, en las acciones dirigidas a fortalecer los valores de la persona, propiciando el desarrollo integral del individuo, la familia y la comunidad, en beneficio de la salud pública.</p> <p>Promover la reinserción social de los usuarios, con la participación de las instituciones y organizaciones educativas, patrimoniales, sindicatos y de la sociedad civil en general.</p> <p>Promover acciones que atiendan a la disminución de los riesgos asociados con el consumo de fármacos.</p>	



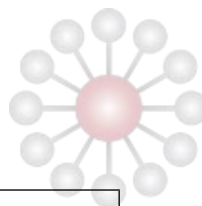
Centro Recreativo Juventud 2000	<p>Organizar, promover y ejecutar eventos deportivos y recreativos, así como la difusión y educación del deporte en todos sus aspectos, teniendo como fin la proyección de valores sociales a través de dichas actividades.</p> <p>Promover, administrar y operar el Centro Recreativo Juventud 2000 del Municipio de Mexicali.</p> <p>Destinar los beneficios económicos que obtenga, al mejoramiento de las instalaciones del Centro Recreativo Juventud 2000 del Municipio de Mexicali.</p>	
Comisión de Desarrollo Industrial de Mxli	<p>Proponer a las autoridades la ejecución de programas y acciones tendientes a fomentar la creación de nuevas industrias y empresas; comerciales o de servicios, así como el desarrollo de las actividades económicas del municipio.</p> <p>Fomentar la integración y vinculación de las cámaras y organismos gubernamentales, en la realización de sus programas.</p> <p>Realizar estudios sobre los problemas que enfrentan las diversas actividades productivas que se llevan a cabo en el municipio, y proponer las soluciones conducentes.</p>	
Comisión para el Desarrollo Agropecuario de Mexicali (CODAM).	Ninguna función ni atribución relacionada con cultura /jóvenes o espacios públicos	
Comité de Planeación para el Desarrollo Municipal (COPLADEMM).	Formular recomendaciones al Ayuntamiento y sus dependencias para mejorar la administración municipal y la prestación de los servicios	



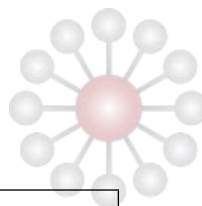
<p>Comité de Turismo y Convenciones (COTUCO).</p>	<p>Formular programas anuales para fomentar el desarrollo del turismo en la comunidad.</p> <p>Promover y fomentar ferias y convenciones de carácter internacional, regionales, estatales y municipales, así como exposiciones de artesanías y artes populares.</p> <p>Fomentar la creación de clubes de recreo, de caza y pesca, de yates; apoyar la celebración de competencias deportivas internacionales, regionales, estatales y municipales.</p>	<p>Gestión de cultura</p>
---	---	---------------------------



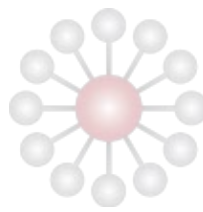
<p>Consejo de Urbanización Municipal de Mexicali (CUMM).</p>	<p>Realizar estudios sobre la conveniencia, necesidad, viabilidad, costo, financiamiento y demás pormenores respecto de la ejecución de obras de urbanización.</p> <p>Gestionar la ayuda de las autoridades federales, estatales y municipales, así como de instituciones privadas, organismos descentralizados y personas físicas, en todo lo que implique mejoría en la urbanización del municipio.</p> <p>Formular las bases, expedir convocatorias y adoptar las decisiones relativas al concurso para la contratación de obras y servicios en el municipio que vayan a ser realizados bajo el sistema de cooperación.</p> <p>Formular proyectos de financiamiento de las obras a realizar y las bases de los empréstitos y contratos relativos.</p>	<p>Gestión de Espacio público</p>
<p>Desarrollo Integral de la Familia (DIF).</p>	<p>Proponer a los organismos responsables de la asistencia social y la promoción de los valores de la familia, el desarrollo de programas y acciones en beneficio de la población del Municipio.</p> <p>Crear y administrar establecimientos para desarrollar los programas y acciones de asistencia social.</p> <p>Realizar estudios e investigaciones sobre problemas de la familia y de las personas a quienes se dirijan los programas de asistencia social.</p> <p>Elaborar programas para la atención de menores en estado de abandono, ancianos desamparados y personas con discapacidad sin recursos.</p>	
<p>Desarrollo Social Municipal (DESOM)</p>	<p>Propiciar el desarrollo de las potencialidades culturales y creativas de la juventud.</p> <p>Promover la participación organizada de la población en obras de beneficio común</p>	<p>Cultura</p> <p>Espacios públicos</p>



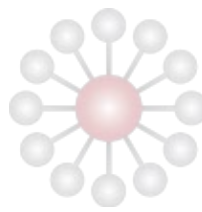
<p>Escuadrón Juvenil Deportivo de Seguridad Pública.</p>	<p>Fomentar y difundir la cultura entre el sector comercial, en pro de la renovación de los valores morales que lleven a desarrollar y mejorar la vida de los jóvenes.</p> <p>Proponer mejoras en el ámbito legal, social y familiar, con la finalidad de concientizar a los jóvenes sobre el sentido de servicio a la patria.</p> <p>Fomentar entre los jóvenes a través de diversos deportes la cultura de la legalidad, en la lucha contra la delincuencia, la practica del respeto a los ordenamientos e instituciones gubernamentales, mediante la sana convivencia.</p>	<p>Gestión cultura</p> <p>Políticas públicas</p>
<p>Fideicomiso de Préstamos de Seguridad Pública.</p>	<p>Ninguna función ni atribución relacionada con cultura/ jóvenes o espacios públicos</p>	
<p>Fideicomiso para el Desarrollo Urbano de Mexicali (FIDUM).</p>	<p>Ninguna función ni atribución relacionada con cultura/ jóvenes o espacios públicos</p>	
<p>Instituto de Investigaciones y Planeación Urbana (IMIP).</p>	<p>Elaborar y actualizar los planes y programas de desarrollo urbano que se requieran para el crecimiento o renovación urbana de las poblaciones del municipio.</p> <p>Proponer las políticas de desarrollo y crecimiento de los asentamientos humanos.</p> <p>Elaborar, integrar y revisar los estudios y análisis para la implementación de los proyectos estratégicos municipales de mediano y largo plazo</p>	<p>Políticas publicas</p> <p>Espacios públicos</p>
<p>Instituto de la Mujer.</p>	<p>Ninguna función ni atribución relacionada con cultura/ jóvenes o espacios públicos</p>	



<p>Instituto Municipal de Arte y Cultura (IMACUM).</p>	<p>Impulsar la promoción y difusión de las tradiciones culturales e historia de la comunidad.</p> <p>Administrar los espacios culturales y bibliotecarios a cargo del gobierno municipal.</p> <p>Impulsar la participación de la comunidad en la práctica y conocimiento de conceptos culturales y artísticos.</p> <p>Promover el uso de los espacios culturales y bibliotecarios para la vinculación con actividades educativas, de consulta e investigación, que colaboren con el desarrollo de la comunidad.</p> <p>Promover el uso de los espacios culturales y bibliotecarios para la vinculación con actividades educativas, de consulta e investigación, que colaboren con el desarrollo de la comunidad.</p>	<p>Gestión Cultura Espacios públicos Políticas públicas</p>
<p>Instituto Municipal del Deporte y la Cultura Física (IMDECUF).</p>	<p>Promover y desarrollar el deporte y la cultura física entre los habitantes de Mexicali a través de programas específicos.</p> <p>Establecer los mecanismos para elevar el nivel de competencia de los deportistas.</p> <p>Establecer los mecanismos para aprovechar el desarrollo de las ciencias aplicadas al deporte.</p>	
<p>Patronato Casa del Abuelo.</p>	<p>Ninguna función ni atribución relacionada con cultura/ jóvenes o espacios públicos</p>	
<p>Patronato CDHI Centenario.</p>	<p>Contribuir al fortalecimiento de valores familiares, así como para el aprendizaje de oficios y actividades educativas, culturales, deportivas y de recreación.</p>	<p>Gestión de cultura</p>

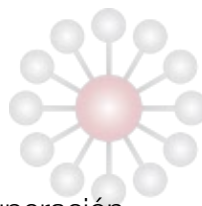


ONG	<p>Arte y Cultura en Mexicali</p> <ul style="list-style-type: none"> · Camino Real Misionero de las Californias, A.C. (Fundación CAREM) · Centro Cultural Nana Chela, A.C. · Patronato Museo Sol del Niño, A.C <p>Desarrollo Humano</p> <ul style="list-style-type: none"> • Almacén de Recursos para la Asistencia de Familias Marginadas en el Valle de Mexicali, A.C. • Banco de Alimentos de Cáritas de Mexicali, A.C. • Cáritas Región Mexicali, A.C. • Centro de Atención y Orientación Familiar, A.C. • Desarrollo Integral Comunitario de Mexicali, A.C. • Fundación Nemi, A.C. • Visión Alternativa, A.C. <p>Salud</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centro de Integración para Drogadictos y Alcohólicos, A.C. (CIDA) • Centros de Integración Juvenil, A.C. • Eredal, A.C. • La Familia de Paco, A.C. 	
------------	--	--



A nivel Estatal

<p>Instituto de la mujer para el Estado de Baja California</p>	<p>II.- Apoyar la formulación de políticas públicas e impulsar las propuestas de la sociedad, para alcanzar la igualdad de derechos y oportunidades de desarrollo para la mujer en el ámbito político, social, <u>cultural</u> y económico, e incorporar este principio en la planeación del desarrollo.</p> <p>X.- Promover ante las autoridades competentes que los <u>contenidos y materiales educativos</u> estén libres de prejuicios discriminatorios contra las mujeres y que fomenten la igualdad de derechos y oportunidades</p> <p>XIV.- Promover en coordinación con otras dependencias del Ejecutivo, acciones de combate a la pobreza, marginación y exclusión de las mujeres de las actividades económicas, <u>culturales</u> y sociales de la entidad, especialmente en el medio rural e indígena;</p> <p>XVIII.- <u>Impulsar en los medios de comunicación, una cultura</u> de igualdad entre el hombre y la mujer, reconociendo y dignificando su imagen ante la sociedad;</p>	
<p>INJUVE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visión <p>Baja California ofrece educación de calidad con equidad a sus habitantes, centrada en la persona, que promueve el desarrollo humano y la formación para la vida, que enriquece los procesos educativos a través de formas innovadoras de intervención educativa, la realización de actividades culturales y deportivas, con sentido ético y democrático, mediante la conjunción de esfuerzos, la transparencia y la corresponsabilidad social</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo General <p>Proporcionar y promover los servicios de educación, cultura y deporte con equidad, calidad y sentido humano, en la formación para la vida de todos los habitantes de Baja California.</p>	



ANEXO 2

Portales internacionales que contemplan a los jóvenes, consultados el 18 de agosto de 2010:

ONUSIDA es una asociación de las Naciones Unidas que aborda diferentes cuestiones culturales, sanitarias, sociales y económicas relativas al VIH, entre las que se encuentran el género, la respuesta inmediata y la ayuda humanitaria, el asesoramiento y las pruebas, la prevención, el tratamiento, la atención y el apoyo relacionados con el VIH, la salud sexual y reproductiva, la ciencia y la investigación.
<http://www.unaids.org/es/default.asp>

Comisión Económica para América Latina (CEPAL)
 La Comisión Económica para América Latina (CEPAL) fue establecida por la resolución 106(VI) del Consejo Económico y Social, del 25 de febrero de 1948, y comenzó a funcionar ese mismo año con el fin de coordinar políticas de promoción del desarrollo económico y social de la región, a través de la propuesta, la evaluación y el seguimiento de medidas de política pública y la asistencia en el ámbito de la información especializada.
http://www.cinu.org.mx/onu/estructura/com_reg/cepal.htm

UNOPS fue establecida en 1974 como parte del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y se convirtió en una organización independiente en 1995. Su mandato consiste en actuar como proveedor de servicios para las agencias del sistema, fondos y programas de las Naciones Unidas, instituciones financieras internacionales y regionales, organizaciones intergubernamentales, gobiernos donantes y receptores y organizaciones no gubernamentales. Opera con cuatro objetivos para el período 2010-2013: Recuperación de la paz y la estabilidad

después de los conflictos, Pronta recuperación de las comunidades afectadas por desastres naturales, Fomentar la capacidad de los particulares de promover el desarrollo de la economía local y de obtener servicios sociales. Objetivos transversales La igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer, El desarrollo de la capacidad nacional, La sostenibilidad del medio ambiente.

<http://www.unops.org/Espanol/whoweare/Paginas/Missionandvalues.aspx>

El Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (UNIFEM), establecido en 1985, es la agencia del Sistema de las Naciones Unidas que apoya las iniciativas, tanto de las organizaciones gubernamentales como de la sociedad civil, orientadas a mejorar la calidad de vida de las mujeres y contribuir a lograr que las mujeres tengan las mismas oportunidades que los hombres en el ejercicio pleno de sus derechos en términos económicos, culturales, sociales y políticos.

<http://www.cinu.org.mx/onu/estructura/mexico/fond/unifem.htm>

La OEA, con antecedentes desde 1826, en su versión actual se orienta con cuatro pilares — democracia, derechos humanos, seguridad y desarrollo—, trabaja para fortalecer la paz y seguridad, consolidar la democracia, promover los derechos humanos, apoyar el desarrollo social y económico y promover el desarrollo sostenible en América.

<http://www.unifemweb.org.mx/>

La Comunidad del Caribe (Caricom) surgió en 1958, como resultado de 15 años de gestiones a favor de la integración regional, y se constituyó con tres objetivos fundamentales: Estimular la



cooperación económica en el seno de un mercado común del Caribe; estrechar las relaciones políticas y económicas entre los estados miembros y promover la cooperación educacional, cultural e industrial entre los países de la Comunidad.

<http://www.americaeconomica.com/zonas/caricom.htm>

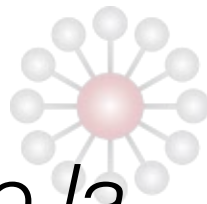
La Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), fue creado en 2003 con sede en Madrid, España; es una organización internacional que constituye el órgano permanente de apoyo institucional y técnico de la Conferencia Iberoamericana. Esta Conferencia nace en la I Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, celebrada en Guadalajara (México, 1991), formada por los Estados de América y Europa de lenguas española y portuguesa; a través de estas cumbres se busca avanzar en la cooperación política, económica, social y cultural.

<http://segib.org/>

<http://segib.org/quees-es/>

Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), creado en 1969, es una agencia de cooperación internacional para el desarrollo que promueve el derecho de cada mujer, hombre y niño a disfrutar de una vida sana, con igualdad de oportunidades para todos. Apoya a los países en la utilización de datos socio-demográficos para la formulación de políticas y programas de reducción de la pobreza, y para asegurar que todo embarazo sea deseado, todos los partos sean seguros, todos los jóvenes estén libres de VIH/SIDA y todas las niñas y mujeres sean tratadas con dignidad y respeto...promueve el empoderamiento de las personas a fin de que los propios individuos se constituyan en agentes del

cambio social, así como la participación activa de los diferentes actores de la sociedad (gobiernos, iniciativa privada, sociedad civil y academia) y las interconexiones entre éstos, con el fin de contribuir a lograr un desarrollo autosostenible... Pone énfasis en trabajar con y para las y los jóvenes y en otros temas transversales, la prevención del VIH/SIDA, la respuesta humanitaria en situaciones de emergencia o conflicto, la comunicación para el cambio de comportamientos y la cooperación entre naciones. Todo ello desde un enfoque que conjuga tres perspectivas: de derechos, de género y de sensibilidad cultural... A partir de 1972 el UNFPA empieza a establecer oficinas nacionales y la primera representación en América Latina fue la de México. Desde entonces colabora con el Gobierno y con diversas organizaciones civiles y académicas en el desarrollo de las políticas y los programas de población.



Distribución espacial de la oferta de bienes culturales en Mexicali, B.C.

Luz María Ortega Villa
Facultad de Ciencias Humanas
Univ. Autónoma de Baja California

Judith Ley García
Instituto de Investigaciones Sociales
Univ. Autónoma de Baja California

Resumen: Como parte de la investigación “Evolución del espacio urbano en ciudades medias: los casos de Mexicali y Tijuana”, se recabó información sobre la ubicación, tipo y antigüedad de la oferta de bienes culturales en la ciudad de Mexicali, entre otro datos. Dicha información se procesó mediante un sistema de información geográfica que dio como resultado una cartografía de la oferta de bienes culturales en la capital del estado de Baja California. La ponencia propuesta, además de proveer datos estadísticos por tipo de oferta y localización, muestra la lógica que subyace a su distribución espacial y la relación entre oferta de bienes culturales y niveles de marginalidad socioeconómica en dicha ciudad, que pueden ser de utilidad para la toma de decisiones en materia de gestión cultural.

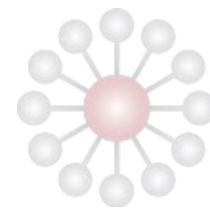
Palabras clave: Cartografía cultural, oferta de bienes culturales, SIG, frontera norte.

Introducción

El estudio de lo social pasa necesariamente por la consideración de la dimensión espacio-temporal, ya que no existe realidad social separada de ella. Así como el tiempo en que se observa un hecho es relevante como punto en una trayectoria, lo es el espacio por y en que se manifiesta ese hecho,

espacio que corresponde a un determinado juego de posiciones de los agentes sociales involucrados. En palabras de Gilberto Giménez (2009, p. 84), “no existe sociedad sin espacio ni espacio sin sociedad. Por eso decimos que los hechos sociales son siempre georafiabiles”.

Por ello, en el interés de contribuir al necesario reencuentro de las ciencias sociales con la



geografía, que propone Giménez, se incluyó el estudio de la distribución espacial de la oferta de bienes culturales en la ciudad de Mexicali, como un tema del proyecto de investigación titulado “Evolución del espacio urbano en ciudades medias mexicanas: los casos de Mexicali y Tijuana” (Álvarez y cols., 2007).

Este trabajo se presenta como la continuación de otros que en la misma temática se han venido realizando, en relación con las características del consumo de bienes culturales en sectores populares (2005), las dimensiones involucradas en ese consumo (2008) y, ahora, desde la perspectiva de la oferta de tales bienes y su accesibilidad, se pretende identificar no sólo la localización espacial de la oferta, sino comprender en alguna medida la lógica de su distribución.

Desde una perspectiva geográfica se puede entender que la oferta cultural es un fenómeno espacial, porque la producción, circulación y consumo de bienes culturales está implícitas en la producción del espacio total y resultan en una espacialidad concreta, pero ¿qué nos dice la oferta urbana de bienes culturales de la forma que tiene la sociedad contemporánea de “espacializarse”, es decir, de producir el espacio en el capitalismo avanzado?

De acuerdo con Lefevre (2005), la práctica espacial de una sociedad constituye al espacio de esa sociedad; esto es, lo produce a la vez que lo domina y se lo apropia. Así, la práctica espacial de una sociedad es develada al descifrar su espacio. Por ello, “los desarrollos geográficos desiguales reflejan las diferentes maneras en que los grupos sociales han incorporado materialmente sus modos de socialidad en el entramado de la vida”

(Harvey, 2006, p. 77)

Para Gür (2002) la espacialización es política, puesto que es causa y efecto de determinadas relaciones de poder; el espacio es un componente dialéctico inseparable de las relaciones de producción (sociales y espaciales), es en el espacio donde tales relaciones se reproducen en una espacialidad concreta socialmente construida. Por ello, el espacio urbano torna visibles las categorías vigentes en una sociedad. Dicha visibilidad adopta la forma de cartografías, en tanto arte de generar mapas, que involucra la técnica de confeccionar y representar en un plano todos los componentes del espacio terrestre; técnica racional e intelectual que al produce instrumentos de poder –los mapas– por los cuales se muestra una visión del mundo (Aguirre, 1998). Esa labor, tan antigua como los afanes de expansión territorial, se ha tecnificado y sofisticado mediante el uso de tecnologías de cómputo, que permiten contar con lo que actualmente se denomina sistema de información geográfica (SIG), y que es

un sistema de información que es utilizado para ingresar, almacenar, recuperar, manipular, analizar y obtener datos referenciados geográficamente o datos geoespaciales, a fin de brindar apoyo en la toma de decisiones sobre planificación y manejo del uso del suelo, recursos naturales, medio ambiente, transporte, instalaciones urbanas, y otros registros administrativos. (Murai, 1999, p. 8).

La aplicación de los SIG para resolver problemas concretos, especialmente en áreas gubernamentales, llevó a la estandarización de ciertos procedimientos de trabajo, a la integración de los equipos de cómputo en redes y a la



programación de rutinas particulares (para consulta, mapeo, captura, etc.) por lo que se empezó a entender a los SIG no sólo como el conjunto “software-hardware-datos”, sino como todo un “set” instalado en red que permite compartir los datos geográficos entre diversos usuarios¹ para un fin particular, es decir, el SIG como proyecto software-hardware-datos-personal-organización.

Si bien los aspectos técnicos, tecnológicos y organizacionales involucrados en el desarrollo de los SIG son importantes, es necesario no perder de vista que la razón de ser de los SIG es el manejo (o manipulación) de los datos geográficos² (datos georreferenciados, geoespaciales o geodatos) para un determinado fin. Por tal razón, en esencia, el SIG es un modelo de la realidad –o de una parte de ella– de ahí que Bouillé lo entienda como un modelo informatizado del mundo real, descrito en un sistema de referencia ligado a la Tierra, que se establece para satisfacer unas necesidades de información específicas al responder del mejor modo posible, a un conjunto de preguntas concreto (Bouillé, 1978).

Así, los SIG son modelos espaciales de la realidad desarrollados en medios informáticos cuya construcción permite dar respuesta preguntas formuladas a priori acerca del espacio terrestre o a formular nuevas preguntas que deberán ser respondidas mediante un nuevo modelo o SIG.

Una de las ventajas de representar la realidad (espacial) en medios informáticos se halla en la

1 Según Murai (1999) los componentes de un SIG son un sistema de computación (software y hardware), los datos geoespaciales (mapas, fotografías aéreas, imágenes satelitales, tablas estadísticas, etc.) y los usuarios (analistas, capturistas, etc.).

2 Los datos geoespaciales se clasifican en datos geométricos y datos temáticos

posibilidad de realizar operaciones topológicas,³ estadísticas y matemáticas complejas, así que, de acuerdo con la pregunta que el modelo busque responder⁴ es posible representar, clasificar, describir, cuantificar, analizar, relacionar y predecir el comportamiento de ciertas variables espaciales y fenómenos terrestres.

En el campo de la planeación ambiental, los SIG se han utilizado como herramientas de investigación, para la comprensión, generación y difusión de conocimiento de algún fenómeno terrestre, pero también han mostrado su utilidad como herramientas de apoyo a la toma de decisiones respecto del inventario de los recursos naturales, la evaluación del territorio, el ordenamiento territorial, la evaluación de políticas y programas, el monitoreo ambiental, la modelación ambiental, etc., abarcando inicialmente grandes áreas o superficies del territorio y, en los últimos años, aplicándolos en la escala urbana (catastro, planeación urbana, etc.).

Sin embargo, la utilización de los SIG para el estudio de la oferta cultural es reciente.

En las dos últimas décadas se ha popularizado el uso de la información cartográfica para el inventario de recursos culturales, como en los casos de ciudades de Argentina (mapasdeargentina.com.ar), Puerto Rico (Lobato y Quintero, 2008), Bolivia (<http://www.palabrasmas.org/nius/index.php?page=500>) Chile (<http://www.oas.org/red-observatorios/sic/tallerCA/>

3 Se refiere a las relaciones o la conectividad entre los objetos espaciales (propiedades de la figura independiente de su forma o tamaño)

4 Qué es..., dónde está..., cómo se distribuye..., dónde se concentra..., qué relación hay..., cómo ha cambiado..., qué pasa si...



Presentations/presentacionOEAM%C3%A9xico.ppt#271,15,Diapositiva 15) y Colombia (<http://cartagenacomovamos.org/mapa/>).

En nuestro país, uno de los primeros ejercicios de que se tiene conocimiento se llevó a cabo en la segunda mitad de los años noventa del siglo XX, por parte de Jorge A. González y un equipo de investigación que, entre otras interrogantes, se preguntaba sobre la presencia urbana de las ofertas culturales, entendidas, en singular, como “la presencia en el ambiente geográfico de posibilidades de acceso y disfrute de los bienes culturales” (González, 1994, p. 12), y que para responder propuso la elaboración de cartografías de diversos tipos de oferta por cada ciudad incluida en su proyecto, pues a través de ellas se objetiva, al hacerla visible, la forma en que se estructuran las ofertas culturales que

acompañan el desarrollo urbano del país y son el efecto de procesos crecientes y necesariamente desiguales de especialización de diferentes instituciones, agentes y prácticas específicamente «culturales», es decir, ligadas de manera profesional a la construcción, preservación y promoción en múltiples soportes materiales de diversos sentidos sociales de la vida y del mundo. (González, 1994, p. 12, *itálicas y negritas en el original*)

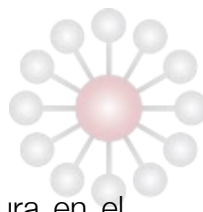
Actualmente en México se cuenta con el “Mapa de la diversidad cultural de México” elaborado por la Dirección General de Culturas Populares e Indígenas, de Conaculta, que muestra tanto las lenguas indígenas como algunos recursos naturales y prácticas culturales que se llevan a cabo en diversas regiones del territorio nacional.

Sin embargo, no corresponde en sentido estricto a un SIG, ya que no permite la recuperación de datos más allá de los que muestran las ilustraciones.

Asimismo, en la página electrónica de Conaculta se puede acceder a mapas provistos por Google que se ofrecen como recurso para localizar la infraestructura cultural por localidad, pero al acceder al de Mexicali sólo se muestra la traza de la ciudad con vialidades, sin anotaciones sobre la infraestructura cultural, y aun cuando se menciona que existen “capas”, éstas no son visibles ni se puede obtener información sistematizada que permita realizar análisis. Además, al elegir la opción de “Búsqueda por mapas sensibles”, los resultados que se despliegan al seleccionar una entidad federativa se reducen a enlistar los tipos de infraestructura y la cantidad de ella.

Método

Para el registro de información se utilizaron tres fuentes: por una parte, se recurrió a los datos contenidos en el Atlas de infraestructura cultural, publicado por Conaculta (2003); por otra, se contó con la colaboración del Instituto Municipal de Investigación y Planeación (IMIP) de Mexicali, al proveer de la información correspondiente al “Registro de equipamiento cultural de Mexicali” (IMIP, 2009); y en tercer lugar, se hizo un levantamiento de información propia, mediante recorridos por la ciudad. Para ello se identificaron en el plano de la ciudad de Mexicali las zonas de uso de suelo comercial, de servicios y de equipamiento, tal como están establecidas por el Programa de Desarrollo Urbano de Centro de Población de Mexicali, B.C., 2010 (PDUCP 2010)



(XV Ayuntamiento de Mexicali, 1998). Se buscó en esos usos de suelo porque la oferta cultural que es dotada por el Estado debe estar en una zona de equipamiento, o bien, al ser promovida por el mercado debe estar en una zona comercial o de servicios; y no se supone que pueda ubicarse oferta cultural en los suelos de uso industrial y habitacional. Asimismo, se imprimieron planos por AGEB en los que se trazaron los recorridos que habrían de realizarse –tanto en automóvil como a pie–, a lo largo de las vialidades correspondientes a las áreas comercial y de servicios, a fin de identificar los establecimientos en los que de inmediato se acudiría a realizar entrevistas para el llenado del instrumento de recolección.

Respecto de los registros de establecimientos y equipamiento identificados por Conaculta e IMIP, se llevó a cabo una verificación de su existencia y funcionamiento, y se identificaron los que serían considerados para este estudio.

Paralelo a lo anterior se hicieron recorridos por las vialidades principales, aun cuando no correspondieran al uso de suelo mencionado, pues la dinámica de los asentamientos en la zona urbana muestra la expansión de las áreas comerciales en las zonas residenciales. En ellos se identificaron también establecimientos de oferta de bienes culturales.

La identificación en los planos por AGEB se efectuó anotando la localización de cada establecimiento sobre el plano, con un número consecutivo, y durante la captura se le codificó utilizando una clave numérica integrada por el número de AGEB, el número de manzana, y el número consecutivo del establecimiento. Para mayor claridad, en el formato por llenar se elaboró un pequeño esquema

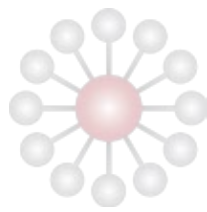
de localización, a fin de facilitar la captura en el sistema MapInfo.

La colaboración de un equipo de estudiantes de ciencias de la comunicación, prestadores de servicio social, fue fundamental para completar los recorridos, que se realizaron de septiembre de 2008 a diciembre de 2009, excepto en los meses de diciembre y enero, que corresponden a las vacaciones escolares, así como en junio, julio y agosto, debido a las altas temperaturas de la ciudad, que alcanzan los 50°C.

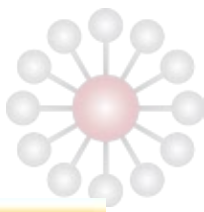
En el instrumento se recoge información sobre características del establecimiento, su antigüedad, las actividades que se llevan a cabo, el tipo de público que atiende, las fuentes de financiamiento (si es el caso) y el o los fundadores, entre otros aspectos.

Es menester aclarar que para la realización del estudio que aquí se comenta, se consideraron aquellos establecimientos que tienen como actividad predominante o exclusiva la oferta de bienes culturales, entendidos como los bienes y servicios que son producidos en el campo de la producción cultural (ver Ortega, 2009a). De ello se deriva que fueron excluidas del levantamiento las tiendas de autoservicio o grandes almacenes comerciales, que si bien cuentan con departamentos en los que se venden discos compactos de música grabada o películas y series televisivas, así como libros y revistas, dichos productos no constituyen la oferta principal de esos establecimientos. Por la misma razón se excluyeron también los tianguis y mercados sobre ruedas.

La información capturada fue procesada en MapInfo 7.0, en el que además de la “capa” (layer)



sobre oferta de bienes culturales en el espacio urbano (ver mapa 1) se tienen otras que pueden ser sobrepuestas a ella: la de las áreas geoestadísticas básicas (AGEB) de la ciudad, la de niveles de marginación por AGEB (ver mapa 2), la de usos de suelo, y la de crecimiento urbano por década, además de otras que pueden irse agregando según las preguntas que se desee responder. Así, más allá de la localización de la oferta, se hace posible relacionar diversas variables espaciales que han permitido identificar la lógica de exclusión y desigualdad que subyace a la distribución de la oferta de la oferta de bienes culturales en el espacio urbano.

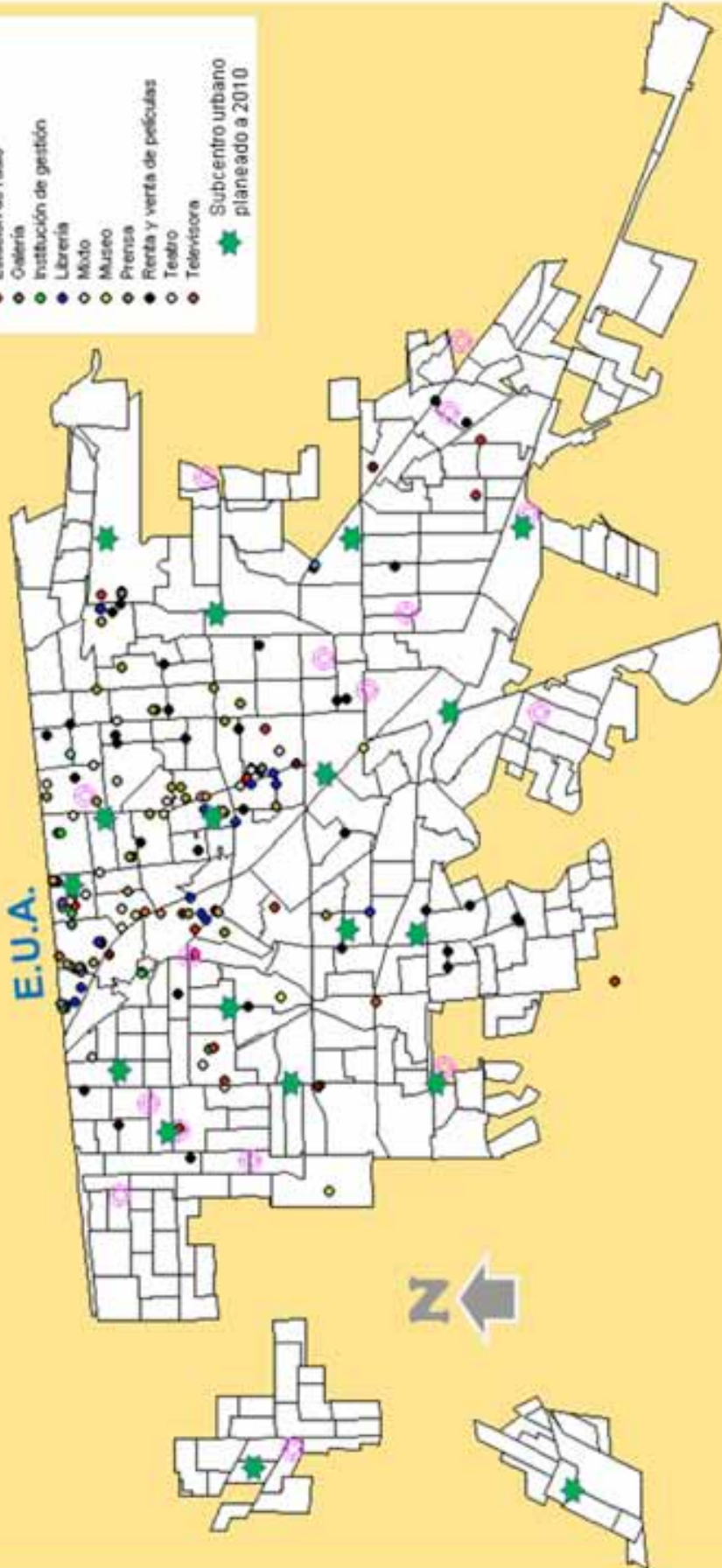


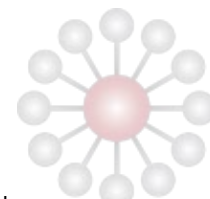
Distribución de la oferta de bienes culturales en Mexicali, B.C.

E.U.A.



- Categorías de establecimientos**
- Auditorio
 - Biblioteca
 - Centro de Desarrollo Humano
 - Centro educativo de cultura
 - Cine
 - Editorial
 - Estación de radio
 - Galería
 - Institución de gestión
 - Librería
 - Módulo
 - Museo
 - Prensa
 - Planta y venta de películas
 - Teatro
 - Televisora
- ★ Subcentro urbano planeado a 2010





Resultados: diversidad y distribución de la oferta

De 192 establecimientos registrados, 17.7% corresponden a establecimientos de renta de películas, 10.4% son centros en donde se imparten clases o talleres culturales, sobre todo de danza y música; 9.9% son estaciones o grupos radiofónicos; y 9.4% son librerías (incluyendo aquellas especializadas en libros religiosos de diversa denominación). El quinto lugar en frecuencia lo tienen los Centros de Desarrollo Humano; sin embargo, de los 16 que existen y que fueron creados para ofrecer diversas actividades deportivas, sociales y culturales, en 7 de ellos (43.8%) no hay oferta cultural.

Si bien 11 lugares se anotan como teatros (5.7%), cabe destacar que corresponden a registros del Atlas de infraestructura cultural (Conaculta, 2003) en el que se consideran como teatros las salas de usos múltiples de las instituciones de educación media superior, y lo mismo ocurre en el caso de las bibliotecas de centros escolares.

Más destacable aún es que de los 192 registros, 177 (93.7%) corresponden a establecimientos ubicados en zonas de la ciudad con muy baja y baja marginalidad; es decir, están ubicados en las zonas de mayor poder adquisitivo, y los pocos que se encuentran en zonas de marginalidad media o alta son en su mayoría Centros de Desarrollo Humano, que, como ya se aclaró, al momento del levantamiento de información algunos no contaban con oferta de bienes culturales, pero que fueron incluidos porque el IMIP los consideró en su registro de equipamientos culturales.

Al observar el mapa de distribución según el grado de marginación, es evidente la concentración de

la oferta de bienes culturales no sólo en las zonas de menor marginación, sino, además, en lo que el PDUCPM 2010 denomina como “Sector Centro” (XV Ayuntamiento de Mexicali, 1998), del que se proponía en el PDUCPM que fuese el principal proveedor de servicios para la ciudad, al que se sumarían “concentraciones importantes de equipamiento distribuidas en la ciudad, sobre las que se propone complementar y consolidarlas como subcentros urbanos, de tal manera que cubran sobre todo las necesidades de la población a nivel sector y recreativo” (XV Ayuntamiento, 1998, p. 76).

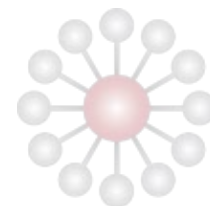


Oferta de bienes culturales según nivel de marginación*

Mexicali, 2009-2010



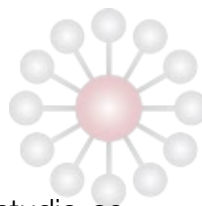
*Marginación según datos de INEGI, 2005.



Oferta de bienes culturales en Mexicali, B.C., por tipo de actividad. 2009-2010

Tipo	Cantidad	Porcentaje*
Renta/venta de películas	41	21.4
Clases de música	22	11.5
Clases de danza	20	10.4
Producción/transmisión radiofónica	20	10.4
Venta de libros o audiolibros	20	10.4
Exposiciones de artes plásticas y visuales	14	7.3
Conferencias	12	6.3
Elaborac. y cursos de artesanías y manualidades	12	6.3
Renta/venta de videojuegos/salas de proyección	12	6.3
Cine/ cine club	11	5.7
Conciertos	11	5.7
Venta de música grabada	11	5.7
Clases de artes plásticas	10	5.2
Clases de pintura y dibujo	10	5.2
Lecturas literarias/cuentacuentos	10	5.2
Presentaciones escénicas	9	4.7
Préstamo y consulta de libros	8	4.2
Producción/transmisión televisiva	6	3.1
Clases de literatura	5	2.6
Cursos y talleres no espec.	4	2.1
Círculo de lectura	3	1.6
Clases de fotografía	3	1.6
Clases de teatro (actuación y guiñol)	3	1.6
Exposiciones de historia	3	1.6
Presentaciones de libros	3	1.6
Venta de objetos de arte	3	1.6
Venta de revistas, periódicos y cómics	3	1.6
Producción de diario	2	1.0
Producción de publicaciones (libros)	2	1.0
Administración y gestión cultural	2	1.0

* El porcentaje está calculado, en cada rubro, sobre el total de 192 establecimientos registrados. No se suma el total de actividades, debido a que hay establecimientos que ofrecen varias de ellas.



No obstante las estrategias propuestas por el PDUCP 2010, no se observa en el mapa desconcentración de la oferta ni el desarrollo de los subcentros que fueron previstos para este año.

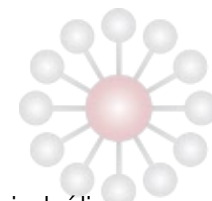
Por lo anterior, y tomando en cuenta que oferta cultural es la presencia en el ambiente geográfico de posibilidades de acceso y disfrute de los bienes culturales, o en otros términos, la capacidad de acceder a esos bienes merced a su presencia en el espacio geográfico, se puede considerar que las limitaciones en esas capacidades constituyen una dimensión de la pobreza, en el sentido que le da Amartya Sen (2000, p. 5), como “la falta de libertad para hacer ciertas cosas valiosas” (pues socialmente se considera valioso el acceso a la oferta cultural).

Además, esa falta acceso ha de analizarse a la luz de un enfoque relacional, ya que la falta de capacidades puede en ocasiones ser resultado de la exclusión social, es decir, de determinadas relaciones sociales que producen exclusión activa (donde se llevan a cabo acciones específicas para limitar las capacidades de un grupo social) o pasiva (cuando la exclusión es resultado de procesos sociales que no tenían la intención explícita de empobrecer las capacidades de un grupo) (Sen, 2000).

Dado que el desarrollo geográfico desigual es tanto el producto como la premisa del capitalismo (Smith, 1984; Harvey, 1990), la localización de los establecimientos y lo que se oferta en ellos no son hechos fortuitos, sino que reflejan y consolidan esta situación, de modo que el espacio físico resultante, es tanto un producto desigual como un medio de generación de desigualdad.

En consecuencia, en el caso de este estudio se puede considerar que los sectores empobrecidos económicamente sufren además una exclusión pasiva en materia cultural, pues la distribución de la oferta de bienes culturales está orientada en buena parte por programas y políticas gubernamentales de desarrollo urbano que establecen determinados usos de suelo y prevén rangos de cobertura para los equipamientos a cargo del Estado (que ofrecen los bienes culturales de mayor legitimación), sin tomar en cuenta los recursos (económicos, sociales y culturales) con que se cuenta para acceder a ellos, por ejemplo: dinero para el transporte, familiaridad con la oferta, disposición para el disfrute y aprecio de los bienes culturales.

Respecto la variedad de la oferta de bienes culturales, los datos son congruentes con los resultados de la encuesta sobre consumo de bienes culturales realizada con anterioridad (Ortega y Ortega, 2005), en la que destacaba el ver películas en casa como principal actividad de consumo de bienes culturales realizada por los sectores populares de Mexicali. En el caso de este estudio, aunado a que los establecimientos de renta de películas son los más numerosos, la renta y la venta de películas, ofrecidas por esos establecimientos especializados o por otros de tipo mixto, agrupan el mayor porcentaje (ver cuadro). Le siguen en volumen las clases de música y las de danza, que es previsible aumentarán en el presente año y los subsecuentes, debido a que en 2010 egresó la primera generación de licenciados en danza de la Escuela de Artes de la UABC, y ya se observa en el mes de agosto, la apertura de nuevas escuelas particulares de cursos no formales en esa disciplina. En este sentido, registrar nuevamente la distribución espacial en un año o



dos, permitirá ir delineando las transformaciones del espacio cultural mexicalense.

Conclusiones

La información recabada y los datos que de ella se presentan, permiten afirmar que la localización (distribución espacial), participa como un mecanismo de exclusión, ya que si bien la lógica del desarrollo urbano es “equilibrar” o distribuir de mejor manera o hacer más justo el acceso a bienes y servicios, al momento en que se define la localización de un equipamiento promovido por el Gobierno (como ocurre con la planeación del equipamiento cultural) se define quiénes tendrán acceso-espacial y quiénes no (accesibilidad física), y a medida que se retrasa la construcción del equipamiento se retrasa el acceso a bienes y servicios. Este desfase espacio-temporal opera, entonces, como mecanismo de exclusión.

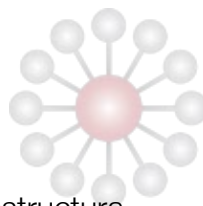
Sin embargo, parece que el mercado no gubernamental de bienes culturales es espacialmente más equilibrado, ya que al tomar decisiones de ubicación con base en la demanda, atiende las zonas no cubiertas por el equipamiento oficial, como es la periferia urbana, donde se encuentra gran cantidad de establecimientos de renta de películas.

Con ello, parece que el Estado va cediendo al mercado la oferta de bienes culturales, con lo que no sólo le otorga control del espacio físico, sino también del espacio cultural.

Es entonces que se presenta una doble exclusión social, o una exclusión en dos planos o ejes: por una parte la exclusión espacio-temporal objetivada en la distancia física a la infraestructura a cargo del Estado y el desfase temporal en el otorgamiento

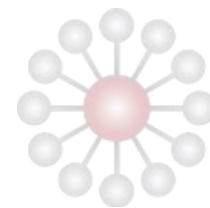
de equipamiento; y por otra, la exclusión simbólica, manifestada en el ciclo repetido de prácticas de no-consumo de bienes culturales, que se manifiesta en los argumentos de quienes al no tener acceso y no conocer otras opciones, constituyen su gusto en el rechazo a la oferta legitimada (Ortega, 2009b), rechazo que a su vez es argumento para que dicha oferta no sea puesta al alcance de quien no la consume.

Además de la posibilidad de explorar la(s) lógica(s) de localización de la oferta de bienes culturales, el uso de SIG no sólo ha permitido responder a la pregunta que dio origen al estudio (¿cómo se distribuye la oferta de bienes culturales en el espacio urbano de Mexicali?), sino que ha puesto en evidencia la necesidad de complementar la información gubernamental –del Sistema de Información Cultural, del IMIP– con la que sea producida desde instituciones de educación superior, para lo cual se hace necesario coordinar actividades y establecer una colaboración más estrecha, a fin de contar con datos que sean útiles tanto a las iniciativas gubernamentales en materia de, por ejemplo, turismo, planeación del uso de suelo y del equipamiento cultural; como a la ciudadanía, para proveerle elementos que le permitan ejercer sus derechos a la cultura y a la recreación, y exigir el cumplimiento de las responsabilidades estatales en esa materia.



Bibliografía

- Aguirre, N. (1998). Principios básicos de cartografía temática. Santa Fé de Bogotá D.C.: Instituto Geográfico Agustín Codazzi.
- Álvarez, G.B., Ortega, L.M., Toudert, D.E., Ley, J. (2007). Evolución del espacio urbano en las ciudades medias mexicanas: el caso de Mexicali y Tijuana. Proyecto de investigación, registro 2720, Universidad Autónoma de Baja California.
- Bouillé, F. (1978) Structuring Cartographic Data and Spatial Processes with the Hypergraph-Based Data Structure. En Dutton, G. (ed.), First International Advanced Study Symposium on Topological Data Structures for Geographic Information Systems, Volume 5 - Data Structures: Surficial and Multi-Dimensional, Harvard Papers on Geographic Information Systems.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). (2010). Sistema de Información Cultural, opción "Ubícate en el territorio. Para localizar la infraestructura cultural más cercana a ti". "Ubícate en tu localidad y busca información cercana a ti". Acceso realizado el 17 de agosto de 2010 en www.sic.conaculta.gob.mx
- Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes. (2004). Mapa de la diversidad cultural de México. Las lenguas indígenas de México (2ª ed). Dirección General de Culturas Populares e Indígenas. México: Conaculta. Consultado el 14 de julio de 2010 de <http://www.culturaspopulareseindigenas.gob.mx/index.php/publicaciones/241-mapas-de-la-diversidad-cultural-de-mexico.html>
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). (2003). Atlas de infraestructura cultural de México. México: Autor. Recuperado el 8 de febrero de 2009 en www.sic.conaculta.gob.mx
- Giménez, G. (2009). La geografía humana como ciencia social y las ciencias sociales como ciencias "geografiables". En Chávez, M., González, O. y Ventura, M.C., Geografía humana y ciencias sociales. Una relación reexaminada (pp. 73-89). Zamora: El Colegio de Michoacán.
- González, J. A. (1994). Transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México. Una apuesta y una propuesta a la par indecorosas. Estudios sobre las culturas contemporáneas, 18 (VI): 9-25.
- Gür, B.F. (2002). Spatialisation of Power/Knowledge/Discourse: Transformation of Urban Space through Discursive Representations in Sultanahmet, Istanbul. Space and Culture, 5 (III): 237-252. Recuperado el 14 de agosto de 2009 de <http://sac.sagepub.com>
- Harvey, D. (1990). Los límites del capitalismo y la teoría marxista. México: Fondo de Cultura Económica.
- Harvey, D. (2006). Spaces of global capitalism. Nueva York: Routledge.
- http://www.sic.gob.mx/mapas_gmaps/mapa.php?tamx=830&tamy=469&estado_id=9&municipio_id=1&localidad_id=1&table=museo&lat=&lon=&escala=13&tipom=m
- Instituto Municipal de Investigación y Planeación Urbana de Mexicali. (2009). Planos del PDUCP Mexicali 2025. Equipamiento subsistema: Cultura. Mexicali: Autor. Información en CD proporcionada por IMIP.
- Lobato, M. y Quintero, M. (2008). Mapas culturales y estadísticas: ¿para qué?. En Proyecto Mapa Cultural del Puerto Rico Contemporáneo.



Consultado el 14 de julio de 2010 en <http://gestioncultural.uprrp.edu/mapacultural/>

Murai, S. (1999). ¿Qué es un SIG? Revista Journal Selper, 15 (1): 8-14.

Ortega, L. M. (2009a, julio-diciembre). "Consumo de bienes culturales: reflexiones sobre un concepto y tres categorías para su análisis". Culturales, 10 (V): 7-44.

Ortega, L.M. (2009b). "Non-publics" of Legitimized Cultural Goods: Who are they? *Loisir et Société*, 32 (1). Presses de l'Université du Québec.

Sen, A. (2000). Social Exclusion: Concept, Application and Scrutiny. *Social Development Papers*, 1, June 2000, Office of Environment and Social Development, Asian Development Bank. Recuperado el 6 de septiembre de 2007 por EBSCO-Host.

Smith, N. (1990). *Uneven development*. Oxford: Basil Blackwell.

XV Ayuntamiento de Mexicali (1998). Programa de Desarrollo Urbano de Centro de Población de Mexicali, B. C., 2010. Mexicali: Autor.

Sobre los autores:

Luz María Ortega Villa.

Licenciada en ciencias de la comunicación por la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, maestra en ciencias de la educación por la Universidad Iberoamericana Tijuana, y doctora en ciencias de la comunicación social por la Universidad de La Habana. Miembro SNI nivel I.

Judith Ley García.

Arquitecta por la Universidad Autónoma de Sinaloa, maestra en planeación ambiental por la Universidad Autónoma de Baja California, y doctora en geografía por la UNAM. Miembro SNI nivel I.



Los museos como restauradores de una remembranza para el futuro

M.A. Moncerrat Arango Morales
M.E.S. Lucinda Sepúlveda García
M.C. Blanca Idelma Vargas Ramos
Universidad Autónoma de Nuevo León

Introducción

Los museos son un medio de comunicación entre el hombre y su pasado, son definitivamente, los más antiguos monumentos de la humanidad.

La palabra museo, fue introducida en Alejandría por Ptolomeo Filadelfo en el Siglo III a.c. para designar al primer Instituto de Investigación Científica de la antigüedad, recibió ese nombre en honor a las musas, deidades representativas de las ciencias y las artes. Desde entonces se llamaron museos a los establecimientos dedicados a conservar los objetos de valor histórico, cultural y docente, para el estudio de la ciencia, la técnica o el arte.

A lo largo de los años, especialmente a partir del Siglo XVII, los museos han sido considerados como instrumentos pedagógicos para diferentes niveles en la formación de los estudiantes. A pesar de que los museos nacen con un sentido estrictamente didáctico, se han convertido en un elemento cultural de la sociedad, que proporciona un servicio a través del cual las personas satisfacen sus necesidades de conocimiento y entretenimiento. Hoy en día existen museos con temáticas diversas

que dan respuesta a los diferentes intereses e inquietudes de la comunidad.

En este año 2010, en que se celebra el Bicentenario de la Revolución Mexicana, vale la pena destacar la importancia de crear conciencia en la sociedad para que reflexione acerca de la riqueza cultural y educativa que encierran los museos, así como el uso de las nuevas herramientas de comunicación en el manejo de la información que utilizan actualmente los museos para despertar el interés y la curiosidad de los visitantes.

El contacto con los museos no solo debe ser como una tradición, sino es revivir hechos, acontecimientos y lugares que han formado parte de nuestro patrimonio cultural.

La finalidad de esta investigación es obtener información pertinente acerca de las preferencias del consumo y la frecuencia de asistencia a los museos de la comunidad (administrativa, docente y estudiantil) de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Contexto

Modelo educativo



La educación universitaria es, indudablemente, un factor estratégico para lograr el desarrollo sustentable de la sociedad del conocimiento, la cual “demanda a las instituciones educativas una respuesta concreta a través de estrategias y políticas que impulsen un cambio de cultura, y que posibiliten que éstas se conviertan en motor para el desarrollo y sean instrumento para la realización de aspiraciones colectivas” (González, Visión 2012 UANL, 2004).

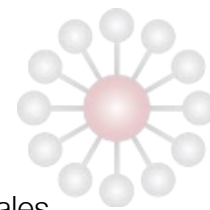
En este sentido, la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) a través de la Visión 2012, pretende consolidarse y ser reconocida como una institución competitiva no solo a nivel local y nacional sino internacionalmente, por ello se enfrenta a grandes retos como los cambios que se están produciendo de forma acelerada y que se están llevando a cabo dentro del contexto de la educación superior en México y el mundo. Asimismo, la Universidad Autónoma de Nuevo León, a través de la implementación del Modelo Educativo para la Formación Integral espera ofrecer respuestas pertinentes a las demandas de formación de profesionales en el nuevo contexto de la educación media superior y superior. La tarea es ahora incorporarlo en todos los programas educativos que ofrece la Institución, rediseñando sus currículos en el menor tiempo posible.

Este Modelo Educativo de Formación Integral UANL es un instrumento para posibilitar y ordenar el quehacer universitario; tiene un valor utilitario, pragmático, dinámico y flexible, y permite la retroalimentación. Considera el carácter multidimensional y complejo de la educación y de su institucionalización; promueve la formación integral de sus estudiantes y adopta una actitud innovadora hacia el conocimiento.

De igual modo, describe el conjunto de propósitos y directrices que orientan y guían la acción y el sentido en las funciones académicas para la formación integral de las personas. Es una representación de la práctica educativa en la institución que sirve como referencia y como ideal. A través del modelo se busca responder a las necesidades de formación de la sociedad y constituye el elemento de referencia que debe permear todos los niveles académicos y administrativos, a través de los cuales se articula el proceso formativo.

Algunas de las características del Modelo Educativo de Formación Integral son:

- Responde a las necesidades del contexto social e institucional, con programas educativos y académicos de buena calidad.
- Promueve la formación de universitarios autónomos y críticos con sensibilidad y compromiso ético-social frente a los problemas del entorno.
- Permite formar estudiantes que alcancen su más alto potencial intelectual y crecimiento personal, generando profesionales, artistas y científicos que contribuyan al avance de la sociedad en los ámbitos nacional e internacional, con competencias de índole tecnológica, conciencia social, sensibilidad humana y un auténtico sentido de la vida.
- Reconoce los roles y la participación de los involucrados en el proceso educativo: estudiantes, profesores, directivos y personal administrativo.
- Fomenta en los estudiantes la responsabilidad ciudadana y la participación en la vida comunitaria, en un marco ético, democrático y con respeto a la pluralidad.



- Fortalece una cultura universitaria de interacción entre las diferentes áreas disciplinarias.
- Es dinámico y se adapta a los requerimientos sociales e institucionales, favoreciendo el desarrollo sustentable.
- Establece los ejes rectores que orientan el proceso educativo en la Institución.

Este trabajo pretende recabar información pertinente para determinar cuáles son las razones por las que la comunidad universitaria lleva a cabo sus consumos y prácticas culturales, el resultado de esta investigación permitirá conocer cómo los individuos estructuran y coordinan sus acciones culturales.

Justificación

Como estudiosos de la comunicación y el arte, es importante que tengamos información sobre el comportamiento de los universitarios, el conocer estos datos, permitirá a los organismos correspondientes tomar medidas para construir de forma interna y sistemática, públicos de los productos culturales de la propia UANL y de otras instituciones y organizaciones culturales.

Ana Rosas Mantecón, en un documento acerca de los estudios sobre Consumo Cultural en México (2002) nos habla sobre cómo las instituciones gubernamentales han sido hasta ahora las encargadas de la promoción y la difusión cultural, pero ellos mismos se han encargado de poner límites en la formación de los públicos al tener ellos el control de la oferta y la demanda.

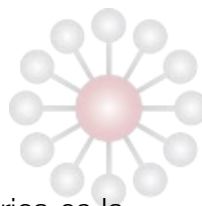
En la lectura, “Los estudios sobre consumo cultural en México”, se habla sobre los pocos esfuerzos que se han hecho por

parte de las instituciones gubernamentales culturales y educativas para llevar a cabo investigaciones sobre públicos, consumo y recepción de bienes culturales.

No podemos dar lo que no tenemos, la investigación sobre las necesidades y demandas de los públicos, debería ser básica para poder determinar cuáles son los bienes culturales que los diferentes consumidores desean y necesitan. Si analizamos un poco la situación en Monterrey y aún más cercano, en el área cultural de la UANL, nos damos cuenta que la difusión de los eventos culturales está muy alejada de las necesidades de lo que podría considerarse su público meta que serían los universitarios, sus gustos, su nivel educacional y sus orígenes etnográficos no están siendo tomados en cuenta. ¿Hacia quién están dirigidas las ofertas culturales del Centro Colegio Civil de la UANL?, no lo sabemos, pero si podemos intuir que los artistas que ahí se presentan, están siendo invitados por concepto de intuición de quiénes dirigen éste lugar de difusión y consumo cultural.

Los espacios geográficos donde están colocadas las instituciones culturales en Monterrey, llama mucho la atención, ya que éstos en su gran mayoría se encuentran en el centro de la ciudad, alejados de las área marginadas, por lo que sus habitantes se encuentran en desigualdad tanto de información como de acceso a estas áreas. Podría parecer discriminatorio, pero cuando uno asiste a ciertos museos, en algunos te hacen sentir tan presionada por la constante vigilancia de los de seguridad que prefieres salirte del lugar.

Cuántos directores de museos están realmente interesados en saber cómo se sienten los visitantes,



si la obra cubre sus expectativas como visitante, o simplemente ellos no están interesados en el grueso de los consumidores y sólo les interesa la clase social alta. Resulta mucho más cómodo para las clases marginadas dirigir su interés a los medios masivos de comunicación que están ahí en la sala de su casa y que para su fortuna, son gratis.

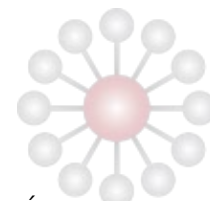
Si nos detenemos un poco y observamos críticamente el periódico, la televisión y la radio, nos daremos cuenta que éstos proporcionan un espacio insignificante para la difusión de los eventos culturales o, en su defecto, una nota cuando éstos ya ocurrieron. Si como dice Rosas Mantecón, (2002) tomamos consumo cultural como algo relacionado con la mercadotecnia, entonces nos preguntamos por qué no utilizamos las mismas técnicas de conocer a nuestros consumidores y sus necesidades mediante trabajo de campo y poder así elaborar políticas culturales que nos lleven a un buen fin en el consumo de la oferta cultural y no dejarlo a la imaginación, a la intuición.

Los museos

Salgado nos dice que “los museos deben plantearse como reconstructores de una memoria que no ha existido jamás como tal, pero que es una memoria para el futuro, activa y operativa, no un mero depósito del pasado”(2004, p. 77) haciendo una reflexión sobre esto, lo primero que nos viene a la mente es que la mayoría si no es que todos los museos del Estado de Nuevo León están financiados por el gobierno, sus principales ingresos los obtienen de las arcas de los impuestos de la comunidad, y el demás excedente lo obtiene de cursos, visitas, recorridos y eventos especiales,

entonces, cuál parte de la memoria histórica es la que vamos a tener, puede pensarse que la parte que ellos quieren que recordemos, no la individual sino la colectiva, la que no hemos vivido pero que en la familia, la escuela, la radio y la televisión, se encargan de recordarnos, y ¿la parte de nuestra historia que no es agradable ?, ¿la escondemos y la olvidamos ?, sería más sano para todos, que los museos fueran el espacio semipúblico donde se hicieran las reflexiones que como cultura hemos pasado. Los procesos que como sociedad hemos tenido, no escenificar con personajes y objetos simbólicos lo bueno y malo que ha ocurrido, sino plasmar lo que no debemos olvidar. Pensar en Museos significa la conservación de objetos de arte, la explicación de nuestro pasado, cultura, fortaleza, paredes, políticas, historia, toda una serie de significados propios de una cultura, pero encerrados ahí, encerrados, guardados, donde puede leerse “NO TOCAR”, y afuera donde está nuestra vida, nuestro corazón, nuestro esfuerzo, donde muchos hombres y mujeres dieron su vida por nosotros, o simplemente en la observación, en la contemplación de esos edificios que adornan nuestra ciudad, deberíamos pensar también en el concepto Museo, como algo al aire libre, donde lo subjetivo cobra vida y puede a través del imaginario cobrar la misma fuerza de cuando el evento ocurrió, tomar el espacio público y nombrarlo museo, ahí donde una batalla tuvo lugar, donde exista una expresión no solo de tipo artístico, donde escuchemos música, poesía, donde tengamos contacto con la parte espiritual y viva de nuestro cuerpo, donde nos conectemos con la esencia, con el arte, donde podamos apropiarnos de ése patrimonio cultural.

Los museos, dice Salgado, (2004, p. 79) “son



instituciones de pertenencia cultural, son elementos esenciales en la vida de la comunidad, pero no como meros conservadores del pasado, sino como suscitadores”.

En lo que se refiere a los Museos en el Estado de Nuevo León, encontramos en la página de gobierno que se cuenta con 36 edificaciones dedicadas a personajes de la historia, personajes infantiles, museos modernos, otros dedicados a la industria etc. Como ya se ha comentado, los museos están íntimamente ligados al concepto gobierno y tienen dos formas de presentarse en nuestra sociedad, la primera es que tienden a ser grandes e interesantes estructuras, que en el ánimo del público perteneciente a una clase social baja, puede parecer hasta ostentosas y producir falta de seguridad para intentar al menos cruzar la puerta aun a expensas de saber que existen días en la semana que son sin costo, éstas contienen exposiciones de diferentes tipos y nacionalidades, la segunda, normalmente son casas antiguas pertenecientes al patrimonio cultural y que en un contexto general están ubicadas geográficamente en las afueras del área metropolitana y contienen únicamente cuestiones históricas locales.

Las primeras investigaciones realizadas alrededor de los años setenta y ochenta sobre consumo cultural en los museos no tuvieron ninguna continuidad, pero la sociedad ya había iniciado un proceso de transformación, ahora tenían necesidades culturales que no estaban siendo tomadas en cuenta. Las primeras investigaciones sobre las demandas de los consumidores culturales se dieron con Néstor García Canclini a la cabeza, la obtención de esta información era de vital importancia ya que el resultado de ellas daría como consecuencia, la concreción de las políticas culturales adecuadas, en base al reconocimiento

cultural, las investigaciones atenderán no solamente los procesos de consumos sino también los espacios donde se desarrollan las prácticas cotidianas y los usos sociales de la comunicación. Un ejemplo perfecto sería la forma en que la comunidad de Nuevo León se volcó e hizo enormes filas para poder disfrutar de las exposiciones de las Momias de Guanajuato, y la serpiente emplumada, ¿que motivó ésta movilización?, el espacio cultural estaba presente en la comunidad desde hace mucho tiempo, los medios masivos provocaron la curiosidad a través de imágenes de grandes filas y de la exposición misma, o ¿el público realmente conocía y estaba interesado en lo que visitaba?

Cuestiones como la alta cultura y lo popular sirven en los museos para organizar los bienes simbólicos en los que la sociedad se reconoce y para mantener por separado las áreas correspondientes a la historia (parcial y sólo lo que un núcleo de personas quiere que se conozca), lo actual, lo mediático, exposiciones temporales nacionales e internacionales y el arte denominado para la alta cultura.

Cuando hablábamos de los museos normalmente tendíamos a pensar que ahí estaban expuestas colecciones para ser usadas únicamente por un sector de la población y de forma pasiva, actualmente los museos empiezan a apropiarse de otros códigos culturales y a realizar actividades más participativas del público, esto lo detectamos en las páginas de los periódicos y en los medios masivos, en donde se invita a participar en cursos para niños sobre arte, historia y otros temas, recorridos visualizados con un mimo, cátedras de historiadores, actos en coordinación con el gobierno del Estado en fechas claves, así como eventos musicales relacionados con otras culturas, la explicación a ello sería que no



debemos olvidar que estamos viviendo en una sociedad intercultural, desterritorializada y una cultura híbrida. La instancia de tener en nuestros hogares radio y televisión, le da a los museos una forma de darse a conocer fuera de sus muros, hacer spot atractivos visualmente es un gancho enorme para manejar las masas y moverlas hacia sus instalaciones.

Cuando conversamos de los contenidos del museo, hablamos de su responsabilidad como institución cultural de reinventarse constantemente ya que es un defensor del patrimonio y de la identidad.

El Museo Virtual de la UANL tiene como objetivo identificar, integrar y conservar el acervo plástico universitario así como difundir la cultura norestense de México a nivel mundial a través de la exhibición virtual de la obra de arte plástica que posee. En éste Museo se pueden apreciar 218 obras de arte con 318 piezas de 147 artistas plásticos, lo cual representa sólo el 30 % del acervo plástico registrado de nuestra universidad, así como la colección de fósiles y objetos históricos antiguos que pertenecen a nuestra Alma Matter.

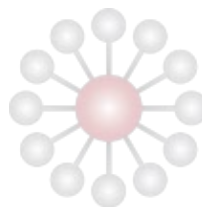
Los conocedores del arte así como los historiadores consideran como un gran acierto por parte de la UANL, el que se haya adquirido en 1984, el viejo casco de la Hacienda San Pedro, en Zuazua, N.L., propiedad que data de 1666, pero que desde 1960 estaba en completo abandono, sufriendo los efectos de la destrucción y el saqueo. La UANL lo adquirió para rehabilitarlo y darle uso en función de la historia y la cultura de Nuevo León. Anualmente se realiza la Fiesta de la Cultura Regional de la Hacienda San Pedro, la cual representa el rescate de las tradiciones más arraigadas del Valle de las Salinas, espacio que actualmente cuenta con un

busto de quién fue su primer administrador y que mantuvo hasta el último momento de su vida, el maestro Celso Garza Guajardo.

La cultura

Gran parte de éste trabajo maneja un tema muy recurrente, la cultura, por ello se hace necesario tener una idea clara de lo que debe considerar su significado. La sociedad crea instituciones, instituciones donde interactúan individuos de diferentes personalidades y con patrones culturales distintos, pero que en cuya estructura se lleva a cabo la relación entre lo social y lo cultural. Estos individuos con características distintas interactúan dentro de organizaciones, ya que el trabajo en conjunto persigue un mismo fin, un objeto específico, que se logra a través de la división del trabajo y la jerarquización de la autoridad.

Es a través de la cultura, y por medio de los objetos materiales y simbólicos que nosotros hemos podido conocer nuestro pasado, los ritos, la vestimenta, la ornamenta, las ceremonias, el lenguaje; no debemos olvidar que todos los sujetos tenemos una base cultural diferente, nuestro pasado no es el mismo, nuestras creencias tampoco lo son, pero compartimos un espacio y un tiempo dentro de una cultura, convivimos en sociedad con una pareja, con alguien que es distinto a nosotros y aprendemos un poco de su vida y digo un poco porque realmente nunca iremos más allá de lo que él o ella nos permita conocer, sus pensamientos y sus fantasías son neta y puramente individuales y por ello nuestra apreciación será siempre llana y simplemente subjetiva. Si hemos aprendido a convivir con una pareja culturalmente diferente a nosotros, entonces estamos preparados para compartir con otros seres diferentes a nosotros y



con los cuales departimos diariamente, en nuestro trabajo, en los espacios públicos, y en los centros de consumo cultural. Castell habla de que lo urbano es un producto social, que los actores históricos estructuran según sus intereses y valores, y da como resultado un producto histórico (Castell citado por Núñez, 1983, p.60).

Zalpa anota que los Cultural Studies, de Gran Bretaña, se distinguen de las corrientes sociológicas Norteamericanas que se ocupan de cuestiones prácticas, por su anti disciplina y su compromiso político, así como su equilibrio entre reflexión teórica e investigación empírica que los llevaría a darse cuenta de la estrecha relación entre teoría e investigación y a apreciar la relación entre éste tipo de investigación y el trabajo político (pp. 110-111). El mismo autor anota que investigadores como Hoggart y Williams lo que hacen es desplazar el interés del estudio de la cultura entendida como un canon literario al estudio de la cultura entendida como un estilo de vida (p. 114). Williams propone diversas definiciones de cultura, sin embargo éstas son más descripciones de aspectos de la vida social, él cita: “La cultura es la descripción de un estilo de vida particular, que expresa ciertos significados y ciertos valores no sólo en el arte y en la educación, sino también en las instituciones y en la conducta ordinaria” (p. 114). Algunos de los primeros alumnos de la escuela de Birmingham que hacían investigaciones sobre lo que llamaron la subcultura juvenil, hacen anotaciones como la idea de subcultura como no unitaria, ya que por una parte tiene relación con el concepto de subcultura que se maneja comúnmente en la antropología, y entonces se usa para referirse al estilo de vida de un subgrupo de una sociedad más amplia y por otra se relaciona con interpretaciones del marxismo (p.115).

Siguiendo con el mismo autor, él anota que el concepto de cultura no ocupó un lugar importante en los British Cultural Studies como concepto teórico. En los últimos congresos internacionales que se llevaron a cabo en Tampere, Finlandia, y el de Illinois “dejaron ver la gran diversidad de los estudios culturales, sus preocupaciones políticas y prácticas, su antidisciplinariedad, su mezcla y a veces su carencia de metodologías, y su falta de propuestas para definir teóricamente el concepto de cultura” (pp. 119-120).

Los orígenes de los estudios culturales han evolucionado, así como también la forma de verlos por parte de los consumidores, el creciente número de revistas y libros, así como el impulso que se le ha dado en algunos países a la creación de departamentos que se dedican al estudio de las culturas, especialmente a la clase popular. Los nuevos tiempos y el giro etnográfico obedece a procesos generacionales, estas generaciones se encuentran socializadas por los medios masivos y por las industrias culturales. Actualmente son muy pocos los países que no tienen en sus centros, maestros dedicados a los estudios culturales y la importancia de éstos en las actividades económicas. Las clases populares pasaron de pronto a ser de simples objetos que servían a las clases altas a ser objeto de estudio por las grandes escuelas en el mundo entero, es como si de pronto los estudiosos hubieran abierto los ojos y dicho ¡ah! existen otros seres, con costumbres, alimentos e ideas diferentes a nosotros y que de una u otra forma afecta nuestras vidas.

La idea de llevar a cabo un trabajo constructivo que contemple un panorama de los estudios culturales nos lleva a continuar con la búsqueda de



información y encontramos detalles importantes en México, como el hecho mismo de su multiculturalidad, ya que no están constituidos únicamente por lo que sucede en el territorio, sino también están influenciados por la forma misma en que los turistas y migrantes la atraviesan.

En el Programa Nacional de Cultura 2007-2012 del gobierno federal, se establecen las bases de la actualización de la administración cultural y la redefinición de las políticas públicas, y aceptan que en éste persisten los rezagos en el ámbito cultural (...). En México hay 1,107 museos, entre los que se encuentran 113 a cargo del Instituto Nacional de Antropología e Historia y 18 que son operados por el Instituto Nacional de Bellas Artes (pp. 10-63).

Las practicas culturales

El acto de ver televisión como práctica cultural, desempeña un papel importante en la socialización de los niños, adolescentes y aún en los adultos. Ofrece modelos simbólicos, que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales, dichos modelos pueden ser positivos, presentando conductas normalmente aceptadas por la sociedad o negativas con conductas rechazadas por la misma. Pero no únicamente las prácticas culturales de los medios de comunicación deberían de ser centro de atención para llevar a cabo investigaciones, también los espacios públicos y semipúblicos en que se llevan a cabo prácticas cotidianas proporcionarán mucha información sobre los usos sociales de la comunicación.

Rosas Mantecón argumenta que las demandas de

la sociedad civil trajeron como consecuencia que las instituciones gubernamentales quisieran conocer las necesidades de los consumidores culturales, ya que es a ellos a quién dirigen la oferta cultural, pero también intervienen aspectos como: conocer a su destinatario, los fondos, presiones económicas y las nuevas lógicas mercantilistas (2002, p. 256). Éstos estudios cobraron importancia debido a la fuerte competencia que las industrias culturales iniciaron con las investigaciones de mercado para obtener más adeptos que consumieran sus productos, desgraciadamente los resultados de éstas investigaciones no sirven para evaluar en un conglomerado el movimiento que lleva a cabo la masa, porque no están disponibles ni sirven para evaluar las políticas culturales.

El desarrollo actual de la humanidad es fruto del pasado del hombre, los mexicanos tenemos un pasado muy interesante y variado, esto como consecuencia del enorme territorio que representa la República Mexicana, tenemos costumbres prehispánicas que hasta la fecha tienen una enorme influencia en los pueblos sobre todo del sur del país. Esas costumbres son vistas de manera natural y cotidiana entre ellos, sin embargo cuando las personas del norte de México se trasladan a éstos lugares se muestra la enorme sorpresa al ver los atuendos, probar los alimentos y conocer las costumbres religiosas un tanto cuanto diferentes.

Este pasado colectivo que nos une como pueblo se encuentra interrelacionado en las grandes urbes, donde las diferentes multicultural se muestran en áreas de esparcimiento como una muestra de esas entidades federativas. Observar estas diferencias debería ser un punto primordial para entender como el pasado de otras culturas mexicanas forma parte de nuestro pasado,



Costumbres que persisten en nuestros días Por lo tanto, el conocimiento de ello permite a los hombres entender el presente e intentar elegir el mejor camino entre las distintas alternativas que se le presentan mirando al futuro.

Metodología

La presente investigación tiene un alcance institucional, es un estudio transaccional descriptivo, y es de tipo cuantitativo, se utilizó la técnicas de la encuesta y como instrumento un cuestionario con 89 preguntas. El universo fueron 23 Facultades de la UANL, el muestreo fue por estratos y se aplicaron 921 cuestionarios a estudiantes universitarios, profesores y personal administrativo.

Resultados obtenidos

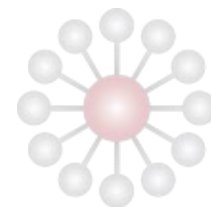
A continuación nos aproximaremos a la discusión de los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a 237 docentes e investigadores, 270 miembros del personal administrativo y 414 estudiantes de la UANL, quienes suman una muestra de 921 sujetos.

Tabla 1
Asistencia a los museos en los últimos 12 meses (por estrato)

Asistencia a Museos en los últimos 12 meses	Estrato al que pertenece el entrevistado							
	Estudiante	%	Docente investigador	%	Personal Administrativo	%	Total	%
No aplica/ no contestó	0		1		0		1	
Si	207	50	129	54	144	53	480	52

No	207		107	
Total	414		237	

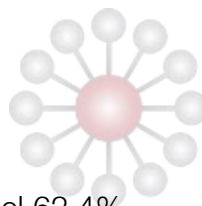
La Tabla 1 muestra que el 50% de los estudiantes, el 54% de los docentes y el 53% del personal administrativo asisten a los museos, por lo que se puede afirmar que la mitad de la comunidad universitaria asiste a los museos. Esto indica que hay que poner atención en la preparación de los profesores, que son quienes atienden la formación de los estudiantes, y que si la Visión UANL 2012 destaca que deben ser formados en una educación integral, habría que promover primero este comportamiento de asistir a los museos entre los profesores para que luego ellos lo fomentaran entre sus estudiantes.



Visitas realizadas	Sexo del entrevistado							
	No aplica, no contestó	%	Femenino	%	Masculino	%	Total	%
En los últimos 12 meses	0	0	1	0	0	0	1	0
Si	5	38	282	53	193	52	480	52
No	8	62	254	47	178	48	440	48
TOTALES	13	100	537	100	371	100	921	100

encuestados solo un 38% de ellos, asisten a los museos, y de éste, un 52% son hombres mientras un 53% son mujeres. Asimismo es un dato significativo que del total de los encuestados, un 68% de los mismos afirman no haber acudido a un museo en los últimos 12 meses, esto a pesar de que en la Encuesta Nacional de Consumos y Prácticas Culturales (2004), Monterrey encabezó los niveles de asistencia a museos en los últimos 12 meses del 2003, en comparación con el Distrito

En la Tabla 2 se observa que del total de 921



Federal y Guadalajara. En la misma encuesta se señala que de 4,050 personas encuestadas, el 62.4% asistió a los museos al menos una vez en los últimos 12 meses del 2003. Otro dato importante que arrojó esta encuesta es que a medida que la edad se incrementa tiende a disminuir la asistencia a los museos.

Exposiciones más visitadas en museos	Estrato al que pertenece el entrevistado						Total	%
	Estudiantes		Docente Investigador		Personal administrativo			
		%		%		%		
No contestó/no aplica	212	51	109	46	130	48	451	49
Pinturas	25	6	12	5	22	8	59	6
Isis y la serpiente emplumada	20	5	19	8	12	4	51	6
Frida Kahlo	21	5	16	7	14	5	51	6
Diego Rivera	9	2	1	0	11	4	21	2
Botero	9	2	6	3	5	2	20	2
Otros	106	26	74	31	76	28	268	29
Total	414	100	237	100	270	100	921	100

En la Tabla 3 se observa que el 59% de la muestra mencionó haber visitado más las exposiciones de pinturas en términos generales, también los resultados de esta Tabla muestran que en segundo lugar de mención figuran Isis y la Serpiente Emplumada, una exposición que resultó un éxito como parte de las actividades del Forum Universal de las Culturas 2007, evento realizado por el Gobierno del Estado de Nuevo León. La otra

exposición, Frida Kahlo, estuvo en exhibición en el museo MARCO, el cual también registró un récord de asistencia, a pesar de que la obra estuvo expuesta por poco tiempo. Cabe mencionar que estas dos exposiciones fueron muy publicitadas en los medios de información locales, OS“El personal administrativo, docente y alumnos de la UANL asisten a las bibliotecas, museos y monumentos por influencia de los medios de comunicación”.

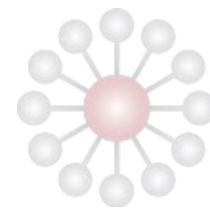
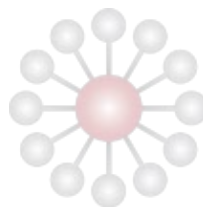


Tabla 4
Exposiciones más visitadas (por sexo)

Exposiciones más visitadas	Sexo del entrevistado							
	No aplica no contesto	%	Femenino	%	Masculino	%	Total	%
Exposiciones	8	61	260	48	185	50	453	49
Pinturas	1	8	30	6	28	7	59	6
Frida Kahlo	0	0	34	6	17	5	52	6
Isis y la serpiente emplumada	1	8	21	4	29	8	52	6
Buda Guanyín	1	8	9	2	9	2	19	2
Diego Rivera	0	0	15	3	3	1	18	2
Otras	2	15	168	31	100	27	270	29
TOTALES	13	100	537	100	371	100	921	100

que los hombres prefirieron la también itinerante Isis y la Serpiente Emplumada.

Tabla 5
Museos más visitados (por estrato)

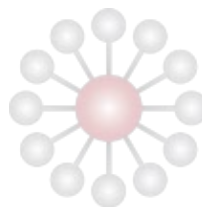


Museos visitados	Estrato al que pertenece el entrevistado						Total	%
	Estudiantes	%	Docente investigador	%	Personal administrativo	%		
No aplica, No contestó	213	51	114	48	133	49	460	50
Marco	65	16	35	15	55	20	155	17
Museo de Historia Mexicana	25	6	17	7	18	7	60	6
Fundidora	42	10	3	1	17	6	62	7
Museo del Noreste	24	6	0	0	12	4	36	4
Cintermex	0	0	14	6	2	1	16	2
Otros	45	11	54	23	33	12	132	14
Total	414	100	237	100	270	100	921	100

Fundidora en segundo lugar, mientras los docentes mencionaron el Museo de Historia Mexicana, al igual que el personal administrativo.

Conclusiones y recomendaciones

Los resultados arrojan algunos indicios que permitieron explorar los contenidos, preferencias y



motivaciones por los que los individuos estructuran y coordinan sus acciones culturales.

- El estudio revela que son los museos los espacios culturales más visitados. Habría que profundizar en el éxito de Isis y la Serpiente Emplumada, qué fue lo que atrajo a los públicos a verlas y con ello pensar en posibles ofertas de éste tipo que podría acercar la Universidad a través de los convenios que tiene con consorcios nacionales e internacionales cercanos a la cultura.
- A pregunta expresa sobre cuál fue el último centro cultural visitado en los últimos 12 meses el estudio arrojó que MARCO y la Nave Lewis del Parque Fundidora, con su exposición Isis y la Serpiente Emplumada fueron las más visitadas.
- Si se toma como base el estudio realizado en la ciudad de México donde se menciona que la mayoría de los ciudadanos prefieren mantenerse en sus hogares en lugar de asistir a diversos centros culturales por razones económicas y de seguridad, y que éstos prefieren ver los medios audiovisuales por ser un entretenimiento gratuito y al alcance de todos, podríamos decir que en Monterrey ocurre lo mismo.

No encontramos las verdaderas razones por las que los universitarios llevan a cabo sus consumos, pero sí logramos conocer sus prácticas culturales y en base a ello podemos concluir que la población universitaria casi nunca asiste a museos, pero sí asiste una vez al mes al cine, ve de 1 a 2 horas diarias la televisión y prefiere ver series y películas extranjeras.

Recomendaciones

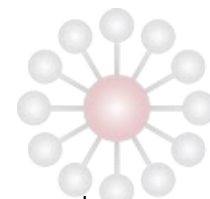
Se propone que la política cultural universitaria debería:

- Publicitar las actividades culturales y sus centros dentro de los medios audiovisuales, virtuales e impresos que la Universidad tiene.
- Que los responsables de los medios de comunicación universitarios estén constituidos por personal capacitado para la óptima utilización de los mismos.
- Sacar a los alumnos del aula para que vean físicamente lo que la UANL genera en cuanto a centros culturales se refiere.

La UANL se ha propuesto dentro de su Visión 2012 “ser la Universidad con el más alto prestigio a nivel nacional e internacional”; creemos que el prestigio no son sólo grandes edificios, tecnología de punta y eventos internacionales, sino el capital humano y lo que éste es capaz de generar en materia de conocimiento. Más allá de crear una oferta cultural para que la comunidad en general reconozca a la UANL, ésta debe de crear la oferta cultural óptima para que su comunidad se desarrolle de manera integral.

Bibliografía

Blaxter L., Hughes Ch., Tight M. (2000) Cómo se hace una Investigación. México: Gedisa



Briones G. (2003). Métodos y Técnicas de Investigación para las ciencias Sociales. México: Trillas

Castañeda J., De la Torre M.O., Moran J.M. y Lara L.P. (2002). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill

Covarrubias, M. (1992). Desde el Cerro de la Silla. Monterrey Nuevo León: UANL.

Delgado, Nora J. (2007, junio). Veinte años no es nada para el Estudio del Consumo Cultural en México. Estudios sobre las culturas Contemporáneas. Número 025. Recuperado el 6 de marzo de 2008-04-23

<http://www.redalyc.uaemex.mx>

Fernández, V. (2006, julio-diciembre). Las Bibliotecas, Espacios Culturales en desuso: Análisis crítico de las estrategias de promoción. Biblios: Revista de Bibliotecología y Ciencias de la Información. Número 25-26. Recuperado el 4 de marzo de 2008.

<http://www.redalyc.uaemex.mx>

Figuroa, Ma. E. (2006, otoño). Políticas Culturales para el Desarrollo en un contexto Mundializado, Política y Cultura. Número 026. Recuperado el 6 de marzo de 2008.

<http://www.redalyc.uaemex.mx>.

García Canclini, N. (1993). El consumo Cultural en México. México: Conaculta,

_____ (1995) Consumidores y Ciudadanos, conflictos culturales de la globalización. México: Grijalbo

Giménez, G. (1999, diciembre). La Investigación Cultural en México. Una aproximación. Perfiles latinoamericanos, número 15. Facultad latinoamericana de ciencias sociales.

México. Recuperado el 4 de marzo de 2008.

<http://www.redalyc.uaemex.mx>

Gómez, H. (2006, junio). Figuras de pensar: Los Estudios sobre el Consumo Cultural en América Latina y la Organización del campo Académico de la Comunicación en México, Estudios sobre las culturas Contemporáneas. Número 023. Recuperado el 8 de marzo de 2008.

Hernández R. Fernández C. Baptista P. (2006). Metodología de la investigación.

México: Mc Graw Hill

J. Itten. (1964). Mi curso Introductorio en la Bauhaus, Educación Visual. Selección de Lecturas del Dr. Ramón Cabrera.

Libro para el Maestro, Educación Artística Primaria. (2001). México: Fernández Editores,

Mattelart, A. (1998). La mundialización de la comunicación. Barcelona:

Paidós/Comunicación

Plan y programas de estudio, educación básica primaria (1993). México: SEP.

Plan Nacional de Cultura. (2007). México. <http://www.foromexicanodelacultura.org>

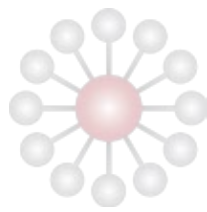
Rojas R. (1993) Guía para realizar Investigaciones Sociales. México: Plaza y Valdés

Salgado, M. (2004, septiembre). Museos y Patrimonio: fracturando la estabilidad y la clausura, Iconos. Revista de Ciencias Sociales, Número 20. Recuperado el 4 de marzo de 2008. <http://www.redalyc.uaemex.mx>

Zalpa, G. (2000, diciembre) Cultural Studies: ¿Un campo para todos los gustos?, Estudios sobre las culturas Contemporáneas, número 010. Recuperado el 4 de marzo de 2008.

Visión 2012 UANL

<http://www.nl.gob.mx>



<http://www.uanl.mx>

<http://www.conaculta.gob.mx>

<http://www.globacult.org.ve/pdf/rosasmantecon.pdf>.) (2002). “Los estudios sobre consumo cultural en México”.

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n47/valmanza.html>

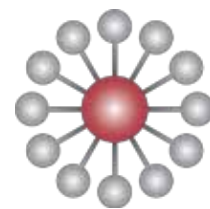
<http://www.partinsita.blogspot.com/2007/07/el-rito-de-la-identidad.html> - 55k –

www.horacero.com.mx/dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=267790 - 10k

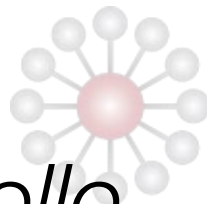
<http://www.jornada.unam.mx/2005/05/14/a07n1cul.php>

www.international.icomos.org/risk/intro_spa.htm

„ www.paginadigital.com.ar/articulos/2005/2005prim/educacion5/mayor-cultura-jovenes-210505.asp



Capítulo 9. Sociedad Civil, Participación y Comunicación Alternativa



Comunicación para el desarrollo y movimientos sociales en red para la justicia global

Dr. Jacob Bañuelos Capistrán
ITESM. Campus Ciudad de México

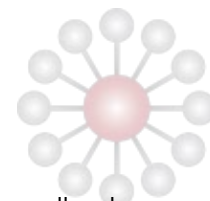
Resumen: La ponencia revisa las definiciones teóricas e institucionales de Comunicación para el Desarrollo, su vigencia y pertinencia ante los modelos de comunicación contemporáneos, frente al concepto de Movimientos sociales para la justicia global en red. Desde esta perspectiva, se realiza un recuento y un análisis de casos de Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica y de Movimientos sociales en red en la últimas décadas. El modelo de comunicación participativo parece cobrar mayor relevancia ante la emergencia de las nuevas tecnologías y las redes sociales virtuales. En el escenario de la sociedad red se abren nuevas posibilidades de un cambio de paradigma de la comunicación para el desarrollo al hilo del nuevo paradigma en la comunicación participativa en el seno de la sociedad red. La sociedad presenta nuevos horizontes hacia la creación de estrategias y formas de comunicación interactivas, descentradas, reticuladas, horizontales y de mayor impulso hacia una democracia deliberativa. Los movimientos sociales para la justicia global presentan un crecimiento gracias a las herramientas de comunicación de la sociedad red en todo el mundo.

Palabras Clave: Comunicación, Desarrollo, Movimientos sociales, Sociedad red, Latinoamérica.

Introducción

“La cultura de la sociedad red... es un proceso por el cual actores sociales conscientes de diferentes orígenes aportan a otros sus recursos y creencias, esperando recibir lo mismo a cambio, y más aún: la convivencia en un mundo diverso que acabe con el miedo ancestral a los otros” Manuel Castells (2006).

La Sociedad Red (Castells, 2006) impone nuevos paradigmas para comenzar a pensar en modelos diferentes en la comunicación para el desarrollo. Lo que Castells denomina “informacionalismo”, se erige como un paradigma que se contrapone abiertamente con los modelos de comunicación “tradicionales” y todavía vigentes caracterizados por su verticalidad, como el modelo difusionista (Rogers, 1993), a pesar de sus reformulaciones. El escenario contemporáneo marcado por la



emergencia de las redes sociales informacionales, cuestiona las definiciones y posiciones políticas institucionales que emanan del Banco Mundial y de numerosas políticas de comunicación defendidas desde los Estados-nación, en el impulso de la comunicación para el desarrollo y su relación con un concepto de tendencia todavía “modernizador”.

El actual escenario tecnológico-social, exige la redefinición de la participación ciudadana y la participación política. El emergente paradigma de sociedad red, exige un replanteamiento de los modelos de desarrollo, los modelos políticos y los modelos de comunicación, hacia la inclusión participativa de los ciudadanos en la toma de decisiones y en la auto-producción de la comunicación para el desarrollo.

A raíz de algunos informes del propio Banco Mundial (Inagaki, 2007), y de numerosos movimientos sociales locales y globales que resumiremos en este artículo, se puede observar una tendencia a la aplicación de un modelo de comunicación participativa (Mody, 1991), así como a la emergencia de prácticas más cercanas a la democracia deliberativa en acciones de reflexión y acción para la construcción de entornos sociales más justos e igualitarios, sin olvidar las condiciones presentes de la brecha digital para Latinoamérica.

En el presente artículo asociamos el concepto de Comunicación para el Desarrollo con el de Movimientos Sociales en la Red, dada su identificación conceptual y su forma de comportamiento en la red. Esto implica un cuestionamiento del concepto tradicional de Comunicación para el Desarrollo. Se hace una breve reflexión sobre el uso de la red

social Facebook y cómo aparece en ella la denominación “comunicación para el desarrollo” y “communication for development”), con el fin de explorar someramente la presencia y uso de este concepto en el seno de esta red social y sus implicaciones sociales.

Marco Teórico

Como lo ha expuesto Servaes (1999), la comunicación para el desarrollo ha estado dominada por “tres paradigmas y dos modelos”. Los paradigmas del desarrollo nos ayudan a comprender la conceptualización y la posición política de actores gubernamentales y no gubernamentales ante la problemática del desarrollo. Los modelos de comunicación van de la mano de los paradigmas sobre el desarrollo y marcan posiciones, muchas veces encontradas, sobre cómo formular y ejercer políticas de comunicación, gestión de medios, estructura y actuación mediáticas, así como estrategias de comunicación para lograr el desarrollo social.

En resumen, los tres paradigmas del desarrollo descritas por Servaes (1999) son:

- El paradigma de la modernización (1945-1965)
- El paradigma de la dependencia (1968-1980)
- El paradigma de la multiplicidad u otro desarrollo (1980-2004)

Los paradigmas implican lógicas y políticas para el desarrollo diversas. La primera implica una transferencia prácticamente mecánica del modelo norteamericano (capitalismo, tecnología,



economía de mercado) como política de desarrollo incorporada por los países “subdesarrollados” o en “vías de desarrollo” como han sido clasificados los países latinoamericanos. Dicho modelo ha sido sustentado y articulado mediante organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Interamericano de Desarrollo y el Banco Mundial.

El paradigma de la dependencia impulsó una crítica al paradigma de la modernización, promoviendo una reflexión basada en la necesidad de mayor autonomía de los países en desarrollo, desde un enfoque endógeno, y bajo la argumentación de que los países ricos son ricos gracias a que se sustentan en los pobres. Para ello se formuló la Teoría de la Dependencia (Gonder Frank, 1969; Sunkel, Barán, Dos Santos, 1970, citados en Servaes, 1999), que jugó un importante papel en el movimiento hacia un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), ligado al movimiento del Nuevo Orden Económico Internacional de países no alineados (Cuba, China, Chile en 1970). La crítica a este paradigma radica fundamentalmente en que la independencia y autonomía de un país, es cada vez más difícil en el contexto mundial contemporáneo.

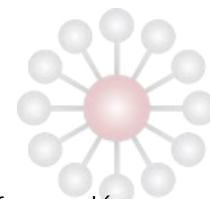
El paradigma de la multiplicidad u otro desarrollo es un concepto articulado desde la Fundación Dag Hammarskjöld, la cual defiende que la distinción entre Centro y Periferia se ha diluido, y es necesario un concepto nuevo que enfatice la identidad cultural y la multidimensionalidad. Se abre con ello la posibilidad de pensar en una “otra comunicación”, de carácter horizontal, incluyente, multicultural y participativa.

Por otra parte, los modelos de comunicación para el desarrollo (Servaes, 1999) son:

- El modelo difusionista (Rogers, 1986; Shannon y Weaver, Lasswell, Hofland, Newcomb, Schramm, Westley y Malean, Berlo, White, citados por Servaes, 1999)
- El modelo participativo (Freire, 1970; International Commission for the Study of Communication Problems, 1980; Xavier Institute, 1980; Lozare, 1994; Mowlana y Wilson, 1987; citados por Servaes, 1999). El modelo adquiere otras denominaciones, como: “Participatory approach”, Pedagogía de la liberación (Freire, 1970), Putting the Last First (Chambers, 1993), Otro desarrollo (Melkote, 1991; Jacobson, 1994), Empowerment Approach (Friedman, 1992), Desarrollo Autónomo (Carmen, 1996), entre otros citados por Inagaki (2007).

El modelo difusionista formulado por Rogers corresponde claramente a la lógica del paradigma de la modernización, en donde transferencia tecnológica se identifica con desarrollo. El modelo difusionista formulado por Rogers corresponde claramente a la lógica del paradigma de la modernización, en donde transferencia tecnológica se identifica con desarrollo. Dicho modelo se esgrime actualmente en las políticas de comunicación para el desarrollo impulsadas por el Banco Mundial y durante mucho tiempo ha sido dominante en Latinoamérica.

Cabe preguntarse si el modelo difusionista se está trasladando a la emergente sociedad red, en la aplicación de políticas de comunicación verticales que responden a la lógica de transferencia tecnológica como sinónimo de desarrollo, bajo



una perspectiva mediocéntrica y determinista. Dicho enfoque es criticado por los Teóricos de la Dependencia, como una forma de “neocolonización cultural” o como forma de mantener las estructuras económicas y culturales de dependencia.

En el caso de México, la política de comunicación en la instrumentación de las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC's) parece todavía responder a este modelo difusionista, cuando vemos ejemplos cuestionados como el proyecto multimedia de apoyo educativo para niños de primaria Enciclomedia (2003, <http://www.encyclomedia.edu.mx/index.html>).

Por otra parte, el modelo participativo, otro desarrollo parece cobrar sentido ante la emergencia de la sociedad red. Dicho modelo enfatiza los siguientes principios: (1) los beneficiarios participan en uno o en todos los ciclos de proyecto de comunicación, (2) comunicación horizontal en lugar de comunicación vertical, (3) confianza y mutuo entendimiento frente a persuasión, (4) programas a nivel local, en lugar de a nivel nacional, (5) conocimiento local, (6) roles equivalentes del especialista en desarrollo y los participantes, en lugar de directores ajenos, (7) procesos de comunicación en lugar de evaluación de resultados, (8) uso de la comunicación para articular relaciones profundamente arraigadas (Inagaki, 2007).

En cuanto a políticas públicas de comunicación, en Latinoamérica todavía parece dominar un paradigma “modernizador” acompañado de un modelo difusionista de comunicación para el desarrollo. Esto aunado a un modelo político neoliberal tardío, un modelo vertical de comunicación basado en la concentración

mediática, donde la comunicación y la información se articulan en la lógica de la economía de mercado, y donde la responsabilidad social de los grandes medios de comunicación está lejos de responder a las necesidades de desarrollo de las sociedades latinoamericanas. Todo esto frente a una legislación que favorece a los grandes monopolios mediáticos, en el marco de legislaciones de medios que no impulsan la pluralidad mediática y la defensa de los derechos de información ciudadanos.

Aunque con muchas limitaciones producidas por la brecha digital, las tradiciones autoritarias de los regímenes políticos, la falta de democracia y garantías individuales como la libertad de expresión, las sociedades latinoamericanas vislumbran un horizonte abierto frente al paradigma de la sociedad red, con miras a incrementar los niveles de participación y construcción colectiva en el desarrollo social, político y cultural

Banco Mundial y FAO: Conceptos

Recogemos el concepto de comunicación para el desarrollo que el Banco Mundial esgrime, y la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación). La definición del Banco Mundial:

Comunicación para el desarrollo es la integración de la comunicación estratégica en proyectos de desarrollo. La comunicación estratégica es una herramienta eficaz que puede contribuir a lograr los objetivos y la sostenibilidad de los resultados de los proyectos de desarrollo. Informar, educar o elevar el nivel de conciencia son



ingredientes necesarios de la comunicación, pero no son suficientes para que la gente cambie prácticas y comportamientos establecidos a lo largo de mucho tiempo. La comunicación estratégica busca lograr un cambio en el comportamiento y hacer sostenible el desarrollo alcanzado¹. (Banco Mundial, 2006)

Observamos una definición claramente difusionista, con una orientación dirigida, vertical y con una marcada intención persuasiva: “que la gente cambie prácticas y comportamientos establecidos”, un enfoque muy lejano a la lógica y las posibilidades participativas que implica la sociedad-red.

Por otra parte, citamos la definición de la FAO:

Una comunicación efectiva consiste en difundir información a públicos específicos, escuchar sus necesidades e inquietudes y responder apropiadamente. Ya sea que se esté discutiendo un proyecto específico o un programa de reformas más amplio -desde salud, educación o desarrollo rural hasta desarrollo del sector privado, o reforma financiera o judicial- la idea es construir el mayor consenso posible, mejorando para ello el grado de entendimiento público y promoviendo un diálogo informado entre todas las partes involucradas. (http://www.fao.org/nr/com/com_es.htm)

En esta definición observamos todavía rasgos paternalistas, aunque hace más énfasis en la acción a niveles macro y micro, así como en la necesidad de “escuchar” y “construir el mayor consenso posible” mediante el “diálogo”.

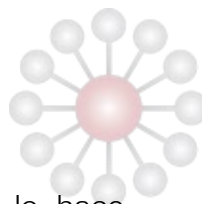
En ninguna de las dos definiciones encontramos una clara enunciación en cuanto a la comprensión de la comunicación para el desarrollo como un proceso continuo, de carácter participativo y que establezca las bases para la promoción de un proyecto autogestivo y de largo alcance, de acuerdo a las necesidades locales. O bien, donde se establezca claramente la posición equitativa entre beneficiarios participantes y el organismo internacional. Tampoco vemos en las estrategias de comunicación una clara apuesta por la instrumentación de las TIC's y de las redes informacionales para el desarrollo humano.

Sociedad Red

Castells (2006), define la sociedad red como un paradigma informacional, similar a la revolución industrial en cuanto su impacto histórico. El autor enfatiza el carácter social del paradigma informacional, distinto al concepto de sociedad de la información o del conocimiento, entendidos como extrapolaciones tecnológicas de la sociedad industrial e identificados con la cultura occidental y la modernización.

El paradigma informacional de la sociedad red, abre para Castells la posibilidad de romper el dominio de los programas de la red global de poder, gracias a la emergencia de una red de culturas interactivas, unificadas por la creencia común en el valor de uso

¹ Grupo del Banco Mundial, ¿Qué es comunicación para el desarrollo?, Recuperado el 23 de abril de 2009 de <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTTEMAS/EXTDEVCOMMSPA/0,,contentMDK:20286152~menuPK:64147035~pagePK:64147062~piPK:64147018~theSitePK:423940,00.html>



de compartir (Castells, 2006, p. 73).

Castells (2006) apunta: “Una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes potenciadas por tecnologías de información y de comunicación basadas en la microelectrónica. Entiendo por estructura social aquellos acuerdos organizativos humanos en relación con la producción, el consumo, la reproducción, la experiencia y el poder, expresados mediante una comunicación significativa codificada por la cultura”.

Las palabras clave para entender la sociedad red son: participación ciudadana, inclusión, colaboración, complementariedad, aprendizaje recíproco, socialización, compartir, integración, diálogo cultural. (Castells, 2006; Himanen, 2001)

En este sentido, la cultura de la sociedad en red global, es “una cultura de protocolos que permiten la comunicación entre diferentes culturas sobre la base no necesariamente de valores compartidos, sino de compartir el valor de la comunicación” (Castells, 2006, p. 69). En resumen, una cultura participativa unida bajo la creencia común del poder de la redes y la “sinergia obtenida al dar y recibir”.

El potencial organizativo de las redes reside en tres de sus características principales: flexibilidad (reconfiguración en función de los cambios del entorno), adaptabilidad (capacidad de alterar su tamaño) y capacidad de supervivencia (no poseen un centro, poseen múltiples nodos y puntos de conexión) (Castells, 2006, p. 30).

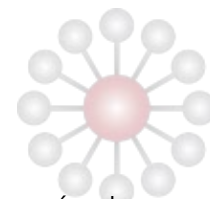
Otras tres características del paradigma

informativa de la sociedad red, que lo hace diferente de los sistemas mediáticos tradicionales e incrementa su potencial de participación para el desarrollo social, son:

- su capacidad auto-expansiva de procesamiento y de comunicación en términos de volumen, complejidad y velocidad;
- su capacidad de re combinar basada en la digitalización y en la comunicación recurrente;
- su flexibilidad de distribución mediante redes interactivas y digitalizadas (Castells, 2006, p. 34).

Aquí un esquema sintético de algunas de estas características de las redes informacionales, que describen sus cualidades y nos permiten comprender mejor sus alcances (León, Burch, Tamayo, 2001):

Redes sociales	
Atributos	Características
Flexibilidad	Tejidas por actores que las constituyen Construcción-deconstrucción permanentes
Horizontalidad	Descentralizadas, sin jerarquía
Interconexión	Flujos multidireccionales de información
Articulación	Posibilitan acciones colectivas
Multiplicación	Potencian a fuerzas aisladas y dispersas
Intercambio	Se fundamentan en valores compartidos



Comunicación para el Desarrollo y Movimientos Sociales en la Sociedad Red

La literatura sobre comunicación para el desarrollo comienza a incorporar los conceptos de redes sociales informacionales en la comprensión de sus estrategias y proyectos. Sin embargo, el concepto de sociedad red asociado a movimientos de comunicación para el cambio social, es un concepto que va más allá de los márgenes de la comunicación para el desarrollo.

Comunicación para el desarrollo y movimientos sociales para la justicia global, son fenómenos de la comunicación en las redes sociales que van de la mano. El potencial de transformación mediante las redes existe. Sin embargo, no encontramos proyectos apoyados institucionalmente que estén haciendo uso y aprovechamiento de las redes informacionales para llevar a cabo proyectos de comunicación para el desarrollo claramente identificados.

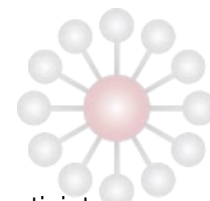
Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica es un concepto creado a inicios de 1950 a cargo de algunos precursores como Luis Ramiro Beltrán, Juan Díaz Bordenave, Daniel Prieto y Mario Kaplún y más adelante algunos otros como Francisco Gutiérrez, Leobardo Jiménez, José Márquez de Mello, Jesús Martín Barbero, Pasquali, Manuel Clavelo, Frank Gerace, Paulo Freire, Samuel Mushkin, Hernando Bernal, Joao Boscopinto, María Cristina Matta, Néstor García Canclini, Eliseo Verón, todos ellos identificados en impulsar la comunicación democrática y su relación con la cultura.

En 2006, Luis Ramiro Beltrán reconocía la importancia de la tecnología y la información asociadas a la globalización, la necesidad de replantear los conceptos dados en 1970 sobre comunicación para el desarrollo, por una simple razón: "... porque la situación que denunciamos en los años 70 en materia de comunicación y de políticas sobre desarrollo, no solamente no ha mejorado un adarme desde entonces, sino porque ha empeorado brutalmente tanto en la economía como en la comunicación y en la cultura". (Iniciativa de Comunicación, 2006)

Por tanto, el concepto Comunicación para el Desarrollo adquiere en la sociedad red, una nueva dimensión. Y es necesario realizar un replanteamiento metodológico, conceptual y estratégico. Actualmente, en el escenario de la sociedad red, Comunicación para el Desarrollo se identifican también los Movimientos Sociales de resistencia y cambio social.

En este escenario de la sociedad red "Los procesos de construcción de poder deben contemplarse desde dos perspectivas: por un lado la adquisición de poder y su imposición; por el otro, la resistencia al poder, en nombre de intereses, valores y proyectos excluidos o sobre presentados en los programas de las redes. ... Tanto las dinámicas de dominación como las de resistencia están basadas en la formación de redes y en la estrategia de ataque y defensa mediante redes" (Castells, 2006, p. 65).

Bajo esta perspectiva, los movimientos y proyectos de comunicación para el desarrollo comparten el escenario de la sociedad red y sus recursos de participación en los procesos de comunicación.



La sociedad red pone al servicio de la comunicación para el desarrollo una serie tecnológica de herramientas de participación, difusión y construcción de información que comienzan a tener presencia en diversos movimientos de resistencia social: toda la lógica de interacción de la Web 2.0, redes sociales (facebook, youtube, hi5, twitter, youare, delicious, etc), wikis, listas de correo (mail), blogs, software de código abierto, contenidos y software de dominio público, incluso las iniciativas de la Creative Commons (Michael Carroll, Molly Shaffer Van Houveling, Lawrence Lessig, <http://creativecommons.org/>).

Los movimientos por la justicia global y proyectos de comunicación para el desarrollo en la sociedad informacional, presentan tres aspectos característicos (Juirs, 2006, p. 420-422):

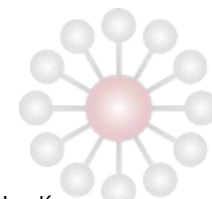
- Los movimientos por la justicia social son globales-locales en tiempo real, a través de redes transnacionales, institucionales y extra-institucionales, donde los activistas se consideran miembros del movimiento.
- Los movimientos por la justicia global son informacionales, comunicación teatral simbólica, comunicación en redes globales, en un proceso horizontal de democracia directa.
- Los movimientos por la justicia global están organizados en torno a redes flexibles y descentralizadas, compuestas por una multiplicidad de estructuras en red, que incluyen modelos “circulares” más jerárquicos, formaciones en “rueda” intermedias y configuraciones “multi-canales” más descentralizadas. (Kapferer, 1973, p. 87, citado por Juris, 2006, p. 422).

Como apunta Castells (2001, p. 55), los activistas, agentes de cambio, “programadores” y “enlaces” en la sociedad red, se caracterizan por la práctica de los siguientes principios, presentes en la “lógica cultural de las redes”: (1) la construcción de vínculos y conexiones horizontales entre diversos elementos autónomos; (2) la circulación libre y abierta de información; (3) la colaboración a través de una coordinación descentralizada y una toma de decisiones mediante democracia directa; y (4) la práctica de redes autodirigidas y autogestionadas.

Análisis de Interpretación de Casos.
Movimientos Sociales En Red: Casos

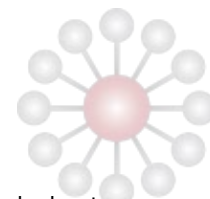
Numerosos estudios comienzan a articular teorías y análisis de movimientos sociales que encuentran en la red un soporte para el logro de sus fines. Analizamos un recuento de los movimientos sociales en red documentados en León (2001), en Castells (2006) y Juris (2006), con el fin de saber si dichos movimientos incorporan las herramientas de interacción y socialización que posibilita la sociedad informacional y la Web 2.0. Estos casos se erigen como ejemplos de una tendencia y en ningún caso este es un recuento exhaustivo. Sin embargo, son referentes de una tendencia y antecedentes de un horizonte cercano para la comunicación orientada al desarrollo humano en la sociedad red:

- El primer referente es el movimiento Zapatista (iniciado en Chiapas, México, el 1 de enero de 1994), debido al uso de estrategias activistas en redes



- informacionales globales (<http://enlacezapatista.ezln.org.mx/>)
- Movimiento de Seattle (o “Batalla de Seattle”, 30 de noviembre de 1999) contra la Organización Mundial de Comercio (OMC) mediante el Independent Media Center (o Indymedia)
 - People’s Global Action (PGA, <http://www.nadir.org/nadir/initiativ/agp/en/>)
 - Red de Acción Directa Continental (DAN) en Norteamérica
 - Movimiento Internacional para el Control Democrático de los Mercados Financieros (ATTAC, <http://www.attac.org/spip.php?article3>)
 - Vía Campesina (http://www.viacampesina.org/main_sp/);
 - Foro Social Mundial (http://www.forumsocialmundial.org.br/main.php?id_menu=4&cd_language=4)
 - Movimiento de los Sin Tierra (Brasil, <http://www.movimientos.org/cloc/mst-br/>)
 - Granjeros del Estado de Karnakatka (India, Karnataka State Farmers’ Association)
 - Movimiento de Resistencia Global (MRG, <http://www.nodo50.org/praga00/manifiesto.htm>)
 - Red de Ciudadanos por la Abolición de la Deuda Externa (RECADE, <http://www.rcade.org/>)
 - ANAMURI - Asociación Nacional de Mujeres Rurales e Indígenas (Chile, <http://www.anamuri.cl/noticias/Noticias.htm>)
 - Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC, <http://www.apc.org/es>)
 - ATC - Asociación de Trabajadores del Campo (Nicaragua, <http://www.movimientos.org/cloc/atc-ni/>)
 - CLOC - Coordinadora Latinoamericana de Organizaciones del Campo (<http://www.movimientos.org/cloc/>)
 - CONAIE - Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador (<http://www.conaie.org/>)
 - CONIC - Coordinadora Nacional Indígena y Campesina (Guatemala, <http://www.cnoc.org.gt/conic.html>)
 - CWMS - Comunidad Web de Movimientos Sociales (<http://www.movimientos.org/>)
 - FCOC - Frente Continental de Organizaciones Comunales (<http://www.movimientos.org/fcoc/>)
 - Marcha Mundial por la Paz y la No Violencia (<http://www.theworldmarch.org/index.php?lang=esp>)

El análisis de los anteriores sitios, clasificados como “movimientos sociales en red” por los autores (León, 2001 y Jurils 2006), indica que se



trata de sitios exclusivamente informativos, con recursos de la Web 1.0, y que por tanto, sirven como puntos de articulación de acciones, con un carácter exclusivamente informativo. Ninguno de ellos incorpora herramientas de la Web 2.0, que dieran la posibilidad de interactuar entre los activistas y el sitio, así como de establecer un diálogo deliberativo entre los mismos activistas o visitantes del sitio.

Por lo anterior, podemos decir que estos sitios y los movimientos sociales que representan, se apuntalan en otras estrategias de acción y comunicación, como pueden ser listas de correos, boletines y convocatorias a encuentros físicos en lugares y tiempos específicos. Sí son movimientos sociales en red, pero su actividad en las plataformas digitales no es interactiva. Tampoco muestran enlaces con sitios web de redes sociales como Facebook, YouTube, Hi5, Twitter, blogs u otros.

Únicamente el movimiento de justicia global Marcha Mundial por la paz y la no violencia, tiene cerca de 90 grupos de todo el mundo en Facebook, alguno de ellos con más de 14 mil miembros y 31 enlaces a otros sitios relacionados dentro del mismo Facebook y hacia fuera.² Un notable ejemplo de cómo las redes sociales informacionales pueden impulsar movimientos colectivos e impulsar la discusión y el debate deliberativos en la red.

No podemos hablar todavía de que estos

2 Grupo en Facebook llamado Marcha Mundial por la Paz y la No Violencia, recuperado el 23 de abril de 2009 de: <http://www.facebook.com/s.php?q=Marcha+Mundial+por+la+Paz+y+la+No+Violencia+&n=-1&k=40000000010&sf=r&init=q&sid=d39c9d6dd06a8b179f071c611704b4c4#/group.php?sid=d39c9d6dd06a8b179f071c611704b4c4&gid=45669210585&ref=search>

movimientos sociales activos sean movimientos en la red, para ello sería necesario incorporar los recursos de la Web 2.0 en los sitios y crear estrategias de participación, acción, diálogo, debate e interacción horizontal entre los miembros.

Los movimientos sociales globales, comienzan a ser explicados por los teóricos de los Nuevos Movimientos Sociales. Esta teoría, caracteriza a los movimientos sociales informacionales por organizarse en redes informacionales globales-locales, flexibles, dispersas y horizontales, al tiempo que son descentralizados, segmentarios, reticulados, y no jerárquicos. (Cohen, 1995; Gerlach, 2001: en Juris, 2006).

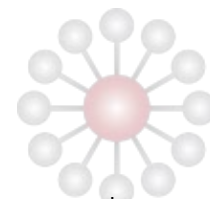
3.2 Comunicación para el desarrollo en Facebook

Facebook (<http://www.facebook.com>) está definido como un sitio web de redes sociales, creado Mark Zuckerberg en febrero de 2004. Facebook reúne las cualidades de la sociedad red descritas por Castells (2006). De acuerdo al propio sitio, cuenta con más de 400 millones de usuarios y está en el número cuatro mundial de los sitios más visitados, de acuerdo con Alexa.com

En 2008 lanzó versiones en francés, alemán y español. En el mismo año, Barack Obama, con motivo de la campaña para las elecciones presidenciales en Estados Unidos de Norteamérica, abre una página en Facebook, la cual alcanza más de seis millones de partidarios.³

El ejemplo de la página de Obama en Facebook, indica que el sitio ya tiene usos que rebasan sus fines

3 Sitio de Obama en Facebook: <http://www.facebook.com/home.php?#/barackobama?ref=nf>, recuperado el 22 de abril de 2009.



originales, basados en la búsqueda de personas y amigos. Actualmente, un creciente número de movimientos sociales se articulan con ayuda de esta red social, observamos así un uso político y social de una red que permite incorporar todas las cualidades de las redes descritas anteriormente.

Sin embargo, observamos todavía una baja actividad en cuanto a movimientos sociales se refiere y menos aún en cuanto a proyectos de comunicación para el desarrollo. En una búsqueda de “comunicación para el desarrollo” en Facebook, encontramos una serie de sitios (500) que tratan sobre comunicación y desarrollo, pero no todos con la misma orientación social. Por ejemplo, el sitio DevComm⁴, una empresa de posicionamiento empresarial, que utiliza la abreviatura del Banco Mundial⁵ para referirse a Development Communication y que evidentemente conlleva a una confusión terminológica y conceptual.

El análisis de sitios sobre “Comunicación para el desarrollo” en Facebook, arroja sólo tres grupos dedicados al tema:

- Comunicambio - Comunicación para el desarrollo⁶, un grupo originado en Perú, con 443 miembros.

4 DevComm en Facebook: <http://www.facebook.com/pages/the-devComm-Group/42657700945?sid=ba0882148eae5ae4a72c439ac4195965&ref=search-/pages/the-devComm-Group/42657700945?v=info&viewas=1408705559> (Recuperado el 23 de abril de 2009).

5 Página del Banco Mundial, DevComm: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTTEMAS/EXTDEVCOMMSPA/0,,menuPK:64147048~pagePK:64147058~piPK:64147168~theSitePK:423940,00.html> (Recuperado el 23 de abril de 2009).

6 Comunicambio - Comunicación para el desarrollo en Facebook: <http://www.facebook.com/s.php?ref=search&init=q&q=comunicación para el desarrollo&sid=bf81af981b2e935b6690954ef605e5d0-/group.php?sid=bf81af981b2e935b6690954ef605e5d0&gid=34913090820&ref=search> (Recuperado el 23 de abril de 2009).

- Comunicación para la gobernabilidad y el desarrollo humano⁷, con varios grupos de comunicación y prensa relacionados, con 170 miembros.
- Comunicación y desarrollo sostenible⁸, creado en Cusco, Perú, con 75 miembros.

La búsqueda en inglés sobre “Communication for Development” no resulta más exitosa. Todo lo contrario, apenas encontramos sitios de grupos muy reducidos de entre 24 y 14 miembros, relacionados con la academia y talleres con una actividad muy reducida. Quizás lo única aportación en esta búsqueda es la aparición de sitios que incorporan los conceptos “Tecnologías de la Información y la Comunicación para el Desarrollo”.

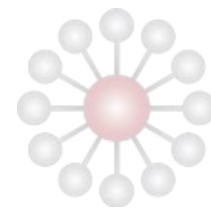
Sin embargo, es de destacar el grupo I Support África Green University, Siaya, Kenya⁹, creado en Siaya, Kenya, con más de 7,400 miembros, con diversos grupos relacionados sobre el desarrollo de herramientas de comunicación para el desarrollo en Kenya y con una vocación educativa.

Destaca igualmente el grupo Africana Portal For

7 Comunicación para la gobernabilidad y el desarrollo humano en Facebook: <http://www.facebook.com/s.php?ref=search&init=q&q=comunicación para el desarrollo&sid=bf81af981b2e935b6690954ef605e5d0&n=-1&o=4&hash=2d2853432d42464b5b89535861210d9a&sf=p&s=0-/group.php?sid=bf81af981b2e935b6690954ef605e5d0&gid=20757547658&ref=ht tp://w/> (Recuperado el 23 de abril de 2009).

8 Comunicación y desarrollo sostenible: <http://www.facebook.com/group.php?sid=9bd35c1ad4597c767c50f7c9b3766072&gid=34990245685&ref=search>

9 Yo apoyo una África Verde (I Support Africa Green University, Siaya), Kenya en Facebook: <http://www.facebook.com/s.php?ref=search&init=q&q=COMMUNICATION FOR DEVELOPMENT&sid=4dba240651e3d3e9e726bf9cb121b16d-/group.php?sid=4dba240651e3d3e9e726bf9cb121b16d&gid=41862608303&ref=search> (Recuperado el 23 de abril de 2009).



Information Technology¹⁰, con 3,208 miembros, fue creado por diversos coordinadores de diversas organizaciones y universidades de diversas partes del mundo, multidisciplinario e internacional. El grupo tiene como fin impulsar las tecnologías de la información para el desarrollo socio-económico en África. El grupo cuenta además con un portal informativo en web: <http://www.apfit.org/>.

Podemos observar un limitado número de grupos trabajando explícitamente en temas de Comunicación para el desarrollo en Facebook. Lo cual abre la posibilidad para hacer una valoración y puesta al día del concepto, además de una reflexión sobre qué otras formas adquiere en la era de la sociedad red.

La pregunta que surge, además del cuestionamiento sobre la actualidad del concepto “Comunicación para el desarrollo” es si las herramientas de la Web 2.0, Facebook como ejemplo, pueden servir para impulsar el desarrollo humano. Lo expresa en otras palabras Frederick Noronha en una muy pertinente pregunta: ¿Las redes sociales pueden hacer algo por la pobreza? (Noronha, 2009).

Steve Eskow, citado por Noronha (2009), aporta la visión crítica: “si hablamos de usar las herramientas de web 2.0 para influir directamente en la vida de los pobres, la respuesta es ‘no’ [los pobres no están usando la web 2.0]. Se podría destacar que quienes están interesados en el trabajo con la pobreza harían mejor si, primero, se ocuparan de

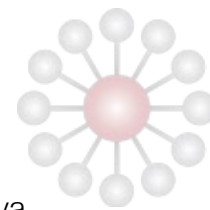
la ‘situación’, en lugar de la ‘tecnología’”.

Sin embargo, comienzan a aparecer algunos indicios de uso de sitios Web 2.0, como Facebook para el desarrollo y la erradicación de la pobreza, como el grupo de los Karen en Birmania, para apoyo de refugiados y refugiadas; otros casos en Facebook son los grupos que impulsan la “lucha contra la pobreza global” que anuncia una donación de un dólar por cada persona que se sume; otro grupo se dedica al Día mundial de la pobreza (17 de octubre), con el objetivo de llegar a 1 millón de miembros. En 2008, YouTube junto con organizaciones sin fines de lucro, hizo un llamado a los miembros de su red social para impulsar la petición a los líderes del mundo para cumplir sus compromisos de apoyo económico prometidos a los países pobres (Noronha, 2009).

En India, se están creando iniciativas en la red de ayuda al desarrollo como Kiva (<http://www.kiva.org/about>), un sistema de préstamo de créditos entre particulares en Internet; o MicroPlace (un sitio creado por eBay, <https://www.microplace.com/>, para invertir en mejorar Fuentes de ingreso de la gente y evitar la caridad); RangDe.org (sitio que conecta a pequeños emprendedores con inversores); dhanaX (préstamos sociales, <http://www.dhanax.com/>); Drishteehaat (comercio justo, <http://www.drishteehaat.com/>) (Noronha, 2009).

Otros buenos ejemplos son: Librarian Chick, una colección de links a recursos educativos gratuitos (<http://librarianchick.pbwiki.com/>); Overstock.com (el mayor empleador de Afganistán, <http://www.highbeam.com/doc/1P3-669508541.html>); Earth Treasury, procesamiento digital de libros de texto; Business Fights Poverty (red profesional de

10 Portal Africano de Tecnología de la Información (African Portal For Information Technology) en Facebook: <http://www.facebook.com/s.php?ref=search&init=q&q=COMMUNICATION FOR DEVELOPMENT&sid=4dba240651e3d3e9e726bf9cb121b16d - /group.php?sid=4dba240651e3d3e9e726bf9cb121b16d&gid=19640492122&ref=search> (Recuperado el 23 de abril de 2009).



lucha contra la pobreza mediante negocios, <http://businessfightspoverty.ning.com/>); El laboratorio vivo de Siyakhula, red experimental desarrollada por las Universidades de Fort Hare y Rhodas en la ex Transkei, desde el punto de vista de la práctica el uso de las TIC como incentivo para el desarrollo (<http://www.dwesa.org/>) (Noronha, 2009)

Sitios como Facebook y YouTube, mediante grupos y comunidades virtuales impulsan incipientemente el uso de las redes sociales para impulsar proyectos de desarrollo humano y combate a la pobreza. Se abre esta pertinente reflexión sobre si los grupos y zonas más desfavorecidos tienen o no acceso a la Web 2.0, si la brecha digital es un impedimento real en la instrumentación de proyectos de comunicación para el desarrollo, y si las herramientas de la sociedad red y sus dinámicas tecnológico-sociales, pueden impactar realmente en la disminución de la pobreza en el siglo XXI.

Conclusiones

Los paradigmas de desarrollo con un carácter modernizador y de dependencia imperan en las sociedades latinoamericanas del s. XXI. Sin embargo, se abren nuevas posibilidades de un cambio de paradigma de desarrollo al hilo de un cambio de paradigma en la comunicación participativa en la sociedad red.

La sociedad red y su paradigma informacional, abre nuevos horizontes hacia la creación de estrategias y formas de comunicación interactivas, descentradas, reticuladas, horizontales y de mayor

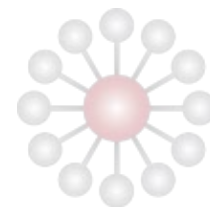
impulso hacia una democracia deliberativa.

Los movimientos sociales para la justicia global presentan un crecimiento gracias a las herramientas de comunicación de la sociedad red en todo el mundo. Sin embargo, muchos de estos movimientos todavía carecen de estructuras Web 2.0 que permitan realizar un activismo e interacción social más constante y participativa, para convertirse en movimientos auténticamente globales/virtuales dentro de la propia red social informacional.

El concepto de Comunicación para el Desarrollo, exige una reflexión y una valoración sobre su validez actual, frente al escenario de la Web 2.0 y las redes sociales informacionales en la sociedad red. En redes sociales como Facebook se encuentra una muy débil presencia del concepto y de grupos que reflexionen sobre el mismo.

Se observa un incipiente crecimiento del uso de las redes sociales como Facebook, YouTube y otras como Kiva, para impulsar proyectos y estrategias de ayuda al desarrollo y combate a la pobreza. No se tiene aún certeza de la efectividad de las redes sociales en el impulso de proyectos de comunicación para el desarrollo y combate a la pobreza en este contexto.

El modelo de micro-proyectos de comunicación para el desarrollo o ayuda al desarrollo, son una tendencia en la sociedad red. Todavía es un sueño lo apuntado por Edward Cherlin: "Propongo crear una red de redes que ponga en contacto a mil millones de niños y niñas, sus docentes, familias y amistades – casi todos los y las pobres del mundo, y la mayoría de los ricos y ricas. Pueden trabajar en



red con fines educativos, sociales, empresariales y otros. Esa decisión se las dejo a ellos y ellas". (Noronha, 2009)

Es necesario retomar la agenda del desarrollo ético, impulsada por las Metas del Milenio¹¹, sobre todo en el campo de la reducción de la brecha digital. Otros temas de la agenda para impulsar la comunicación para el desarrollo en la sociedad red en Latinoamérica son: (1) garantizar el derecho a la información y comunicación; (2) legislar para erradicar el modelo de concentración mediática y garantizar el acceso a las TIC, y con ello impulsar un modelo más plural, alternativo, diverso y participativo; (3) legislar para garantizar y fortalecer los medios públicos democráticos, con acento en su responsabilidad social; (4) impulsar el uso de software de código abierto y los recursos de dominio público.

La palabra clave en cuanto hablamos sobre la sociedad red es participación. La participación en la sociedad red, implica pensar en una sociedad más equilibrada, sostenible, horizontal, solidaria, descentrada, democrática y abierta, en la que la comunicación y sus redes sociales informacionales, permitan vivir las redes de una manera más incluyente, colaborativa y justa.

Bibliografía

BANCO MUNDIAL (2006). Comunicación para el desarrollo. Recuperado el 22 abril de 2009 de <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTTEMAS/EXTDEVCOMMS/PA/0,,contentMDK:20286152~menuPK:64147035~pagePK:64147062~piPK:64147018~theSitePK:423940,00.html>

BELTRÁN, L. R. (1993). Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años, Discurso inaugural IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo, Instituto para América Latina (IPAL), Lima, Perú. Recuperado el 23 abril de 2009 de http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/beltran1.htm

CASTELLS, M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Bussines, and Society*. Oxford: Oxford university Press.

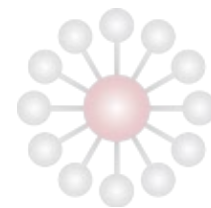
- (2006). *Sociedad Red*, Madrid: Alianza Editorial.

INAGAKI, N. (2007). *Communicating the Impact of Communication for Development. Recent Trends in Empirical Research*. Washington, D.C.: The World Bank.

JURIS, J. (2006). *Movimientos sociales en red: movimientos globales por una justicia global*, en Castells, M. (2006). *Sociedad Red*, Madrid: Alianza Editorial.

LEÓN, O., BURCH S., TAMAYO E. (2001). *Movimientos sociales en la red*, ALAI. Recuperado el 22 de abril de 2009 de <http://alainet.org/publica/msred/> / info@alainet.org

¹¹ ONU, Objetivos de Desarrollo del Milenio: <http://www.un.org/spanish/millenniumgoals/> (Recuperado el 23 de abril de 2009).



NORONHA, F. (2009). ¿Las redes sociales pueden hacer algo por la pobreza?, GOA, India, marzo de 2009. Recuperado el 23 de abril de 2009 de APC, <http://www.apc.org/es/news/las-redes-sociales-pueden-hacer-algo-por-la-pobrez>

INICIATIVA DE COMUNICACIÓN, Entrevista con Luis Ramiro Beltrán, 5 abril de 2006. Recuperado el 22 de abril de 2009 de <http://www.comminit.com/en/node/67604>

SERVAES, J. (1999). Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas dos modelos, en Temas y Problemas de Comunicación, núm. 10, editada por el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina) Recuperado el 23 de abril de 2009 de <http://www.infoamerica.org/selecciones/articulo2.htm>

Sobre el autor:

Dr. Jacob Bañuelos Capistrán.

Doctor en Ciencias de la Información. Departamento de Estudios Culturales.

Tecnológico de Monterrey-Campus Ciudad de México.



Comunicación para el desarrollo: mnemotecnia del pensamiento teórico de Juan Díaz Bordenave

Laura González Morales
Guilebaldo López López
UNAM FES ACATLÁN / UACM

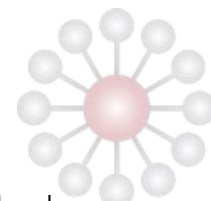
Resumen: Reflexionar sobre la relación entre la comunicación y el desarrollo nos lleva necesariamente a realizar un ejercicio retrospectivo que en el caso latinoamericano tiene su origen en el trabajo de investigadores de la comunicación como Luis Ramiro Beltrán, sin embargo, existe otro grupo de investigadores de los que poco se conoce en las universidades mexicanas y que han realizado importantes aportaciones en el terreno de la comunicación para el desarrollo. En este trabajo presentamos a Juan Díaz Bordenave, investigador de la comunicación que a partir de un análisis del contexto, genera importantes preguntas relacionadas con el uso de la comunicación para el desarrollo y que tienen vigencia en los países de América Latina a más de 50 años de su planteamiento.

Presentamos el resultado del análisis realizado al pensamiento comunicacional del investigador paraguayo Juan Díaz Bordenave, que consiste en el reconocimiento de los procesos enactivos de la trayectoria personal y profesional del autor quien trabajó la relación entre tres aspectos: la educación, el desarrollo tecnológico y la acción política desde una perspectiva sistémica. Las preguntas que pretendemos responder son:

- ¿Cuáles han sido las aportaciones que ha hecho al Campo Académico de la Comunicación?*
- ¿Cómo se aborda el estudio de la comunicación en los proyectos comunitarios que refiere el autor?*
- ¿Qué se entiende por comunicación, desarrollo y sociedad civil?*

Con ello invitamos a abrir el diálogo orientado no sólo a aumentar nuestra consistencia en materia de conocimiento sobre esta área de comunicación sino potenciar la reflexión que permita incidir en nuestras prácticas comunicativas en los diferentes ámbitos en que nos desenvolvemos.

Palabras Clave: Comunicación para el desarrollo, procesos enactivos, comunicación, educación, desarrollo tecnológico.



Una primera señal de dependencia mental es la pereza de conocer nuestra verdadera identidad, nuestra real estructura social y nuestra auténtica génesis nacional. Somos lo que nos dicen que somos los historiadores de una determinada época y clase social.

Juan Díaz Bordenave

En América Latina existe una importante producción científica en torno al desarrollo de investigaciones que vinculan la comunicación y el desarrollo, las denominaciones de este tipo de estudios se ubican en diversas categorías como Comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social, comunicación alternativa y cambio social entre otras, orientadas a explicar, proponer, demostrar que la comunicación puede utilizarse para impulsar el desarrollo de la región.

Sin embargo, poco o nada sabemos sobre los procesos de construcción de conocimiento en este campo. Es por ello que hemos iniciado un proyecto que se denomina “Procesos Enactivos: Comunicación y Desarrollo” el cual tiene el propósito de trabajar a diferentes niveles, el análisis de esta área de la comunicación, de forma tal que contribuyamos, a nivel epistemológico, a fundamentar este desarrollo científico en América Latina.

En este trabajo presentamos un ejercicio sobre el reconocimiento de la emergencia del pensamiento comunicacional de Juan Díaz Bordenave, investigador uruguayo considerado uno de los pioneros de la investigación en comunicación en América Latina, no se trata de un recuento de hechos sino de la identificación de elementos que

hicieron posible la serie de reflexiones desde una perspectiva sistémica en torno a la educación, el desarrollo tecnológico y la acción política.

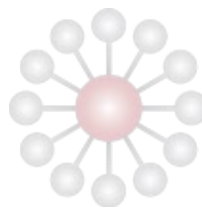
El texto está organizado en tres partes, en la primera referimos algunos elementos sobre procesos enactivos y emergencia que nos permiten hacer el ejercicio de visibilidad de los procesos de construcción de conocimiento de Juan Díaz Bordenave en el campo comunicación y desarrollo. En la segunda hacemos una ubicación del contexto en que se desarrolla el trabajo de Juan Díaz Bordenave y en la tercera presentamos la relación entre el contexto y el planteamiento teórico del autor.

Sobre la construcción del conocimiento

A mediados de los años ochenta del siglo XX aparece el libro *El árbol del conocimiento* de Humberto Maturana y Francisco Varela, su contenido pone sobre la mesa una serie de cuestionamientos en torno a la naturaleza del conocimiento que se genera a través del quehacer científico y las implicaciones que éste tiene en el entorno.

¿Están las ciencias sociales, en particular la economía, las ciencias políticas, y las ciencias de la educación fundadas en una adecuada comprensión de la naturaleza del proceso de aprendizaje humano, de lo que determina la diversidad de las conductas humanas; y si no lo están podría desarrollarse una teoría capaz de dar cuenta de los procesos que generan su propia conducta auto-descriptiva, esto es, la conducta de descripción de sí mismo o autoconciencia? (Maturana. y Varela, 2003: IX).

La reflexión gira en torno no a lo que conocemos sino



a cómo conocemos «no puede el entendimiento entrar con paso seguro... si pretende hacerlo bajo la concepción de que el conocer es conocer «objetivamente» el mundo y, por tanto, independientemente de aquel (aquellos) que hace la descripción de tal actividad. No es posible conocer «objetivamente» fenómenos (sociales) en los que el propio observador-investigador que describe el fenómeno está involucrado. Ha sido precisamente esta noción del «conocer» la que ha bloqueado firmemente el paso del conocimiento a la comprensión de sus propios fenómenos sociales, mentales y culturales.» (Maturana, H. Varela, F., 2003: XI).

Estamos inmersos en una manera de pensar, un modo cotidiano afirmado continuamente en supuestos de que hay, independientemente de nosotros, un mundo de objetos externos, que están ahí fuera y que son objetos que conocemos, y dada su existencia independientemente de nosotros, ella nos informa para que tengamos conductas adecuadas. Pero ese modo de pensamiento tradicional hoy, desde la perspectiva de las ciencias cognitivas ha sido cuestionado.

Las ciencias cognitivas como refiere Francisco Varela (1996) es una denominación del análisis científico moderno del conocimiento en todas sus dimensiones, en la cartografía que ofrece en el libro *Conocer* identifica cuatro etapas o capas conceptualmente distintas que han surgido en forma más o menos sucesiva en los últimos años:

Primera etapa. Los años fundacionales (1943-1953). Segunda etapa. Los símbolos: el paradigma cognitivista. Tercera etapa. La emergencia: una alternativa ante la manipulación de símbolos. Cuarta etapa. La enacción: una alternativa ante la representación. (Varela,

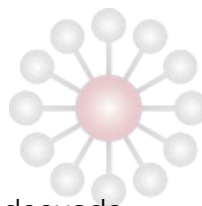
1996: 25-26).

La explicación de cada una de las etapas, rebasa los fines de este trabajo sin embargo consideramos que la ubicación de la orientación enactiva como una etapa de desarrollo de las ciencias cognitivas, nos permitirá ir dando cuenta de la naturaleza de los procesos de conocimiento de Juan Díaz Bordenave.

Como señala Varela (1996) cada época de la historia humana produce, a través de sus prácticas sociales cotidianas y su lenguaje, una estructura imaginaria. La ciencia forma parte de esas prácticas sociales, y las ideas científicas acerca de la naturaleza constituyen a penas una dimensión de esta estructura imaginaria. Los historiadores y filósofos modernos, como Alexandre Koyré, han demostrado que la imaginación científica sufre mutaciones radicales de una época a otra, y que la ciencia se parece más a una epopeya novelística que a un progreso lineal. La historia humana de la naturaleza es una narración que merece ser contada de más de un modo.

Al estudiar y analizar la producción científica de Galileo, Pascal, Descartes, Leibniz y Newton entre otros, resultó claro para Alexandre Koyré, que las fórmulas físicas y matemáticas que aparecen en sus obras respectivas, no surgieron depuradas de sus mentes sino que son producto de una larga reelaboración y serie de modificaciones hasta llegar a la presentación final tal como la conocemos; esto es así porque los mecanismos del pensamiento humano no trabajan en línea recta sino que realizan rodeos y regresiones antes de llegar a la presentación final. (Serrano, 2006: 3).

Lo que resulta menos evidente es que dicha historia humana de la naturaleza se corresponde con una



historia de las ideas sobre el conocimiento de sí mismo. Por ejemplo, para Alexandre Koyré los hechos de la historia de la ciencia no aparecen en forma inconexa en un lugar y tiempo determinado sino que son producto del conjunto de ideas, representaciones y procedimientos propios de los agentes que intervienen en ella.

Conocer es una actividad elementalmente humana, en la que a partir de las interacciones entre un sujeto y un objeto de conocimiento, y de inferencias, establecemos relaciones entre diferentes configuraciones de información que también son a su vez producto de construcciones y atribuciones del sujeto a los objetos.

“El pivote de la cognición es precisamente su capacidad para explicar la significación y las regularidades; la información no debe aparecer como un orden intrínseco sino como un orden emergente de las actividades cognitivas mismas. Si ello se verifica, nuestra ingenua comprensión de las relaciones que entablamos con el mundo cambiará drásticamente”. (Varela, 1996: 14-15).

La información es entonces una capacidad para establecer correspondencias entre experiencias y códigos o metalenguajes crecientemente complejos. La información nos permite evocar, anticipar, y reconstruir situaciones, objetos y experiencias de manera virtual que se pueden ir modificando como resultado de la experiencia.

Esta mirada en torno a la información implica el reconocimiento de que la cognición es la emergencia de estados globales en una red de componentes simples que funciona a través de reglas locales que gobiernan las operaciones individuales, y de reglas de cambio, que gobiernan la conexión entre

los elementos. Su funcionamiento es adecuado cuando vemos que las propiedades emergentes (y la estructura resultante) se corresponden con una aptitud cognitiva específica: la solución feliz para la tarea requerida. (Varela, 1996: 76-77)

Sin embargo, desde la perspectiva de un cognoscitismo menos ortodoxo que incluye procesos paralelos distribuidos de bajo nivel provistos por los enfoques autorganizativos se pueden aumentar los grados de consistencia para hacer “visibles” elementos de comprensión sobre el trabajo científico que han realizado los investigadores del campo de la comunicación para el desarrollo en América Latina.

Varela (1996) menciona que nuestra actividad cognitiva en la vida cotidiana, revela que la mayor capacidad de la cognición viviente consiste en gran medida en plantear las cuestiones relevantes que van surgiendo en cada momento de nuestra vida. No son predefinidas sino enactuadas: se las hace emerger desde un trasfondo y lo relevante es aquello que nuestro sentido común juzga como tal siempre dentro de un contexto.

“El término enacción es un neologismo que proviene del verbo inglés to enact, que significa “poner en ejecución”, pero también “representar” o “actuar” en el sentido que se le da al trabajo del actor. Lo que en suma desea enfatizar es la “creciente convicción de que la cognición no es la representación de un mundo pre-dado por una mente pre-dada sino más bien la puesta en obra de un mundo y una mente a partir de una historia de la variedad de acciones que un ser realiza en el mundo”. (Varela, 1996: 89).

La idea matriz del movimiento enactivo es que el conocimiento es acción en el mundo (que



perfectamente podría llamarse ejecución) y no representación del mundo. Este “llevar algo a cabo” es lo que determina la historia de lo que se puede llevar a cabo más tarde, y es eso mismo lo que hace emerger “mundos” en los cuales se seguirá llevando a cabo, en una espiral sin límites apreciables mientras el sistema permanezca “activo” o “vivo”.

El planteamiento de la enacción es que las aptitudes cognitivas están inextricablemente enlazadas con una historia vivida, tal como una senda que no existe pero que se hace al andar. En consecuencia, la cognición deja de ser un dispositivo que resuelve problemas mediante las representaciones para hacer emerger un mundo donde el único requisito es que la acción sea efectiva.

“La cognición como acción corporizada siempre se orienta hacia algo ausente: por una parte, siempre hay un próximo paso para el sistema en su acción guiada perceptivamente; por lo demás, los actos del sistema siempre se dirigen hacia situaciones que aún no están en el acto. Así, la cognición como acción corporizada plantea los “problemas” y también especifica los senderos que se deben hollar o crear para la “solución”. (Varela, 1997: 238-239).

La acción cognitiva más simple requiere una cantidad de conocimiento aparentemente infinita, que nosotros damos por sentada (es tan evidente que resulta invisible). Desde el punto de vista de la fenomenología se ha explicado por qué el conocimiento se relaciona con el hecho de estar en un mundo que resulta inseparable de nuestro cuerpo, nuestro lenguaje y nuestra historia social.

Desde esta perspectiva nos interesa participar de los procesos de comprensión del campo comunicación y desarrollo a partir del reconocimiento de la

naturaleza de las aportaciones teóricas de los investigadores, de la identificación de los procesos de construcción de conocimiento que han llevado a cabo, de la serie de condiciones que han hecho posible la emergencia de su pensamiento, del tejido de las relaciones entre los elementos dispersos, que finalmente los llevaron a construir explicaciones en torno a la relación comunicación y desarrollo.

El análisis de las relaciones ciencia-sociedad

La nueva geopolítica latinoamericana del siglo XX se configuró a través una transición entre su pasado inmediato, con una visión netamente capitalista y una fuerte presencia de gobiernos militares, que adoptó como sistema de gobierno la dictadura, durante la primera mitad de este periodo. Este reconocimiento histórico y sistémico-estructural arrastra antecedentes y consecuencias históricas sociales, cuya vigencia muestra una alta dependencia económica, tecnológica y un pensamiento colonizado; las formas visibles de los modos de producción; las estructuras de la estratificación de clases sociales: dominantes y dominados; una sociedad rural desgastada; disputas por tierras entre latifundistas y caciques; problemas agrarios; una migración permanente del campo a la ciudad, consecuencia de la industrialización y la pobreza, y una reorganización incipiente de grupos sociales.

Además de la situación que vivían las economías del mundo y la conformación de organismos como el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas.

“Transcurrían los años críticos de la Segunda Guerra Mundial. Europa había perdido su hegemonía sobre grandes



zonas tropicales de Asia y otras se veían seriamente amenazadas. Frente a este escenario, era necesario recomponer la producción de cultivos estratégicos, como el hule (caucho), algunas fibras, plantas medicinales, así como el arroz, el té, las oleaginosas tropicales y las plantas para producir insecticidas, como la rotenona.

Era el momento de dar vida a un sueño que se venía gestando desde 1910. América se presentaba como la alternativa válida para impulsar los cultivos y la ganadería tropical, para lo cual se debían establecer sistemas de investigación y enseñanza acordes con las necesidades regionales.

Los esfuerzos por crear un instituto que procurara la solución de los problemas de la región y la comprensión mutua de los líderes de la agricultura, se iniciaron al final de la primera década del siglo XX, cuando la Unión Panamericana –hoy Organización de los Estados Americanos (OEA)–, impulsó acciones en el ámbito del desarrollo agrícola.

En 1942, Henry Wallace, secretario de Agricultura de los EEUU y Ernesto Molestina, Director General de Agricultura de Ecuador, plantearon la idea y presentaron la resolución de creación, respectivamente, se fundó el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA), cuya sede se estableció en Turrialba, Costa Rica, una zona considerada estratégica entre Suramérica y Norteamérica, con características típicas de la agricultura americana” <http://www.iica.int/Esp/infoinstitucional/Paginas/HistorialICA.aspx>

En este reconocimiento de la naturaleza contextual latinoamericana, podemos ubicar los trabajos posteriores que se realizaron en el proceso de enseñanza-aprendizaje en zonas rurales y campesinas a través de las acciones y colaboración

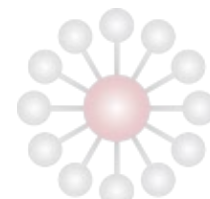
de los extensionistas, capacitados por el Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola, IICA, mediante la aplicación de técnicas y modelos básicos de la comunicación.

Estas características incidieron en el pensamiento de Juan Díaz Bordenave¹, en primer lugar su relación con el contexto latinoamericano; su formación profesional y académica, y su trabajo como especialista en comunicación agrícola en el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura de 1956 a 1980. Esta trayectoria profesional durante 30 años en el IICA, como especialista de la Comunicación Agrícola, y su formación en Comunicación en la Universidad de Michigan, le permiten pensar la realidad latinoamericana y actuar sobre dicha situación a través de la articulación de trabajos que desarrolla desde la Pedagogía de la Comunicación Rural a través de los procesos de enseñanza-aprendizaje mediante los métodos y técnicas de la Comunicación Rural.

El tejido entre el contexto y la construcción del conocimiento

En este contexto de entrecruzamientos se desarrollan los trabajos apoyados por los extensionistas como facilitadores y mediadores de la enseñanza-aprendizaje con los campesinos y agricultores, un ejercicio que resulta relevante

¹ Juan Díaz Bordenave de origen paraguayo, estudió agronomía, en Casilda, Santa Fe, de nivel técnico, durante tres años; posteriormente realizó en Estados Unidos, un Máster de Periodismo Agrícola en la Universidad de Wisconsin (1955), más tarde se doctoró en Comunicación en la Michigan State University (1966). Disponible en: <http://www.infoamerica.org/teoria/diaz1.htm>



por la finalidad que persigue la extensión, cuya naturaleza educativa, claro, no escolarizada, sino mediante experiencias de vida, a partir de situaciones concretas que los sujetos han vivido y que los ha obligado a pensar sobre su propia realidad a través de un proceso cognitivo, es decir, mediante un método de enseñanza-aprendizaje sobre su práctica cotidiana y sus actividades agrícolas, así como la forma de aplicar lo reconocido o aprendido.

“La finalidad última del proceso de extensión, confirmada su naturaleza educativa, es, en este nuevo enfoque, promover y apoyar los cambios o transformaciones que posibiliten al hombre del campo pasar de una situación actual insatisfactoria a otra más en armonía con sus necesidades y aspiraciones de desarrollo como persona, como miembro de la sociedad y como productor rural”. (Díaz, 1987:32).

En este tipo de experiencias organizadas también se hace tangible la puesta en marcha de la memoria histórica y colectiva que hacen posible conocer de la misma historia y trayectoria del sujeto, acción que visibiliza por una parte su situación y por la otra la decisión de posibilidades reales de desarrollo humano (reconocimiento de los derechos universales y de su calidad de vida).

“De una tarea centrada en la productividad y transferencia de tecnología, la responsabilidad básica del extensionista pasa a ser la de capacitar a las familias rurales para la percepción, el cuestionamiento y la búsqueda de soluciones a sus problemas de orden técnico, económico y social”. (Díaz, 1987:32).

Es aquí, en este proceso en el que la Pedagogía de la Comunicación Rural, interviene en las actividades

agrícolas específicas de los campesinos, pues establece un diálogo entre un saber práctico y un saber técnico, el conocimiento aprendido acerca de un artefacto tecnológico y su uso y aplicación en prácticas agrícolas mediante mecanismo de la enseñanza-aprendizaje como parte de un trabajo compartido, dialéctico.

“Consiste en presentar al aprendiz el problema que desea resolver, discutir con él su estructura, sus posibles causas y consecuencias, y a partir, junto con él, en la búsqueda de la comprensión de los principios que deben aplicarse para resolverlo. Entendido el problema el aprendiz estará en condiciones de proponer soluciones adecuadas a su propia realidad, que, combinadas con las sugerencias del instructor -que tiene la obligación de contribuir también con lo que sabe- culminarán en una solución tecnológica compartida y viable.” (Díaz, 1987:53).

Podemos ubicar que el contexto de la Comunicación Rural y de la Pedagogía de la Comunicación Rural configuran el pensamiento comunicacional de Juan Díaz Bordenave, en principio, la experiencia personal, la trayectoria profesional y académica de nuestro autor fueron decisivas para comprender la importancia del trabajo agrícola, con la que inicia su carrera como “comunicador para el desarrollo” en 1953 en el Programa de Cooperación Técnica entre el gobierno de Estados Unidos y el gobierno Paraguayo para desarrollar agricultura, en una organización llamada entonces SICA.

“La primera lección que aprendí consistió en lo siguiente: mi trabajo era escribir folletos para los agricultores y creamos un pequeño diario para los campesinos paraguayos. En la escuela de agricultura yo había aprendido a castrar pollos usando una cajita de



madera, un bisturí, un poco de hilo de coser, etc. Era una operación muy sencilla, y los pollos se venían gordos. Entonces pensé voy a hacer un folleto y le puse como título «Castrar pollos es cosa fácil». Ese fue mi primer producto como comunicador para el desarrollo”. (Díaz, 2007:11).

Durante esta etapa que incursiona en el quehacer del campo agrícola aún no se había desarrollado la actividad de la “Comunicación para el Desarrollo”, sino que se hablaba de “Información Agrícola” cuya función era de vinculación con tareas y actividades del Ministerio de Agricultura y el Centro de Investigación Agrícola de Paraguay, cuya tarea consistía en simplificar los contenidos y “bombardear” al agricultor con recomendaciones técnicas a través de los extensionistas y los medios de comunicación.

“Nosotros éramos productores de materiales, folletos, programas de radio, rotafolios, etc.; pero no conocíamos realmente, ni tampoco nos interesaba mucho qué pasaba con la vida del agricultor, cuándo adoptaba las recomendaciones. Nuestra meta era que los agricultores adoptasen las recomendaciones, entonces la retroalimentación –el feedback, en ese tiempo nació esa palabra– era apenas saber si habían recibido los materiales, si habían sido entendidos y si habían sido adoptados o no.” (Díaz, 2007:12).

Para comprender el uso de los medios audiovisuales como televisión, cine, radio, prensa, etc., en el servicio de extensión, Juan Díaz Bordenave realizó un viaje de tres meses a distintas universidades agrícolas de Estados Unidos, actividad que cambiaría su percepción sobre los métodos de trabajo en zonas rurales y campesinas. La relación que estableció durante ese tiempo, lo motivó

para que regresara a Estados Unidos a realizar un Máster en periodismo Agrícola durante un año en la Universidad de Wisconsin, grado académico que le permitió ingresar al Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola, IICA.

Otro momento que configura el trabajo del autor, es su Doctorado en Comunicación en Michigan State University, actividad que le facilitó reforzar su conocimiento sobre el trabajo agrícola latinoamericano y en la que sustentaría sus actividades posteriores de Comunicación Agrícola; en esta incursión “descubre” el concepto de participación, desarrollada en los trabajos del pedagogo brasileño Paulo Freire, autor que evidenciaba “cómo la educación era un instrumento de dominio, de explotación, de opresión y no de liberación”. (Díaz, 2007:12). Esta forma de concebir la educación le permitió replantear el tipo de comunicación que estaban haciendo pues consideraba que “estaba lejos de ser participativa, era vertical, persuasiva, informativa-persuasiva, pero no favorecía el diálogo y la participación”. (Díaz,2007:12).

“Y eso apareció en mi espíritu y aprendí que la participación puede ser vista de dos maneras muy diferentes. Una de ellas es el abordaje instrumental: se ve a la participación como el medio de conseguir que la gente trabaje para el proyecto, entonces ellos tienen la idea de que están participando. Ese abordaje instrumental lleva en general a crear la ilusión de participación en la gente y le conviene mucho a un director de proyecto que la gente participe porque entonces gasta menos presupuesto, consigue su objetivo a un precio más bajo, pero ¡ay! si la gente después empieza a querer cuestionar y cosas así”.(Díaz, 2007: 12).

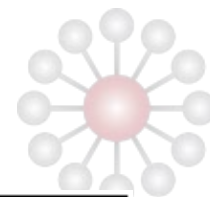


Otro aspecto que dentro de sus actividades aparecen es el reencuentro con el principio de organización, que posteriormente daría paso a la emergencia de la sociedad civil, que se sustenta con la participación activa de individuos en busca de respuesta a necesidades que tienen que ver con la calidad de vida “la participación es una necesidad del ser humano, de ser parte, es universal y por consiguiente es un derecho. No se nos da la posibilidad de participar: tenemos derecho a participar por ser seres humanos”. (Díaz, 2007: 12).

En su tránsito por la Información Agrícola y después por la Comunicación para el Desarrollo, “descubre” la educación y se da cuenta que había una estrecha relación entre la comunicación y la educación. Señala que “la comunicación depende entre muchas otras cosas de tres grandes factores: el contexto en que ella ocurre, el lenguaje utilizado, y la palabra lenguaje tiene que ver con medios, códigos, etc., y de la relación que hay entre los interlocutores”. (Díaz, 2007:13).

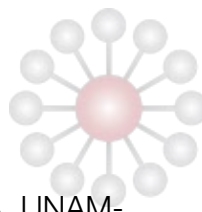
En este proceso se deja de considerar a la comunicación de forma tradicional, asistencialista, autoritaria, vertical, como el centro del proceso de comunicación, para dar paso una Comunicación para el Desarrollo “basada en el protagonismo del pueblo, porque el pueblo es realmente el eje central del desarrollo, porque esa ha sido siempre su causa y su objetivo central”. (Díaz, 2007:15).

El siguiente cuadro ilustra las preguntas del Modelo Clásico Difusionista y las que según Havens (1972) podrían plantearse los investigadores de la región latinoamericana.



PREGUNTAS SOBRE EL DESARROLLO

Modelo Difusionista	Modelo Latinoamericano -Propuesta-
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué innovaciones están disponibles (en el inventario tecnológico)? • ¿Quiénes usan las innovaciones tecnológicas? • ¿Cómo se difunden? • ¿Cuáles son las diferencias entre los usuarios y no usuarios de las innovaciones: <ul style="list-style-type: none"> ○ ¿en sus características personales? y ○ ¿en sus características sociales? • ¿Qué grupos orientan el comportamiento individual hacia las innovaciones? • ¿Cómo sienten los individuos las privaciones y qué actitud adoptan para reducirlas? • ¿Cuáles son los códigos y normas sociales pertinentes para la innovación? • ¿Cómo afectan los valores el comportamiento individual o grupal respecto de la innovación? 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál autónomo o independiente es el país respecto a las fuerzas externas que afectan su economía y sus decisiones políticas? • ¿Cómo está organizada la estructura social rural y cuál es su influencia en la toma de decisiones individuales? ¿Cuál es el origen histórico de esta situación? • ¿La mayoría de los agricultores son propietarios de sus terrenos, sea individual o cooperativamente? ¿Son propietarios de sus herramientas agrícolas? • ¿Quién controla las instituciones económicas, particularmente las de mercado, crédito y suministros? • ¿Quién decide qué tipo de innovaciones deben ser difundidas y desarrolladas? • ¿Se consulta a los agricultores? ¿Se averigua cuáles son sus necesidades de innovación? • ¿Qué criterios se utilizan para seleccionar las innovaciones que serán difundidas: a) el bienestar común, b) el incremento de la producción para la exportación, c) el mantenimiento de precios bajos para los consumidores urbanos, d) las ganancias de los grandes terratenientes y comerciantes agrícolas? • ¿Qué probables efectos tendrá sobre el bienestar individual y familiar la adopción de ciertas innovaciones? ¿Sobre el desarrollo regional y nacional en el corto y largo plazos? ¿Promoverán el empleo o el desempleo, la permanencia en su lugar de origen de la población rural o la migración a las ciudades, el enriquecimiento de los más ricos o una mejor distribución del ingreso? • ¿Las innovaciones tienen en cuenta las diferencias regionales y locales en cuanto a la ecología, la economía, las costumbres agrícolas y las normas culturales? • ¿Cuál es el papel de la publicidad en los medios masivos? ¿Persuade a los agricultores a adoptar innovaciones que realmente necesitan o que no necesitan? • ...



La tercera parte de esta configuración, se sitúa en la comunicación rural y sus funciones en los procesos de socialización de las prácticas agrícolas. En esta etapa hace uso de la comunicación como el medio por la cual debía de fluir la información hacia los agricultores.

Este tipo de comunicación fue fundamental en el trabajo, pues permitieron que a través de los modelos: el difusionismo, el modelo de paquetes, el modelo de innovación inducida por el mercado, el modelo de organización/participación y el modelo de transformación estructural, permitieron el proceso de planificación y de acción en el desarrollo agrícola y las posibilidades de mejorar las condiciones de los campesinos.

Para lograr resultados en los que estaban implicados los modelos de la comunicación rural fue importante reforzarlos mediante canales y mensajes específicos de transmisión y socialización de la información como, la comunicación escrita y comunicación visual y audiovisual, mediante materiales elaborados y proporcionados al sector interesado, lo que modificó sus formas de percepción de su realidad.

Se trata de un primer acercamiento de visibilidad a partir del análisis de los procesos enactivos que hicieron emerger las aportaciones de Juan Díaz Bordenave al campo comunicación y desarrollo.

Septiembre 6, 2010

México D.F

Fuentes de Consulta

De Toca, S. (1997). *Psicologías Cognitivas. Ciencias y Tecnologías*. Madrid. Biblioteca Nueva.

González, J. y et al. (2007). *Cibercultur@ e iniciación*

en la investigación. México. CONACULTA. UNAM-CEIICH. Instituto Mexiquense de la Cultura.

Gumucio, A. y Tufte, T. (Comp.) (2008). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas*. Bolivia. Consorcio de Comunicación para el cambio social.

Maturana, H. y Varela, F. (2003). *El árbol del conocimiento. Las bases biológicas del entendimiento humano*. Argentina. Lumen.

Maturana, H. y et al. (2000). *Bioética. La calidad de vida en el siglo XXI*. Bogotá. Colección Bíos y Ethos. Ediciones El Bosque.

Varela, F. (1996). *Conocer. La ciencias cognitivas: tendencias y perspectivas. cartografía de las ideas actuales*. España. Gedisa.

Varela, F. J. y et al. (1997). *De cuerpo presente. Las ciencias cognitivas y la experiencia humana*. España. Gedisa

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. <http://www.iica.int/Esp/infoinstitucional/Paginas/HistorialICA.aspx>

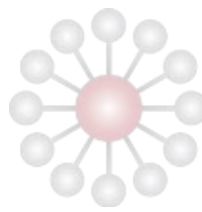
Serrano G. B.G. *Historiografía koirena de la ciencia*. Disponible en: <http://www.oei.es/memoriasctsi/mesa3/m03p35.pdf> (Consultado el 20 de mayo de 2010).

Bibliografía y Fuentes electrónicas sobre Juan Díaz Bordenave

Díaz, Bordenave Juan E. (1958). *Como Preparar Una Publicación*. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. Turrialba, Costa Rica.

Díaz, Bordenave Juan E. (1978). *Comunicación y Desarrollo*. En *Estrategias de Comunicación para el Desarrollo Rural*. IICA, Ministerio de agricultura y cría y FUDECO.Venezuela.

Díaz, Bordenave Juan E. (1978). *Nuevas técnicas para el desarrollo de la comunicación en el medio rural*. En *Estrategias de Comunicación para el Desarrollo Rural*. IICA, Ministerio de agricultura y



cría y FUDECO.Venezuela.

Díaz, Bordenave Juan E. (1965). Comunicación en Extensión. Contribuciones y problemas. Citado en Primer seminario latinoamericano de profesores de extensión agrícola. IICA. Turrialba, Costa Rica.

Díaz, Bordenave Juan E. (1973). Aspectos Pedagógicos de la Enseñanza de la Sociología Rural. En Enseñanza e investigación en sociología rural en América Latina. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas. Costa Rica.

Díaz, Bordenave Juan E. y Martins de Carvalho, Horacio (1978). Planificación y Comunicación. Editorial Don Bosco. Quito, Ecuador.

Díaz, Bordenave Juan E. y Pereira, Adair Martins (1982). Estrategias de enseñanza-aprendizaje: orientaciones didácticas para la docencia universitaria. IICA. San José, Costa Rica.

Díaz, Bordenave Juan E. (1980). La transferencia de tecnología y la teoría general de los sistemas. En busca de tecnología para el pequeño agricultor. IICA. San José, Costa Rica.

Díaz, Bordenave Juan E. (1957). Cómo los agricultores Adoptan nuevas ideas. Citado en Seminario Sudamericano de Información de Extensión Agrícola Y Economía Doméstica. IICA. Lima Perú.

Díaz, Bordenave Juan E. (Compilador). (1965). Obras Básicas en Comunicación para el Desarrollo. IICA. Turrialba, Costa Rica.

Díaz, Bordenave Juan E. (1965). El futuro del ADECO. En Informe. ICCA. San José, Costa Rica.

Díaz, Bordenave, Juan E. (1987). ¿Qué es la comunicación rural? Necesidad y reto en América Latina. Carrasquilla Editores. México.

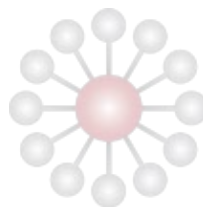
Díaz, Bordenave Juan E. (s/f). De la información agrícola a la comunicación para el cambio social. Disponible en: <http://www.inta.gov.ar/extension/profeder/comyses/doc/art4.pdf>. Consultado el 30

de agosto de 2010.

Díaz, Bordenave Juan E. (s/f). El método del arco: una forma de hacer educación problematizadora. Portal Educativo "educareducador". Disponible en: www.educareducador.ec. Consultado el 30 de agosto de 2010.

Comunicación para el Desarrollo. Encuentros en la diversidad (2007). Buenos Aires Argentina. Disponible en: <http://www.inta.gov.ar/extension/profeder/comyses/doc/comyses.pdf>. Consultado el 30 de agosto de 2010.

Ribeiro, Darcy (1976). El dilema de América Latina. Estructuras de poder y fuerzas insurgentes. Siglo XXI. México.



Sobre los autores:

Laura González Morales.

Maestra en Sociología por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Profesora Definitiva de Asignatura A en la carrera de Comunicación en la UNAM FES Acatlán. Participante en el proyecto de Investigación Comunidades Emergentes de Conocimiento Local coordinado por el Dr. Jorge González del Laboratorio de Comunicación Compleja en el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades de la UNAM. Con diversas participaciones en congresos nacionales e internacionales.

Guilebaldo López López.

Estudios de Doctorado en Ciencias Sociales y Políticas por la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Maestría en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Profesor Investigador de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM). Profesor de asignatura en el Área de Investigación de la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México. Ha participado en diferentes congresos nacionales e internacionales. Sus áreas de interés son: Comunicación, Cultura Comunitaria e Indígena, Comunicación para el Desarrollo y Globalización.



La comunicación vecinal ante la inseguridad pública: una plaza en la colonia Jardines de Valle de Saltillo, Coahuila

Gabriela de la Peña Astorga
Universidad Autónoma de Coahuila

Resumen: Este trabajo de investigación explora las adaptaciones que una comunidad vecinal en Saltillo, Coahuila, realiza en sus procesos de apropiación del espacio público de la zona: una pequeña plaza cuyo mantenimiento social y material está en manos de los vecinos a través del acuerdo generado con el Gobierno del Municipio. La historia de los vecinos en cuanto a su percepción y uso de la plaza, es presentado a través de una etnografía que analiza sus formas de comunicación e interacción comunitaria así como el proceso de cambio que ha tenido lugar a raíz de la ola de inseguridad pública en la Ciudad.

Palabras clave: Inseguridad pública. Comunicación vecinal. Espacio público. Saltillo. Plazas.

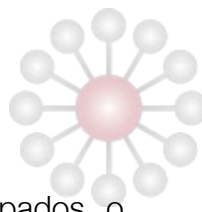
Introducción

Los espacios públicos urbanos son en nuestras sociedades contemporáneas los lugares de encuentro, de tránsito y de relaciones cotidianas en permanente movimiento en los que construimos las pautas de una interacción citadina compuesta de múltiples, y en ocasiones veloces, procesos de negociación interpersonal que se dan en el marco del aquí y ahora, en co-presencia y visibilidad ante los demás.

Si bien este tipo de intercambio fugaz ha sido denostado como el de las superficialidades o la fragmentación de la vida social en la modernidad; de la que se ha dicho que difícilmente permite acercarse a la estructura social, económica y

política bajo la que tienen lugar, es en cambio en estos escenarios donde podemos asistir a la construcción permanente de lo que Lefèbvre (1991) designa como “espacio social”: un terreno dispuesto para la producción de lo social público por parte de los urbanitas que lo ocupan por momentos y con intenciones variadas.

El proceso de comunicación que permite el uso de estos sitios sin tropiezos físicos o emocionales (Lofland, 1985) se establece a través de la puesta en marcha de los saberes urbanos (Joseph, 1999). Este conocimiento popular se manifiesta en procesos de interacción basados en los mensajes que construimos e interpretamos a partir de un repertorio verbal, paralingüístico y corporal,



convenido como adecuado en un marco de co-presencia y visibilidad mutua.

Mientras mucho se ha investigado sobre la naturaleza de la sociabilidad de estos lugares, poco se ha explorado hasta ahora en nuestro país sobre los rotundos cambios que esta vida pública ciudadana ha experimentado bajo el marco de inseguridad que ha presentado rasgos de crisis en los últimos años. En la ciudad de Saltillo, específicamente, a partir del año 2008.

Esta ponencia intenta mostrar un retrato de la vida social en una plaza vecinal de Saltillo, como ciudad norestense de densidad media que ha presentado fuertes transformaciones en las formas de interacción pública urbana a raíz de la amplia visibilidad y la cada vez más cotidiana experiencia de la violencia. Dichas transformaciones en los procesos de comunicación vecinal, incluyen nuevas pautas de interacción en los espacios públicos y privados de la Colonia Jardines de Valle, un fraccionamiento de estrato socio-económico medio habitado como tal desde 1970 por vecinos cuyas historias de vida se han entrelazado a lo largo de estos años y que hoy muestra rasgos de una solidaridad reformulada, propia de un estado de crisis en la vida pública de la zona.

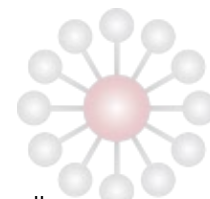
1. Saltillo, la plaza es espejo d una cultura vecinal que vibra al ritmo de los acontecimientos de la ciudad

A partir del año 2003, la Ciudad de Saltillo inició un proceso de amurallamiento de la vivienda y de sus zonas comerciales, culturales y educativas a través de la instalación de sistemas de seguridad tales como alarmas, porteros, bardas son equipamiento de electrificación, rejas y cámaras de vigilancia.

No sólo los vecinos que antes tenían en sus casas

jardines frontales se encontraban ocupados o preocupados por instalar altas rejas de metal que evitaran la vista hacia el interior de sus hogares, sino que los negocios dedicados a la instalación de alarmas domésticas proliferaban en la Ciudad. Al mismo tiempo, Saltillo había desarrollado en los últimos tres años un conjunto de nuevos complejos habitacionales y comerciales ubicados a un costado de cinco vías rápidas que conectaban las distintas zonas en que ésta había crecido hacia sus 4 puntos cardinales. Estos nuevos complejos habitacionales y comerciales se encontraban amurallados y custodiados por personal de seguridad; estaban habilitados con sistemas de alarma y cámaras ubicadas en la entrada y otros puntos al interior de las plazas comerciales y los fraccionamientos ahora bardeados.

Aunque el índice de robos reportado para la Ciudad en el año 2003 era de 1.5 automóviles al día según la Procuraduría General de Justicia del Estado (PGJE) y el total de crímenes denunciados para el mismo año era de 24,333 con base en el 5°. Informe de Gobierno del Estado de Coahuila, la percepción mediática y ciudadana se movía entre los polos de considerar a Saltillo como una de las ciudades con mayor calidad de vida en el País y un temor generalizado de que los índices de inseguridad iban en aumento. Por ejemplo, para el año 2001 la medición del Instituto Ciudadano de Estudios de Inseguridad (ICESI) sobre la percepción de la población coahuilense de sentirse vulnerable ante distintos tipos de crímenes era del 40% al 37%, por debajo de la media nacional que era del 47%. No obstante, las nuevas construcciones habitacionales, escolares y comerciales ubicaban medidas de seguridad en sus entradas y salidas, y los comentarios cotidianos entre vecinos se referían cada vez más a los asaltos a casas, ya fuera robos



de automóvil o del equipamiento doméstico¹. Para acceder a esas nuevas zonas habitacionales, era necesario ser vecino o conocido de alguien que ahí viviera. En las casetas de entrada, custodiadas por un vigilante contratado por la comunidad de vecinos, se solicitaba a los visitantes que dejaran sus datos personales y su credencial de identificación oficial, se registraban también las placas del coche que ingresaba y el nombre de la familia o persona a la que se venía a visitar. Estas nuevas zonas de vivienda –denominadas Residencial, acompañadas de nombres como San Agustín, Bugambillas, Portales de Aragón, San Patricio Plus, Los Pinos, entre otros- eran una modalidad generalizada de vivienda para los estratos medio y medio alto a partir del año 2003, fecha en que inició el Plan Municipal de Desarrollo 2003 – 2005.

La población de la Ciudad también había crecido considerablemente (según muestran los censos oficiales y se comentaba entre los residentes en Saltillo). Mientras que en el año 2000, la población de Saltillo –sin incluir su zona conurbada, que integra dos municipios más: Ramos Arizpe y Arteaga- era de 578,000 habitantes, para el 2005 era de 648,929 (INEGI, 2005) y en el 2009 alcanzó los 702,568 habitantes (INEGI, 2009). El Plan Municipal de Desarrollo Urbano 2003 – 2005, dio inicio al crecimiento en infraestructura vial y fraccionamiento que hoy Saltillo detenta hacia el Nororiente, Sur y Poniente, principalmente.

Este crecimiento zonificó la Ciudad por actividades

y estratos socio-económicos, lo que dio por resultado un Nororiente ciudadano trazado en torno a grandes avenidas y conglomerados comerciales y habitacionales de acceso privado, mientras el Centro inició su remodelación en estilo colonial dentro del proyecto de “Recuperación del Centro Histórico” por parte de los gobiernos municipal y estatal. El Sur, por su parte, que había sido hasta antes del 2000 zona periférica y desprovista de los servicios primarios básicos, fue objeto de intervención urbanística al instalarse en él oficinas gubernamentales, nuevos bulevares y zonas de atracción turística tales como el Museo del Desierto, el Parque las Maravillas y el Gran Bosque Urbano.

Algunas de las plazas municipales tradicionalmente visitadas por los saltillenses como lugar de esparcimiento y encuentro (la Alameda, la Plaza de las Ciudades Hermanas, entre otras), habían sido abandonadas por actividades de ocio que ahora se trasladaban a los nuevos centros comerciales (Plaza Sendero, Plaza la Nogalera) y a los pequeños parques vecinales ubicados al interior de los fraccionamientos amurallados. La población comentaba que, por ejemplo, “la Alameda estaba abandonada por el Gobierno”, haciendo referencia al mal estado de sus instalaciones y a las actividades de prostitución nocturna que ahí se presentaban. Los parques de fraccionamientos más modestos, se encontraban en condiciones poco propicias para el esparcimiento vecinal (desprovistas de bancos, zonas de sombra, áreas verdes o pavimentado que permitiera recorrerlas o practicar algún deporte) y cada vez más, eran percibidos por la población como el lugar de reunión de pandilleros o asaltantes, sitios que había que evitar a toda costa por la noche, y que no podían ser disfrutados durante el día debido a la falta de sitios

¹ Para 2004, la casa de mis padres (localizada en la zona habitacional en que se encuentra la plaza en la que hice el trabajo de campo para esta investigación) había sido robada en tres ocasiones. Durante el último robo, los ladrones habían entrado por una pequeña ventana ubicada en el baño, que carecía de enrejado. Los mismos vecinos nos comentaron que era la modalidad de robo de los últimos meses: adultos que llevaban niños para introducirlos por pequeños espacios y una vez dentro, que éstos les abrieran alguna de las puertas.

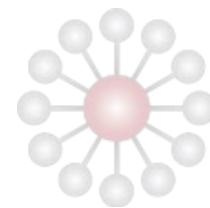


para sentarse o resguardarse del sol o la lluvia. Por su parte, los fraccionamientos saltillenses ubicados en el Norte de la Ciudad y que contaban con cerca de 40 años de antigüedad (Colonias República, Latinoamericana, Virreyes, Guanajuato, Los Maestros, Universidad, Jardines de Valle, entre otros) contaban con una infraestructura distinta a las nuevas zonas habitacionales que favorecía el disfrute de pequeños parques públicos visitados por los vecinos cada tarde. Aproximadamente cada 10 calles, se encontraba el terreno equivalente a una pequeña manzana construida como parque arbolado, equipado con bancos y vegetación desértica, paradas de autobús en sus costados y contaban con canchas de basquetbol o espacios para practicar futbol, voleybol o hacer caminata (en la Colonia Guanajuato, por ejemplo). Además, en algunas de ellas, los vecinos tenían la costumbre de reunirse las tardes de los jueves a escuchar música; cada quien traía sillas desde su casa y el Gobierno Municipal pagaba a los tríos o conjuntos que ahí se presentaban (es el caso de la plaza vecinal ubicada en la Colonia República, entre las calles Hidalgo y Nava, que sin nombre oficial, es identificada por los saltillenses como “la plaza de los músicos”). Fue este tipo de escenario como plaza la que decidí estudiar debido a que para el año 2005, representaba el espacio público con las características a las que he aludido en la introducción de este trabajo. Los párrafos anteriores explican las razones por las que las grandes plazas de la ciudad o las más pequeñas no eran visitadas –y aún más, temidas– por la comunidad de vecinos en la que se ubicaban, lo que me hizo buscar alguno de estos parques vecinales en los que pudiera realizar el trabajo de campo.

El cuadro que sintetiza la estrategia metodológica

(ver Fig. 1) explica el procedimiento que seguí para seleccionar y acercarme finalmente a la plaza ubicada en la Colonia Jardines de Valle, lugar donde vivía y en la que mi familia residía desde 1984, lo que me permitiría tener acceso a los testimonios, percepciones y experiencias con respecto a la plaza por parte de los vecinos.

1ª. Etapa: Investigación no intrusiva

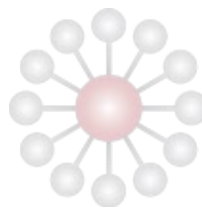


Tipo de aproximación	Técnicas utilizadas	Instrumentos de registro	Ciudad y escenario	Fecha	Observaciones
No intrusiva. Rol de vecina usuaria de la plaza (caminata, bicicleta, acompañada por mis sobrinos, amigos y perros).	Observación flotante y dirigida, entrevistas informales.	Presencia de la investigadora, cámara fotográfica ocasionalmente, notas de campo en la computadora, una vez de vuelta en casa.	Saltillo, Coahuila. Plaza vecinal en la Colonia Jardines de Valle y otras plazas y parques en la Ciudad.	Agosto 2005 a marzo 2009.	A la plaza vecinal de la Colonia Jardines de Valle me aproximé con la confianza de ser una vecina conocida en el barrio, esto también me permitió tener acceso a mayor número de entrevistas informales con los visitantes de la plaza, en rol de vecinos que disfrutaban del lugar por las tardes.

2ª. Etapa: Investigación participante y abierta en la plaza.

Tipo de aproximación	Técnicas utilizadas	Instrumentos de registro	Ciudad y escenario	Fecha	Observaciones
Participante. Rol de vecina usuaria de la plaza (caminata, bicicleta, acompañada por mis sobrinos, amigos y perros), profesora e investigadora de los espacios públicos urbanos.	Observación dirigida, entrevistas, colaboración en realización de actividades de cuidado de la plaza vecinal en la Colonia Jardines de Valle.	Presencia de la investigadora, cámara fotográfica ocasionalmente, notas de campo en computadora, una vez de vuelta en casa.	Saltillo, Coahuila. Plaza vecinal en la Colonia Jardines de Valle.	Agosto 2005 a marzo 2009.	Para esta etapa fueron particularmente valiosos los testimonios de los vecinos acerca de la historia y los significados que le atribuyen a la plaza vecinal, así como sus opiniones sobre los espacios públicos urbanos una vez que llegamos en la conversación al punto de mi papel como investigadora de los mismos.

3ª. Etapa: Micro



Tipo de Aproximación	Técnicas utilizadas	Instrumentos de registro	Ciudad y escenario	Fecha	Observaciones
Cualitativa, teoría fundamentada (<i>Grounded Theory</i>) y microanálisis de datos.	Análisis de notas de campo, identificación de variables, categorizaciones y conceptualizaciones, revisión teórica, análisis de casos, investigación documental	Presencia de la investigadora en rol de periodista, cuaderno, cámara fotográfica, grabadora de audio, ordenador.	Saltillo, Coah: plazas, calles, museos, bibliotecas, ONGs, universidades	Enero 2004 a la fecha.	Dado que la teoría fundamentada de Strauss y Corbin propone, igual que el interaccionismo simbólico de Blumer, la generación de conocimiento científico basado en un trabajo de campo que sea permanentemente contrastado con el cuerpo teórico, esta etapa de investigación ha sido generada durante y después del trabajo de campo.

Fig. 1: estrategia
Para el año 2005, cuando dio inicio la etapa de

inmersión en la plaza vecinal, este tipo de áreas públicas destinadas al disfrute y encuentro de la población parecían estar en extinción dadas sus características de acceso público y la percepción ciudadana de éstas como lugares libres de violencia pública. Los vecinos me habían relatado la historia de este espacio cuando les pregunté por qué “la placita” (como los vecinos se referían a ella) no tenía nombre, placa de inauguración o publicidad gubernamental. Hacia 1990 el Gobierno del Municipio deseaba deshacerse de ella reclamándola como terreno a ser subastado públicamente para la edificación de viviendas y comercios. Los vecinos propusieron entonces hacerse cargo de su mantenimiento, como es hasta la fecha. La limpieza y el riego de árboles

es tarea comunitaria realizada en ocasiones por los propios vecinos (una de las escuelas primarias ubicada a dos calles de la plaza, tomó la iniciativa en el año 2009 de invitar a sus alumnos y vecinos a limpiar de manera conjunta la plaza), y a veces encargada a terceros tras haber sido financiada por una cuota común, aspecto que se sumó de forma relevante para elegirla como escenario de observación para la interacción pública. Apenas en marzo de 2010, una de las vecinas pudo llegar a un arreglo con el Alcalde para que enviara a un trabajador del programa de empleo temporal a hacerse cargo de la limpieza y el mantenimiento de las zonas verdes.

El siguiente mapa muestra las calles aledañas a la plaza (ver Fig. 2). Como puede observarse,



ésta se inserta al interior de la zona habitacional de la Colonia Jardines de Valle, pero su ubicación cercana a 3 de las avenidas principales del Norte de la Ciudad (Avenida Universidad, Boulevard Isidro López Zertuche, Boulevard Venustiano Carranza) así como a centros educativos y comerciales de afluencia constante por parte de la población hacen de ella un lugar visitado permanentemente tanto por quienes residen en la Colonia como por quienes al acudir a alguno de los centros educativos o comerciales, la utilizan como lugar de encuentro, descanso o tránsito cotidiano.

Con respecto al área de la educación, encontramos en las avenidas aledañas oficinas y la Rectoría de la Universidad Autónoma de Coahuila, la Preparatoria Ateneo Fuente, el Instituto Tecnológico de Saltillo, el Colegio La Paz, el Colegio Fernández Montes de Oca, la Secundaria Técnica No. 4, la Guardería La Villita, el Asilo de Ancianos, la Preparatoria Liceo Ghandi, la Universidad Española de Coahuila así como centros de capacitación en áreas de informática y artes. En torno a estos centros educativos, se ubican los servicios comerciales necesarios para su funcionamiento: papelerías, cibercafés, restaurantes, farmacias, diversos medios de comunicación (radio y prensa escrita), tiendas de conveniencia y centros comerciales (Soriana, Ciudad de París, Copel y Aurrerá), consultorios médicos, lavanderías, tiendas de regalos, gimnasios, gasolineras y billares. Adicionalmente, sobre el Boulevard Isidro López Zertuche se ubica la zona de fábricas y empresas del Grupo Industrial Saltillo, el territorio industrial que fue el primero en instalarse en Saltillo (en 1920) y que sigue en operaciones con base en dos giros: la construcción y la fundición para motores y autopartes; actualmente tiene 9,000 empleados bajo nómina (GIS, 2010).

De forma tal, que la plaza vecinal recibe la visita de personas que se apropian de dicho espacio para diversas actividades en distintos momentos del día, como se explicará más adelante.



Fig. 2: Ubicación de la plaza en la Colonia Jardines de Valle.

Durante el segundo semestre del año de 2005, comencé a visitar la plaza. Lo hice primero en distintos horarios (los que mi trabajo me permitía tener durante las horas libres del día, igual que el resto de sus usuarios), lo que me hizo observar que este espacio público era visitado y utilizado de acuerdo con la disponibilidad de tiempo con que cada grupo de usuarios contaba. Es decir, la plaza vecinal no aparecía habitada a cualquier hora del día, sino que su ocupación y apropiación correspondía a razones prácticas que complementaban las rutinas de los usuarios en otros espacios. El invierno de ese mismo año, comencé a visitarla tratando de identificar el papel que el clima jugaba sobre las actividades de apropiación, también pude identificar que las



condiciones climáticas eran determinantes en el uso de la plaza, que aparecía desierta si llovía o la temperatura ambiental era muy baja.

Esta primera aproximación me permitió detectar algunas prácticas de apropiación de la plaza que eran constantes cuando el clima lo permitía: encuentros entre parejas, ejercitación con caminatas, descanso en alguna de sus bancas centrales con el fin de revisar los mensajes del celular, pequeños grupos de estudiantes de la secundaria que eran reconocibles por sus uniformes; esporádicamente, algunos niños acompañados de adultos. Resultado de esa etapa es el mapa de trabajo que presento a continuación, y que sirve de marco para la descripción y el análisis de las actividades de interacción pública en la plaza vecinal (ver Figs. 3 y 4).

La plaza vecinal tiene un área aproximada de 900 metros cuadrados, distribuidos en forma de triángulo rectángulo debido a su origen como terreno intermedio entre las calles que la rodean. Actualmente su vegetación es escasa, de tipo desértico; fue plantada ahí por los vecinos, que desde entonces le dan mantenimiento con riego y trabajo de jardinería. Cuenta con pinos, ubicados en su perímetro interior, que fueron plantados en 1977, mientras que el resto del suelo es de cemento. El área que hoy ocupa formó parte hasta 1960 del terrero de desechos de una ladrillera, de forma que su suelo, a distancia de un metro de la superficie, presenta una cama casi uniforme de pedacería de rocas, cerámica y ladrillos de barro. Esta composición del suelo es la misma para toda la colonia, de forma que aunado al clima semidesértico de la ciudad, todo jardín en la zona requiere de actividades de riego permanente así como de mantenimiento de la tierra.

La plaza es un área de libre acceso (no bardeada

o enrejada) y desde el año 2010 se han instalado ahí contenedores de basura con los colores (blanco, verde, rojo y amarillo) y el slogan del Gobierno Municipal para el periodo 2009-2010: "Saltillo eres tú", mismo que se presenta en una mampara permanente con avisos y publicidad gubernamental por ambos lados.

Los vecinos mantienen una pequeña jardinera de estilo desértico con contenedores de agua para los animales que visitan la plaza (palomas, pájaros y las mascotas) y el alumbrado se ubica en las entradas y el centro de la plaza (ver Figs. 3 y 4).

Las prácticas de apropiación y utilización de la plaza varían por periodos muy marcados, donde el tránsito y la estancia temporal es una constante visual durante todo el año. En la plaza vecinal de la Colonia Jardines de Valle no encontramos visitas permanentes y su utilización puede agruparse en actividades correspondientes a ciclos cotidianos y estacionales.

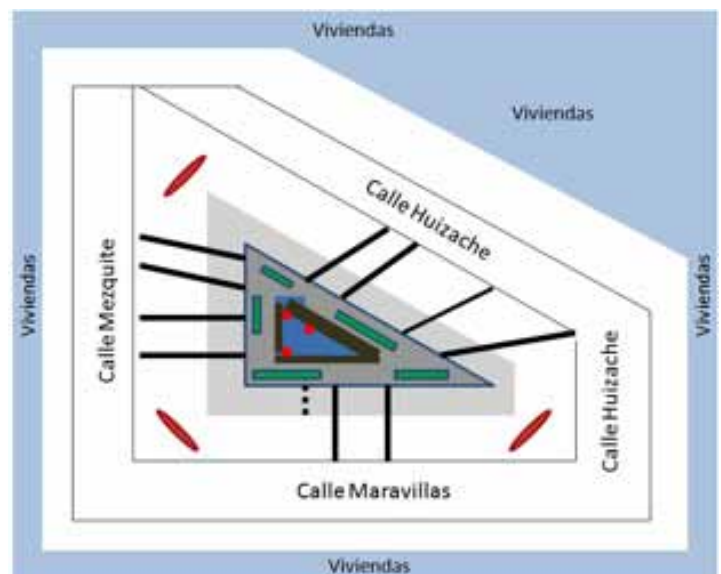


Fig. 3: Composición espacial de la plaza vecinal en la Colonia Jardines de Valle.

Del año 2005 al 2008, llevé a cabo las actividades



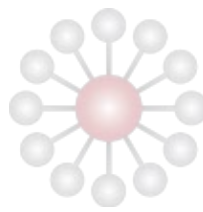
de observación como usuaria de la plaza. Durante los primeros meses intenté detectar algún patrón de utilización por parte de sus usuarios, como lo había hecho en prácticas de observación de otros espacios públicos urbanos. En efecto, las prácticas cotidianas parecían estar marcadas por la toma de decisiones de sus usuarios con base en dos lógicas prácticas, a partir de las cuales simbolizaban discretamente el espacio y las relaciones que ahí tenían lugar.

Estas dos lógicas generaban actividades de intercambio o distanciamiento y parecían estar marcadas por una cultura vecinal que había observado en el resto de interacciones que los vecinos mantenían entre sí en otros espacios públicos o privados: el reconocimiento que entre ellos pudiera darse a partir de su vínculo de vecindad, vínculo conformado por experiencias compartidas (luchas ante el Municipio para el mejoramiento del entorno de la Colonia, para presentar quejas por fallas en los servicios públicos o cooperar en la solución de algún desperfecto doméstico; préstamo de objetos o dinero), fiestas familiares, reuniones religiosas (el rosario a la Virgen de Guadalupe y al Dulce Corazón de María, que una vez por semana hacían las vecinas turnando la casa en que se realizaba) y ciclos de vida familiar (enfermedades, nacimientos, fallecimientos, accidentes, migración de los miembros de las familias).

De modo que la interacción en el “mundo de desconocidos” al que Lyn H. Lofland (1985) se había referido como característica esencial de los espacios públicos, en la plaza aparecía cruzada por la variable de reconocimiento que los vecinos hacían unos de otros a través de sus experiencias compartidas durante sus ciclos de vida en la Colonia. Los desconocidos, entonces, no eran todos cuantos utilizaban la plaza, sino aquellos que no vivían cerca de la misma.

Esta forma de identificación creaba un ambiente claramente diferenciado en el tipo de interacción que los usuarios en turno realizaban bajo el marco de la plaza: conversaciones largas o cortas entre vecinos que se reconocían como tales (la duración de las mismas correspondía a sus intenciones de uso, compartidas o diferenciadas); “apatía cortés” (Simmel, 1903) con los usuarios cuya identidad fuera desconocida por los vecinos. La clasificación de persona a la que hace referencia Lyn H. Lofland (1998) como actividad de supervivencia y disfrute en un espacio público, la realizaban los usuarios tanto a partir de identificadores de género, edad, vestimenta (uniformes escolares o de oficina, ropa deportiva, vestimenta formal) como de las actividades realizadas en ese momento en la plaza. Sumado a esta cultura vecinal, se presentaban otras tres lógicas de apropiación del espacio público de la plaza:

- A. El movimiento entre los ejes exhibición-ocultamiento, aproximación-distanciamiento, como se menciona párrafos arriba.
- B. Los horarios y rutinas en otros espacios de prácticas sociales en la Ciudad, servían de referencia para la utilización de la plaza, esto es: la duración de estancia en este espacio público, estaba determinado por la disponibilidad de tiempo y las intenciones de uso que los individuos o grupos le asignaban a sus visitas a la plaza.
- C. Las condiciones climáticas marcaban pautas de apropiación y generaban en sus visitantes adaptaciones momentáneas en la utilización de los elementos materiales de la plaza.












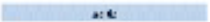
	Perímetro de la plaza vecinal. Colinda con las calles Huizache, Mezquite y Maravillas.
	Área correspondiente a la plaza sin la banqueta. La banqueta es utilizada como vía para movilizarse perimetralmente con caminatas, patines, bicicletas o sillas de rueda.
	Área correspondiente al centro de la plaza. Terreno despejado para actividades de exhibición, movimiento y actividades grupales (ejercicios orientales, fútbol, pelota, bebeleche, bicicletas, juegos infantiles en que se corre o se persiguen unos a otros)
	Bancos perimetrales en la plaza.
	Bancos al interior de la plaza, orientados hacia el centro de la misma.
	Zonas de arbustos, trueno.
	Zona de árboles, pinos
	Entradas que van de la calle al centro de la plaza.
	Mampara con publicidad del Municipio.
	Viviendas que rodean a la plaza.

Fig. 4: Simbología de

onía Jardines de Valle.

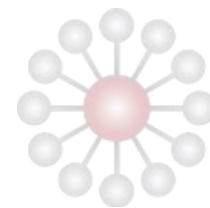
A continuación se describen las prácticas de apropiación de los elementos materiales y simbólicos de la plaza determinados por estos 4 factores que explicaban las formas de interacción social en este espacio público del año 2005 al 2008.

1.1 Cultura vecinal, ejes de visibilidad y aproximación, horarios y rutinas, condiciones climáticas

Si bien las lógicas permanentes para la toma de decisiones sobre la interacción social pública en la plaza parecían ser los ejes que iban de la proximidad al distanciamiento y de la exhibición al ocultamiento así como el de la diferenciación entre el “mundo de desconocidos” (Lofland,

1985) y el mundo de los conocidos (es decir, de los vecinos de la Colonia Jardines de Valle) que hacían los visitantes a la plaza; las otras dos lógicas parecían determinar si la plaza era visitada o no por sus usuarios. Estos otros dos procesos de razonamiento para la utilización de la plaza, se referían a las rutinas de trabajo o de ocio que los usuarios tenían en otros espacios sociales, y las condiciones climáticas de cada día y estación del año.

De tal modo que se pudieron detectar las siguientes



pautas de visita en ciclos donde los usuarios tomaban en cuenta condiciones de tiempo libre, por un lado; y de iluminación, lluvia, frío-calor, por otra parte. Las siguientes figuras (5, 6 y 7) muestran estos patrones de visita y utilización de acuerdo con las condiciones climáticas que, una vez en la plaza sus usuarios, generaban la “atmósfera” que

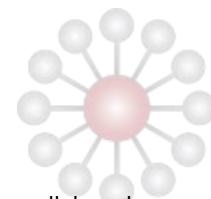
ha conceptualizado Augoyard (1979).

Fig. 5: Actividades de apropiación durante la primavera en la plaza de la colonia Jardines de Valle.

Los elementos materiales en la plaza aparecen en todas las estaciones del año y en los distintos momentos del día utilizados de forma estratégica

Estación del año	PRIMAVERA
Tránsito y estancia en la plaza por parte de sus usuarios	Ocasional y corta en fines de semana, frecuente y prolongada en días feriados (fines de semana y vacaciones de Semana Santa).
Iluminación natural, factor determinante de visita y apropiación	Durante los días nublados, la plaza aparece desierta; lo mismo sucede a partir de las 9 de la noche, en que oscurece. Durante los días soleados, aumentan las visitas a la plaza a todas horas del día -sobre todo al atardecer- por parte de oficinistas, estudiantes y las familias de vecinos.
Condiciones climáticas, factor determinante de visita y apropiación	Durante los días de lluvia, que son frecuentes durante esta estación del año, la plaza aparece desierta, lo mismo sucede en las ocasiones en que la temperatura ambiental es baja.
Actividades y prácticas de apropiación	<p>Ejercitación por parte de los vecinos: caminata y atletismo en los días en que no llueve.</p> <p>Visitas de encuentro y ocio por parte de vecinos: parejas de novios, niños en grupos familiares o de amigos, caminata por parte de adultos, paseo de mascotas, ocasional paseo de ancianos en sillas de rueda.</p> <p>Visitas ocasionales por parte de usuarios no residentes en la Colonia Jardines de Valle: visitas en pareja (algunos con uniforme laboral) en que se camina, se sientan en los bancos o aparcan el coche en el perímetro de la plaza. Grupos de estudiantes en corrillo, con uniformes de la secundaria y consumiendo algún tipo de alimento.</p> <p>Adultos no acompañados, que revisan sus mensajes del celular desde alguno de los bancos de la plaza.</p>

por sus usuarios, de acuerdo con las formas de aproximación o distanciamiento que desean mantener entre sí.



Los bancos periféricos son generalmente apropiados para dos tipos de prácticas: conversación y convivencia entre parejas y pequeños corrillos de amigos, así como punto de encuentro, espera y vigilancia. Los bancos periféricos carecen de respaldo, de modo que la falta de comodidad corporal, hace que quienes esperan, vigilan a los niños o conversan, se recarguen unos sobre otros. A pesar de que los bancos son pintados con frecuencia como parte del mantenimiento de la plaza, se pueden observar los rastros de simbolización realizados por sus usuarios. El texto muestra características de relaciones amorosas mientras los trazos parecen corresponder a la escritura de los adolescentes. Otro tipo de simbolizaciones de relaciones amorosas aparecen en el cemento de la plaza, nombres e iniciales contenidas en corazones; también se presentan nombres propios, manos y huellas de zapatos deportivos, así como marcas de las ruedas de bicicleta.

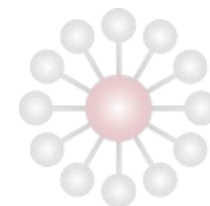
Con respecto a la vista desde las calles que rodean a la plaza, el centro aparece rodeado de una pequeña fila de truenos, así como de altas coníferas que bloquean la visión sobre el mismo y permiten una cierta privacidad con respecto al ritmo de la calle. Este espacio central es generalmente apropiado por grupos de niños o adolescentes que la recorren en bicicleta, patinetes y pequeños coches de juguete mientras los adultos que los acompañan esperan en los bancos interiores, donde dos personas pueden sentarse cómodamente. La interacción entre los niños y adolescentes en este espacio, es gestionada por el grupo reunido en cada ocasión y frecuentemente culmina en juegos espontáneos de fútbol, carreras, persecuciones, bebeleches o competencias de saltos.

A lo largo de todas las estaciones del año, la

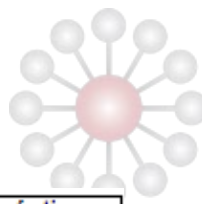
iluminación natural determina en gran medida el tipo de actividades y formas de apropiación en la plaza. Las bancas interiores permiten gozar de la sombra mientras el centro recibe la luz del sol. Otra área de sombra es la que se ubica bajo los árboles, aunque ésta es sólo utilizada por los niños en actividades de exploración del suelo en búsqueda de cascarones de huevo de paloma, piedras o insectos.

Fig. 6: Actividades de apropiación durante el verano en la plaza de la colonia Jardines de Valle.

Fig. 7: Actividades de apropiación durante el ciclo otoño-invierno en la plaza de la colonia Jardines de Valle.

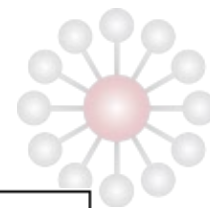


Estación del año	VERANO
Tránsito y estancia en la plaza por parte de sus usuarios	<p>El tránsito de estudiantes de la secundaria disminuye, así como su presencia en la plaza. Durante las vacaciones de verano, la plaza aparece ocupada durante la mayor parte del día y a diferencia de otras estaciones, la apropiación se da en grupos de todas las edades y géneros, mientras la actividad individual de ejercitación aumenta durante las mañanas y las tardes, hasta cerca de las 10 de la noche.</p> <p>Una nueva población aparece en la plaza como extensión de una escuela de verano que se ubica en la esquina; así, la presencia de niños y adultos haciendo ejercicio y juegos en grupo se lleva a cabo cotidianamente en horarios de media mañana y tarde.</p> <p>Esta es la estación del año en que la plaza aparece ocupada casi a todas horas y las interacciones entre los visitantes se realizan de forma más frecuente en los bancos, centro y mientras se camina en el perímetro. Así mismo, la plaza se convierte en extensión de las actividades y las visitas en las casas de la Colonia: amigos y familiares de los niños y adultos que pueblan esta zona de la ciudad se trasladan a la plaza para continuar las actividades de ocio que habían iniciado en casa.</p>
Iluminación natural, factor determinante de visita y apropiación	<p>La luz del sol, así como la alta temperatura en esta época del año, son determinantes en la densidad de visitantes en la plaza. El sol se convierte en la razón de estar o no en la plaza, que aparece desierta entre las 13.00 y las 17.00 hs. Del día. Una vez en la plaza, las zonas de sombra son apropiadas para una estancia más larga y confortable, mientras la zona que no cuenta con ello, el centro, es apropiado para juegos de grupo. Durante las primeras horas de la mañana (a las 8.00 hs. aproximadamente), se reúne un grupo de adolescentes y adultos que practican ejercicios de yoga en el centro de la plaza.</p>
Condiciones climáticas, factor determinante de visita y apropiación	<p>En la Ciudad, durante el verano, las temperaturas más altas se alcanzan por la tarde y pueden llegar hasta los 38 grados centígrados. El calor hace que las visitas a la plaza disminuyan entre las 13.00 y las 17.00 hs. y que sus usuarios lleguen casi al mismo tiempo fuera de este lapso de tiempo, en horarios de 8 a 12 hs. y de 17.00 a las 22.00 hs. Las sombrillas entre los adultos y las pistolas de agua entre los niños, forman parte de las herramientas adicionales con que los usuarios llegan a la plaza.</p>

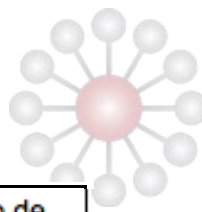


<p>Actividades y prácticas de apropiación</p>	<p>Durante el verano, la plaza sufre una transformación importante en cuanto a las prácticas de apropiación por parte de sus usuarios. Muchos de ellos han estado esperando las vacaciones, el buen clima y la oportunidad de convivir durante periodos de tiempo más prolongados en los espacios públicos vecinales.</p> <p>Las vacaciones escolares generan una dinámica de actividades familiares diferentes. Los niños esperan la oportunidad de ir a la plaza con bicicleta, pelota, pistolas de agua, cuerdas y otros juguetes destinados al disfrute en grupo. Los adultos inician rutinas de ejercicio físico que no habían podido realizar en otras temporadas por la falta de tiempo o de buen clima.</p> <p>Las prácticas de apropiación del lugar siguen siendo las mismas que en la primavera, con excepción de las actividades grupales (previamente planeadas o espontáneas) y el horario más extendido de visita a la plaza. La negociación de utilización, tránsito y formas de interacción momentáneas, se realiza una vez ahí considerando la naturaleza de la ocupación y la convivencia de los usuarios que se encuentran en ella. Esta negociación no está exenta de discusiones realizadas a partir de recursos verbales o gestuales, y generalmente tienen que ver con las reglas de participación momentáneas y la utilización conjunta del espacio por parte de usuarios con características motrices diferentes y con intenciones de uso variados. Las reglas de esta comunidad momentánea generalmente tienen que ver con lo que los usuarios, vecinos la mayor parte de ellos, considera apropiado para compartir el espacio: las mascotas deben ir con correa, los niños deben ir acompañados de algún adulto, debe darse preferencia en la ocupación del espacio a los ancianos y bebés en carrito. Así mismo, el centro es percibido como lugar para juegos de grupo, y el perímetro de la plaza, como espacio para movimientos que siguen un ritmo marcado (caminata, bicicleta, atletismo).</p>
--	---

1.2 La lucha vecinal por un espacio público, verde y seguro



Estación del año	OTOÑO-INVIERNO.
Tránsito y estancia en la plaza por parte de sus usuarios	Ocasional en fines de semana, frecuente en días feriados (vacaciones navideñas) y cuando el clima lo permite (no llueve y la temperatura no es muy baja). El periodo de vacaciones de verano ha terminado, y la plaza aparece deshabitada por las mañanas y noches así como durante la mayor parte de los días en que se presentan lluvias o una baja temperatura.
Iluminación natural, factor determinante de visita y apropiación	Durante los días nublados, la plaza aparece desierta, lo mismo sucede a partir de las 7 de la tarde, en que oscurece. Durante los días soleados, aumentan las visitas a la plaza. Durante varias semanas, la luz solar es escasa a lo largo del día, de modo que cuando se presenta una tarde soleada; la plaza aumenta considerablemente su porcentaje de visitas.
Condiciones climáticas, factor determinante de visita y apropiación	Durante los días de lluvia, que son frecuentes durante esta estación del año, la plaza aparece desierta, lo mismo sucede en las ocasiones en que la temperatura ambiental es baja. En invierno (durante enero y febrero, principalmente) es frecuente que la temperatura baje de los cero grados centígrados. No obstante, hay fechas en que la plaza aparece ocupada durante las tardes si la temperatura es mayor a los 5 grados: Noche buena, Navidad, Fin de Año y durante los asuetos oficiales (15 de septiembre, 2 de noviembre y 20 de noviembre).
Actividades y prácticas de apropiación	<p>Ejercitación por parte de los vecinos: caminata y atletismo en los días en que no llueve.</p> <p>Visitas de encuentro y ocio por parte de vecinos: parejas de novios, niños en grupos familiares o de amigos, caminata por parte de adultos, paseo de mascotas.</p> <p>Visitas ocasionales por parte de usuarios no residentes en la Colonia Jardines de Valle: permanencia en pareja (algunos con uniforme laboral) en que se camina, se sientan en los bancos o estacionan el coche en el perímetro de la plaza. Grupos de estudiantes en corrillo, con uniformes de la secundaria y consumiendo algún tipo de alimento.</p>



<p>Actividades y prácticas de apropiación</p>	<p>Adultos no acompañados, que revisan sus mensajes del celular desde alguno de los bancos de la plaza.</p> <p>Mención especial merecen el 31 de octubre, y el 24 y 25 de diciembre. Durante la noche del 31 de octubre (de 20.00 a 21.00 hs, aproximadamente), niños acompañados de adultos recorren las casas de la Colonia pidiendo dulces a los vecinos (adaptación de la festividad norteamericana de Halloween). La plaza es utilizada como lugar de descanso durante el recorrido.</p> <p>La noche del 24 de diciembre, por su parte, es apropiada por los vecinos para la quema de luces de bengala y cohetes. Es el lugar público aceptado por los vecinos y urbanitas para la realización de esta actividad, pues el ruido en otras calles ocasionado por esta práctica, ha sido sancionado por los vecinos en cuyas casas habitan bebés o ancianos enfermos.</p> <p>Durante el 25 de diciembre, la plaza es visitada con frecuencia durante la mañana y la tarde; momento en que los niños aparecen con los juguetes recibidos ese día y los adultos aprovechan para realizar otras actividades comunes en la plaza.</p>
--	---

Del artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos:

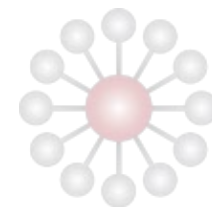
V. Los Municipios, en los términos de las leyes federales y Estatales relativas, estarán facultados para:

- a) Formular, aprobar y administrar la zonificación y planes de desarrollo urbano municipal;
- b) Participar en la creación y administración de sus reservas territoriales;
- c) Participar en la formulación de planes de desarrollo regional, los cuales deberán estar en concordancia con los planes generales de la materia. Cuando la Federación o los Estados elaboren proyectos de desarrollo regional deberán asegurar la participación de los municipios;
- d) Autorizar, controlar y vigilar la utilización del suelo, en el ámbito de su competencia, en sus jurisdicciones territoriales;
- e) Intervenir en la regularización de la tenencia de

la tierra urbana;

- f) Otorgar licencias y permisos para construcciones;
- g) Participar en la creación y administración de zonas de reservas ecológicas y en la elaboración y aplicación de programas de ordenamiento en esta materia;
- h) Intervenir en la formulación y aplicación de programas de transporte público de pasajeros cuando aquellos afecten su ámbito territorial;
- i) Celebrar convenios para la administración y custodia de las zonas federales.

En lo conducente y de conformidad a los fines señalados en el párrafo tercero del artículo 27 de esta Constitución, expedirán los reglamentos



y disposiciones administrativas que fueren necesarios.

Inicio este tema con el artículo 115 de la Constitución a petición de la Dra. MZ², vecina de la calle Huizache y promotora de la defensa de esta plaza como bien público desde 1977 junto con sus vecinos el Ing. RV (residente en la calle Maravillas) y la Anticuaría, Sra. TY (vecina de la calle Mezquite). Agrego su interpretación de este artículo: “si está en la Constitución, no entiendo porqué no nos hacen caso (Gobierno Municipal, vecinos y las empresas cuya gestión interviene en el mantenimiento de la plaza)”.

La Dra. MZ se refiere a las demandas vecinales y ciudadanas que los vecinos de las tres calles que rodean a la plaza han presentado ante los gobiernos municipales en turno a lo largo de 33 años para hacer de este espacio “una máquina de oxígeno en la zona con mayor índice de cáncer en toda la ciudad” (en entrevista personal realizada el día 12 de julio de 2012).

En el oficio fechado el 15 de abril que fue enviado por los vecinos al Lic. Héctor Reyes, coordinador de la Oficina de Atención Municipal, se lee lo siguiente:

“Nuevamente nos estamos dirigiendo a Usted(es) los vecinos de la Colonia Jardines de Valle, situada entre las calles Maravillas, Huizache y Mezquite, para solicitarle de la manera más atenta, la reubicación del placero el Sr. UO, y la colocación en la plaza de un pequeños kiosko, esto con la finalidad de mantener un área verde y los pocos árboles que quedan vivos. Hasta la fecha no hemos tenido ninguna respuesta a

lo antes señalado.

Le pedimos de favor se nos incluya en el programa de rehabilitación de plazas públicas.

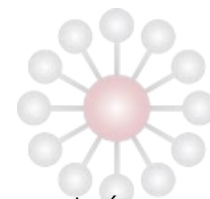
También le solicitamos patrullas a la hora de la salida de los jóvenes de la secundaria técnica #4, ya que existe la venta de drogas, vandalismo y faltas a la moral.

En espera de su pronta respuesta a lo antes señalado, le reitero mi más distinguida consideración y estima”.

La Dra. MZ explica el origen de estas peticiones:

“Solicitamos al Alcalde Jericó (Abramo Masso; Presidente Municipal de Saltillo para el periodo 2010-2013) que nos incluyera en su programa de empleo temporal para que nos mandaran a una persona a hacerse cargo de la limpieza y el riego en la plaza. Ya nos lo mandaron, por eso ahorita está todo muy limpio; nos pintaron las bancas, y también se encarga de regar las pocas coníferas que nos quedan. Llegamos a tener hasta 30 rosales, pero se secaron todos. Se secaron también muchos pinos que habíamos sembrado y que compramos en la (Universidad Autónoma Agraria) Antonio Narro... tuvimos que priorizar, porque eran las rosas o eran esas maquinitas de oxígeno que son los árboles (...) y es que nos quedamos sin agua. Teníamos 4 tomas de agua para regar. Cuando se privatizó el servicio con Aguas de Barcelona, nos quitaron las 4. Aguas de Barcelona quitó el servicio de agua a 560 plazas en Saltillo, dijo que si queríamos agua, que la pagáramos los vecinos. Obviamente ningún vecino dijo “esta boca es mía”... yo hasta pedí cita con el

2
Esta sección de los resultados utiliza pseudónimos con el fin de proteger la identidad de los informantes.



Sr. (el entonces director de Aguas de Saltillo como socio privado, Jesús García García) Nunca me recibió (se ríe). Les quitaron el agua a los vecinos (de las plazas vecinales), las plazas pasaron a ser semi-particulares, que ahora les tocaba a los vecinos, y les quitaron el agua. Nosotros pagamos una toma, entre tres vecinos; porque las que éramos muy unidas se fueron muriendo, se fueron a otras colonias... ahora no sabemos ni quién vive aquí, ni quién vive acá. La cuota de la toma la pagamos entre los tres vecinos y nos dividimos las actividades del riego. Ahora con Jericó acabo de conseguir un jardinero de empleo temporal, pero también le pagamos mitad nosotros, mitad el Municipio. Y lo pagamos los tres vecinos que quedamos; porque dijimos mi marido y yo 'hasta el fin de los días', y bueno... ya lo tomamos como misión de vida, y total...³". "Los otros vecinos dijeron que no, que eso le tocaba al gobierno, que era su responsabilidad. ¿Y sabes cuánto tendrían que pagar los vecinos que viven en la Colonia al mes para la cuota del agua y del empleo temporal? ¡6 pesos cada uno!, pero no quieren, que están jubilados... Y con todo el respeto que le tengo a España, a Barcelona y todo, pero no deben ellos hacer eso; lo que hace Aguas de Barcelona no está bien, porque están pisando la Constitución. Es como si yo fuera a su casa y les dijera cómo administrar su agua, su

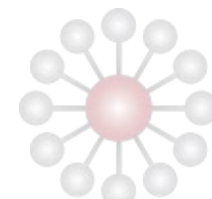
mandado; pues como extranjera, no estaría bien".

Esta concepción de la plaza como lugar verde y público tiene su origen en las acciones que en torno a su composición paisajística han tenido las familias que primero habitaron las calles aledañas en 1975. La Dra. MZ cuenta que los primeros vecinos, que eran parejas jóvenes con hijos pequeños, comenzaron a utilizar la plaza para reunirse en torno a un lugar seguro para la convivencia de sus hijos y se dieron a la tarea de preparar la tierra y sembrar árboles:

"En 1977, ese terreno era piedra. Mi esposo y yo empezamos a hacer composta ahí, fue una labor de años. Luego vino la siembra del trueno (la planta que se ubica en el perímetro del centro de la plaza) y de coníferas. Fuimos a hablar con Flores Tapia (Gobernador de Coahuila de 1975 a 1981), nos dijo que sí nos ayudaba; nos presentó a Enrique Martínez (Alcalde de Saltillo de 1979 a 1981) que nos dijo: "yo pongo las banquetas y ustedes el mantenimiento". Nos unimos las vecinas y hacíamos noches mexicanas ahí, cada quien sacaba sus mesas y sus sillas, hacíamos cazos para vendernos tacos entre nosotros, los señores sacaban su tequila, su cubita. Con ese dinero compramos las lámparas para la plaza, alcanzamos a poner 6. El señor que trabajaba conmigo iba a hacer la limpieza y el riego de la plaza. Luego Normita Gómez (directora de Servicios Primarios en el Municipio del año 2000 al 2002), que era amiga mía, nos ayudó mucho; nos puso 3 tomas de agua para regar, yo le iba diciendo que nos pusiera una en cada

3

Aguas de Saltillo es la primera empresa mixta en México, es una paraestatal constituida en 2001 por el Ayuntamiento de Saltillo y el Grupo Aguas de Barcelona para la explotación y la distribución de este bien en la Ciudad. El Gobierno del Municipio cuenta con el 55% de las acciones, Aguas de Barcelona con el 45% restante.



calle y así alcanzábamos a regar muy bien. También nos puso las bancas de cemento, porque las que teníamos las destruyeron los muchachos de la secundaria; eran al principio 4 bancas, las blancas; esas las compramos junto con las lámparas”.

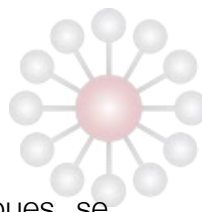
La unión de los primeros vecinos, sobre todo de las mujeres, vino a raíz de luchar porque este terreno fuera declarado plaza pública, así como de la convivencia y organización para preparar el suelo y mantener vivos los pinos que habían sembrado. La Dra. MZ comenta que los fines de semana, los niños se entretenían cavando con palas y preparando la tierra; el riego lo hacían los propios hijos de los vecinos con cubetas llenas de agua que traían desde sus casas; por esa actividad sus padres les pagaban una cuota. Aunque la mayor parte de esas familias han migrado hacia otras ciudades y fraccionamientos urbanos, ella comenta que sus hijos y sus nietos siguen disfrutando de la plaza. Sobre la petición que se hace en el oficio a la Secretaría de Atención Ciudadana, durante la entrevista la Dra. MZ hace hincapié sobre los problemas de salud pública que identifica en la plaza:

“Que ya no sé si fue bueno (poner las bancas de cemento), porque haz de cuenta que pusimos camas... (le pregunto si lo dice por los muchachos de la secundaria). Sí, por ellos. Es que no tienen información de nada. Yo traigo en mi carro los folletos (son trípticos con información sobre embarazos tempranos y métodos de planificación familiar). Tienen 10, 12 años... nadie les dice nada de los riesgos de salud a los que se exponen. Nosotros fuimos a hablar con las autoridades de la secundaria y nos

dijeron: “de las puertas para afuera, ya no es nuestra responsabilidad”. Mira los folletos, son muy sencillos, pero es información que no tienen. Sácale copia y repártelos también cuando vengas a la plaza... Aquí hay venta de drogas, se estacionan por Maravillas y esperan a los muchachos. Ya les dijimos también en la Secundaria, pero nos contestaron lo mismo. Le hablamos a la policía, y no han venido. Están muy expuestos estos niños, y no podemos permitirlo; aunque sea folletos, pero algo hay que hacer... todo está en cómo uno les habla, a mí nunca me han dicho ninguna grosería cuando les doy los folletos o les pido que no tiren basura”.

La Dra. MZ hace referencia a la problemática ecológica y de salud pública que se presenta en esta zona de la ciudad para defender la permanencia de la plaza. Su familia (esposo, hijos y nueras) es propietaria de una clínica hospitalaria a dos calles de la plaza, han trabajado en el Instituto del Seguro Social y apoyan la defensa de otras actividades cívicas relacionadas con el bienestar comunitario y la protección de la ecología.

“El plástico, estos muchachos de la secundaria van tirando basura por donde van pasado. Tenemos ese problema en México, estamos inundados de basura. Tenemos el petróleo, lo mandamos a Estados Unidos y ellos no lo regresan refinado, como basura. Ya conseguimos los botes de basura, cada vecina se hace cargo de recoger la basura de cada lado... pero bueno, queda la satisfacción de estar haciendo algo por una zona verde. Yo trabajaba en el Seguro Social y ahí me di cuenta de que el mayor



índice de cáncer pulmonar en la ciudad está en estas colonias. Porque aquí los vientos son contralisios. Toda la contaminación de Monterrey, que es un cañón, se nos viene y aquí todo el corredor industrial es puro desecho, es pura contaminación. De Ramos Arizpe para acá, quiero que me digan qué área verde hay, más que la que está en el Colegio Zaragoza, una pequeña placita que es la mitad de ésta, y luego ésta... y de aquí, hasta la Alameda. La cuestión no es cerrar fábricas, porque es una fuente de trabajo. El problema es la falta de árboles. La solución no es hacerles la guerra, es sembrar árboles. La manera de combatir eso, además de otras cosas, es sembrar estas máquinas de oxígeno... y como yo no puedo hacer todo, pues tenemos un lema en la familia: ‘mis 50 metros de entorno, vamos a mejorar nuestros 50 metros alrededor’. Si así lo hacemos todos... Yo si veo a alguien tirando basura, sí le digo ‘oiga, no tire basura, por favor. Yo sí quiero mi México limpio, mi ciudad limpia... lleva niños en su carro, ¿qué ejemplo le está dando a sus hijos?’ ”.

Relata que en una ocasión, una Asociación Civil presentó ante el Ayuntamiento un proyecto para instalar en la plaza una placa y un busto de la poetisa María Enriqueta Camarillo:

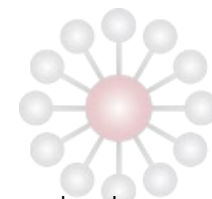
“Entonces no teníamos agua para regar los árboles, y como ellos no se proponían para pagar esto, el Ayuntamiento dijo que no iba a poner dinero para eso, que había otras prioridades para la plaza. Por ejemplo, cuando nos quedamos sin agua; y los rosales los maltrataban los niños de

la secundaria con balonazos, pues se secaron; además porque los rosales son muy tomadores de agua. Sí dejamos las coníferas, porque son las que echan las raíces hacia abajo, son las que podían sobrevivir con las características de este suelo y llenar de oxígeno nuestro entorno. Con toda la pena de nuestro corazón, pero hay que hacer sacrificios. Sí tenemos una cactácea, pero esas plantitas son más egoístas (se ríe), casi no nos dan oxígeno. Poner césped, sí, muy bonito; pero no te da oxígeno, que es lo que necesitamos en esta zona⁴”.

1.3 La lucha contra el crimen organizado en México y visibilidad de la violencia: la plaza deja de ser un espacio seguro.

En diciembre de 2006 el Gobierno Federal anuncia lo que después sería bautizado como “guerra contra el crimen organizado” o “lucha contra el narcoterrorismo” y finalmente, en junio de 2010, “lucha por la seguridad pública”. Si a finales del mes de diciembre de 2006, el Presidente Calderón había enviado 6,500 tropas federales al Estado de Michoacán a terminar con el cártel de la “Familia de Michoacán”, en junio de 2010 reconocía la pérdida de 23,000 víctimas de esta estrategia militar, entre los que se contaban 59 periodistas y 900 menores de edad. Hacia el año 2009, Reporteros Sin Fronteras advertía que México era el país donde mayor riesgo de ejercer

4 La Dra. MZ explica que dado que del 2001 al 2003 no se contaba con las tomas de agua, el riego lo hacían con una manguera desde su casa, que fue insuficiente para que sobreviviera la vegetación. Esto los llevó a aumentar la superficie de cemento en el interior de la plaza.



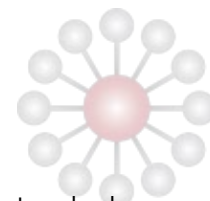
la profesión se tenía y la Secretaria de Estado Norteamericana, Hillary Clinton, señalaba que Afganistán y México eran los países más peligrosos del mundo. A principios de 2010, el Congreso Norteamericano que veía la aprobación de la nueva Ley de Migración en Arizona –que autorizaba a los oficiales de la policía de ese estado a detener a cualquier civil que tuviera aspecto de “mexicano”, pedirle su documentación oficial y encarcelarlo para ser procesado penalmente si no presentaba un pasaporte vigente- se refería a México como un “Estado fallido”.

Aunque no es materia de este trabajo de investigación hacer un análisis pormenorizado de esta problemática del México contemporáneo, las referencias anteriores sirven de contextualización para entender la transformación en las interacciones públicas vecinales que la plaza ubicada en la Colonia Jardines de Valle en Saltillo, sufrió del año 2008 al 2009.

En Coahuila, fue en el año 2008 cuando los cárteles de la droga comenzaron la disputa por este territorio. La presencia pública de los “zetas” (cártel originario de Ciudad Juárez) en los espacios sociales urbanos a través de actos violentos como balaceras, secuestros e intimidación; aunado a la presencia constante del Ejército Mexicano recorriendo las calles de sus zonas de vivienda y comercio; hicieron que la población adquiriera nuevos hábitos de interacción social pública y privada. La visibilidad de cualquiera de estos grupos armados (los zetas se caracterizaban por utilizar grandes camionetas con vidrios polarizados; el Ejército patrullaba las ciudades en sus camiones de redilas, los soldados aparecían en la parte trasera uniformados y armados) había adquirido para la población civil el significado de posible balacera.

Aunada a esta presencia pública, la llegada de operaciones criminales a los hogares de las zonas de vivienda, generaron en la población una solidaridad basada en límites muy marcados entre los conocidos y los desconocidos: los conocidos (familiares y amigos cercanos) que tenían información orientadora sobre qué lugares públicos o grupos sociales eran seguros, la compartían confidencialmente. Hacia los desconocidos, el distanciamiento era permanente y se manifestaba en la omisión de saludos, de conversaciones y de miradas. Las reuniones y celebraciones se llevaban a cabo en casa (no en espacios públicos o lugares nocturnos) y la lista de invitados era controlada por quien la organizaba. Entre los jóvenes, se adquirió la costumbre de asistir a una fiesta sólo si habían sido invitados por el organizador y se tenía el pacto de no llevar consigo a nadie más que fuera desconocido para el anfitrión, porque como me comentó entonces un alumno de Facultad, ‘yo conozco a quien invito, pero ya no podría asegurar si la persona que lleve ese amigo, no anda metido con los zetas’. A finales de febrero de 2010, el Cártel de Juárez entró en Ciudad Juárez a una fiesta de estudiantes de secundaria y asesinó a 13 adolescentes. En marzo del mismo año, un enfrentamiento entre sicarios del narcotráfico y el Ejército Mexicano en una de las avenidas más concurridas de la Ciudad de Monterrey, ubicada frente al Tecnológico de Monterrey, dejó a dos estudiantes de posgrado –uno de ellos, originario de Saltillo. Becado por sus calificaciones, se había trasladado a esa ciudad a estudiar una maestría- muertos por el Ejército, que los había confundido en ese momento con narcotraficantes.

Pero estos enfrentamientos entre el Ejército y los sicarios del narcotráfico en los espacios públicos urbanos de las ciudades del Norte del País, habían



comenzado –por lo menos en Saltillo- desde el año 2008; cuando habían aparecido las primeras balaceras en centros de ocio nocturno, calles vecinales y centros comerciales, así como se presentaron los primeros secuestros perpetrados por el narco, las narcomantas en las principales vías rápidas de la Ciudad (que eran colocadas en bulevares frente a las zonas universitarias) y la identificación por parte del Ejército de narcofosas en la zona conurbada de Saltillo. Hacia el año 2008, los vecinos de la Colonia Jardines de Valle comentaban: “ya sabes lo que dicen, que el narco opera en Monterrey, pero duerme en Saltillo”, refiriéndose al rumor –reconocido como hecho por una investigación publicada por la Procuraduría General de la República el 14 de julio de 2010- de que los líderes de los cárteles de la droga que se disputaban esta zona del País como territorio, se habían trasladado con sus parejas e hijos para asentarse en ciudades de bajo perfil de violencia pública en el Norte, como Saltillo; y que las zonas habitacionales en las que tenían sus centros familiares y de operación, estaba en los nuevos fraccionamientos de la Ciudad, que ya contaban con una cultura vecinal de distanciamiento y no levantaban las sospechas del Ejército.

Acciones de intimidación cotidiana por parte de individuos contratados por los cárteles hacia la población civil en Saltillo (llamadas de extorsión realizadas al azar a domicilios particulares a través de teléfonos celulares desde las prisiones, disputas en el tránsito vehicular de centros comerciales o vías rápidas, asaltos de coche a mano armada, visitas de extorsión a los pequeños comercios en toda la ciudad, llamadas a los centros educativos sobre amenaza de bombas y secuestros express, asaltos en las Iglesias, mensajes del narco a través de mantas urbanas o mensajes electrónicos)

aunado a la falta de respuesta por parte de la policía local; generaron un ambiente de precaución y distanciamiento que durante los años 2008 y 2009 marcaron nuevas pautas de apropiación en la plaza vecinal de la Colonia Jardines de Valle.

Algunos enfrentamientos de amplia visibilidad en Saltillo y su zona conurbana, que tuvieron eco en medios de cobertura nacional, son los siguientes:

7 de junio de 2007: recibe jovencita un tiro en el cráneo al verse en medio de una balacera entre miembros de los cárteles del narco en un casino de Saltillo.

Febrero 2008: localización de “narcofosa” en Arteaga. Encuentran 19 cuerpos de los que para diciembre de 2009 habían identificado a 5, todos ellos habían sido reportados como secuestro (“levantones”) en las ciudades de Apodaca, N.L; en la carretera Monterrey-Saltillo, y en la ciudad de Saltillo. Este último era originario del Estado de Chiapas y estudiaba una carrera de agronomía en la Ciudad.

26 de agosto de 2008: aparece la primera “narcomanta” en el puente universitario del Blvd. Venustiano Carranza con la leyenda “Aliados dejen de proteger al Chapo”. Las narcomantas son generalmente colocadas durante la madrugada, y retiradas a primeras horas del día por la Policía o el Ejército. Ésta, que fue la primera en la Ciudad, fue retirada a las 10.00 A.M. El mismo día, aparecieron narcomantas en las ciudades coahuilenses de Piedras Negras, Sabinas, Acuña, Nueva Rosita, Múzquiz y Palaú; así como en ciudades de otros estados como Monterrey y Nuevo Laredo.

10 de diciembre de 2008: Es secuestrado en un restaurante el experto en seguridad privada Félix Batista. De origen cubano-norteamericano, prestaba sus servicios para el FBI y había sido contratado como experto mediador de secuestros



por empresarios coahuilenses.

21 de marzo de 2009: aprensión en su domicilio en la Colonia San Patricio de Saltillo, del líder operador de los Zetas en Nuevo León, Sigifredo Nájera, alias “el Canicón”. Durante el operativo de la aprehensión, la zona fue cerrada por el Ejército y a los vecinos se les impidió salir de sus casas.

13 al 19 de abril de 2009: se declara estado de contingencia por la epidemia del virus AH1N1 y se suspenden clases en todos los sectores educativos a nivel nacional.

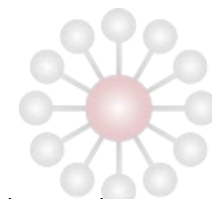
1 de mayo de 2009: La Cámara de Diputados aprueba la Ley de la Policía Federal, que avala la figura del policía encubierto “y de usuarios simulados para la prevención de delitos”, como se reportaba desde el portal del Senado de la República correspondiente a la LX Legislatura. Ahí mismo se menciona que la nueva policía además podría solicitar por escrito, previa autorización judicial, a los concesionarios, permisionarios, operadoras telefónicas y todas aquellas comercializadoras de servicios en materia de telecomunicaciones, de sistemas de comunicación vía satélite, la información con que contarán, así como la georreferenciación de los equipos de comunicación móvil en tiempo real. Podría solicitar por escrito a la autoridad judicial, la intervención de comunicaciones privadas para el cumplimiento de sus fines de prevención de los delitos y podría realizar acciones de vigilancia, identificación, monitoreo y rastreo en la Red Pública de Internet sobre sitios web con el fin de prevenir conductas delictivas. El dictamen fue elaborado por las comisiones unidas de Seguridad Pública, Gobernación y Estudios Legislativos; con opinión de la Comisión de Derechos Humanos y turnado al Ejecutivo para sus fines constitucionales” (Comunicación Social del Senado de la República).

Diciembre de 2009: identifican a 5 de los 19

cuerpos encontrados en la narcofosa de Arteaga.
8 de enero de 2010: Secuestro de tres periodistas del diario Zócalo, que circulaban en su vehículo por el Blvd. Carranza después de salir del periódico. Una camioneta les cerró el paso y obligaron a dos de ellos a subir a la misma. El cadáver del reportero Valentín Valdés Espinosa fue encontrado en la madrugada del día siguiente frente a un hotel con un “narcomensaje” de advertencia que no fue publicado en los medios.

19 de marzo de 2010: Fallece en Monterrey el estudiante saltillense Jorge Antonio Mercado Alonso, junto a otro compañero del posgrado que cursaban en el Tecnológico de Monterrey. Durante la madrugada, habían salido de la Institución donde habían estado estudiando y se vieron sorprendidos por un fuego cruzado entre el narco y el Ejército frente a las instalaciones del Tecnológico.

Durante el verano del 2008, la actividad en la plaza disminuyó considerablemente por parte de los vecinos y sus conocidos, ya que fue durante este periodo cuando las noticias sobre la infiltración de los miembros del cártel de Juárez en diversas ciudades del Noreste del País comenzaron a difundirse tanto a través de los noticieros nacionales como entre las conversaciones de la población. Los vecinos en la Colonia Jardines de Valle comenzaron a alertarse por teléfono sobre actividades fuera de lo común en sus calles, tales como individuos solitarios sentados frente a las casas y de aspecto que ellos consideraban peligroso: “no está haciendo nada y lleva ahí sentado ya más de media hora, no lo había visto antes en la Colonia”, o bien “ya me comentaron dos vecinas que ese señor tiene varios días rondando por las calles de la Colonia; nadie lo conoce, para que tengan cuidado”. Mientras los usuarios que transitaban a pie en el perímetro de la plaza camino a otros espacios así como las parejas



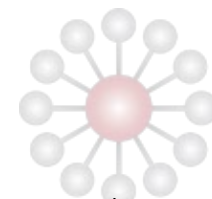
que la frecuentaban siguieron apropiándose del espacio bajo las mismas prácticas, los vecinos en cambio preferían quedarse en casa o salir a otros espacios sociales en la Ciudad. Ese mismo año, según comenta la Dra. MZ, comenzó la venta de drogas a menores en la plaza:

“Llegaban y se estacionaban en coches con vidrios oscuros. Un día recogimos hasta 60 jeringas. Le hablamos a la policía y fuimos con las autoridades de la Secundaria, pero lo mismo, nos dijeron: ‘de las puertas para afuera, ya no es nuestro boleto. Nosotros estamos sindicalizados con la Mtra. Elba Esther...Gordillo’. Nada. Así no se puede hacer nada. Tampoco vino la policía, ahí está en los oficios (la petición de vigilancia pública). El problema vino porque toda esa droga que iba a los Estados Unidos comenzó a quedarse aquí... entonces agarraban a los muchachos para eso (consumirla y distribuirla)”.

Pero fue durante el verano del año 2009, cuando se habían presentado ya las primeras balaceras entre el Ejército y los Zetas en zonas de vivienda en la Ciudad y la redada para la aprehensión del “Canicón” había sido cubierta a nivel nacional, cuando la interacción en la plaza de la Colonia Jardines de Valle se caracterizó por el distanciamiento y el silencio entre sus usuarios. Una conversación que sostuve con la madre de uno de los vecinos, que ese verano estaba de visita en la Ciudad, ejemplifica lo anterior. Cada una hacía caminata por el perímetro de la plaza paseando a nuestros perros, que habían comenzado a seguirse y olfatearse; esto dio pie a que habláramos sobre ello e hiciéramos la caminata juntas; mientras, mis sobrinos jugaban

en el centro de la plaza y mi hermana los observaba desde una de las bancas. Mientras caminábamos, me contó que estaba de visita en la Ciudad y que estaba muy asustada del clima de inseguridad, que ya había recibido la llamada de extorsión (que era entonces una actividad frecuente por parte de asaltantes que se autodenominaban miembros de los Zetas) y que había estado a punto de depositarles el dinero que pedían a nombre de un sobrino de ella que lo necesitaba en los Estados Unidos; también me contó que estaba muy preocupada por su madre, que era mayor y que podía sucumbir al engaño de estos asaltantes o de cualquier otro peligro por parte de las redes del crimen organizado. No me preguntó mi nombre, ni yo el de ella. Pero había concluido: “y es que ya no se sabe ni quién pueda andar metido en esto”. La despedida mutua fue: “Dios la bendiga, cuídese mucho porque ya ve como están las cosas”. En otras circunstancias, las presentaciones se habrían ampliado a nuestros familiares presentes en ese momento en la plaza.

Al cierre de este trabajo (julio 2010), las circunstancias han cambiado. La información veraz sobre las tendencias que las redes del crimen organizado en la Ciudad han ido presentando en estos dos años, ha sido dada a conocer a cuenta gotas, pero permiten que la población cuente con mayores detalles para decidir sobre el uso que del espacio público urbano desea hacer. El programa de “rehabilitación de plazas públicas”, que inició el Gobierno Municipal en marzo de este año, ha fomentado que estos lugares vuelvan a ser visitados por algunos urbanitas. Una vez ahí, los vecinos se transmiten de forma más abierta algunas recomendaciones e información sobre protección contra actos delictivos, reacciones convenientes ante balaceras, y la necesidad



de solidarizarse en acciones que prevengan la infiltración de drogas en espacios sociales de la Ciudad⁵. Desafortunadamente, los ataques y las intimidaciones del narco hacia la población civil continúan a la fecha (el pasado 13 de julio hicieron estallar un coche bomba en las calles del centro de Ciudad Juárez, el 17 de julio se introdujeron en una fiesta privada y asesinaron a 17 civiles en la Ciudad de Torreón, Coahuila. El jueves 15 de julio se llevó a cabo en 3 de las principales avenidas de Saltillo la persecución por tierra y aire de un grupo de narcotraficantes por parte del Ejército, que dejó a su paso dos muertos. En el ciclo escolar que finalizó en las escuelas en el verano de 2010, los alumnos saltillenses ya habían recibido instrucciones en el aula, por parte de las autoridades de sus instituciones, sobre qué hacer en caso de balaceras: tirarse al piso, cubrirse el cráneo, y rodar para escaparse).

En entrevista, la Dra. MZ expresa lo que considero una conclusión compartida por la población: “Lo que quiero es que vengan a la plaza (los vecinos y los saltillenses), que se involucren en su cuidado y en todos estos problemas, que les digan a los niños que respeten y que se cuiden”.

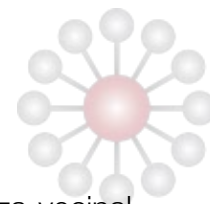
2. La plaza, lugar en el que se catalizan los procesos sociales de la ciudad.

Si bien el verbo “catalizar” -que proviene del campo de la Química y se refiere a la acción que provocan

5 En entrevista, un jardinero del programa de empleo temporal me comentaba: “los he visto en todas partes, es igual en toda la ciudad. Rondan las plazas públicas con sus mochilas... esos son los que hay que denunciar. Adentro traen la droga, la venden a los muchachos que están en las plazas o que llegan en sus carros. Yo he puesto mis denuncias, pero hay que hacerlo entregando directamente una carta anónima en la Militar. Sin firmar y sin hacerlo por teléfono, porque por teléfono está todo infiltrado. Denle la carta los militares, los municipales y los estatales no pueden hacer nada”.

algunos elementos para acelerar los procesos de transformación en los que han sido insertados- parece una metáfora adecuada para hablar de la naturaleza de la interacción social en las plazas urbanas y de su relación con las prácticas de sociabilidad y apropiación que se presentan en otros espacios de la Ciudad, hay sin embargo un aspecto de este concepto que no concuerda con el intercambio que establecen los agentes sociales en estos sitios: mientras en una reacción química los elementos catalizadores aceleran el desarrollo de un proceso sin transformar al resto de las sustancias contenidas en la fórmula, las personas que interactúan -de forma verbal, gestual o través de un lenguaje kinestésico- en un lugar público y urbanita, generan a través de este contacto un ambiente social y paisajístico propio de las circunstancias momentáneas de esa interacción; pero que no es ajeno al contexto social, político, económico y cultural más amplio del universo material y simbólico en que se ubican. Por el contrario, esta interacción parece estar permeada de lo que acontece en otros espacios sociales y en la Ciudad en su conjunto; y formar parte de una dinámica de interrelación entre lo público y lo privado como espacios en los que se generan y discuten los fenómenos de interés común.

En lo que considero que sí es adecuada la metáfora de la plaza como catalizadora de otros procesos sociales, económicos y políticos en la Ciudad, es que en ella tienen lugar formas y contenidos de interacción que generan, ponen en duda o reafirman las percepciones que sobre problemáticas diversas tienen los urbanitas como resultado de sus experiencias en otros espacios públicos, entendidos estos como lo que a la luz de los demás se constituye como realidad del tiempo y espacio en que estos se ubican.



En la plaza, en efecto, los individuos constatan la realidad social del momento de esa comunidad que lo es en tanto reunión pública instantánea (donde hay conciencia de la composición de esa mezcla paisajística y cultural) como por ser el espacio de las interacciones sociales de individuos que forman parte de otros escenarios urbanos en los que juegan roles específicos en momentos determinados y que, en su conjunto, construyen lo que la ciudad es; trasladado ahora a un espacio público dispuesto para la visibilidad –o el ocultamiento- y para la aproximación –o el distanciamiento- que en principio, está ahí para ser apropiado por ellos con fines de un intercambio social que se entiende limitado sólo por reglas de uso y tránsito, pero predeterminado por las creencias que con respecto a la convivencia pública tienen quienes ahí se encuentran reunidos. Si bien estas reglas y creencias son dinámicas y responden en gran parte a las circunstancias del encuentro momentáneo, también tienen anclajes en los discursos sociales más amplios que se presentan en la ciudad con respecto a las problemáticas contemporáneas que se generan en esa sociedad. La plaza es, en ese sentido, el escenario en que se hace visible el estado de las cosas en la sociedad; y no lo es en un sentido mágico, sino bajo la conciencia de esto por parte de sus usuarios, que son agentes de la composición y las acciones momentáneas en la plaza.

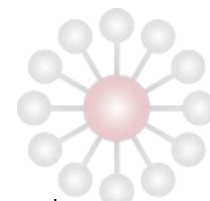
De lo anterior, surge la pregunta ¿qué sucedería en un entorno urbano si la plaza –en general, como espacio para el intercambio público-desapareciera material y socialmente?, ¿en dónde nos reconoceríamos como miembros agentes de la comunidad en que estamos parados? O bien, ¿a qué se debe la defensa férrea de los urbanitas por contar con lugares como estos, tal como lo

demuestra la historia de la pequeña plaza vecinal de la Colonia Jardines de Valle?, ¿porqué los vecinos de una colonia en Saltillo siguen realizando las acciones necesarias para que un triángulo de 900 metros cuadrados de suelo semi-desértico siga siendo considerado como plaza pública a pesar de la indiferencia que hacia éste tienen las autoridades oficiales y otros vecinos?

¿Porqué parece existir una tendencia socialmente natural –siguiendo a la Escuela de Chicago (Park, 1925)- por establecer espacios públicos, entendidos como el sitio en que, si así lo decidimos, somos accesibles a quienes asumimos primordialmente como nuestro alter-ego urbanita en ese momento y bajo este contexto particular?, ¿a qué estamos renunciando cuando una plaza desaparece?

Los investigadores de la Escuela de Manchester (Gluckman, 1945) estarían de acuerdo en que al omitir las plazas de una comunidad –lo cual es imposible como lugar de sociabilidad pública y cívica de un grupo humano-, éstas dejarían de contar con un espacio por definición neutral para dirimir sus asuntos, asimilar o negociar los cambios sociales que son inherentes a la vida urbana, expresar sus demandas y disfrutar de una convivencia que se asume momentánea y que adquiere diversos significados para sus usuarios. Diría Simmel (1903): se negaría al individuo la experiencia de la libertad del anonimato, si no fuera más que por no tener la posibilidad de asumir el rol más sencillo –pero casi siempre complejizado por el contexto en que se ubica cada plaza- de la vida urbana: ser usuario de un espacio público.

1.1 Una cultura vecinal que se ve rebasada por las circunstancias



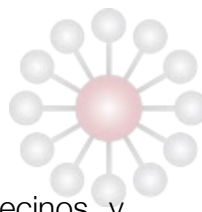
La persona que visita la plaza vecinal de la Colonia Jardines de Valle, encontrará un terreno de 900 metros cuadrados en forma de triángulo y compuesto por un suelo en su mayoría de cemento, con 6 áreas verdes de coníferas como perímetro de su centro; verá a usuarios en diferentes vestimentas urbanas (deportivas, de oficina, de uniforme escolar, colorida en los niños e informal en los adolescentes) haciendo uso de ese espacio en actividades que reconocerá como de descanso y entretenimiento mientras los coches y los peatones circulan permanentemente a su lado. No oírás mucho ruido, salvo las indicaciones de los niños en sus juegos, y tampoco verá grandes despliegues con demandas sociales. Incluso, dependiendo de la hora en que la visites, podrá encontrarse sin compañía en este espacio. Podría creer que es un lugar sin gran efervescencia social, pero eso sería así sólo si su residencia no estuviera en la Ciudad y, más allá, en las calles cercanas a la plaza.

Este territorio que los vecinos y los urbanitas llaman plaza, a pesar de que no esté reconocida como tal en la morfología oficial de Saltillo (situación que se presenta con el resto de plazas vecinales en las distintas colonias de la Ciudad) presenta formas de intercambio que pueden ser entendidas a partir del reconocimiento de otras pautas de interacción social entre los individuos que la visitan y de los que se espera, contrario a lo que describe Lofland (1985) para otros espacios públicos, no pertenezcan a un mundo de desconocidos; por lo menos es así del año 2008 a la fecha.

Esto no significa que su acceso sea negado a los urbanitas —e incluso defendido por los vecinos como espacio abierto a la recepción de todas las personas que deseen visitarla—, pero el hecho de que quienes están presentes en la plaza en un

momento determinado no puedan categorizarse entre sí a partir de características sencillas que los ubiquen como miembros de una comunidad que puedan reconocer, limita la aproximación verbal, gestual y kinestésica entre ellos. Esta lógica de convivencia o rechazo entre los usuarios de la plaza responde a la posibilidad de un acontecimiento violento que contemplan previamente quienes la visitan, bajo el actual temor que tiene la población norestense —y para este caso, saltillense— de verse sorprendido en medio de un fuego cruzado entre los miembros de los cárteles de la droga o de éstos con el Ejército Nacional.

Si previo al despliegue público de los miembros del crimen organizado en Saltillo, esta comunidad contaba ya con una cultura de solidaridad para dar forma al territorio en que residen y que era practicada a través de actividades de encuentro vecinal, familiar y religioso; es a partir del año 2008 en que se presenta un replanteamiento por parte de los vecinos y los saltillenses sobre las formas y los contenidos de sus interacciones públicas. La diferenciación entre la convivencia en espacios privados y públicos aparece de forma marcada y se complejiza para dar respuesta a una situación nueva en las calles y en los lugares públicos urbanos (la visibilidad del crimen organizado, la publicidad mediática de la lucha contra el narco, las actividades de intimidación a la población civil por parte de los cárteles de la droga). De forma tal, que para la plaza vecinal en el periodo de 2008 a 2010, lo que ocurra en la Ciudad y en las calles de la colonia Jardines de Valle de forma previa a la visita a la plaza, determina en gran medida el tipo de interacción que se presenta en cada ocasión; aunque de forma general, de entonces a la fecha el distanciamiento físico entre los presentes en la plaza ha aumentado.



Esta complejización, además, hace flexible los límites entre la convivencia en espacios públicos y domésticos, los encuentros sociales han tenido que cambiar de escenario: de centros públicos a la casa, o de la plaza al teléfono para acordar pautas de convivencia e intercambio entre los vecinos. Si bien el temor de los vecinos y de los urbanitas por ver violada su integridad física llevó en un primer momento (de 2007 a 2009) a la desconfianza y al distanciamiento hacia el resto de usuarios en los espacios públicos, es hacia finales de 2009 en que sus usuarios han ido estableciendo nuevas estrategias para el disfrute de estos lugares: visitas en grupo, cercanía física entre los usuarios conocidos y habilidad para abandonar rápido el lugar.

Un ejemplo de la forma en que esta complejización entre lo público y lo privado se presenta en zonas urbanas como la colonia Jardines de Valle, puede observarse en el siguiente hecho, que tuvo lugar en febrero de 2009 frente a una de sus calles. Por la mañana, se presentaron trabajadores de Servicios Primarios para trasladar a otra zona de la Ciudad unas palmeras ubicadas en una jardinera pequeña que hace las funciones de glorieta en el cruce de tres calles. En ese momento, uno de los vecinos salía a su trabajo, donde se desempeña como reportero en una televisora local e interpelló a los trabajadores para solicitarles que no movieran esas palmeras. Otra vecina salió para ver qué sucedía y tocó la puerta a los vecinos en las 3 calles, mientras una más los llamaba por teléfono para pedirles que se presentaran en ese momento en la glorieta con el fin de impedir que se las llevaran. Una de las vecinas que se apresuró a salir fue quien había sembrado esas plantas, que había pagado de su bolsillo 15 años atrás. Minutos más tarde, se presentaron un reportero y un fotógrafo

del periódico para entrevistar a los vecinos y presentar la nota en la sección de Locales.

Los trabajadores de Servicios Primarios recibieron de su oficina la orden de no cambiar las palmeras de lugar.

Bibliografía:

Aguas de Saltillo. (s.f.). Aguas de Saltillo. Empresa paramunicipal de servicios. Recuperado el 14 de julio de 2010, de <http://www.aguasdesaltillo.com/index3.htm>

Augoyard, Jean-François (1979). Pas a pas. Paris: Éditions du Seuil.

Blumer, Herbert (1969). Symbolic Interactionism: Perspective and Method. Berkeley: University of California Press.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (s.f.). Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Comisión de Derechos Humanos. Recuperado el 14 de julio de 2010, de <http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>

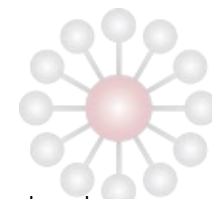
Delgado, Manuel (2003). "Naturalismo y realismo en etnografía urbana. Cuestiones metodológicas para una antropología de las calles" en Revista Colombiana de Antropología No. XXXIX, pp. 7-39.

Garfinkel, Harold (1967). Studies in Ethnomethodology. Cambridge: Polity Press

GIS. (2010). Grupo Industrial Saltillo. Recuperado el 7 de julio de 2010, de <http://www.gis.com.mx/sp/index.php>

Gluckman, Max (1945). "The Seven Year Research Plan of the Rhodes-Livingstone Institute", en Rhodes-Livingstone Journal, No. 4 (pp. 1-32).

Gobierno Municipal de Saltillo. (2003). Plan Municipal de Desarrollo 2003 - 2005. Recuperado el 27 de mayo de 2010, de <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/COAHUILA/Municipios/Saltillo/>



SALPla1.pdf

Gobierno Municipal de Saltillo. (2010). Plan Municipal de Desarrollo 2010 - 2013. Recuperado el 29 de mayo de 2010, de <http://content.yudu.com/Library/A1nrb2/PlanMunicipaldeDesar/resources/51.htm>

Goffman, Erving (1959). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu editores, S. A.

ICESI, Instituto Ciudadano de Estudios sobre la Inseguridad, A.C. (2007). Quinta Encuesta Nacional sobre Inseguridad. Recuperado el 27 de mayo de 2010, de <http://www.icesi.org.mx/documentos/encuestas/encuestasNacionales/ENSI-5.pdf>

INEGI (2010). Recuperado el 25 de mayo de 2010 de <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=inegi&e=05>

Lefèbvre, Henri (1991). The Production of Space. Oxford: Blackwell Publishers

Lofland, Lyn H (1985). A world of strangers. Order and action in urban public space. EE. UU: Waveland Press, Inc.

--- (1998). The Public Realm. Exploring the City's Quintessential Social Territory. Nueva York: Aldine de Gruyter.

Joseph, Isaac (1999). Retomar la ciudad. El espacio público como lugar de la acción. Colombia: Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín.

Park, Robert Ezra (1999) [1925]. La ciudad y otros ensayos de ecología urbana. Barcelona: Ediciones del Sebal.

Péttonet, C. (1982). "L'Observation flotante, l'Exemple d'un cimetière parisien" en L'Homme, XXII, oct.-déc. 1982 (pp. 37-47). Paris: L'Homme. Procuraduría General de la República de los Estados Unidos Mexicanos. www.pgr.gob.mx
Senado de la República de los Estados Unidos

Mexicanos, LX Legislatura. <http://comunicacion.senado.gob.mx/>

Simmel, Georg (2002) [1903]. "La metrópolis y la vida mental" en Georg Simmel, Sobre la individualidad y las formas sociales, Quilmes: Universidad Nacional de Quilmes, pp. 388-402.

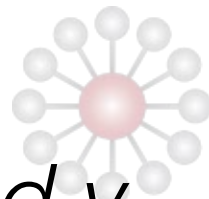
Strauss, Anselm y Juliet Corbin (2002). Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Antioquia: Universidad de Antioquia.

Webb, Eugene J., et al. (2000). Unobtrusive Measures (segunda edición). Estados Unidos: Sage Publications, Inc.

Sobre el autor:

Gabriela de la Peña Astorga.

Profesora investigadora de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Coahuila. Miembro del Cuerpo Académico "Comunicación para el Desarrollo Social". Licenciada en Ciencias de la Comunicación y Maestra en Ciencias con especialidad en Comunicación por el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Doctoranda en Antropología del Espacio y el Territorio por la Universidad de Barcelona.



Cultura, identidad y subjetividad/pedagogía y política conforme al futuro

Evelyn Abigail Unzueta González
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Resumen: La situación actual de la enseñanza no necesita libros de investigación, investigaciones de educación, necesita propuestas educacionales para promover una comprensión de la enseñanza en términos culturales, políticos y éticos. Desarrollo de una nueva praxis educativa y comunicativa que no excluya a nadie, una pedagogía radical, cuyos planteamientos reivindican una comunicación de resistencia en las aulas y fuera de ellas, alcanzando a estudiantes y a todas las capas sociales que sufren las consecuencias de marginación y explotación. Al mismo tiempo es una invitación a educadores, trabajadores culturales, comunicadores, investigadores y teóricos culturales a construir un nuevo desafío y una política de resistencia, en un deseo de lo posible.

A medida que pasa el tiempo, el mundo y sus habitantes nos encontramos en un proceso de transformación cultural, política y material que nos coloca frente a contextos nuevos y cambiantes. Como estudiante de la Licenciatura en Educación, me gustaría analizar algunas cuestiones que considero claves en el ámbito educativo, cultural y político que inmiscuyen los procesos comunicativos en este nuevo contexto cambiante, y hablando de cambios es inevitable no tocar el tema de innovación educativa, es imprescindible dejar de lado como los lineamientos de la política educativa, se han inmiscuido cada vez mas con la educación y formas de comunicación. Los involucrados no deben confundir la propuesta pedagógica con una utopía revolucionaria , “ya que no se trata de una lucha respecto de la autoridad y la producción, sino de cambiar aquellas formas de poder económico y político que fomentan el sufrimiento y la explotación humanos” (Giroux, 1992)

Palabras clave: Participación social, Educación, Comunicación, Política e Innovación



Introducción

A medida que pasa el tiempo, el mundo y sus habitantes nos encontramos en un proceso de transformación cultural, política y material que nos coloca frente a contextos nuevos y cambiantes. Como estudiante de la Licenciatura en Educación de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez me gustaría analizar algunas cuestiones que considero claves en el ámbito educativo, cultural y político en este nuevo contexto cambiante, y hablando de cambios es inevitable no tocar el tema de innovación educativa, es imprescindible dejar de lado como los lineamientos de la política educativa, se han inmiscuido cada vez más con la educación, instaurándose a partir de reformas educativas, un ejemplo viviente “ el programa del modelo económico neoliberal, que domina a toda la región latinoamericana desde fines de los 80” (Zaccagnini, 2002)

En un discurso optimista, “pareciera que la sola enunciación de los principios transformadores y sus lógicas consecuencias benéficas para el funcionamiento del sistema, bastara para crear por sí solo, las condiciones transformadoras”(Sacristan, 1999) las reformas parecen terminar constituyéndose en huracanes cíclicos, dirigidos a introducir los cambios pretendidos en el funcionamiento del sistema, que observan escasos o muy fugaces efectos, ya que crean una ilusión de cambio pero producen pocas transformaciones reales y bastante desilusión en los actores.

La redefinición de lo político y lo pedagógico, en las nuevas reformas educativas, conduce a un callejón sin salida a un conflicto de intereses, que subordina los asuntos educativos a los intereses fundamentalmente políticos. Para que la educación llegara a ser, como la conocemos hoy en día, ha atravesado por una metamorfosis,

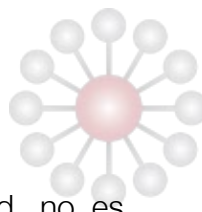
donde sus valores, sentimientos, el perfil de los maestros y sus orientaciones fundamentales se han ido construyendo progresivamente por la sociedad y el Estado mexicano. Tomando distintos rumbos según la política educativa o la propuesta educativa de cada sexenio.

En este contexto analizare la teoría educativa de Paulo Freire y Peter McLaren, buscando estrategias y herramientas para sobrevivir en el contexto educativo del siglo XXI, con una nueva praxis pedagógica aplicada en base a pedagogía radical.

Situándonos en la situación actual de México y el mundo el planeta se esta acabando, se lo están acabando, nosotros lo estamos aniquilando interponiendo ante el bienestar social, bienes comunes y al planeta mismo, los intereses particulares de cada individuo o grupo de individuos, esto a causa de la falta de conciencia crítica y liberadora de la que carecemos la mayoría de los individuos, consecuencia entre otras cosas de la educación bancaria con énfasis en los contenidos y la educación con énfasis en los efectos que hemos recibido a lo largo de nuestras vidas. “La enseñanza se encuentra en una etapa donde ya no necesita libros de investigación, investigaciones de educación, necesita propuestas educacionales para promover una comprensión de la enseñanza en términos culturales, políticos, comunicativos y éticos”. (McLaren, 2001:9)

La necesidad de un cambio pedagógico

Debemos crear un proyecto educativo que se centre en un espíritu guerrero y esperanzador, ya que lamentablemente la educación ha caído en un hoyo donde trabaja bajo la dinámica de privatizar el conocimiento producido socialmente, asociado al sistema educativo, disminuyo el espíritu guerrero y negando la necesidad de una educación valiente,



que dirija a los hombres hacia una nueva posición frente a los problemas de su tiempo y de su espacio por medio de la participación.

La pedagogía del siglo XX, se encuentra impregnada de la política neoliberal, cada política propone por lo menos en el discurso supuestas mejoras de la situación existente, y el neoliberalismo como tal no es la excepción. Esta política neoliberal busca cumplir con sus objetivos, disminuir al máximo la intervención del estado, y en el caso de la educación, en política educativa.

El neoliberalismo, considera a la educación como una institución que involucra un conjunto de intereses, y que debe acoplarse a una organización burocrática, dando respuesta al modo político y empresarial. Esto señala que la política educativa actual se encuentra sin lugar a duda, impregnada de esta ideología que con todas sus reformas ha transformado a la educación en una mercancía, donde el principal propósito es organizar la educación para que esta pueda responder a las reglas y necesidades del mercado. Esta es una doctrina que conduce a una política educativa a un camino que responda a las políticas fundamentales del gobierno, por lo tanto todos los diseños curriculares se encuentran empapados de transformaciones neoliberales que subordinan la educación, enfocándose a satisfacer al sector económico, no el educativo.

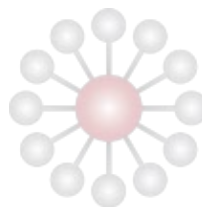
Como futura educadora invito a todos los profesionistas, civiles, profesores e investigadores a participar en la tarea de alfabetizar socialmente, fuera de un sistema escolarizado “La educación es un arma de dos filos, de enajenación o liberación, depende del enfoque y la línea que se siga. “Solo en la educación puede nacer la verdadera sociedad humana y ningún hombre vive al margen de ella” (Freire, 2009:15)

El reinventar una nueva sociedad, no es tarea fácil, actualmente la educación se encuentra bajo una pedagogía hegemónica consecuencia del proyecto político neoliberal, la pedagogía se encuentra bajo la supervisión y el monitoreo de organismos internacionales, que aplican planes económicos de corte monetarista a los nuevos modelos educativos. Su principal esencia radica en una política centrada en el papel del Estado-empresario-educación, encaminados a generar una “nueva sociedad global”, fundada en el neoliberalismo.

En pleno siglo XX, el mundo capitalista se encuentra satisfecho, “ las relaciones de producción internas del mercado, la explotación, la alienación, y la política salvaje de un nuevo imperialismo”(McLaren,2005:58) van viento en popa, las corporaciones y los gobiernos se encuentran en complicidad para servir a la clase dominante, subordinando a los y las individuos que no pertenecen a ella, dichas acciones se justifican bajo un falso discurso de mejoras, estas supuestas mejorías se hacen bajo el nombre de “corrección geopolítica”¹ . El Estado no puede contener verdaderas mejoras para la educación, se encuentra sirviendo intereses de las grandes corporaciones, es imposible que trabajo bajo los intereses de la clase trabajadora. El papel servil del Estado, es resultado de una política de privatización de las empresas públicas, se están otorgando las responsabilidades del Estado al sector privado.

La realidad cotidiana, las mejoras propuestas

1 Corrección Geopolítica: Es un proceso de acuerdo verbal con relación a la internacionalización de las ganancias con el interés de estabilizar los mercados locales y nacionales, mientras se pasan por alto deliberadamente los beneficios de los recursos desiguales que favorecen la clase dominante a nivel mundial.



por la “modernidad” solo han traído beneficios a los que cada vez son menos y mas ricos, y la mayoría la ha sumergido en una situación de marginación social. “La organización mundial, no permite a los países pobres priorizar la lucha contra la pobreza sobre las crecientes exportaciones, o escoger un camino para el desarrollo que sirva como progreso para los intereses básicos de sus habitantes.”(McLaren, 2005:63) “El modelo educativo que promueve el Banco Mundial, es considerado por muchos investigadores como inadecuado para México, no solo porque concibe literalmente la prioridad de la educación básica, sobre la educación superior, sino sobre todo porque atienden principalmente a la productividad inmediata del gasto educativo.”(Latapi:22) El Banco Mundial se ha convertido en un agente importante en las decisiones de educación.

Lo anterior dificulta la practica educativa, sin embargo los educadores de a pedagogía critica, aun no han intentado ubicar la crisis actual de la educación dentro de la lucha histórica entre el capital y el trabajo. La mayor parte del trabajo de la pedagogía critica, se ha centrado en analizar y criticar el sistema educativo, proponiendo innovaciones pedagógicas que aun no llegan a la praxis educativa en México. La pedagogía radical, al igual que Marx, sostiene que es fundamental que los profesores reconozcan las contradicciones de la educación gratis y universal en la sociedad, cuestionando sus principios y analizándola para que esta pueda llegar a ser igualitaria para todas las clases sociales. La visión de la educación revolucionaria consiste en enseñar a los educandos como su aprendizaje se relaciona histórico, cultural e institucionalmente con las políticas económicas y de consumo.

El proyecto educativo

Es necesario trabajar en una propuesta educativa, que esta inmersa en lo cultural, entendiendo por cultura según María del Carmen Maimone, “ conjunto dinámico y complejo, construido por un modo del ver el mundo y un modo de operar en el, que identifica a un grupo social y le permite accionar en un espacio concreto y en un momento determinado, de acuerdo con una lógica específica, dando a la vez un sentido histórico a ese accionar, al ubicarlo en un proceso global que lo abarca y en el que adquiere coherencia”. Basándome en esta definición el proyecto educativo busca construir una nueva forma de ver el mundo y de operar en el, que esa transformación sociocultural, sea la que identifique al proyecto y a sus actores, favoreciendo la acción de los mismos en un espacio y momento determinado que será la pedagogía social o popular en el siglo XXI, tomando en cuenta para esta acción la lógica del proceso de globalización, siendo esta misma la que le de coherencia a nuestra practica educativa.

Este proyecto tiene como finalidad contrarrestar a la educación bancaria y a la pedagogía de las clases dominantes, con una pedagogía critica, libertadora y revolucionaria, que permita a los individuos crear su propia conciencia, no asimilar conciencias ya determinadas e impuestas arbitrariamente en un currículo oculto. “La educación libertadora es incompatible con una pedagogía que, de manera consciente o mistificada ha sido practica de la dominación”. (Freire, 2006)

Se pretende alfabetizar a un grupo pequeño de personas, 6 o 10 para que estas a su vez puedan alfabetizar a mas individuos utilizando como recursos círculos de lectura tomando como base la practica de la palabra generadora que



propone Paulo Freire, postulando a la educación como practica de la libertad, fomentando en los individuos una conciencia de su participación en la historia. Freire sostiene que su propuesta educativa fue enriquecida con la lectura y reflexión de Piaget, Dewey entre otros. Los inicios de la pedagogía critica, se enmarcan dentro de un Movimiento de Cultura Popular, donde maestros, ciudadanos y trabajadores participaban en círculos de cultura, discutiendo problemas significativos para ellos, planteándolos en un contexto real, analizando que genera esos problemas y planteando posibles soluciones con objetivos reales. Por ejemplo:

- COMIDA

Aspectos para la discusión:

- Desnutrición
- Hambre, del plano local al nacional
- Mortalidad relacionada con alimentación

- SALARIO

Aspectos para la discusión:

- Plano económico
- Situación del hombre
- Remuneración del trabajo: trabajo asalariado y no asalariado
- Salario mínimo

- GOBIERNO

Aspectos para la discusión:

- Plano social
- El poder político
- El papel del pueblo en la organización del poder
- Participación popular

- PROFESION

Aspectos para la discusión:

- Plano social
- El problema de la empresa
- Clases sociales y movilidad socialización
- Sindicalismo y huelga

Atraves de la discusión y análisis de las palabras generadoras, ya no se busca informar a los alumnos o ciudadanos el conocimiento, sino formar y dirigir a las personas a un análisis personal de un contexto global, conduciéndolos a generar su propio conocimiento y así llegar a transformar su realidad, en una realidad más confortable. En el proceso educativo de esta propuesta, los hombres mismos se educan entre si, se plantea una relación educador, educando-educando educador.

Las acciones

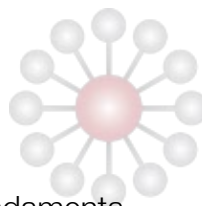
El proyecto esta planteado con una esencia comunitaria y fuera del sistema escolar, ya que “el Sistema escolar de cualquier sociedad es reflejo fiel, de la política e ideología de los grupos gobernantes o de los partidos políticos en el poder” (Gutierrez, 2008) se pondrá en marcha excluyendo al aparato educativo. Se busca resolver la problemática de una forma amplia y profunda, con un estilo sencillo pero no simplista, basándose en la teoría social y en la práctica critica.

Objetivo general

Se pretende fomentar, dar a conocer y “enseñar” con una pedagogía, no para los individuos sino de los individuos a nivel comunidad, colocando a los sujetos en condiciones de replantearse críticamente las palabras de su mundo para, que en el momento debido conozcan y expresen su propia palabra y así asumir lucidamente su condición humana.

Objetivos específicos

*Fomentar en la población objetivo la



conciencia propia.

*Que los individuos logren descubrirse, y conquistarse reflexivamente como sujetos de su propio destino histórico.

*Crear círculos de lectura en distintos lugares de la ciudad.

*Organizar los educandos y educadores eventos culturales, que tengan como base la pedagogía crítica, promoviendo con esto, el proyecto a más individuos de nuestra sociedad.

*Formar una red educativa en Ciudad Juárez o en cualquier ciudad que se lleve a la práctica, fomentando la expansión de la alfabetización social.

La magnitud de la problemática es considerable, pensando en la funcionalidad del proyecto este parte de una población pequeña, no descartando su amplitud futura según los resultados obtenidos. Esta dirigido a todos los ciudadanos, de cualquier nivel escolarizado, incluyendo a los marginados que carecen de alguna educación formal escolarizada. La edad recomendada son todas las edades, no se excluirá a ningún individuo que se quiera incorporar al proyecto.

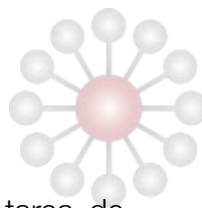
Se crearan círculos de lectura en una colonia en un parque, cuyos contenidos temáticos tengan una esencia de la pedagogía crítica contribuyendo a la interacción socio-política y cultural de los individuos.

Va a todos aquellos que no estudian, los que estudian y a los interesados en el bienestar común de los seres vivos, a los que quieran contribuir a un cambio social fundamentado en una pedagogía

revolucionaria. Es un proyecto que se fundamenta en la inmersión crítica de la historia, atreves de la relación dialéctica entre teoría y práctica en el ámbito de la educación y nuestro contexto social, incluyendo a los maestros, intelectuales, padres de familia y sectores oprimidos.

Busca defender la necesidad del desarrollo de una pedagogía crítica en la formación de los individuos. La justicia social y la comprensión del mundo social, incluyendo todas aquellas ideologías que impiden que avancemos hacia una sociedad más justa y equitativa.

Desde una perspectiva crítica el propósito de la educación es formar a los niños, jóvenes y adultos para cambiar o transformar la sociedad en un lugar más justo y equitativo pretende liberar a los seres humanos de todas aquellas ideologías que enmascaran, deforman y distorsionan la comprensión del mundo en el que vivimos. Uno de los principales pilares de la educación es aprender a convivir, y para esto son necesarias ciertas cualidades entre ellas el saber comunicarse, una convivencia en paz no es posible cuando existen diferencias abrumadoras, tanto en los bienes materiales como en las desigualdades que se suscitan entre personas. No debemos confundir esta propuesta pedagógica con una utopía revolucionaria, ya " que no se trata de una lucha respecto de la autoridad y la producción, sino de cambiar aquellas formas de poder económico y político que fomentan el sufrimiento y la explotación humanos"(Giroux,1993) utilizando como arma principal la educación, quien educa al pueblo tiene el poder, y la esencia será que el pueblo eduque al pueblo, este es quien tendrá que transformar la práctica educativa en un bien común, de todos y para todos. "Nadie educa a nadie, nadie se educa solo, los hombres mismos se educan en



comunidad”(Freire,2009) encaminándonos a crear “Un mundo donde quepan muchos mundos”(Ejercito Zapatista de Liberación Nacional).

No solo buscar un cambio social, sino informarnos, conocer y entender nuestra realidad para que esto empuje a un cambio. El proyecto busca formar parte de todos aquellos que representan una esperanza por que “la realidad no es así, esta así”(Freire) Este es el principal motivo por el cual considero necesario un proyecto comunitario de apoyo a la sociedad en general, que nos permita aprender y conocer más nuestra historia para así poder transformarla.

Este proyecto busca formar parte de todos aquellos que representan una esperanza por que la realidad no es así, esta así. Este es el principal motivo por el cual considero necesario un proyecto comunitario de apoyo a la sociedad en general, que nos permita aprender y conocer más nuestra historia para así poder transformarla.

Constituye una pequeña minoría dentro de la comunidad académica y la enseñanza publica, razón por la cual se pensó en su realización. Hay que destacar que la pedagogía critica es tan revolucionaria como los primeros propósitos de los autores de la declaración de la independencia, dado que la historia esta fundamentalmente abierta al cambio, la liberación es una meta autentica y puede alumbrar un mundo por completo diferente.

Las áreas de intervención del proyecto es la sociedad. se encuentra planteado fuera del “Sistema educativo formal” es por que su objetivo principal es educar, enseñar y crear una nueva forma de aprender, conocer y reflexionar con una pedagogía critica liberadora y revolucionaria, que no estará aceptada por las políticas educativas de nuestro sistema educativo. “Ninguna sociedad se organiza a partir de la previa existencia de

un sistema educativo, al que cabria la tarea de concretar un cierto perfil o tipo de ser humano que, a continuación, pondría a la sociedad en marcha. Por lo contrario, el sistema educativo se hace y se rehace en el seno mismo de la experiencia practica de una sociedad”. (McLaren, 2004)

El proceso

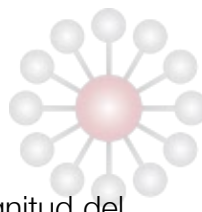
En primera instancia del proyecto se lanzara una convocatoria a formar parte del mismo, esta estará dirigida a maestros, estudiantes universitarios e intelectuales, relacionados y conocedores de la pedagogía critica, que serán los instructores de los círculos de lectura. Todos estos serán voluntarios, se toma esta medida debido a que muchos educadores, fieles a su concepción ético-profesional, rechazan la idea de interdependencia de política y pedagogía, sin embargo es aquí donde se encuentra la explicación a los limites de la educación, y su crisis permanente.

Una vez teniendo el equipo de trabajo, se lanzara una segunda convocatoria, dirigida a la sociedad en general, haciendo hincapié en los principios básicos del proyecto. La promoción realizara en la colonia seleccionada para implementar el proyecto con carteles, volanteo, e invitación de casa en casa diciéndoles a los ciudadanos los fundamentos del proyecto.

Se utilizaran 6 meses para la difusión, misma que se encontrara financiada por el equipo de trabajo voluntario interesado en el impulso del proyecto.

La magnitud del problema, es gigantesca ya que la falta de conciencia propia en los individuos esta palpable tan solo con voltear a lado derecho o izquierdo de nuestra ubicación.

El problema principal es la implantación abrumadora de conciencias previamente creadas,



a los seres humanos. Esto es por medio de la escuela, que crea rebaños para pastores en lugar de pastores para rebaños como no lo hacen suponer, nos educan para obedecer y asimilar lo que nos dicen, jamás nos educan para entender y analizar nuestro contexto histórico.

El proyecto busca cambiar esa educación, y replantear la forma de aprender, cuya finalidad principal es que los individuos se creen una conciencia propia, fomentar un cambio social por medio del conocimiento y el aprendizaje.

Para poner en marcha este proyecto se cuenta con los recursos necesarios, ya que contamos con los fundamentos teóricos de Paulo Freire, Peter McLaren, Bordieu entre otros dedicados a la pedagogía social cuyos planteamientos sobre pedagogía crítica, analizan críticamente el postmodernismo, las consecuencias de la globalización y el imperialismo. Propone una pedagogía de resistencia, en el aula y fuera de ella, que abarque a estudiantes, representantes de la clase obrera y a todas las capas sociales que sufren marginación y explotación, para reinventar colectivamente una nueva sociedad. (McLaren, 2001)

La propuesta se encuentra fundamentada, no está creada subjetivamente, sus planteamientos analizan críticamente a las secuencias planteadas de la razón de ser de la educación bancaria, planteando una nueva pedagogía de la resistencia fuera del aula, que abarque estudiantes, obrero y todas las capas sociales. La propuesta está abierta a muchas posibilidades de futuro, es un llamamiento a inventar colectivamente las condiciones de una nueva vida en sociedad.

La población afectada somos todos los individuos que somos víctimas de las consecuencias de la enajenación y bombardeo

de la globalización. Pero debido a la magnitud del problema el proyecto solo se encuentra postulado a nivel municipal, no descartando su crecimiento a futuro.

Los actores relevantes del problema no los podemos cambiar, pero si podemos modificar la forma de aprender, las condiciones ya están dadas, tenemos que modificarlas.

Objetivos realistas

Los recursos con los que se cuentan para realizar el proyecto se dividen en humanos, económicos y sociales.

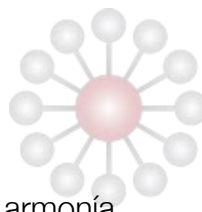
En cuanto a recursos humanos, se cuenta con el apoyo necesario, ya que existen muchas personas interesadas en la pedagogía crítica y en darle auge a la misma. Además de la existencia de grupos comunitarios interesados en fomentar una conciencia social, que están dispuestos a participar en el proyecto y el impulso de este.

En cuanto a recursos económicos, se está limitado ya que el único financiamiento que tendrá el proyecto, será el financiamiento de los participantes voluntarios de este. (Maestros, padres de familia, intelectuales, obreros, etc.). Los recursos económicos son pocos, sin embargo la exigencia del proyecto no demanda muchos recursos económicos. Lo que se tendrá que patrocinar, serán libros, y textos que serán analizados en los círculos de lectura y cultura, por otro lado los medios monetarios para la difusión (volanteo, carteles, etc.).

Considerando la baja demanda de económica será más viable la realización del proyecto alcanzando los objetivos.

Objetivos medibles

En los objetivos medibles para la funcionalidad del



proyecto están considerados.

*El numero de visitas recibidas a partir del comienzo del proyecto.

*La constancia de los asistentes.

*El nivel de análisis alcanzado por los asistentes y los tutores.

*El crecimiento de los círculos de lectura.

Conclusiones y recomendaciones

Tomando en cuenta la historia política -sociopolítica de la educación en este siglo se encuentra ligada a intereses económicos. La educación debe ser humanista, esto es porque es fundamental en el desarrollo humano, tal proceso se ve deshumanizado cuando la educación apoya a los intereses del capital.

Planteando la pedagogía crítica en el contexto político del siglo XX, pareciera que no tiene futuro, sin embargo Freire define su propuesta educativa como utópica, no en lo irrealizable, sino en lo que se va realizando con la práctica, menciona que la Utopía es compromiso histórico. En el texto que se cita a continuación, se ilustra la dirección que se debe tomar para seguir el camino práctico de la pedagogía revolucionaria:

“ La utopía revolucionaria tiende a ser dinámica antes que estática; tiende a la vida antes que a la muerte; al futuro, como un desafío para la creatividad humana, antes que como una repetición del presente; al amor como liberación de sujetos, antes que como posesión patológica; a la emoción de la vida antes que la las puras

abstracciones; a vivir conjuntamente en armonía, antes que gregariamente; al dialogo antes que al mutismo; a la praxis antes que a la ley y al orden; a hombres que se organizan reflexivamente para la acción, antes que a hombres organizados para la pasividad; al lenguaje creador y comunicativo, antes que a signos prescriptivos; a desafíos reflexivos, antes que a eslóganes domesticadores; u a valores que se viven antes que a mitos impuestos”(Freire,2007:85)

Siguiendo la utopía educativa de la pedagogía crítica, entonces esta si tiene futuro, solo se debe ser muy cuidadosos en su práctica, esto implica reflexión y acción, esta educación no se debe confundir con mera práctica activista, esta es una pedagogía de liberación, “es mejor ser objetivos y constantes que portar una máscara de guerreros”², no se tiene otra pretensión que vivir bien y ser felices, utilizando como medio el arma más poderosa que poseemos los seres humanos, el intelecto.

“Ante nosotros, todavía sin historia, el siglo XXI nos desafía a recuperar la utopía de un pensamiento pedagógico latinoamericano”

Anexos

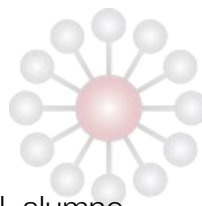
En realidad existen muchas posturas pedagógicas pero según Díaz Bordenave (1976), señala que esta se puede agrupar en tres modelos fundamentales que se presentan a continuación;

Modelos exógenos,... 1. Educación que pone énfasis en los contenidos.

2. Educación que pone énfasis en los efectos.

(Educando= objeto)

Modelos Endógeno..3. Educación que pone
2 Boca Floja. Grupo de Hip Hop urbano, cuyas temáticas giran alrededor de problemáticas sociales y vivencias cotidianas. Canción “ Somos”



énfasis en los contenidos.

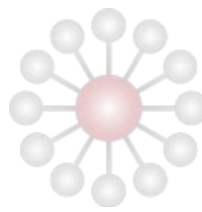
(Educando = sujeto)

plantados fuera del educando; toma al alumno como objeto, son externos a el, y el endógeno, parte del educando; toma al alumno como sujeto. En el siguiente cuadro se explica más específicamente en que consiste cada modelo educativo.

TIPO DE EDUCACION	OBJETIVO
Educación con énfasis en los contenidos	<p>La práctica docente, gira entorno a estos tres</p> <p>Corresponde a la educación tradicional, basada en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la elite "instruida en masas ignorantes.</p>
Educación con énfasis en los efectos	<p>Corresponde a la llamada "ingeniería del comportamiento" y consiste esencialmente en moldear a las personas, con objetivos previamente establecidos.</p>
Educación con énfasis en el proceso	<p>Destaca la importancia del proceso de transformación de la persona y de las comunidades. No se preocupa tanto de los contenidos a ser comunicados ni de los efectos en termino de comportamiento, cuanto de la interacción dialéctica de entre las personas y su realidad; del desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social.</p>

modelos pedagógicos.

El comentario final es que la educación, la sociedad, la cultura y la política se encuentran ligadas y ninguna es posible sin la existencia de la otra, eso es lo que creo la subjetividad de su significado.



Referencias documentales

- Freire Paulo.(2006)Pedagogía del oprimido. México. Ed. Siglo XXI.
- Freire Paulo.(2009) La educación como practica de la libertad, Ed. Siglo XXI, 2009.
- Freire Paulo. (2007)Pedagogía de la esperanza. México. Ed. Siglo XXI.
- Giroux, Henry. (1992). Teoría y resistencia en educación. México: Siglo XXI.
- Gutiérrez Francisco. (2008) Educación como praxis política. México. Ed. Siglo XXI.
- Kaplún, Javier. (1987) El comunicador popular. Culturas juveniles y educación: pedagogía crítica, estudios culturales e investigación participativa .Los jóvenes: múltiples miradas, UNC. 10pp.
- Latapi Pablo. Un siglo de Educación en México. Biblioteca Mexicana. México.
- McLaren Peter. (2001)La vida en las escuelas, fundamentos de Pedagogía critica. Ed. Siglo XX. México.
- McLaren, Peter.(2005) La enseñanza contra el capitalismo global y el Nuevo Imperialismo, Una pedagogía Critica. México. Ed. PROA.
- McLaren, Peter (2004) Pedagogía y Praxis en la era del Imperio. Hacia un nuevo humanismo. México. Ed. popular
- Sacristán G, José. (1999)Políticas y prácticas culturales en las escuelas: los abismos de la etapa postmoderna, en: Revista Electrónica Heuresis, volumen 2, <http://www2.uca.es/HEURESIS/heuresis99/v2n1.html> (julio de 2000)
- Zaaccagnini Mario. (2002) Reformas educativas: espejismos de innovación. Universidad Nacional de Mar del Plata. Revista Iberoamericana de Educación.

Sobre el autor:

Evelyn Abigail Unzueta González.
8 vo. Semestre de la Licenciatura en Educación
Área terminal: Educación comunitaria.
Intercambio académico: Un semestre de la Lic. En Pedagogía en la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México, con promedio de 9.6

Verano de Investigación 2010 en la UV (Universidad Veracruzana) estudio de cultura, identidad y subjetividad, analizando nuevas formas de comunicar y educar socialmente fuera de un sistema escolarizado.



Diagnóstico de la percepción de valores cívicos a 200 años de iniciada la independencia de México

Caso: Colegio Inter Canadiense de Puebla

LCC. Rosa Angélica Martínez Téllez

LCC. Jesús Roberto Sánchez Reina

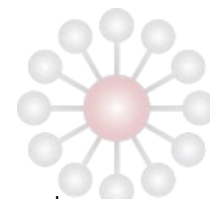
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Resumen: A casi cumplirse el centenario de la revolución y el bicentenario del inicio de la independencia, la historia del México actual se representa en su cultura y los elementos que la configuran: valores, creencias, costumbres, tradiciones, etc. La práctica de los valores cívicos ha sido fundamental en la construcción de la herencia cultural para las futuras generaciones. La comunicación, la clave para mediar la transición, transmisión y fortalecimiento de dicho proceso. Es a partir de lo anterior que este proyecto se plantea como objetivo conocer la percepción actual de valores e ideales –de revolución e independencia- que tienen los jóvenes estudiantes de secundaria del Colegio Inter Canadiense de Puebla.

El enfoque metodológico que utiliza es un enfoque mixto, el cual se divide en etapas de estudio. La que se presenta a continuación corresponde a la primera parte; esta es un estudio cuantitativo basado en una encuesta likert de 17 ítems y 8 preguntas abiertas las cuales describen la percepción, práctica y convivencia de valores cívicos por parte de los alumnos del colegio.

Entre los principales hallazgos se encontró que existen tres valores clave para describir a la sociedad actual: libertad, democracia y justicia. No obstante, los alumnos afirman tener poca credibilidad en las instituciones que los fomentan. Por otro lado, los encuestados argumentan que el contexto y los medios de comunicación influyen en la percepción de estos ideales. Finalmente, los alumnos también consideran que pueden participar en acciones que fomenten los valores, las cuales afirman deben estar dirigidas a los distintos grupos que forman la escuela, ser creativas y didácticas.

Palabras claves: Comunicación, educación, valores cívicos, movimientos sociales, medios de comunicación.



Introducción

El centenario de la revolución y el bicentenario de la independencia son festejos de carácter cívico y orgullo nacional para los mexicanos. La herencia que tenemos de estos movimientos sociales, se representa en valores como la libertad, la democracia y la soberanía. En la época actual, ante un clima de violencia, desempleos y falta de credibilidad al gobierno, los contenidos mediáticos predominan y dominan parte importante de la opinión pública. Así, los medios de comunicación masiva, a través de sus líderes de opinión, se han encargado de transmitir, informar y erigir la celebración del Bicentenario. Ante esta situación, se ha considerado prudente desarrollar el siguiente proyecto de investigación y acción que retoma el papel de los medios de comunicación en contenidos educativos, cívicos y sociales, desde una perspectiva alterna a la masividad.

El siguiente es un trabajo multidisciplinar desarrollado dentro del Colegio Inter Canadiense de Puebla (CIC) y considera el análisis de la percepción de los valores cívicos, heredados a lo largo de la historia de México. Este proyecto cuenta con el apoyo de las materias de Historia Universal y Formación Cívica y Ética, para cuestionarnos sobre la percepción que tienen los adolescentes sobre los valores cívicos a 200 años de la participación de nuestros héroes nacionales para adquirir una sociedad libre, con un sistema político democrático. Los aspectos que se evaluaron fueron el grado de conocimiento de las luchas de independencia, símbolos y autores, evaluación de la participación, práctica y transmisión de dichos valores, así como la percepción de los valores cívicos e instituciones que los representan. El estudio se aplicó a los alumnos de segundo grado de secundaria. Posterior al diagnóstico,

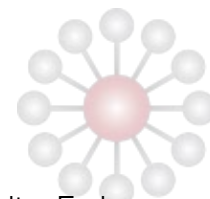
los resultados nos conllevan al diseño de un programa de comunicación para la educación y fortalecimiento de los valores cívicos dentro de la escuela.

Comunicación y educación

Las formas a través de las cuales, los alumnos comprenden e interactúan en la sociedad, son la comunicación y la educación; es por ello que es importante analizar la relación que tienen ambos términos. El concepto de comunicación está asociado a diferentes significados y funciones. Etimológicamente, la palabra comunicación proviene del latín *communis*, que significa común. La comunicación es la acción de comunicar que a su vez proviene del latín, *communicare*. Por su parte, la palabra “educación”, proviene del latín *educare* que significa: “guiar”, “conducir” o “educare”, “formar” e “instruir”.

La combinación de los términos educación y comunicación da como resultados el concepto de educomunicación, descrito en la revista de *Indymedia* (2005) como la alusión a un cruce de dos campos de indagación y producción de conocimientos -la educación y la comunicación- los cuales encuentran familiaridad y se alimentan mutuamente, no sólo a partir de las metodologías desarrolladas sino en cuanto a las potencialidades de intervención social que proponen.

La enseñanza, parte de la educación, exige la competencia de la comunicación, ya que sin esta última no puede darse la primera, por lo cual, la relación comunicación y educación es una constante histórica (Torres 1999); esto significa que la educación necesita de la comunicación para que se realice el proceso de la enseñanza-aprendizaje.



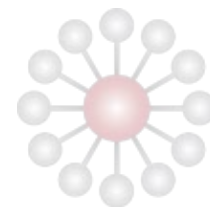
Así, ambos conceptos dependen mutuamente para generar procesos cognitivos y conductuales que impacten en la adquisición de conocimientos y generen comportamientos reflexivos orientados a una tarea o meta de aprendizaje.

Con el propósito de diseñar procesos de enseñanza-aprendizaje eficientes, basados en modelos educativos participativos, colaborativos y reflexivos, la Dirección General de Desarrollo Curricular, perteneciente a la Subsecretaría de Educación Básica de la Secretaría de Educación Pública, realizó una serie de modificaciones en el plan de estudios para la educación secundaria en el año 2006, esto con la finalidad de obtener una formación básica de calidad. Las modificaciones hechas buscan entre otros objetivos que los cursos de Historia I y II, en segundo y tercer grados, respectivamente, permitan al alumno avanzar en el desarrollo de las nociones de espacio y tiempo históricos, ejercitarse en la búsqueda de información con sentido crítico y reflexionar sobre los sucesos y procesos del pasado que han conformado las sociedades actuales. Por otro lado, la asignatura Formación Cívica y Ética brinda a los alumnos la oportunidad de utilizar elementos del contexto espacial y temporal para analizar procesos de diferente magnitud relativos a la convivencia, así como la posibilidad de adoptar una perspectiva personal sobre los mismos e identificar compromisos éticos que les competen como adolescentes.

La comunicación es la herramienta a través de la cual se da el proceso enseñanza-aprendizaje, pero depende de los modelos de educación y comunicación que se utilicen para que los conocimientos sean significativos o sean parte de

una educación bancaria como lo descrito Freire (1970).

A continuación se presenta los modelos de educación/comunicación que categoriza Mario Kaplún con la descripción de cada uno de ellos con el objetivo de identificar los modelos que se utilizan en el CIC.



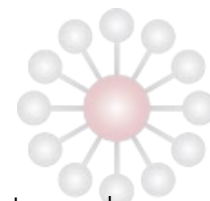
Modelos de educación/Comunicación según Kaplún

Modelos	1.- Unidireccional	2.- Vertical
Alumnos	Objetos receptáculos y depositarios de informaciones	Sujetos de educación
Participación	Los conocimientos tienen que ser memorizados	Alumnos activos
Proceso de enseñanza/aprendizaje	Modelos escolástico de la clase frontal, los alumnos escuchando, docente al frente	Aprendizaje como proceso activo de construcción y de recreación del conocimiento
	Son evaluados con que repiten y reproducen lo escuchado	Educarse es involucrarse en una múltiple red social de interacciones
	Modelo unidireccional, por un emisor ("locutor") a unos receptores ("oyentes").	Comunicación dialógica

Tabla N.1 Basado en los modelos de educación/comunicación Kaplún

El modelo unidireccional se basa en la siguiente estructura, un emisor a unos oyentes, no se realiza la retroalimentación, los alumnos se evalúan con la capacidad que tengan de repetir lo que el emisor les transmitió, el objetivo es memorizar información, la posición del profesor debe ser siempre al frente mostrando su figura de poder, los alumnos son vistos como objetos para depositar información, del lado opuesto tenemos el modelo vertical que considera a los alumnos como sujetos de educación, exige la participación

de alumnos activos, el proceso de aprendizaje se visualiza como un proceso activo de construcción donde se recrea el conocimiento, lo que le permite a los alumnos involucrarse en una red social de interacciones, para posteriormente entrar en la dinámica de la comunicación dialógica, donde todos los participantes hacen la función de emisor, receptor y viceversa.



En algunas materias por su contenido temático podemos relacionarlas con el proceso de memorización de personajes y fechas como es el caso de historia, modelo unidireccional, los alumnos se quejan de que es una clase poco atractiva, Cantillo hace referencia de la verdadera comunicación no se lleva a cabo por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino cuando dos o más seres o comunidades humanas intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos. Es a través de ese proceso de intercambio como los seres humanos establecen relaciones entre sí, y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria; el proceso de intercambio que maneja la autora es la comunicación, al ser seres sociales debemos de vivir en constantes grupos como la familia, la escuela, la comunidad, es el proceso de comunicación donde se transmiten las reglas comúnmente aceptadas para vivir en armonía dentro de la sociedad aquí recae la importancia de la dupla comunicación/educación respecto a los valores cívicos en la formación de ciudadanos como es el caso de los alumnos del CIC.

Valores cívicos, información y comunicación.

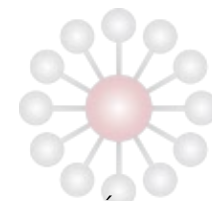
De acuerdo con Cuervo y cols. (2009), la educación secundaria es una importante etapa de la vida en la que ocurren muchos cambios físicos, cognitivos, emocionales y sociales en sus estudiantes. Así, estos mismos autores consideran la importancia que tiene para el educador saber, conocer y comprender los entornos sociales bajo los cuales los educandos se desarrollan. Bajo

esta perspectiva, es que reformas al sistema de educación secundaria en México se han llevado a cabo.

La Reforma Educativa a la Educación Secundaria (RES2006) plantea la importancia que tiene desarrollar modelos educativos sustentados en la participación, el trabajo colaborativo, la convivencia y desarrollo de competencias que estimulen, integren y ejecuten los conocimientos adquiridos en el salón de clases. De esta manera, se habla de la necesaria vinculación entre áreas de enseñanza con el propósito de integrar y generar aprendizajes significativos para la aplicación en la vida diaria.

Esta misma reforma (RES2006) señala que el estudio de las ciencias debe estar encaminado a que los estudiantes consoliden una formación científica básica que les permita comprender; reflexionar; tener curiosidad, crítica y escepticismo; investigar; opinar; decidir y actuar. Esto pretende, en otras palabras, cambiar el estatuto tradicional del estudiante –sujeto pasivo, poco reflexivo–; orientarlo hacia modelos educativos preocupados en desarrollar sus habilidades y capacidades para aprender y explorar su entorno cognitivo, emotivo y social.

Si embargo una realidad y constante que preocupa y se ha vuelto de interés para muchos escépticos y críticos de la Reforma, es la forma en que los profesores administran, organizan y diseñan la currícula y metodología de enseñanza-aprendizaje. Pues si bien, estos han sido capacitados en los últimos años en sobre cómo utilizar/aplicar la reforma, sigue estando presente dentro de la educación secundaria la enseñanza basada



exclusivamente en modelos unidireccionales y que desde una perspectiva teórica podemos relacionar con el almacenamiento de información sin comprensión alguna, lo que Freire, P. (1970) llamó una –Educación Bancaria–.

Alguna de esas clases, son las relacionadas con la enseñanza de las ciencias sociales: Historia, Geografía, y Formación Cívica y Ética, materias a las que nunca se les da la misma importancia que la dada a Ciencias Exactas o Español. Las clases de ciencias sociales, por tradición, se han vinculado más con modelos de educación difusionistas que buscan entre otras cosas que los alumnos memoricen fechas, héroes, autores, etc... resultando así materias muy tediosas y que desafortunadamente quedan fuera de la vinculación que supone la RES 2006. Por su parte, la materia de educación cívica y ética, ha sido más relacionada con la enseñanza y práctica de valores; que aunque se enseñen y memoricen, tal como el nombre de los héroes de la independencia, las tablas de multiplicar y los elementos de la tabla periódica, su “memorización” no garantiza la práctica e incidencia real en la sociedad.

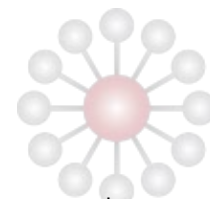
Los modelos de comunicación unidireccional, los sistemas políticos, económicos y las nuevas tecnologías fomentan la apatía hacia los sucesos históricos y los valores cívicos, la gaceta universitaria escrita por Liliana Díaz Sevilla y Cristina Félix, “En México y en el mundo, cada vez es más notoria la pérdida de valores cívicos y éticos entre los jóvenes, sobre todo por el proceso de globalización económica y el poder que tienen los medios de información en este sector”. Los jóvenes están expuestos a una gran diversidad de información que proviene de diferentes partes

del mundo, lo que permite que se interesen más por culturas extranjeras que por la propia lo que debilita nuestra cultura y sus manifestaciones al adquirir las ajenas.

Las escuelas en México, para fomentar los valores cívicos realizan actividades cívicas en fechas conmemorativas como los honores a la bandera. También participan en eventos masivos como desfiles, asistencias a plazas públicas para su participación en conmemoraciones que representan al pueblo como nación, pero que muy pocas veces identifican y unen a los mexicanos. A menudo, los alumnos se ven obligados a asistir a dichos festejos lo que lejos de fomentar los valores, repercute en la falta de interés en dichas actividades.

Los valores moldean nuestro comportamiento y actitudes ante diferentes situaciones. Rokeach Milton define los valores como: las creencias perdurables de un modo específico de comportamiento es personal socialmente preferible al opuesto (por lo que) un sistema de valores es una organización permanente de creencias respecto de modelos preferibles de comportamiento, a lo largo de una escala que establece la importancia relativa de cada uno, los valores tienen la función de regular la satisfacción de los impulsos de acuerdo con toda la serie de objetivos jerárquicos y duraderos de la personalidad, con la exigencia de orden por parte tanto de la personalidad como del sistema sociocultural y con la necesidad de respetar los intereses de los demás y del grupo en su conjunto en la vida social Kluckhohn, en Williams y Albert, 1977 (cit. Hirsh Ana 2002)

El Instituto Electoral y de Participación Ciudadana



IEPC define los valores cívicos como: el conjunto de acciones que orientan y regulan la conducta de las personas en su relación con los demás y con las instituciones y órganos de gobierno, entre ellos se encuentran: la pluralidad, la libertad, la igualdad, el diálogo, la tolerancia, la participación y la legalidad, por su parte la RES2006 entre los propósitos de la formación cívica y ética tiene el objetivo de mostrar las características de la democracia, así como los valores de justicia, igualdad, libertad, solidaridad, legalidad y equidad, por lo que podemos darnos cuenta que el plan de estudios fomenta los valores cívicos, los cuales deben ser aprendidos, practicados y transmitidos en nuestra sociedad para formar la cultura cívica la cuál según Hirsh concierne las normas, creencias, opiniones, valores, prácticas y acuerdos que cada sociedad establece para ordenar su quehacer colectivo en el sentido más amplio.

La historia busca que los alumnos comprendan los significados de los movimientos sociales, mismos que dieron origen a los valores cívicos como la libertad, democracia y soberanía, la dupla historia-formación cívica ayuda a que los alumnos comprendan su entorno social, desde los orígenes hasta nuestra época, fomentando los valores cívicos que guiarán sus conductas hacia el comportamiento en la sociedad.

El diagnóstico

A continuación presenta los resultados del diagnóstico aplicado a través de un modelo cuantitativo como lo es la encuesta con la finalidad de conocer la percepción de los alumnos del CIC respecto a los valores cívicos, la percepción de las instituciones como: escuela, gobierno y familia.

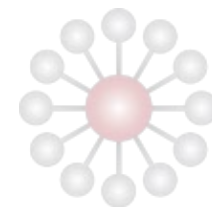
La percepción que se analiza a continuación es

la valoración que hacen los alumnos al momento de contestar la encuesta aplicada el 11 de mayo de 2010 a alumnos de segundo año 2° A 24 alumnos, B 22 alumnos y C con el mismo número que el anterior, no asistieron 3 alumnos uno de cada grupo, por lo que se aplicaron 65 encuestas.

La estructura de la encuesta se encuentra de la siguiente manera: La primera parte se compone por una escala likert con 17 afirmaciones para conocer el grado de acuerdo o desacuerdo, mientras que las preguntas 18, 19, 21, 24 y 25 son preguntas con opciones múltiples, mientras que la 20, 22, 23 son preguntas abiertas.

La población encuestada en su mayoría hombres con 54% mientras que las mujeres sólo alcanzaron el 45%, un alumno(a) olvidó registrar su género por lo que se contabilizó como desconocido con 1%. Los hallazgos presentados en este apartado, corresponden a los resultados de la encuesta likert, con 17 afirmaciones en las cuales los alumnos mostraron un grado de acuerdo o desacuerdo. Para realizar un análisis más detallado de la percepción de los alumnos se sistematizaron las respuestas en las siguientes categorías:

- Información-conocimiento
- Acción-participación
- Sentimientos actitudes
- Percepciones-instituciones
- Valores



A continuación se describe cada una de ellas:

Información-conocimiento

Categoría	Totalmente de acuerdo	Mediamente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
Información Conocimiento						
Significado de la celebración cívica	17%	37%	37%	9%	0%	100%
Conozco los símbolos y héroes	8%	42%	35%	14%	1%	100%
Conozco los valores cívicos	14%	37%	35%	14%	0%	100%

Los alumnos del CIC tienen información respecto al bicentenario por lo tanto conocen el significado de celebraciones cívicas 91%, el conocimiento sobre los valores cívicos disminuye al 86%, se comprobó que la materia de formación cívica y ética tiene el objetivo de fomentar los valores cívicos en su plan de estudio, lo que podría afectar este proceso de aprendizaje es el modelo de educación/comunicación unidireccional.

En relación con la información y conocimientos sobre los símbolos y héroes que representan al Bicentenario el porcentaje en comparación de los anteriores baja a 85% esto puede relacionarse con la cantidad de personajes y fechas por recordar, los alumnos manifiestan que se vuelve aburrida y tediosa la clase de historia.

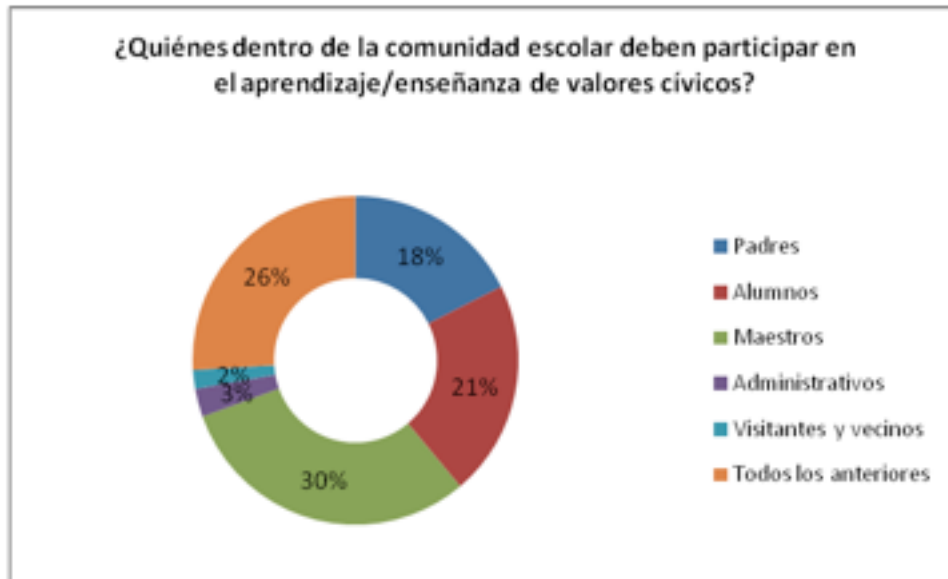
Acción-participación

Categoría	Totalmente de acuerdo	Mediamente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
Acción participación						
Identifico y practico los valores cívicos	2%	49%	26%	15%	8%	100%
Contribuyo en la celebración de actividades cívicas	6%	32%	31%	25%	6%	100%



La participación de los jóvenes baja a 77% en comparación de la categoría de información-conocimiento ya es el porcentaje de alumnos que identifican y practican los valores cívicos heredados

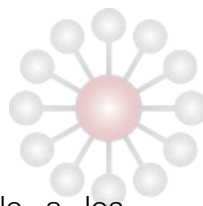
por la historia, respecto a la contribución de festividades cívicas de la comunidad, escuela o familia continua bajando a 69%.



Las personas en las que recae el aprendizaje/enseñanza de valores cívicos son principalmente los maestros 30% aunque los alumnos reconocen la importancia de su participación al quedar en

segundo lugar 21%, la falta de motivación podría ser la principal razón por la cual los alumnos no participan ya que en los apartados anteriores los alumnos confirman que están informados.





La mejor forma de acercar a los alumnos hacia los conocimientos de los valores cívicos es enseñando/aprendiendo de forma creativa 26% también consideran que informando 23% y retomando la importancia histórica, los profesores pueden apoyarse en las nuevas tecnologías,

utilizando el proyector para presentarle a los jóvenes cortometrajes de animaciones respecto al Bicentenario como los que elaboró Batallón 52, así como las visitas a lugares históricos y representaciones teatrales.



Los alumnos consideran que la participación es la principal actividad que están dispuestos a emprender para modificar la relación percepción con los valores cívicos e históricos, en segundo

lugar desean aprender 24% y recibir información 20%, la actitud que debemos de tomar en cuenta es que están dispuestos a participar pero no lo hacen, no hay actividades que los motiven.

Sentimientos-actitudes

Categoría sentimientos actitudes	Totalmente de acuerdo	Mediamente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
Me motiva la celebración del bicentenario	11%	29%	29%	20%	11%	100%
Me gusta participar en celebraciones cívicas	15%	26%	25%	28%	6%	100%



La actitud que toman los jóvenes respecto al bicentenario arrojó lo siguiente: 69% los motiva la celebración del bicentenario, en menor cantidad

encontramos a los jóvenes que les gusta participar en celebraciones cívicas 66%.



Las celebraciones cívicas que los alumnos practican con optimismo y significado son ceremonias, estas

son identificadas como las principales actividades que hacen en la escuela para fomentar valores.

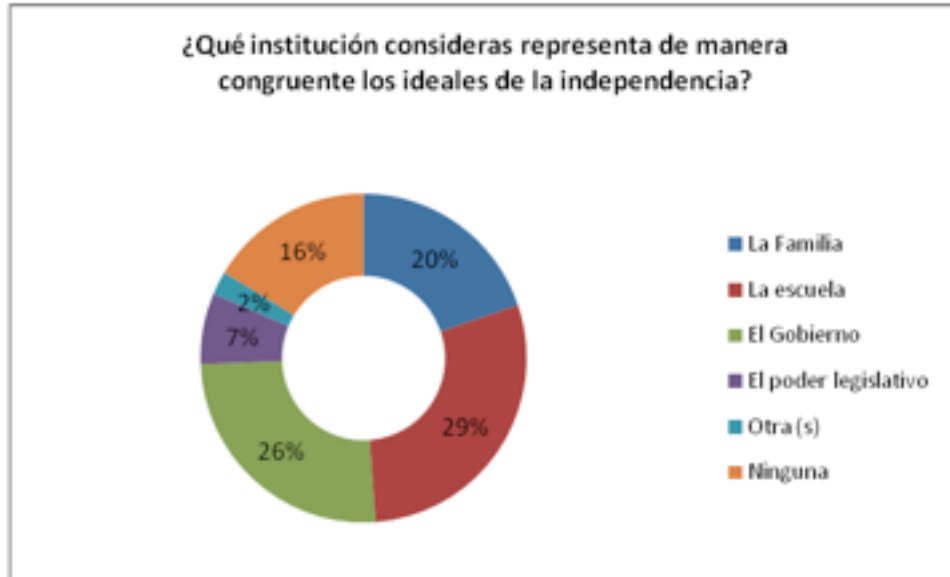
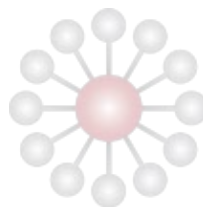
Percepciones-Instituciones

Escuela

Categoría percepción instituciones	Totalmente de acuerdo	Mediamente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
En la escuela se fomenta el orgullo e identidad nacional	17%	24%	51%	8%	0%	100%

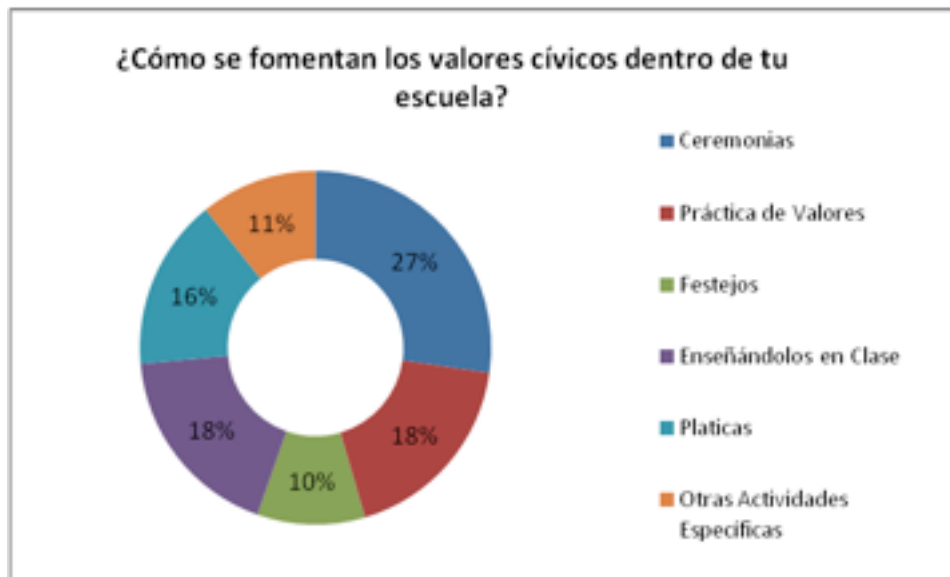
Los alumnos del CIC consideran que la escuela fomenta el orgullo e identidad nacional 92%, también la consideran como la institución que

representa de forma congruente los ideales de independencia y que transmite los valores cívicos.



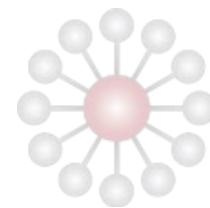
Los alumnos manifestaron la percepción positiva para la escuela como la institución que representa de manera congruente los ideales de independencia,

el gobierno quedó en segundo lugar con un 26%, mientras que la familia se colocó en tercer lugar con un 20%.



Las actividades que los alumnos consideran que fomentan los valores de la escuela son: las ceremonias 27%, práctica de valores y enseñándolos

en clase ambos con 18%, los alumnos consideran congruentes al señalar que se deben enseñar y practicar.



Medios de comunicación

Categoría percepción instituciones	Totalmente de acuerdo	Mediamente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
Los medios fomentan la práctica de valores cívicos	17%	38%	25%	14%	6%	100%
Los medios de comunicación me han acercado al significado del Bicentenario	15%	26%	20%	25%	14%	100%

Los alumnos consideran que los medios de comunicación fomentan la práctica de valores cívicos 80%, baja la percepción al reflexionar sobre si los medios los han acercado al significado del

Bicentenario 61%, esto puede relacionarse al estar expuestos a grandes cantidades de información donde no siempre se seleccionan los contenidos nacionales.

Gobierno

Los jóvenes del CIC consideran que las leyes en México representan e integran los valores cívicos en un 66%, más de la mitad de los alumnos

considera que el gobierno no representa los ideales de la revolución y la independencia.

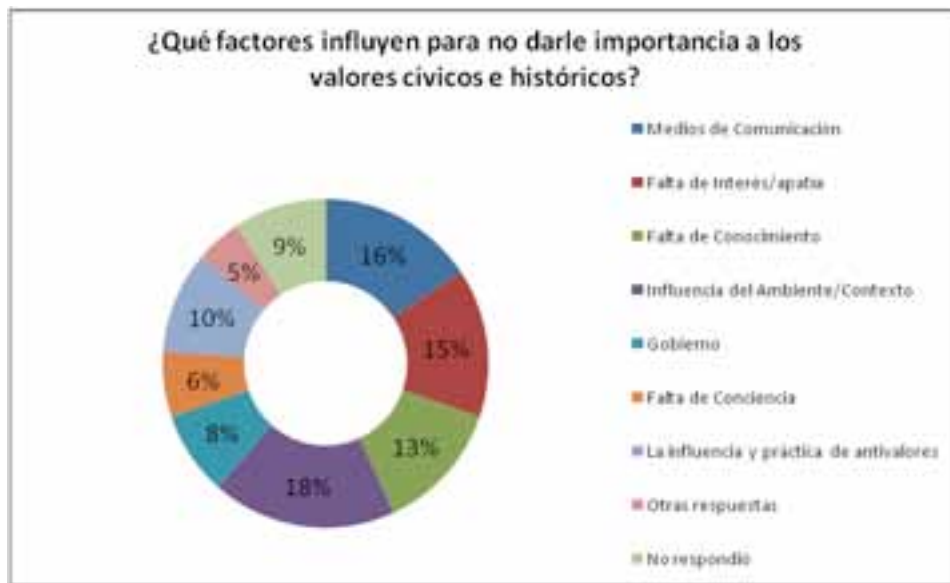
Familia

Categoría percepción instituciones	Totalmente de acuerdo	Mediamente de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Total
En mi familia se habla de la importancia de la historia y los valores cívicos	8%	31%	31%	18%	12%	100%



La familia respecto a la formación de valores cívicos obtuvo que 70% de los alumnos hablan

con su familia de la importancia de la historia y los valores que esta ha dado.

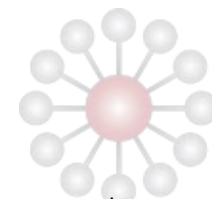


Los factores que influyen para no darle importancia a los valores cívicos e históricos son la influencia del ambiente/contexto 18% como las

nuevas tecnologías y la modernidad; medios de comunicación 16% y la falta de interés 15%.

Valores





Según los alumnos del CIC los valores cívicos que se han construido en México a 200 años de la Independencia son: Libertad 26%, democracia 17% justicia 16%.

Los alumnos del CIC consideran que en México todos debemos de saber y contar la historia con orgullo nacional 91%, reflexionan sobre el respeto de la historia sin importar creencias religiosas, políticas u otras 87%, individualmente los alumnos consideran que tienen respeto por la historia.

Conclusiones

Las materias de historia y formación cívica ayudan a la comprensión del entorno social de los jóvenes, pero debe darse un proceso de enseñanza adecuado, el modelo de comunicación que tiene que utilizarse es el vertical que permita a los alumnos involucrarse en actividades cívicas, ya de acuerdo al diagnóstico los alumnos sí tienen la información relacionada con: Héroes, símbolos y valores cívicos, pero no la motivación para practicar y fomentar los valores cívicos, lo que modula su carácter en conductas pasivas respecto a celebraciones como el Bicentenario.

Los alumnos consideran que el proceso de enseñanza/aprendizaje respecto a los valores cívicos recae en los profesores, pero están conscientes que la intervención de ellos también es importante, por lo que se debe de buscar alternativas para concientizar a los jóvenes en las participaciones cívicas así como el objetivo por la que se realizó cada una.

La falta de motivación, así como la dinámica de la clase de historia, son factores que intervienen para que a los alumnos consideren la información de la clase como poco significativa, por lo que consideran que la mejor forma de aprender es enseñando de forma creativa y practicando los valores cívicos.

La institución que representa de manera congruente los valores de la independencia según la percepción del CIC, fue la escuela, también consideran que fomenta el orgullo nacional e identidad nacional, la congruencia se relaciona debido a que la escuela realiza ceremonias, enseña en clase los valores cívicos y los practican dentro de la escuela, la institución que obtuvo percepción negativa fue el gobierno al considerar que no representa los ideales de la revolución e independencia.

Los alumnos consideran que los medios de comunicación fomentan los valores cívicos pero que no los acercan al significado de las celebraciones, esto puede estar relacionado con el contenido de los medios de comunicación, ya que existen mayor número de programas comerciales en comparación con los culturales.

Los factores que intervienen para no darle importancia a los valores cívicos son el contexto o influencia del ambiente –modernidad, tecnología, etc.- los medios de comunicación y la falta de interés, estos factores están fomentando la pérdida de valores, pero cabe recalcar que si se planean estrategias de comunicación los mismos factores pueden utilizarse para fomentar los valores.

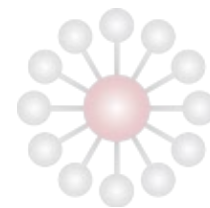
La percepción de los alumnos del CIC sobre los valores cívicos que se han construido en México a 200 años de la Independencia y 100 años de la revolución son: Libertad, democracia y justicia.

La importancia de este diagnóstico fue detectar las percepciones negativas y proponer alternativas para cambiarlos, a través de una estrategia de comunicación que se desarrollara más adelante.

Bibliografía

Hirsh Ana. México y valores nacionales. Ediciones Gernika., S.A. México; DF. Pág. 12, 36

Cantillo Carmen (Marzo 2009) Didáctica de la comunicación. Recuperado el 5 de junio de



2010 en <http://www.scribd.com/doc/13325828/Revista-reflexioneseducucomunicacion>
Freire Paulo (1970). Pedagogía del oprimido. Disponible en: <http://www.servicioskoinonia.org/biblioteca/general/FreirePedagogiadelOprimido.pdf>

Gaceta. Débiles los valores cívicos entre los jóvenes. Recuperado el 15 de febrero de 2010 en http://adide.org/revista/index.php?option=com_content&task=view&id=291&Itemid=62 Pág. 1
Instituto Electoral y de Participación Ciudadana IEPC recuperado el 24 de mayo en <http://www.iepcbc.org.mx/archivos/Valores.pdf>

Kaplún Mario (junio 1997) La educomunicación. De medio y fines en comunicación. Revista Lationamericana de Comunicación Chasqui. Número 58. Recuperado el 8 de agosto de 2010 en <http://chasqui.comunica.org/kaplun.htm>

Reporte de la Educación Secundaria, Programas de Estudio 2006. SEP Secretaría de Educación Pública. Recuperado el 10 de junio de 2010 en <http://kino.iteso.mx/~navarro/programafce.pdf>

Rodríguez Toro Carmen (Noviembre 2004) ¿Qué es educación? Revista digital "Investigación y educación" ISSN 1696-7208.

Torres Lima Héctor Jesús (Enero-Marzo, 1999) Caracterización de la comunicación educativa (Primera parte) Razón y palabra. Número 13. Año. 4 recuperado el 20 de mayo de 2010 en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n13/carac13.html>.

Sobre los autores:

LCC. Rosa Angélica Martínez Téllez.
Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Guerrero. Estudiante de la maestría en Comunicación y Cultura en el ITESO. Ha colaborado en proyectos en el ITEMS, e ITESO de los que destacan: Crisis post-electoral 2006, Violencia y medios 2007 y Análisis de la construcción discursiva en videojuegos de mundos persistente Second Life de 2008, proyecto en el que sigue vinculada.

LCC. Jesús Roberto Sánchez Reina.
Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla; Profesor en educación básica, media superior y superior donde imparte las materias de inglés y ciencias sociales. Actualmente colabora en el proyecto: Ejes que guían la cultura de las empresas e instituciones del siglo XXI.



Educación, comunicación y participación política de los jóvenes

Dr. Melitón Guevara Castillo
Mtra. Amparo Castillo Marroquín
Mtra. Rosa María Valles Saavedra
Universidad Autónoma de Tamaulipas

Resumen: El propósito es observar a los jóvenes en su comportamiento político bajo tres elementos. El primero: hay la percepción de que los jóvenes no tienen interés en participar en la política; incluso, se difunde, que pese a ser el núcleo mayor (18 a 34 años) en el padrón electoral no participan con su voto en los procesos electorales. Para entender este comportamiento: a) se analizan los programas de educación cívica y los mensajes mediáticos en época de campaña emitidos por órganos electorales: b) se revisan en las redes sociales (facebook, twitter) los grupos y las expresiones que hacen sobre la política y, además, c) se revisan encuestas a jóvenes, tomando de referencia su reciente incorporación al padrón electoral y su condición de preparación educativa.

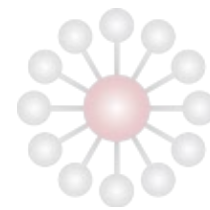
Palabras claves: jóvenes, comunicación, mensajes educativos, participación política, comunicación alternativa.

Introducción

La pirámide poblacional nos indica que los jóvenes cubren el mayor porcentaje, somos un país entonces de jóvenes, qué papel juegan los jóvenes en la vida de la nación. INEGI y la UNAM informan que buena parte de ellos son “ninis” que ni estudian ni trabajan, y en relación con la política se dice que “en la actualidad en el país mucho se habla de que la juventud está alejada de la política y no vota. Poco se nos ocurre pensar o decir que tal vez la política es la que está alejada de la juventud.

(Fernández, 2010: 107)

Dado el crecimiento de la población joven, a su comportamiento en relación con los estudios y la vida laboral, son objeto de múltiples estudios con la finalidad de entenderlos y generar políticas públicas respecto a su problemática. En uno de los estudios Beck y Beck expresan que los jóvenes han descubierto al final algo para ellos mismos, algo que les mete mucho ruido a los adultos: pasarlo bien, pasarlo bien con los deportes, pasarlo bien con la música, pasarlo bien con el consumo, pasarlo



bien con la vida, [pasarla bien con la internet]. Pero la política, tal como se practica y representa actualmente, no tiene nada que ver con pasarla bien (...) de ahí que los jóvenes sean apolíticos. (Fernández, 2010; 114.)

Que haya jóvenes que ni estudian ni trabajan, es grave; pero es más grave que, en lo general los jóvenes se declaren apolíticos. ¿Qué los lleva a esa condición? Puede ser el estilo de vida; el que conocen vicios y fallas de un gobierno, o que no les satisfacen sus expectativas. Están sorprendidos de los niveles de corrupción, de impunidad, de injusticia. ¿Cómo rescatarlos de esa condición? Hay la certeza de que la educación es el medio a través del cual se puede rescatar a los jóvenes de su apatía, una educación que promueva el análisis, la crítica, la reflexión y la discusión de asuntos de interés general, que cree conciencia en los jóvenes sobre su papel en la transformación de nuestra sociedad, en pocas palabras que “impacte la naturaleza, status y desarrollo de la democracia”. (Guevara y otros, 2010:2)

Los procesos electorarios son el evento que demanda a los ciudadanos ejercer un derecho: el de votar. Ahí es donde, se observa, los jóvenes no participan. Una juventud que no se preocupa por los procesos electorales, por su propia problemática, nos lleva a pensar: ¿Cuál es el futuro de esta generación? De ahí, entonces, la preocupación por incidir en la forma de pensar de los jóvenes, de su comportamiento ante la vida; llegando a una conclusión inevitable: la tarea es inculcarles valores sobre la vida cívica; esta tarea indudablemente empieza en la familia y se fortalece en las políticas públicas de instituciones como el IFE y la SEP, con sus programas educativos sobre la democracia y

la participación.

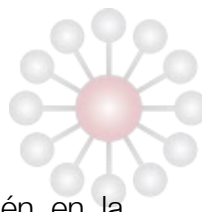
Visión de los jóvenes sobre la política

Una primera visión de los jóvenes sobre la política la proporcionan en los procesos electorales. Los esfuerzos de los partidos políticos, y de los órganos electorales, no han logrado que acudan a las urnas a ejercer su derecho de votar: “en las presidenciales del 2000 un 67% de la juventud votó, (...) en 2006 la juventud en general se abstuvo de sufragar en mayor número y porcentaje con relación a otros grupos etarios”. (Fernández, 2010:115).

En estudios de opinión y preferencias electorales hay una constante en las opiniones vertidas por los jóvenes en relación con la política: manifiestan que no conocen de política, algunos reconocen que deben saber más, pero otros más muestran una total indiferencia hacia el tema, existe la percepción de que los políticos son mentirosos, corruptos y rateros, consideran que la política es un problema y que sólo perjudica. (Fernández Poncela, 2003:85-89)

De acuerdo con las opiniones recabadas en entrevistas en torno a las elecciones 2006¹, sobre el abstencionismo, las opiniones no son distintas, los jóvenes no votan simplemente porque la política no les interesa, porque no encuentran opciones con las cuales se identifiquen, la política les parece corrupta, no creen en ella, ni en los partidos políticos, ni en los candidatos, además no creen que su voto ayude a cambiar la situación actual de las cosas. Consideran que las campañas son sucias en todos los sentidos, provocan contaminación

¹ Agenda Juvenil 2009. Proyecto ciudadano y participación juvenil. México: IFE.



visual, auditiva, ecología, no hay debate, son un vergüenza para el país. La no confianza, el pensar que siempre es lo mismo y nada va a cambiar y nada se puede hacer, que es una farsa y un despilfarro, es al parecer lo más sentido o por lo menos lo más expresado abiertamente.

Las opiniones que vertieron los jóvenes en mayo de 2009 cuando se les preguntó por qué y para qué no votar, no difieren de las anteriores, manifiestan que los políticos no cumplen lo que prometen, son “transas”, corruptos, no hay confianza en el partido, porque se gasta mucho dinero en las elecciones, (Fernández, 2010: 119-120).

No es alentador conocer los motivos por los que los jóvenes votan. Porque aun cuando algunos votan porque tienen la expectativa de que algo mejore y de que termine la corrupción y la inseguridad, otros manifiestan que acuden a las urnas para anular su voto, otros más con ironía, dicen que votan para elegir a los próximos rateros, y también están los que con un dejo de resignación, dicen que los hacen porque es su deber como ciudadanos (Fernández, 2010. 121).

“El peor efecto de la existencia de una corrupción política y administrativa como la que se vive en México es que tiene en el campo de la moral colectiva, ese elemento intangible, pero indispensable para sacar adelante el “proyecto de nación”, cualquiera que éste llegara a ser. Cada acto de corrupción por parte de la autoridad es una humillación para la víctima” (Meyer, 2007:56).

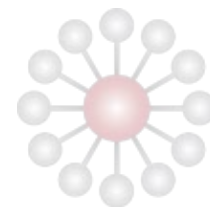
La educación democrática de los jóvenes

La democracia, según la Constitución del país,

es un sistema o forma de vida. También en la Constitución se estipuló que nuestro régimen es “democrático”. Por años se vivió una democracia de “ficción”, creando una cultura del fraude. ¿Dónde se enseña a vivir en la democracia?, para cumplir la sentencia constitucional: no es, obvio, en la familia donde el padre impone su autoridad; ni en la escuela donde, el profesor, evidencia intolerancia:

“Los valores de la democracia no son verdades reveladas o hábitos naturales, no hay evidencia de que hayamos nacido con ellos o aparezcan por generación espontánea. La devoción a la dignidad humana; la libertad; la igualdad de derecho; la justicia económica y social; el respeto a la ley, a la civilidad y a la verdad; la tolerancia de la diversidad; la solidaridad; la responsabilidad personal y cívica; el autorrespeto y el autocontrol, todo esto existe y podrá seguir existiendo en la medida en que sea enseñado, aprendido y practicado. De no hacerse, la democracia estará en peligro de decaer o desaparecer” (Niebla, 2008:9).

Una educación democrática es aquella que permite el desarrollo de la capacidad mental de las personas, [que busca] “promover y ejercitar la capacidad de tomar decisiones de modo reflexivo, comprometiéndose en conductas responsables bajo una filosofía de respeto y apoyo de los valores y procesos democráticos. Educación crítica para una sociedad democrática: que los alumnos cuestionen la realidad excesivamente homogénea que se les presenta en las aulas” (Torres, 1998; citado por Massé y Ordoñez 2008:133).



De acuerdo con las opiniones recabadas por el IFE en los Foros Estatales Juveniles en 2008, la educación en nuestro país no ha logrado transmitir los valores de la democracia; los jóvenes manifiestan que como alumnos no tienen voz ni voto; coinciden en que se requiere empezar por la educación y la información, (...)ya que manifiestan que su desinterés por la participación social en el ámbito público y en la política se debe a su desconocimiento y falta de información sobre los derechos civiles y políticos, además del desencanto generado por los malos manejos de los representantes populares, y a la desigualdad y exclusión de la sociedad hacia ellos, lo cual a su vez los hace sentirse ajenos a la política.²

Desde hace unos diez años el IFE ha trabajado en el espacio escolar, ha creado diferentes programas de educación cívica con la finalidad de desarrollar competencias integradoras que representan el perfil que se desea formar en niñas, niños y jóvenes para que ejerzan plenamente su ciudadanía. (Guevara y otros, 10).

A partir de 2004 el Consejo General del IFE aprueba el Programa Estratégico de Educación Cívica. PEEC 2005-2010 que tiene como objetivos: socializar los límites y alcances de la democracia, generar conciencia, confianza y participación ciudadana, contribuir al fortalecimiento de la integración social y a la democratización de las relaciones estado-sociedad, reforzar la investigación en torno a la construcción de ciudadanía y a la cultura democrática, consolidar al IFE como una institución formadora de ciudadanía.

² Agenda Juvenil 2009. Proyecto ciudadano y participación juvenil. México: IFE

Uno de esos programas es “Nosotros los jóvenes, proyecto ciudadano”, está orientado a la formación cívica y constituye un importante instrumento para la cultura democrática. Este programa busca que el joven tome nuevas actitudes: sobre sus derechos, sobre las instituciones públicas, sobre sus sentimientos hacia otras personas y los resultados de trabajar en equipo así como medir la capacidad y eficacia para la participación cívica.³

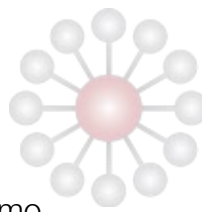
Como parte de las estrategias para democratizar a la sociedad, el IFE también ha diseñado campañas publicitarias a través de los medios masivos de comunicación. “Nuestra democracia crece” inició en el 2006, y hace un llamado a los que están por cumplir su mayoría de edad o ya la obtuvieron para que tramiten la credencial de elector, para que los ciudadanos notifiquen el cambio de domicilio, no se dejen intimidar, tengan confianza de que el voto es secreto, acudan a votar, etc.

La praxis política

Los jóvenes son parte de un segmento electoral. Son, por tanto, objetivo de los partidos políticos y de los candidatos. Los buscan para que realicen activismo partidista o para que, al ejercer el voto, lo hagan por su partido y candidatos. De ahí que los partidos políticos en su organización cuenten con una estructura juvenil; incluso, en sus estatutos y declaración de principios, estipulan normas o principios en aras de promover e impulsar la participación política de los jóvenes. No lo han logrado, ni siquiera para que emitan su voto.

La revolución tecnológica ha sido benéfica

³ IFE. Informe General sobre la instrumentación del programa “Nosotros, los jóvenes...proyecto ciudadano”



para la participación política; indirectamente ha beneficiado a los partidos políticos y a la cultura política de los jóvenes. Resulta que, de manera natural, las nuevas generaciones nacieron y se involucran con las nuevas Tecnologías de la Información y del Conocimiento; muestran una extraordinaria capacidad para desarrollar habilidades de cómputo, de internet y de socializar a través de las redes sociales.

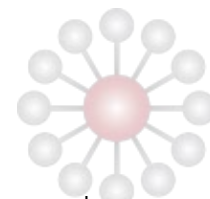
Al ser el internet, el ciberespacio y las redes sociales un campo natural de los jóvenes, los partidos políticos, las organizaciones políticas, han encontrado ahí la oportunidad para estar cerca de los jóvenes; incitarlos a opinar, a tomar partido y a desarrollar una actitud de estar a favor o en contra. Es decir, llevan el mensaje, la propuesta política, a las redes sociales. Por su parte los jóvenes, que utilizan principalmente este medio con fines lúdicos, también han creado foros de discusión y análisis sobre temas de interés colectivo, entre ellos la política.

Los jóvenes encontraron en el ciberespacio el medio para hacerse escuchar. Sin necesidad de intermediarios para dar a conocer su enojo, frustración, impotencia ante la clase política; así como proponer iniciativas para promover el cambio en nuestro país. En internet convergen tanto las voces que promueven el abstencionismo y el voto nulo como las que defienden la participación electoral, pero unas y otras buscan un cambio en el panorama político de nuestro país. La clase política debe escucharlas y tomar decisiones que la acerquen más a los jóvenes y a sus reales problemas, sus expectativas y sus propuestas.

El Internet ha revolucionado la forma de

comunicación en la actualidad y en como logramos establecer relaciones con todas las persona en un mundo virtual. La llegada de este medio nos lleva a nuevos contextos y relaciones en las redes sociales. Establecemos relaciones que pasan de lo virtual a lo afectivo le ponemos atención a este nuevo mundo y observamos su evolución. (Kiss y Castro 2004). Un mercado que ha tenido crecimiento importante son las redes sociales en la WEB y es que, través de ellas las personas comparten experiencias personales, datos, información y establecen relaciones (Piscitelli, 2009). El mercado de las redes busca atraer a usuarios por lo que ellas ofrecen, es la ley de oferta y demanda. Como red social en la web se nombra lo que comercialmente se ha propuesto para su difusión. La imagen es la de una plataforma electrónica que conecta, un software que permite que muchos individuos visualicen información sobre ellos mismos en una pantalla de computadora, se interpeleen, y en ciertos momentos interactúe. A esto se le llama oferta y demanda de redes sociales (Galindo, 2010).

El papel de internet en la vida y comportamiento de los jóvenes es evidente, al grado que provocan textos y comentarios periodísticos: "Internet ha revolucionado las relaciones entre los jóvenes, y los políticos mexicanos han comenzando a dirigir sus intereses a ese novedoso medio de comunicación. Diversos usuarios de las denominadas redes sociales han creado perfiles de personaje políticos en los populares sitios como Hi5 y Facebook." (Morales, 2008). El aterrizaje de las



campañas en las redes fue inevitable: “que tan novedosas como desconocidas son las campañas políticas por las redes sociales, como Facebook, Twitter, Hi5, Sónico, entre otras (Lara, 2010). Comenzarán a hacerse presentes en el actual proceso electoral, aunque no serán factor fundamental para definir el sentido del voto, pero sí serán una herramienta fundamental para el ejercicio de una campaña.

El sondeo que realiza Lara (2010) sobre la probabilidad de usar las redes sociales en las campañas políticas, lo llevó a cuestionar a expertos académicos en el tema. Uno de ellos, Raúl Trejo Delabre, Doctor en Sociología de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, dijo que “en el caso mexicano, no encuentro todavía que estas redes puedan darle un giro al quehacer político, no creo que alguno de estos sistemas puedan contribuir de manera decisiva al triunfo o la derrota de un partido político”. Por su parte, Martín Salvidea, Coordinador de la carrera de Derecho de la Universidad del Valle de México (UVM), destacó que hoy somos testigos de “un auge de las redes sociales, y éstas pueden ser consideradas un gran avance democrático, ya que permiten a los ciudadanos emitir sus puntos de vista y de alguna manera pueden influir en las elecciones”. El académico de la UVM consideró que los candidatos “pueden utilizar las redes sociales en el sentido de presentar sus propuestas, de emitir sus postulados, para que las personas las conozcan. En tanto, Sergio Iván Vargas Dueñas, gerente de Lotus para IBM de México y Centroamérica, dijo que las redes sociales se convertirán en una herramienta importante en el sentido de que los políticos podrán presentarse ante “los jóvenes, en

el sentido de que es población que más accede a las redes; ya que la mayoría de los votantes serán jóvenes de 18 años”.

Es evidente el papel de las redes sociales en la política en virtud de que el mayor porcentaje de sus usuarios son jóvenes. Si consideramos que en las próximas elecciones (2012) serán cuatro millones de jóvenes de 18 años, según dice el Instituto Federal Electoral (IFE), los que votarán por primera vez y que evidentemente son los usuarios más activos de las redes sociales (Lara, 2010).

Para tener una idea más clara del papel que juegan las TIC en México y sobre todo el impacto que pueda tener interne y las redes sociales, revisemos los siguientes datos:

- La encuesta sobre disponibilidad y uso de TIC en los hogares, 2009, que realiza el INEGI nos aporta los siguientes datos: La disposición de TIC en los hogares es: tv abierta 95.1%; telefonía 79.3%; Tv de paga 27.2; computadora 26.8% y solamente el 18.4% cuentan con internet. Los usuarios de internet (18.4% de hogares mexicanos) se distribuyen en grupos poblacionales que muestran como el grupo mayor de usuarios de internet se ubica entre los años 12 a 24, es decir, una población joven que se incrementaría gradualmente con el crecimiento de las generaciones infantiles que se agregan rápidamente a este tipo de tecnologías.
- La encuesta Nacional de Sobre Cultura Política y Practicas



Ciudadanas (200) indica que la gente se entera, se informa, de lo que pasa en la política mediante: la televisión el 86.7%; por la prensa el 43.0% y por internet el 8.9%. Pero hay otro dato interesante, sobre el interés sobre la política: el 9.4% se interesa mucho; el 25.3 algo; el 39.0 poco; en tanto que el 25.0 nada y el 1.4% no sabe.

Según Pew (2008), hay un ritmo creciente en el uso de internet como fuente de noticias sobre las campañas: en febrero 96 era el 1%, en enero del 2000 el 4%; en enero del 04, el 6% y en diciembre de 07 llega al 15%. Las redes sociales más populares en México según la Empresa Lainx, que se encarga de medir la importancia y crecimiento de las redes sociales, determina hasta principios del 2010 que las 5 redes sociales más visitadas son: Facebook, Hi5, Metroflog, Myspace y Twitter.

Revisando las web se detectó que el uso de las redes sociales por los políticos para promocionar sus campañas electorales ha ido tomando más importancia día con día. Se observó que la mayoría de los candidatos creó una red social para estar en contacto con los jóvenes. La Revista Política Digital en línea, junto a la Empresa Propulsar, en su edición del día 9 de Agosto del 2010, publica los resultados de las campañas a gobernadores 2010, donde midieron el activismo en páginas WEB, blogs y redes sociales de los candidatos a Gobernador para los comicios del 4 de julio, los candidatos más activos en la Internet a través de las redes sociales fueron Sinaloa, Hidalgo, Veracruz y con menos actividad en línea Durango, Tamaulipas y Aguascalientes. Esta misma revista público en esa fecha que la Asociación Usabilidad y Accesibilidad para la Web, A.C. (UA Web, AC),

diseñó y aplicó una metodología objetiva y sin tintes partidistas denominada Sentimiento en Internet (SI), con el propósito de medir la presencia en red de los aspirantes a gobernador. De este estudio se destacan los siguientes elementos o factores:

1. En este análisis se midió que es lo que se comenta en la red social, se monitoreo a 33 de los 42 candidatos a gobernador que participaron en los recientes comicios, donde sólo se seleccionaron a los aspirantes que tenían una cuenta activa en Twitter.
2. Los resultados de los seguidores en esta red fueron: (498 mil 893) y de seguidores en Twitter (10 mil 459), la candidata Xóchitl Gálvez ocupó el primer lugar del ranking. Su cifra de impactos casi duplicó a la del fallecido Rodolfo Torre Cantú, postulante del PRI, PVEM y PANAL al gobierno de Tamaulipas, así como las de Jorge Herrera Caldera (PRI) y de Javier Duarte (PRI-PVEM), quienes ocuparon la tercera y cuarta posición.
3. Sin embargo, Javier Duarte ocupó el primer lugar en menciones (6,931) y Xóchitl Gálvez obtuvo el tercer sitio del ranking. En este punto se observó que, a pesar de que Duarte tuvo una presencia sostenida y consistente en las redes sociales –por la cantidad de mensajes que distribuyó a través de Twitter y su página web–, su resultado en términos del impacto en el Sentimiento de Internet fue menor al de Gálvez, quien logró tener más seguidores en Twitter. Esto se debe a que el impacto es resultado de la combinación de seguidores y mensajes distribuidos.
4. Asimismo, Rodolfo Torre Cantú obtuvo el



segundo lugar en impactos y menciones, lo cual se debió, en gran medida, a su asesinato unos días antes de las elecciones.

El uso de internet y las redes sociales en México es incipiente. En los últimos procesos electorales es donde se ha observado con mayor intensidad su uso. Incluso se pueden considerar dos etapas: en una de ellas, la primera, los partidos políticos y sus candidatos usaron a YouTube como un mecanismo para socializar sus actos de campañas; fue una etapa light. Una segunda etapa, aparece cuando los partidos políticos, específicamente el PAN, se da cuenta que la legislación electoral no contempla la prohibición en internet de la publicidad política negativa. Así, la elección federal más reciente, fue pródiga en propaganda y contrapropaganda político-electoral:

“El PAN configura una estrategia mediática para recuperar terreno político-electoral. Con un video plantea la estrategia de persuasión, basada en la figura presidencial y en el combate al crimen organizado que se soporta, posteriormente, además con dos promocionales que tienen como protagonistas a Iridia Salazar (medallista olímpica) u al místico (luchador). En ambos casos, se pide apoyar al Presidente en su combate al crimen organizado; apoyarlo e invitan, entonces, a votar por el PAN (Sixto y otros, 2009).

Aunque la influencia de Internet en los procesos electorales en México todavía está lejos de lo que representó para la campaña de Barack Obama en Estados Unidos, esto puede deberse a la brecha digital que existe en nuestro país. Sin embargo las redes sociales en la actualidad se han puesto

de moda por considerarse una herramienta de mucha ayuda para los políticos y actualmente son utilizadas para poder estar en contacto con los jóvenes.

Se hizo una búsqueda del uso de “proselitismo” político-electoral en Facebook para darnos una idea más clara o específica de cómo, efectivamente, los partidos políticos y sus candidatos recurren a este tipo de redes sociales. Los resultados son los siguientes:

- El actual gobernador del Estado de Tamaulipas usa la página para dar a conocer los resultados emitidos de su gobierno; se encontró que algunos jóvenes participan con él con preguntas sobre corrupción y opinión de que todos los gobiernos son iguales.
- En la página de María Elvia Amaya de Hank, actual Presidenta Municipal de Tijuana, los comentarios emitidos en su página son generalmente de jóvenes donde se hacen felicitaciones y alusiones a su belleza, dan voto de confianza a su favor, además de solicitar una oportunidad.
- El twitter utilizado por Manuel López Obrador sólo hace comentarios de los malos gobiernos de la actualidad.
- La página de Beatriz Paredes Rangel, Presidente del Partido Revolucionario Institucional, (PRI), contiene felicitaciones por su trayectoria, críticas para el partido, problema de la seguridad, de la educación, etc.
- Los partidos políticos como el PRI utilizan



sus páginas para que los jóvenes participen dando su opinión con comentarios sobre el mal gobierno de Felipe Calderón, Presidente de la República por el PAN, además de seguridad, educación y economía.

Para la elección local de 2010 en Tamaulipas, el órgano electoral (IETAM) como parte de las estrategias para democratizar a la sociedad en especial a los jóvenes diseñó campañas publicitarias a través de los medios masivos de comunicación, que se transmitieron por radio y por televisión, entre esos mensajes destacaron:

- Promoción al voto 2010, con mi voto me hago escuchar, donde se utilizan jóvenes para invitarlos a votar, el 4 de julio para ser parte de la democracias que se necesita en Tamaulipas.
- Vota, ya se acerca nuestra elección.
- Yo soy IETAM y votar por primera vez.
- En el IETAM estamos listos para que participen en las casillas.

Una vez concluida la elección, es obvio que no tuvo efectos positivos, toda vez que se repitió la dosis de otras elecciones: el nivel participación electoral no rebaso el 50% del padrón electoral. Los resultados indican, cuando menos en Tamaulipas, que el IETAM, el tribunal el electoral y los partidos políticos, tienen que reorientar sus mensajes políticos-electorales, de tal manera que sean mas “persuasivos”.

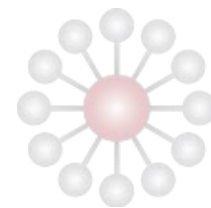
En el año 2006 se realizaron campañas desde grupos e instituciones diversos, encaminadas hacia la promoción del voto, tales como “Tu rock es votar” o “Los candidatos.com” la primera pretendía

eleva el interés de la juventud hacia la política por medio del activismo civil y político. Por otro lado “Los candidatos.com” consistió en una campaña organizada por la fundación “Todos participando”, de jóvenes. Se elaboró una página web que pretendió como objetivo acercar a los candidatos de todos los partidos y de todos los puestos a la juventud a través de la internet (Fernández, 2005).

Las redes no sólo han sido utilizadas por los políticos, también los jóvenes han hecho uso de ellas, el desencanto por la clase política y la necesidad de hacer algo al respecto, dan pie a campañas como “tache a todos”, “para políticos nulos, votos nulos, anulo mi voto, votar en blanco, “yo voto por quienquiera.blogspot.com”. En pocos días el movimiento se extendió por internet a través de los sitios de redes sociales como facebook, hi5, myspace, twitter, de bolgspots y páginas electrónicas. Los jóvenes que consideraban que anular el voto era mejor porque significa dar un mensaje de protesta más claro.

Aguayo es claro, contundente, al describir lo que sucedió en la red en la elección federal anterior, cuando en las redes sociales se impulsa el movimiento en pro de votar, pero anulando el voto. Fue una inconformidad manifiesta y con un propósito perfectamente definido:

“La principal fuerza tras el movimiento anulacionista está en jóvenes insatisfechos con el tipo de democracia que les entregamos. Si su energía es respetada y entendida por nuestra generación se oxigenará nuestra marchita democracia, porque me parece ilógica la beatificación del



voto que están haciendo partidos y analistas. El voto es sólo una etapa en la construcción de una democracia que reduzca la corrupción, la impunidad y la inequidad. Que no lo esté logrando se debe a que los partidos se convirtieron en lastre, en obstáculo para la democracia... anular el voto es un reto lanzado por los jóvenes” (Aguayo, 2009)

Pero así como hay grupos que promueven el voto nulo, hay otras agrupaciones juveniles que defienden la participación electoral, y que también ha recurrido al ciberespacio para lanzar campañas como “Mánchate el dedo” de Cultura Joven Democrática A.C. en Monterrey; “Infórmate, vota y exige” es el lema de la Asociación Decisión Joven atrévete a influir.

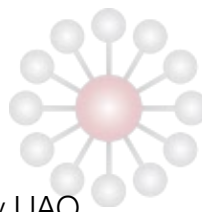
Los investigadores Carmen Beatriz Fernández y Octavio Islas, analizaron el impacto de la red en la política de México. Nuestro país ocupa el tercer sitio de 10 países que en 2006 tuvieron comicios. Esta investigación reveló que el uso de la red es más intenso en los países donde las libertades políticas y sociales son más restringidas.

Islas, advierte que la incipiente cultura digital que hay en el país tiene como protagonistas a los jóvenes, ellos, dice, usan la web como un espacio de socialización. “Son terriblemente críticos y es muy difícil ganarse su atención. La política y los políticos les aburren, sobre todo porque los partidos y sus candidatos desconocen el lenguaje de las redes sociales y se expresan en estos ambientes digitales de la misma forma que lo hacen en el mundo análogo, o sea como en la época de los

dinosaurios”.

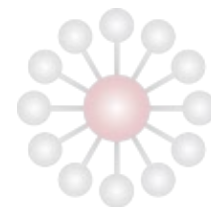
Conclusiones

1. Los jóvenes ofrecen una percepción general de que no participan en los procesos electorales, emitiendo su voto, en virtud de que no están conformes con el sistema político; por la corrupción, la impunidad e irresponsabilidad que observan en el desarrollo de la gestión pública.
2. El Estado, los partidos políticos, los candidatos y organizaciones políticas se han visto impotentes para lograr una participación activa de los jóvenes. No logran incentivarlos, motivarlos, de tal suerte que, en primera instancia, emitan su voto electoral.
3. La práctica educativa se enseña y aprende. En este caso, se percibe, los jóvenes no han sido debida y correctamente enseñado en instituciones básicas como la familia (padres autoritarios) o en la escuela (profesores intolerantes, no propician la discusión y análisis). La cuestión es educarlo y ¿Cómo hacerlo?
4. El ciber espacio, las redes sociales, es un ámbito de convergencia juvenil. Ahí encuentran oportunidad para socializar, para intercambiar ideas y, sobre todo, para exteriorizarlas; ahí empieza, se genera, una incipiente participación de los jóvenes en la política a través de foros, de chat y hacer señalamientos, en pro y en contra, de hechos políticos. El movimiento del voto anulacionista es un ejemplo.
5. Los partidos políticos, líderes políticos y sociales, ya se percataron del poder del ciberespacio y las redes sociales como instrumento de difusión de la propaganda política. En la elección federal pasada fue el escenario de una guerra mediática de propaganda y contrapropaganda.
6. La incursión intensiva de los jóvenes en las redes sociales es la oportunidad explícita



que tienen los partidos políticos, sus líderes y candidatos para hacer llegar su mensaje a este segmento poblaciones. De ahí que, ya se observa, la creación de paginas www, de foros, de grupos en Facebook o en Twitter.

7. Ahondar más en el papel de las redes sociales como praxis política exige que en otras investigaciones se busque encontrar o determinar los motivos y razones de por qué, ahí, los jóvenes si están dispuestos a compartir ideas, externarlas y, además, hacerlo de ideas políticas.
8. Bibliografía:
 1. Agencias. Para políticos nulos, votos nulos. Noticias al día , 29 de junio de 2009, en: <http://www.noticiasaldia.com.mx/notas.pl?n=11155&s=5>recuperado el 15 de agosto de 2010.
 2. Aguayo, Sergio. ¿Otro parteaguas? Reforma, 17 de junio de 2009.
 3. Galindo, Jesús, Razón y palabra. La internet y sus redes sociales, Comunicología e ingeniería en comunicación social de un fenómeno emergente; 2010, recuperado el 12 de junio de 2010, <http://www.razonypalabra.org.mx>
 4. Guevara Niebla, Gilberto, Democracia y educación, Cuaderno de Divulgación de cultura democrática No. 16, IFE, México, 2008.
 5. El Universal. Periódico en línea, en: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/157830.html>
 6. Fernández Poncela, Anna M., (2003). Cultura política y jóvenes en el umbral del nuevo milenio. México: IFE.0
 7. Fernández Poncela, Anna (2005), "Elecciones 2006 "Las mujeres y los jóvenes primero" , en Revista Mexicana de Estudios Electorales, Núm. 5. México: SOMEE, FEUVAC y UAQ.
 8. Fernández Poncela, Anna M. Política, elección y jóvenes, en: Landázuri Benítez Gisela y otros, (2010) Democracia y Desarrollo: Saldos de la transición en México, Ed. Eon- UAM Xochimilco, 2010.
 9. IETAM. Spot para campañas de radio y televisión. Tamaulipas, 2010. Dispositivo: Cd.
 10. IFE. Agenda juvenil 2009, proyecto ciudadano y participación juvenil efectiva, México: IFE..
 11. Instituto Mexicano de la Juventud (2005). Encuesta Nacional de la Juventud 2005, en: www.imjuventud.gob.mx
 12. Kiss Diana, Castro Eduardo, Comunicación Interpersonal en Internet, 2004, recuperado el 14 de junio de 2010 de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/artpdfred.jsp>
 13. Lainx, difundiendo el futuro, en www.lainx.com, recuperado el 23 de agosto del 2010.
 14. Lara, Carlos, Prevén mas uso de redes sociales en las campañas políticas, Periódico el Sol de México, 7 de Marzo del 2010, recuperado el día 14 de Agosto del 2010
 15. León Olan, Juan Carlos, Cultura política y participación social de los jóvenes en la construcción de realidades, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México.
 16. Massé Narváez, Carlos, Ordoñez Sedeño Joaquín, Hacia una sociología de la educación democrática, Reflexiones sobre México, Revista de Antropología Experimental N° 8, 2008. Texto 10: 119-137, España: Universidad de Jaén.
 17. Meyer, Lorenzo (2007). El espejismo democrático. De la euforia del cambio a la continuidad. México: Océano.
 18. Morales, Alberto, Hi5 de la política. El



Universal., 27 de abril de 2008, en <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/> , recuperado el día 20 de junio del 2010, Hi5 de la política.

19. Morales, Alberto, México, tercero en ciberpolítica en Latinoamérica, El Universal, 27 de febrero de 2008, en:<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/157830.html>, recuperado el 28 de septiembre de 2010.

20. Sepúlveda Kischinevz, Paula, Resultados de las e-campañas a gobernadores, Revista Política Digital, Edición 9 de agosto del 2000, en: <http://www.politicadigital.com.mx/?P=leernoticia&Article=20504>,

Sobre los autores:

Dr. Melitón Guevara Castillo.

Dr. En Comunicación y Periodismo. Profesor de tiempo completo. Perfil Promep.

Mtra. Amparo Castillo Marroquín.

Mtra. en Comunicación. Profesor de tiempo completo. Perfil Promep.

Mtra. Rosa María Valles Saavedra.

Mtra. en Comunicación. Profesor de tiempo completo. Perfil Promep.



El desarrollo de competencias comunicativas y valores a través del séptimo arte

Carmen Catalina Tijerina Rendón
Aída Graciela Hernández Chávez
Omar Antonio Muñoz Cardona
Universidad Autónoma de Coahuila

Resumen: Sin comunicadores comprometidos con el desarrollo social, con la sociedad y firmemente asentados en valores éticos, es imposible el cambio social y la construcción de sociedades más humanas, más justas y más equitativas. La investigación que presentamos se desarrolló en la comunidad rural de Huachichil; su objetivo: el desarrollo de valores y habilidades a través del séptimo arte en infantes de quinto año de primaria.

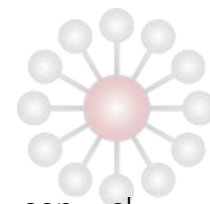
El desarrollo de las habilidades comunicativas y de valores es un tema de actualidad, cuando los caminos de la educación convergen en la formación de competencias para: saber conocer y saber hacer, (competencias académicas), saber ser (competencias emocionales) y saber convivir (competencias ciudadanas). El material fílmico utilizado consistió en películas infantiles animadas, en las que las historias presentadas se perciben muy cercanas a los niños pues sus personajes viven, sienten y piensan como el común de los humanos.

Además, el cine, como apoyo didáctico, es una fuente de cultura general, favorece el desarrollo del vocabulario, despierta las habilidades del pensamiento, fomenta los valores, entretiene, divierte; es decir, es un recurso lúdico en el aprendizaje.

El impacto de esta investigación abre los caminos para contar con recursos didácticos más factibles y eficaces en el proceso de aprendizaje.

Actualmente está en proceso la réplica de esta investigación en una escuela de la ciudad de Saltillo, Coahuila.

Palabras clave: Cine, valores, habilidades comunicativas, desarrollo social.



Introducción

La comunicación en del desarrollo social.

El proceso de comunicación consiste en la transmisión de ideas a un ser, mediante palabras, señales, sonidos, gráficos, imágenes; obteniendo de ella una retroalimentación, expresada de diferentes formas, dependiendo de la manera expresarse del sujeto.

En los inicios del surgimiento de la comunicación, como ciencia o campo de estudio, se buscó tuviera un fin para el desarrollo social, pues querían lograr que el pueblo estuviera informado, sin embargo conforme el tiempo avanzó se hizo una malinterpretación de esta principal y noble función, usándolos con fines benéficos, para cierto sector de la sociedad.

Pero ¿qué se quiere decir al hablar comunicación para un desarrollo social? Pues se podría visionar como la enunciación de propuestas portadoras de futuro, tomando en cuenta la realidad presente; dichos fines se tratan de alcanzar con el presente proyecto que más adelante se describirá.

En este proyecto se refiere a una acción transformadora de los sujetos que los involucra personal y socialmente. Comunicación y acción participativa dentro de sociedades, son inseparables en la realidad del sujeto y en las prácticas sociales de los grupos, y las organizaciones y de las comunidades. Por este motivo la comunicación para el desarrollo social es una tarea que involucra y compete a los actores sujetos individuales y colectivos, al ámbito concreto en que éstos se desempeñan y al contexto en el que propio ámbito y los actores se encuentran insertos. La investigación en comunicación es un soporte fundamental para el análisis de las prácticas sociales y para una mejor construcción de los escenarios.

Sin comunicadores comprometidos con el desarrollo social, con la sociedad y firmemente asentados en valores éticos, es imposible el cambio social y la construcción de sociedades más humanas, más justas y más equitativas.

Tomando en cuenta lo anterior resulta importante el desarrollo de las habilidades comunicativas y de valores como tema de actualidad, y desarrollo social; cuando los caminos de la educación convergen en la formación de competencias para: saber conocer y saber hacer, (competencias académicas), saber ser (competencias emocionales) y saber convivir (competencias ciudadanas); creando un ser mucho más comprometido con su sociedad, persona y ambiente que lo rodea.

La Secretaría de Educación Pública ha considerado que en el Sistema Educativo Nacional se trabaje con un modelo educativo basado en competencias. El cine es un medio de comunicación como que como recurso didáctico ha sido desaprovechado en el proceso de enseñanza – aprendizaje, por lo que consideramos que si se utiliza de manera frecuente además de apoyar al profesor en la comprensión del tema tratado, ofrece un amplias posibilidades para el desarrollo de las habilidades de la comunicación y de los valores.

En el sistema educativo es necesaria la presencia comunicativa del lenguaje de las imágenes para lograr la formación integral del estudiante, pues este lenguaje es el que, en la era de la información que vivimos, forma parte de su cotidianidad.

Los medios de comunicación, en general, se han tomado como instrumentos deshumanizadores, promotores del individualismo, la pereza mental, la inactividad física, el libertinaje, la violencia y el consumismo, por sólo mencionar algunos antivalores que llevan a la desintegración social y a la destrucción del ser humano.



La coartada de los medios basada en metas comerciales que representan su modus vivendi es lo que justifica de alguna manera sus cartas de programación rebosantes de propuestas ligeras, fácilmente digeribles para un público ávido de encontrar válvulas de escape en donde desfogar su compleja rutina.

Frente a esta realidad, sin embargo, se cuenta con experiencias locales, regionales y nacionales que utilizan los medios de comunicación como vehículos transmisores de educación, promoviendo la conciencia y el análisis crítico con el fin de contar con públicos activos frente a los mensajes que transmiten los medios. Estas experiencias están integradas bajo el concepto de Educación para los Medios (EpM) referidas por Zermeño Flores y otros (2008) en una investigación reciente que documenta el hallazgo de 41 organizaciones internacionales, gubernamentales, privadas y de la sociedad civil que realizaron acciones concretas de educación para los medios en un periodo comprendido de 2000 a 2008.

Entre los hallazgos de dicha investigación se destacan los siguientes:

- Los medios de comunicación que mayormente se utilizan en experiencias educativas se encuentran el cine y la televisión.
- La mayoría de las organizaciones dedicadas a la EpM pertenecen a la sociedad civil y del sector gubernamental que buscan impulsar el desarrollo humano.
- El público meta de estas acciones educomunicativas son en su mayoría padres de familia, maestros y tutores, seguido de la atención a niños y adolescentes. “Lo cual demuestra que se sigue considerando que la responsabilidad de formar ciudadanos críticos, reflexivos y comprometidos descansa en las figuras rectoras

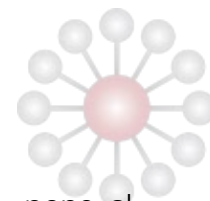
de los adultos y que es recomendable que la educación para los medios se imparta en etapas tempranas”. (Zermeño Flores, 2008)

El Cine como Medio de Comunicación

El cine se ha fortalecido a lo largo de su existencia como un medio de entretenimiento “como una diversión que debe ayudar al espectador a escapar de sus problemas cotidianos, a soñar e incluso a vivir vidas prestadas. Tal actitud, que se ha convertido en verdadera exigencia, ha sido la que en gran parte ha fomentado la popularidad del cine” (Posada, 1997).

Tal afirmación nos sirve como base para expresar que el cine es un fenómeno inherente a nuestra cultura dado que de una u otra forma todos estamos en contacto con el medio cinematográfico, ya sea por las noticias que leemos, escuchamos o vemos diariamente en los medios de comunicación en referencia a las películas y actores o actrices de moda, o porque vamos a las salas a disfrutar de una función cinematográfica. El hecho es que nos encontramos inmersos en el campo de influencia del cine y adoptamos patrones de pensamiento o puntos de vista que nos llevan a realizar conductas inducidas por lo que vemos en una película.

El cine es un medio de comunicación con un alto grado de influencia en el público, cuyos mayores atributos son el sonido y las imágenes en movimiento que ayudan a establecer atmósferas especiales llevando a las audiencias a experimentar diversos estados de ánimo. Las historias que se presentan a través de las películas se perciben muy cercanas desde el momento en que los personajes viven, sienten y piensan como el común de la gente. Lo que los creadores cinematográficos explotan en las películas son temas universales: todos alguna vez hemos sentido amor, odio, temor, pasión. Es un



medio que influye en los patrones de pensamiento de las personas, sus costumbres, sus modos de actuar y de relacionarse con los demás.

El cine, por lo tanto, tiene un gran potencial como instrumento educador porque nos ofrece una amplia gama de información que posibilita percibir la realidad desde diversos ámbitos, favoreciendo la apertura hacia otras formas de ver la vida. “La narrativa cinematográfica permite aproximarse a todo tipo de historias, del presente, del pasado y futuro, mostrando diferentes culturas con sus valores, acercándonos a comprender la diversidad, obligando al respeto y a la tolerancia”. (Almendo, Suberviola y Costa. 2006).

El cine puede ser un recurso muy útil en el campo de la educación por su versatilidad de contenidos, el dinamismo de las historias, el atractivo visual de las imágenes, la fuerza dramática del sonido, y en general, el uso de recursos narrativos que atrapan en definitiva al espectador. El cine se constituye en una herramienta didáctica muy valiosa en el aula ya que “es el espacio en el que se construyen los conocimientos con mayor facilidad por cuanto se dan las condiciones adecuadas para transformar la información en formación” (De la Torre, Oliver, Tejada; Rajadell y Girona. 2004).

Según el director Roberto Rossellini, el cine ...favorece la visión directa de las cosas, facilita la instrucción y hace más duradero el recuerdo de los contenidos aprendidos...el visionado de las películas y su posterior discusión puede convertir el aula-auditorio en aula-laboratorio, puesto que una educación de los contactos socio-emocionales presupone un conocimiento de las relaciones humanas. (Campo-Redondo. 2008).

El cine favorece el pensamiento crítico y la reflexión, despierta el interés por el conocimiento de temas diversos, promueve valores sociales e individuales,

desarrolla habilidades de comunicación, pone al alcance lugares y culturas lejanas que nos ayudan a comprender mejor el mundo en el que vivimos. El cine es un recurso lúdico-didáctico que puede potenciar la expresión de ideas, pensamientos y sentimientos a través de aprendizajes significativos y actividades diseñadas para cubrir objetivos cognitivos y afectivos. Lo que puede llevar, inclusive, a cambios significativos en las conductas de los estudiantes.

El peso de enseñar a través del cine está en conseguir que el alumnado aprenda del visionado y discusión de una película, y por lo tanto, la estrategia no es de transmisión. La idea es que el cine genere interacción, motivación, implicación, aplicación, tutoría y resolución de problemas, simulación... estrategias dentro y fuera del aula. De la Torre, Oliver, Tejada; Rajadell y Girona (2004).

Lo anterior nos da una idea del impacto que tiene el cine en los individuos que conforman una sociedad, por lo que se hace necesario estudiarlo y encausar su influencia de tal modo que permita a las personas ser conscientes del potencial que conlleva en sí mismo, como un medio educativo, para ampliar y fortalecer la riqueza cultural tanto personal como social de una comunidad.

Además, el cine como tecnología de la comunicación y de información, difundido en los espacios educativos, las aulas, será un campo propicio en el arduo camino de cerrar brechas y desigualdades en lo que a las tecnologías de la información y la comunicación se refiere. El cine nos ayuda a observar viendo y sintiendo, enriquece nuestros pensamientos y sentimientos, nos hace críticos y sensitivamente abiertos al lenguaje global, nos capacita para embellecer y dar sentido a nuestras experiencias vitales. De paso que incrementa el conocimiento de nuestro



modo de ser y actuar, a través de la reflexión y la sensibilidad, también nos descubre ante los demás por medio de la comunicación, entendida en toda su plenitud. De este modo, se entremezclan diversas percepciones y vivencias que amplían y posibilitan el enriquecimiento mutuo. Alonso y Pereira (2000).

Lo anterior nos lleva a reflexionar que los estudiantes que tienen la oportunidad de contar con este recurso didáctico, profundizan los temas, tienen la oportunidad de experimentar a través de las imágenes, situaciones que les permiten relacionar el tema estudiado con otros textos, acceden a una fuente de cultura general, desarrollan su sensibilidad y vocabulario, activan habilidades del pensamiento, fomentan los valores, se entretienen, interactúan, se divierten; es decir, el cine se convierte en un elemento lúdico en su aprendizaje. Como comentan Alonso y Pereira (2000) sobre el cine:

Representa un recurso didáctico imprescindible para despertar y enriquecer las competencias y habilidades de transmisión, reflexión, comunicación y diálogo permanente. Además de significar un acto lúdico y recreativo, donde el reto “aprender a aprender, para aprender a vivir” adquiere toda su consistencia, si consideramos el valor de las relaciones inter e intrapersonales.

El impacto de esta investigación abre los caminos de contar con los recursos didácticos más factibles en el proceso de aprendizaje.

El Cine y los Valores

En este trabajo de investigación se plantea el uso del cine como recurso didáctico para el aprendizaje de habilidades comunicativas y valores. Pues el cine ha sido un medio que ha sido, despreciado en el ámbito educativo, y tomando en cuenta que los

niños siguen los patrones que ven a su alrededor, es decir, la teoría de repetición, resulta realmente importante, enseñarle al infante a desentrañar el mensaje fílmico, para tomar la parte más positiva de cada uno de las películas a utilizar, y así poder formar en ellos a personas más comprometidas con la sociedad, reflejando los valores adquiridos por medio del cine.

El cine es un poderoso recurso para la enseñanza de valores en tanto que aborda temáticas familiares y muestra diferentes valores, sobre todo en aquellas películas consideradas de corte infantil. En ellas se observan historias conmovedoras que tienden a destacar los valores que poseen los personajes y que ponen a prueba cuando se enfrentan a situaciones de extrema dificultad. Es entonces cuando se pueden identificar de manera clara y precisa las características que humanizan al personaje, por lo tanto, lo hacen más cercano al público.

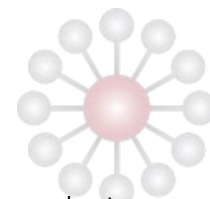
Los valores marcan los patrones de pensamiento y comportamiento de las personas, son los que definen las conductas humanas ante cualquier tipo de situación.

Escontrela y Pereira (2000) mencionan el concepto de valor de Garzón y Garcés (1989) “Los valores se entienden como una estructura compleja de conocimiento que conlleva dimensiones tanto evaluativas como conductuales.”

Así mismo, las autoras destacan algunas ideas importantes para comprender mejor el concepto de valor:

- Forman parte de la estructura cognitiva dado que constituyen un sistema de creencias prescriptivas sobre lo que es deseable.

- Los valores surgen de la relación dinámica entre sujeto que valora y un objeto-idea que es valorado. (Marín, 1993).



-Cumplen con una función práctica. Los valores se adquieren a través de la relación dinámica e interactiva del sujeto con el contexto social.

-Aunque los valores no tienen realidad empírica, si tienen soporte material o empírico, a través del cual se realizan. Un valor se puede expresar a través de distintos bienes.

-Los valores son valorados por el ser humano porque satisfacen sus necesidades.

Los valores se expresan por medio de conductas que son aprendidas en el contexto social en el que se desenvuelve el individuo y marcan las pautas de comportamiento para una convivencia social armónica. Las conductas pueden modificarse a través de aprendizajes significativos que se pueden dar dentro y fuera de las aulas. El entorno educativo de la instrucción formal es ideal para la enseñanza de valores dado que es un lugar donde se llevan a cabo interacciones humanas que pueden enfocarse para el destierro de conductas nocivas y el refuerzo de valores que conlleven a comportamientos sociales adecuados para el desarrollo humano integral. Esto se puede aprender en la escuela y se puede extender hacia el entorno familiar y de la comunidad.

Concebimos a los valores bajo el concepto de Ortega, Minguéz y Gil citados por Alonso y Pereyra (2000) "como formas ideales de vida, como creencias básicas que en última instancia explican la conducta de un individuo y de una sociedad"

Por lo que de los valores surgen las actitudes que llevan al individuo a comportarse de una u otra manera, así, las actitudes que muestran los individuos son componentes de los valores que posee.

La comunidad

La presente investigación se encuentra en proceso

y se realiza en Huachichil, comunidad perteneciente al municipio de Arteaga, Coahuila. Se localiza, aproximadamente, a 50 minutos de la ciudad de Saltillo, Coahuila, capital del Estado. De acuerdo a INEGI (2005) sus habitantes suman 1465, 744 varones y 716 mujeres.

La actividad principal es la agricultura y sus cultivos son: manzana, brócoli, champiñón y papa; otra actividad importante es el comercio: tiendas de abarrotes, tortillería, carnicería, expendio de cerveza y estética.

Algunos de los hombres de esta comunidad emigran a Estados Unidos de Norteamérica para trabajar por temporadas.

En lo que se refiere a niveles educativos, Huachichil, cuenta con jardín de niños, primaria, secundaria técnica y desde el 2007 con una unidad de enseñanza media superior a distancia.

Otros servicios con los que cuentan son un Centro de Salud y una Biblioteca Municipal.

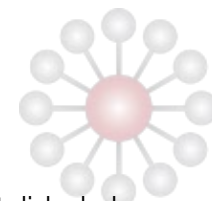
La investigación

El objetivo de esta investigación es: difundir el cine como recurso didáctico para desarrollar habilidades comunicativas y valores; por lo que nos planteamos los siguientes objetivos específicos:

1. Indagar sobre el desempeño comunicativo y conductas de los niños que cursan quinto de primaria.
2. Utilizar los filmes para desarrollar el proceso de comprensión y de expresión, así como los valores en niños que cursan el quinto año de primaria.
3. Diseñar una estrategia metodológica para interactuar con las películas.

La Metodología

Esta investigación es instalada en la acción participativa y de intervención. La definimos



como participante, en tanto están involucrados estudiantes, profesor, e investigadores y de intervención pues la estrategia que desarrollamos interviene en la práctica docente.

La metodología se basó en la observación participante, entrevistas a profundidad -profesor del grupo, director, padres de familia- e historias de vida.

Los criterios que utilizamos para seleccionar el grupo en el que estamos trabajando fueron: marginalidad, entendida ésta como el escaso acceso al cine y la edad, 10 años en adelante, pues es una etapa donde los niños ya manejan abstracciones, tienen un mayor nivel de comprensión ante las historias presentadas en las películas, y además que son espectadores que tienen gusto por las películas infantiles animadas.

Por lo que se decidió trabajar con los niños de quinto de primaria de la escuela José María Morelos y Pavón de la comunidad de Huachichil. Se procedió a recabar información sobre la comunidad, la escuela, los estudiantes, los profesores y padres de familia. A través de entrevistas a profundidad y la observación se obtuvo información sobre comportamientos y el estado de los procesos comprensivos y expresivos de los alumnos.

Comportamiento sobre habilidades comunicativas
Las habilidades de la comunicación, en cuanto a procesos comprensivos (escuchar y leer), registraron que aunque el escuchar forma parte de su cotidianeidad escolar, la atención se desviaba con mucha facilidad. Además, los niños perdían frecuentemente el hilo de la lectura. Al terminar de leer un texto, se les preguntaba sobre el contenido del mismo y, necesariamente, acudían de nuevo a él para poder contestar. Sus respuestas eran fragmentadas, es decir, hablaban sólo de alguna

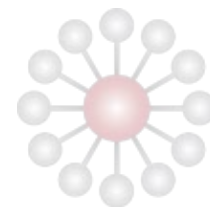
parte de la lectura, sin considerar la totalidad de la misma.

En relación a los procesos expresivos (hablar y escribir) el comportamiento se limitaba a hablar entre iguales en grupos de amigos, no existía una participación espontánea en clase y cuando el maestro preguntaba de manera particular, el silencio se hacía presente. En cuanto a la escritura, no había producciones propias, sólo contestaban ejercicios en los libros, copiaban textos, etc.

Como se puede observar las habilidades comunicativas de los niños no eran las deseadas, por lo que el cine se convirtió en una actividad motivante, divertida, propicia para desarrollar su competencia comunicativa: Al respecto González citado por Ruiz (1999,14) afirma:

La perspectiva comunicativa o funcional permite que nos demos cuenta de que no usamos el lenguaje sólo para transmitir información, sino que hacemos cosas muy diversas y variadas con las palabras, es decir, que realizamos interacciones y cumplimos funciones sociales muy diversas.... la capacidad idiomática, mejor que a través de instrucciones gramaticales en sentido estricto, se desarrollará a través del contacto planificado con una variedad de textos que cumplan distintas funciones sociales y ofrezcan diferentes estructuras organizativas.

El cine cumple una función social, ofrece diferentes estructuras organizativas, se lee, se interpreta, desarrolla interacciones sociales. Los filmes son textos que se pueden comentar y que al hacerlo, a través de la interacción reflexiva de su contenido, se unen las habilidades del pensamiento con las comunicativas, pues como señala Ruiz (2003, 102)... "Comentar un texto es presentar de forma organizada y coherente la reacción personal a su contenido.



Comportamiento sobre valores

Los comportamientos que mostraban los niños -en general- eran agresivos, las peleas entre hombres-hombres, mujeres-mujeres y mujeres-hombres eran frecuentes.

Entre compañeros no existía el respeto, se aventaban, se reían de los errores de otros, se recriminaban, etc. El respeto se observaba hacia el profesor y personas ajenas a su entorno.

Además, mostraban signos de vergüenza y de pena cuando se interactuaba con ellos, entre iguales, profesor-alumnos, investigadoras-estudiantes. La actitud que asumían era: las mujeres se tapaban la boca y los hombres colocaban su dedo índice al lado de la nariz e inclinaban la cabeza.

No había motivación para seguir estudiando, pues la tradición era integrarse al trabajo del campo después de terminar primaria o secundaria.

Los grupos de trabajo se definían sólo entre amigos.

La responsabilidad se observaba en un 85%

Estrategia metodológica

Esta experiencia se realizó con 36 niños, y para la selección de los filmes se realizó una lista de 30 películas infantiles con la sinopsis y la identificación de valores en cada una. Con base en lo anterior, se seleccionaron 7 películas infantiles animadas.

1. Buscando a Nemo (Estados Unidos, 2003) Valores encontrados: amistad, tolerancia, trabajo en equipo, amor, respeto, perseverancia, solidaridad.

2. Kung fu panda (Estados Unidos, 2008) Valores encontrados: valentía, responsabilidad, perseverancia, humildad, amor.

3. Robots (Estados Unidos, 2005) Valores encontrados: valentía, respeto, unión, perseverancia, amistad, tolerancia.

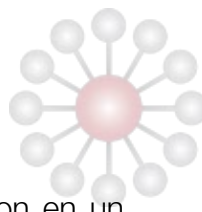
4. Bichos (Estados Unidos, 1998) Valores encontrados: fortaleza, responsabilidad, amor, unión, amistad, justicia.

5. Bee movie (Estados Unidos, 2007) Valores encontrados: valentía, justicia, amor, respeto, tenacidad, trabajo en equipo.

6. Wall-E (Estados Unidos, 2008) Valores encontrados: ecofilia, amor, valentía, responsabilidad, unión.

7. Cars (Estados Unidos, 2006) Valores encontrados: amistad, tolerancia, unión, perseverancia, humildad, amistad.

Una vez hecha la selección se procedió al visionado de cada película para identificar y analizar los valores mostrados a través de las acciones realizadas por los personajes principales de las historias. Luego se diseñaron cada una de las sesiones en base a un objetivo específico relacionado con los valores del filme. Cada sesión contempló, además de la proyección de la película completa, una serie de actividades lúdico-didácticas, con la utilización de materiales previamente elaborados, encaminados a que los niños identificaran los valores encontrados en la película y los aplicaran de manera inmediata en el aula. También se incluyeron tareas para realizarse en casa con la intención de reforzar los valores aprendidos durante la sesión, mediante la elaboración de trabajos sencillos, con el fin de ejercitar la expresión escrita y oral.



Al inicio de cada sesión se asignó un tiempo para revisar y exponer la tarea encargada.

Se pretende conjuntar la información obtenida de la observación directa, los materiales elaborados por los niños, entrevistas con el profesor del grupo, así como con los padres de familia, de tal manera que el resultado de todo este trabajo nos permita modelizar una estrategia de intervención directa basada en la utilización del cine como un recurso didáctico eficaz para el aprendizaje de habilidades comunicativas y valores.

La estrategia metodológica que se diseñó consistió en siete sesiones, cada quince días, de tres horas de duración. Se exhibía la película y se realizaban diferentes actividades enfocadas a trabajar los valores, que constituían el tema principal y a través de imaginar, inferir, narrar, describir, interpretar, etc. y de representar, expresar, producir, valorar, debatir, entre otras, se desarrollaban sus procesos comprensivos y expresivos respectivamente.

Resultados

Las actitudes de los niños cambiaron positivamente respecto al trato con sus iguales, los niños que mostraban más predisposición para pelear de manera frecuente, dejaron de hacerlo, se observó una integración al grupo. Antonio fue la excepción, mostraba actitudes de disposición a cambiar, pero al ver que sus compañeros lo excluían, regresaba a sus actitudes negativas de no participar en las actividades propuestas, para llamar la atención de las investigadoras y del profesor.

La interacción se tornó más cotidiana y natural y los niños se conducían con respeto hacia sus iguales.

Los valores aprendidos trascendieron la escuela, los llevaron a sus familias, haciendo a padres, hermanos, abuelos, etc. participar en los ejercicios.

Las actitudes de inhibición que mostraron en un principio, dejaron de manifestarse al participar en las actividades diseñadas, pasaron de niños inseguros y vergonzosos a niños seguros, espontáneos, con una gran disponibilidad al trabajo y a la participación.

Los trabajos aumentaron en calidad, además mostraban dedicación y esmero.

Se incrementó la retención y recepción.

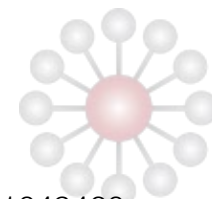
Se observó el respeto entre diferentes géneros.

Aprendieron a trabajar en equipo sin estar presentes los amigos y se integraron con personas de diferente género.

Los estudiantes poseen sueños y aspiraciones profesionales desean ser ingenieros, maestros, odontólogos, arquitectos, médicos, secretarias, futbolistas, etc.

Mostraron una significativa afectividad hacia las investigadoras.

El profesor del grupo manifestó que se había realizado un cambio sorprendente en la actuación de los estudiantes, al ser más participativos en clase, más espontáneos, su capacidad de comprensión se desarrolló, se modificaron conductas negativas. La expresión oral de los estudiantes cambió de tenue a fuerte mostrando la seguridad en lo que decían. La escritura ha tenido un avance en cuanto a expresión, aunque se observan problemas ortográficos.



Bibliografía

Almendo, C., Suberviola, V., y Costa, AM. (2006). Metodología de utilización de cine-fórum como recurso docente en bioética. Tribuna Docente online. Volumen 08, Número 03. http://www.tribunadocente.net/imagenes/publicaciones/5_Experiencias.pdf. Obtenida 10/02/2009

Alonso, M. y Pereyra, M. (2000). El Cine como medio-recurso para la educación en valores. Un enfoque teórico y tecnológico. Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria. Número 5 2ª. Época, 127-147.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2714424>. Obtenida 12/02/2009

Campo Redondo, M. (2006). El cine como recurso tecnológico en la creación de conocimiento: estudio de caso en la enseñanza de la orientación de la violencia familiar Enl@ce : Revista Venezolana de Información Tecnología y Conocimiento, año 3: No. 3, septiembre-diciembre 2006, 11-31. <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=82330302&iCveNum=665>

2. Obtenida 10/02/2009

Campo Redondo, M. (2008). El cine creador de conocimiento: Oriana, la película venezolana en la enseñanza de la orientación familiar, Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, 5 (1) , 25-45. http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1690-75152008000100003&script=sci_arttext&lng=es. Obtenida 10/02/2009.

De la Torre, S., Oliver, C., Violant, V., Tejada, J., Rajadell, N., y Girona, M. (2004). El Cine como estrategia didáctica innovadora, Contextos Educativos, 6-7 (2003-2004), 65-86. <http://>

dialnet.unirioja.es/servlet/extart?codigo=1049460. Obtenida 12/02/2009.

Posada, J., (1997). Apreciación de Cine. Alambra Mexicana. México.

Ruiz, M., (1999) Didáctica del Enfoque Comunicativo. Instituto Politécnico Nacional. México.

Ruiz, M., (2003) El Logro de mayor Autonomía en el Aprendizaje, Monografía. México.

Zermeño, A., Aguirre, E., Chávez, G. y Contreras, I. (2008). Recuento de las experiencias actuales de “educación para los medios” en México (capítulo de libro en prensa, entregado para su publicación a la Fundación del Nuevo Cine Latinoamericano), Habana.

Sobre los autores:

Carmen Catalina Tijerina Rendón.

MC. Maestra, docente e investigadora de tiempo completo de la FCC en Universidad Autónoma de Coahuila. U.S.

Aída Graciela Hernández Chávez.

MC. Maestra, docente e investigadora de tiempo completo de la FCC en Universidad Autónoma de Coahuila. U.S.

Omar Antonio Muñoz Cardona.

Lic. en Comunicación y asistente de investigación de la FCC de la Universidad Autónoma de Coahuila U.S.



Estrategias para la comunicación de riesgo desde la participación ciudadana

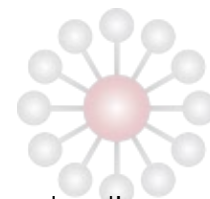
Arely Millán Orozco
José Luis de la Cruz Rock
Universidad Autónoma de Tamaulipas

Resumen: El estudio y evaluación de los desastres en general debería tener implícita la acción comunicativa, es decir lo ideal sería que hubiera un equipo de comunicación para todos los proyectos de gestión de riesgos en los que se realiza una labor importante de evaluación de los diversos fenómenos que se suscitan en la zona huasteca, a fin de identificar a las partes interesadas pertinentes, preparar los mensajes básicos, trabajar con los grupos de partes interesadas y supervisar la eficacia de la comunicación.

Esta investigación es un trabajo en curso que analiza la creciente problemática que presenta la región de estudio, la región huasteca, ante la inminente presencia de fenómenos naturales que suelen ser mayormente devastadores, y que repercuten sobre todo en los grupos sociales marginados y vulnerables que residen en áreas de alto riesgo, son aquellos que ante la desigualdad en el acceso a los recursos, construyen en zonas marginales de alto riesgo, Las características de la población sujeta del estudio están clasificadas como pobreza y pobreza extrema.

Es necesario tomar en cuenta que el estudio de las problemáticas de riesgo y los procesos comunicacionales tiene que ver con la participación de la sociedad de la región huasteca, que busca espacios y lugares para manifestarse y reaccionar ante los embates de un sistema social mexicano desigual, emproblemado, inequitativo, en la que además de ello, esta sociedad requiere de resolver situaciones de riesgo por lo que tiene que conjuntar esfuerzos y adquirir información estratégica que puedan ayudarles a resolver este tipo de problemáticas naturales.

Palabras clave: Vulnerabilidad, Comunicación de Riesgo, Participación Ciudadana.



Introducción

Para definir la comunicación de riesgos es necesario entender que hablamos de un proceso que debe informar a la sociedad, a la gente de una región a la población en general, acerca de los problemas que pueden crear ciertos tipos de eventos en principio que son ocasionados en forma natural, y antropogénicamente¹.

Así este proceso anteriormente señalado debe involucrar a la comunicación, que se va a entender en el momento en que expertos en la materia deben transmitir información obtenida de las personas que deben estar al frente de los puestos o grupos técnicos que manejan todo lo relacionado con cuestiones ambientales, por lo que de una manera concisa y precisa ésta información debe llegar a toda una región, comunidad ciudad, colonias, sectores, que son los que forman parte de la audiencia meta. Y cuando desde esta perspectiva tomamos al proceso de comunicación no dejamos de pensar en los principios básicos de la comunicación, en esos modelos simples de Berlo² que establece que para que haya un proceso de comunicación se necesita la fuente, el mensaje, el canal, el receptor, los que por cierto, a través de su modelo denominado 'S·M·C·R' (source-message-channel-receiver) distingue, la acción del emisor y su estrategia e intención del receptor. Este último

1 Antropogénico, según el glosario que se presenta en ciencia .net, quiere decir que es de origen humano, que es producido por el hombre, también es denominado antrópico. Antrópico, según el directorio de eco portal significa de origen humano, humanizado, opuesto a lo natural

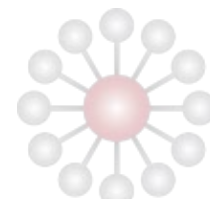
2 La comunicación aparece en David Berlo como un proceso reglado (no como un simple acto) que permite al ser humano negociar su posición en el entorno en el que vive. De este modo, la comunicación es un valor de interlocución, de poder, de influencia, de control... La eficacia o 'fidelidad' de la comunicación, no obstante, está sujeta a estrategias y no produce resultados ciertos, sino que puede estar avocada al fracaso, generalmente por incompatibilidad entre el propósito de quien emite y la disposición de quien recibe

puede aparecer como destinatario 'intencional', esto es, objetivo directo del mensaje del emisor, o como 'no intencional', que es todo aquel al que llega el mensaje, aun cuando no figuren como objetivo de la comunicación, a los que entonces podríamos llamar la población meta.

El ser humano desde su nacimiento nace con y dentro de un acto de comunicación pues necesariamente establece una relación, en principio con su ambiente, con lo que lo rodea y ello hace que los entornos comunicacionales empiecen a actuar. Y así entonces podemos entender que el ser humano no puede estar ajeno a los proceso de comunicación ni tampoco a los eventos sociales que ocurren a su alrededor, por lo que, a partir de este momento estableceremos una serie de conceptos que nos permitan entender lo que significan las sociedad en riesgo, la importancia de la Participación Ciudadana y las estrategias que deberemos implementar para poder interactuar en redes de colaboración para emprender campañas y elementos que nos permitan mantenernos alertas ante cualquier evento de riesgo y / o vulnerabilidad a la que se enfrentan ciertos sectores de la población metropolitana de Tampico.

Antecedentes locales

La huasteca, es una amplia región que incluye 4 estados del noreste del Golfo, como son Veracruz, Hidalgo, San Luis y Tamaulipas, que se han caracterizado históricamente por estar expuestos a este tipo de fenómenos específicamente a ciclones, huracanes y año con año se viven situaciones de emergencia por lluvias intensas, crecidas de ríos en las que las áreas bajas y colindantes con cuerpos de agua se desbordan afectando a la población



que reside en esta área de estudio.

Una de las características de la región es que son mayoritariamente llanuras costeras en donde predominan tierras bajas, importantes cuerpos de agua y la desembocadura de ríos muy caudalosos como el Pánuco, el Tamesí y otros afluentes que contribuyen a las inundaciones.

La población de esta región es mayoritariamente aquella que se dedica a las actividades primarias como campesinos ejidatarios, pescadores, pequeños ganaderos que se encuentran dispersos a lo largo de la región huasteca.

Al mismo tiempo se localizan algunas ciudades mayoritariamente pequeñas como Tamiahua, Tantima, Ozuluama, Pánuco, entre otras. También ciudades medias como: Tampico y Tuxpam, en donde su crecimiento ha sido con poca planeación y sobre todo en espacios de riesgo producto de la migración de los campesinos y pescadores y que han construido precisamente en áreas de alto riesgo.

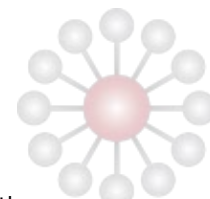
Actualmente los sistemas satelitales han permitido detectar, medir, calcular, con suficiente tiempo la medición de los huracanes y ciclones, sin embargo a pesar del desarrollo tecnológico, la alerta de los fenómenos no llega a tiempo para afrontarlos adecuadamente y responder de manera eficiente a ellos. Es notoriamente recurrente que cada fenómeno que llega, con mucho, supera la capacidad de respuesta gubernamental, y año con año los mismos sitios presentan las mismas situaciones de emergencia; en este año del 2010 tuvimos al huracán Alex que golpeó duramente a la urbe de Monterrey y al estado de Tamaulipas, en estos mismos días, en que se realiza este trabajo, Veracruz, Tabasco, Oaxaca y Chiapas, representan

emergencias por el desbordamiento de cuerpos de agua en estas entidades.

Es en el momento mismo en el que se presentan estas emergencias, en que se toman decisiones para movilizar a la población afectada sin contar con una estrategia clara de acción ante el desastre y la emergencia de la situación, además de la desinformación de la población, por lo que muchas veces, se resiste a ser evacuada a sitios, albergues que no reúnen las condiciones necesarias para atender a un importante número de habitantes que requieren de atención médica y en su caso medicamentos para diversas enfermedades, sanitarias asistenciales, de información, de alojamiento, además de la inseguridad que prevalece entre los habitantes del robo y el saqueo de sus escasos bienes que se puedan salvar de estos fenómenos.

De lo que se habla en este trabajo es de la observación que realizamos, de los fenómenos que se suscitan antes y durante este evento, sin embargo con mucha frecuencia, los habitantes pierden una gran parte de sus bienes materiales que son importantes en sus formas de vida, pierden sus cosechas de maíz, frijol y sembradíos propios, sus animales, gallinas, gansos, cerdos, vacas, chivos, perros; además de los daños que resienten sus casas habitaciones que son construidas muchas veces por ellos mismo de materiales de láminas, de cartón, muchas de material reciclado, y estos eventos les derrumban sus construcciones, así como todos sus pertenencias como estufas, camas, y demás objetos que les sirven para vivir.

Al retornar los afectados sus lugares de residencia se encuentran los pobladores con estos eventos de pérdida, y la recuperación les puede llevar



mucho tiempo, porque representa muchos años de trabajo.

Y los organismos públicos encargados de atender la recuperación de las áreas devastadas carecen del personal técnico y adecuado para subsanar la recuperación, pero sobre todo de recursos económicos, financieros para apoyar a la población vulnerable que pueda encauzar nuevamente a sus actividades productivas básicas para el sustento, porque la simple entrega de material como escobas, cubetas, trapeadores, despensas, no resuelve más que simplemente lo inmediato, y no superan los estados de pobreza, problema estructural y causante de los desastres ante fenómenos naturales, en los que se encuentra la población rural, costera, y de asentamientos humanos irregulares en los tejidos urbanos como la conurbación de Tampico.

Es ante ésta problemática brevemente descrita en la que la resiliencia³ se convierte en la mejor alternativa para que se dé una mejor participación ciudadana, organizada y pueda actuar de manera eficiente ante situaciones como las descritas anteriormente.

Participación ciudadana

El hablar de la participación ciudadana, todavía lleva estructuralmente a pensar que es un proceso social lejos de alcanzar, pues se ha educado a la ciudadanía, a que los aspectos de la sociedad son competencia únicamente al gobierno, y si bien es el gobierno quien elabora sus planes municipales desde la lógica de la política pública, sin considerar

³ Son las pautas que permiten a las personas sobreponerse a las situaciones adversas y sacar provecho de ellas

a los ciudadanos, es necesario concientizarnos y entender que difícilmente se pueden realizar estas gestiones, si no existe “concordancia de acción entre ciudadanos y autoridades; es una relación en donde la sobrevivencia consiste en la unión hacia un mismo objetivo, las acciones individuales en este sentido, suelen ser infructuosas”.(Leal, 2004:127)

Debemos entender que una actividad organizada, racional y consciente de un grupo social para alcanzar objetivos comunes (económicos, sociales o políticos) puede y debe influir directamente en la toma de decisiones de los procesos de planeación y acciones del gobierno.

El desarrollo social, a través de la participación ciudadana, debe generar sociedades unidas y dispuestas a crear ambientes sólidos y en beneficio de la propia ciudadanía.

“Una sociedad civil fuerte es condición necesaria para una democracia estable y desarrollada. Sólo en la medida en que los ciudadanos se comprometen activamente en la construcción del futuro de su país será posible generar sintonía entre las diversas necesidades de la sociedad y la permanente misión del Estado de contribuir al bien común”⁴

La información es la base sobre la cual se construyen relaciones de confianza y cooperación para la participación ciudadana, que a su vez es un componente fundamental para un buen gobierno. Los distintos países han ido incorporando en sus marcos legales la noción de derecho a la

⁴ A través de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativa, Unidad de Acción Estratégica, Gabinete Subsecretaria, la presidenta de Chile Michelle Bachelet, Jeria, creó un Programa de fomento a la Participación Ciudadana, en el que establece las diversas formas en que ciudadanía y gobierno pueden interactuar en la toma de decisiones de políticas públicas.



información y se reconoce internacionalmente la importancia de la información ambiental para promover la participación ciudadana.

La Declaración de Río hace hincapié en que el acceso a la información facilita la participación ciudadana, proporcionando herramientas y coadyuvando a la toma de decisiones para la protección del medio ambiente.

Es necesario que a través de la información y de estrategias de comunicación eficaces, la ciudadanía integre procesos sociales que lleven al éxito de una estrategia de comunicación encaminada a lograr un cambio social dentro de cualquier organización, sistema o sociedad depende de la implicación de las personas y colectivos sociales y de su voluntad de tomar responsabilidades. La sociedad necesita información relevante de forma que pueda comprender y utilizar, lo que facilitará el entendimiento de cualquier acción, programa o evento en donde se promueva la calidad de vida en cualquier ciudadano, quienes necesariamente convivimos con necesidades y objetivos en común, más sin embargo no dejamos de preguntarnos quienes somos que características tenemos que se debe tomar en cuenta para sentirnos identificados con nuestro entorno, con nuestras circunstancias, con nuestro espacios físico-geográficos.

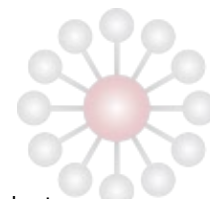
La ciudadanía necesariamente tiene que integrarse en grupos de colaboración, tiene que conocer y llevar al cabo los derechos que le asisten, es por ello necesario conocer y participar en programas que le ayuden a cubrir necesidades prioritarias, pues la participación de los ciudadanos fortalece la gestión pública, incrementa la eficiencia y la eficacia de las decisiones y mejora la calidad de las políticas públicas que se implementan desde su ámbito local. Así pues esta relación y colaboración entre

ciudadanos y estado genera sintonía de prioridades entre los ciudadanos y el Estado, cuando se les consulta respecto de sus necesidades focalizando el objetivo de la necesidad ciudadana.

Un argumento válido para que la ciudadanía participe en actividades, es que salen fortalecidos y llevan al cabo la extensión del ejercicio de sus derechos ciudadanos, pues se empiezan a vincular y a interactuar con lo que el Estado tiene como propuesta. Por lo que las redes de comunicación que se construyan en los puentes que aún no se han organizado, será necesario que se identifiquen como formas de interrelación entre los ciudadanos, sectores gubernamentales y encargados de área de eventos meteorológicos, con el fin de acelerar la generación de información y conocimiento en torno a la problemática de riesgo que vive la ciudadanía de la zona metropolitana de Tampico. Es vital lograr una participación ciudadana más eficiente y activa, que pase de las demandas espontáneas a las organizadas, que suelen ser de mayor impacto: el problema ya no debe sea de unos cuantos sino de todos.

Concepto sobre Riesgo

La evolución de la sociedad capitalista se ha basado fundamentalmente en la explotación de los recursos naturales de manera irresponsable, por otro lado ha establecido un conjunto de relaciones sociales de producción que ha propiciado sobre todo la desigualdad y la exclusión de grandes grupos sociales. Según Beck la sociedad actual, la global ha venido construyendo de manera permanente situaciones de riesgo y que están determinada precisamente por las relaciones



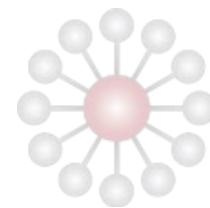
sociales de producción que se han establecido a lo largo de nuestra historia. Actualmente hablamos del cambio climático y hemos venido construyendo una sociedad del riesgo en la medida en que los desequilibrios medio-ambientales de carácter global han propiciado que los fenómenos naturales como terremotos (México 85), huracanes (Catrina, Stan, Wilma), ciclones, tsunamis, sequías entre otros, sean mucha más intensos, recurrentes y sobre todo devastadores, no por la existencia misma de estos fenómenos naturales que siempre han existido sino porque hemos construido espacios de riesgo y que hace sustancialmente vulnerable a la población que construye sobre estos sitios. En términos de Borja y Castells (2006), “el fenómeno globalizador ha acelerado como nunca el proceso de desarrollo económico, provocando un apresurado proceso de urbanización y una explotación intensiva de recursos naturales, así como una polarización entre países ricos y países pobres, y un crecimiento acelerado de la pobreza. Este nuevo modelo de desarrollo puede ser definido como socialmente injusto, ambientalmente depredador y económicamente inviable”. Todo este fenómeno actual no puede ser entendido sin la tercera revolución tecnológica, la era de la información de Castells. Las fuerzas del mercado han degradado por ejemplo ecosistemas costeros modificando el flujo de ríos, de construcción de presas, rellenos de cuerpos de agua, deforestación de bosques costeros como el manglar, sin evaluar con cierta precisión el impacto de estos fenómenos tanto en la infraestructura que se construye y sobre todo los sectores sociales que normalmente están fuera del mercado y que construyen en áreas marginales como: laderas, áreas inundables, junto a basureros clandestinos, etc, que normalmente son los que resienten mayormente los fenómenos

naturales que por esta situación se convierten en verdaderos desastres.

Por otro lado dentro de la clasificación de los riesgos están los antrópicos o los derivados del propio desarrollo humano que están fuertemente vinculados a los procesos industriales (ejemplo Chernobyl) y de desarrollo urbano. Los riesgos asociados a esta clasificación son los que se derivan de accidentes como fugas de combustibles, de productos tóxicos (Bophal, San Juan de Ixhuatepec, 1984), de contaminación ambiental, explosiones y fugas radioactivas o los que se derivan del desarrollo urbano mal planeado que como en el caso de Guadalajara (1992) en el drenaje de esta ciudad, en donde se vertían grasas, gasolinas y que al combinarse producen explosiones.

Existe una clasificación de una gran variedad de riesgos en los que en este trabajo no abordaremos, como por ejemplo las epidemias, como la influenza española entre otras, que en algunos casos producto del desarrollo se han podido diversificar.

Hewitt (1983) define estos fenómenos tanto antrópicos como naturales como la construcción de la sociedad del riesgo global y plantea que esto va en aumento y es a partir de estos planteamientos que se ha desencadenado un conjunto de investigaciones locales, regionales e internacionales que tratan de realizar análisis profundos y detallados, no tanto de los fenómenos en sí mismo, sino de todas las causas que hay detrás de cada fenómeno y/o accidente que los ha hecho devastadores. Sin duda el impacto de los diferentes riesgos afecta sustancialmente a la población pobre y marginada, la que está mayormente expuesta, que carece de información, de recursos



económicos, de atención médica de calidad y que además tiene una escasa participación organizada antes, durante y después de los eventos, situación que trataremos de abordar y reflexionar en este ensayo la situación de la huasteca ante fenómenos naturales

Comunicación de Riesgo

La comunicación de riesgos es el intercambio bidireccional de información sobre amenazas de carácter ambiental, de salud y otros, es decir todo lo que implique poner en peligro a los habitantes de los diversos grupos sociales de una comunidad. Los objetivos de la comunicación de riesgos son mejorar el conocimiento y entendimiento, fomentar confianza y credibilidad, motivar diálogo e influir en las actitudes, decisiones y comportamientos.

Es necesario que en todos los actores de la sociedad se adquiera conciencia de la importancia de incluir actividades de comunicación de riesgos, puesto que las sociedades todas en general están expuestas a un gran número de peligros ambientales a los que su exposición puede llevar a riesgos importantes para un mayor deterioro en su calidad de vida, además que la exposición a problemáticas antropogénicas y naturales pueden atraer consecuencias sociales en donde el grupo social vulnerable crece, si no existen formas de prevenir los posibles riesgos ambientales a los que se puede exponer diversos sectores de la población. El poner a la sociedad sobre aviso de un cierto peligro o amenaza, propicia que se puedan tomar decisiones informadas y así prevenir, mitigar o eliminar las consecuencias de los riesgos.

A continuación estableceremos algunos puntos importantes que deberá tomar el Comunicador de

Riesgos:

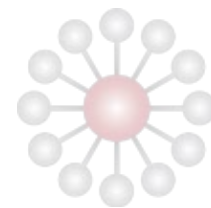
1. Es preciso determinar qué es lo que se quiere comunicar (El objeto de la comunicación)
2. Que institución va a realizar el anuncio? (Fuente)
3. Debemos tener muy en claro lo que la comunidad quiere saber, (El mensaje)
4. Que medios e utilizarán para dar el mensaje? (canal)
5. Hay que tener muy en claro qué es lo que se va a comunicar (fidelidad en el mensaje)

Por supuesto que hay que pensar en el público meta y Moreno (2003), indica que

Diversos estudios en antropología y sociología han mostrado que la percepción y la aceptación de un riesgo tienen sus raíces en factores culturales y sociales. Es muy difícil definir una estrategia de comunicación de riesgos exitosa si no se considera cómo percibe la comunidad el riesgo en cuestión.

Es necesario tomar en cuenta que cuando la información sobre riesgos no es manejada como debe ser, puede crear conflictos alternos y ansiedad a falta de responsabilidad en el manejo de la comunicación.

Las características que debe tener el responsable de transmitir información debe ser apegada en principio a su trayectoria honesta y ética con que se haya conducido en estas temáticas, pues ello permitirá una buena reacción de la opinión pública, más sin embargo si por el contrario no se pensare en quién es la persona que promueve la información,



puede llegar a desencadenar, dependiendo de su contenido y de la forma de comunicarla, actitudes y comportamientos que pueden ser contrarios al objetivo de lograr la participación ciudadana responsable y comprometida, indica Moreno (2003).

Conclusiones

Los actores sociales generan permanentemente, información sobre las actividades de su entorno, el desafío consiste en estructurar una alianza entre los diferentes actores de la comunicación, utilizando los recursos a nuestro alcance en las áreas vulnerables de la zona costera para ejecutar un plan de acción utilizando y optimizando los recursos existentes, alimentando a los medios de comunicación, organizaciones y gobierno, tanto para promover la participación ciudadana, como para generar consensos que sirvan para instalar los temas de interés en la agenda de riesgo y vulnerabilidad en donde la pertinencia en la información se den oportunamente, con alertas tempranas, y cultura de prevención para todo tipo de contingencias ambientales, con el fin de reducir el riesgo ambiental de todo tipo como los huracanes, inundaciones, ciclones, etc.

Los medios de comunicación y la oportuna y precisa información juega un papel importantísimo en la comunicación de riesgos, ya que además de brindar el apoyo a la sociedad con la información oportuna, participan activamente en jornadas de prevención y de rescate; en este sentido la radio y la televisión constituyen los medios más socorridos en caso de desastre y, sobretudo la radio que, en caso de un corte de energía eléctrica, tiene más probabilidades de seguir emitiendo señal hacia la

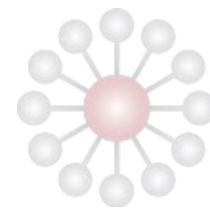
comunidad.

De igual forma, y en contraste con la agresiva política de mercado en el que también están inmersos los medios de comunicación, se debe procurar que en la televisión local se destine tiempo y producción para la realización de Programas Inteligentes. Programas en los que se transmitan información importante y relevante para la comunidad y sus ciudadanos. No es posible concebir en la era de la información, globalización, súper cultura y demás pensamientos contemporáneos y bajo el proyecto neoliberal que ha adoptado México, se permita la producción cada vez más de programas estúpidos en la televisión principalmente, y se siga fomentando lo que Esteinou (1997, 2000) denomina “cultura chatarra”⁵.

Es necesario que se produzcan y difundan programas inteligentes, de análisis, de opinión, que eduquen, que formen a la ciudadanía y sobretudo que ayuden al desarrollo humano, al desarrollo municipal y al desarrollo regional de manera sustentable.

El cambio climático ya está aquí, no lo podemos negar, ya está vigente, no lo podemos cambiar, no lo podemos evitar, tenemos que aprender a organizarnos, debemos de estar preparados

⁵ Hace más de diez años Javier Esteinou escribió: “podemos decir que al acercarse el final del siglo XX, el proyecto neoliberal introducido al país formará intensivamente una nueva “Cultura Chatarra” de la expansión del capital y una reducción de la “Cultura de la Vida y de la Humanización” que tanto requiere nuestra sobrevivencia nacional. Esto debido, a que no es una actividad lucrativa que valga la pena fomentarla, a menos que llegue a fases críticas en las que el deterioro humano y social avance tanto que entre en contradicción con la tasa de producción y concentración de la riqueza.” Disponible en Esteinou Madrid, Javier (1997): Políticas de comunicación, estrategias del mercado y regionalización cultural. Razón y Palabra, 8. Recuperado el 5 de enero de 2009 de: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n8/javier3.htm>. También comenta el término en: Esteinou Madrid, Javier (2001): Globalización, medios de comunicación y cultura en México a principios de siglo XXI. Revista Latina de Comunicación Social, 42. Recuperado el 5 de enero de 2009 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42junio/44esteinou.htm>



comunitariamente autoridades, medios de comunicación y sociedad civil. Debemos pensar globalmente y actuar localmente. Debemos tener en cuenta que ante los eventos ambientales lo más importante es la planeación, pero lo relevante es cómo a través de la comunicación de riesgos podemos evitar que miles de ciudadanos aún sigan padeciendo los estragos de eventos naturales que ya sabemos que suceden, pero que nos falta aún enterarnos de que somos vulnerables ante sus efectos, debemos pensar en que esta sociedad no debe caer en lo que pudiera denominarse una Sociedad de la información altamente incomunicada ante la Vulnerabilidad y el Riesgo.

Anexo

El Informe Técnico de Salud Mundial (2008) establece algunas sugerencias para la: Comunicación de riesgos

Un concepto fundamental de la comunicación de riesgos es que las personas bajo estrés típicamente: (1) tienen dificultad para oír, entender y recordar información, y (2) quieren saber que usted se interesa por ellas antes de interesarse por lo que usted sabe. Un teorema central de la comunicación de riesgos es que las percepciones de las personas en cuanto a la magnitud del riesgo son afectadas por otros factores además de los datos numéricos. El Dr. Peter Sandman, experto en la comunicación de riesgos, ha señalado que existe poca correlación entre la seriedad técnica de un riesgo (por ejemplo, cuántas personas mueren del riesgo) y su seriedad cultural (por ejemplo, cuántas personas son perturbadas por el riesgo y qué tan marcadamente las perturba). En los estudios de investigación, la correlación ronda aproximadamente 0.2, es decir, sólo un cuatro por ciento de la varianza. Con frecuencia, esto ocasiona dos problemas: (1) los riesgos que tienden a perjudicar a las personas no las perturban; por tanto, ellas no toman las debidas precauciones, y (2) los riesgos que no tienden a perjudicar a las personas sin embargo las perturban y, por ende, toman precauciones innecesarias.

En la Tabla 1 se describen las características principales de los riesgos y cómo estos influyen en la forma en que las personas perciben el riesgo.

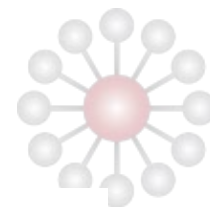
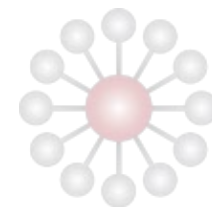


Tabla 1: Características de los riesgos que afectan la forma en que las personas perciben los riesgos

Características de los riesgos que impulsan a las personas a aceptar más el riesgo y temerle menos	Características de los riesgos que impulsan a las personas a aceptar menos el riesgo y temerle más
Voluntario	Forzado/Impuesto
Tiene beneficios evidentes	Tiene poco o ningún beneficio
Bajo el control de una persona	Controlado por otros
Distribuido equitativamente	Distribuido injustamente
Parte de un proceso abierto, transparente y receptivo de manejo de los riesgos	Parte de un proceso secreto y no receptivo
Natural	Fabricado por seres humanos o de origen industrial
Estadístico y difundido a lo largo del tiempo y espacio	Catastrófico
Generado por personas u organizaciones de confianza, sinceras y que se preocupan por los demás	Generado por personas u organizaciones que no son de confianza, son deshonradas o no se preocupan por los demás
Afecta a los adultos	Afecta a los niños
Familiar	Desconocido o exótico

Bibliografía

1. Beck, U. (1998). La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad. Barcelona: Paidós.
2. Borja, J & Castells, M. (2006). Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información. 2ª reimpresión. México: Taurus
3. Calderón Aragón Georgina (2001), Construcción y reconstrucción del desastre; 1ª edición, Ed. Plaza y Valdés, México D.F.
4. Castells, M. (2001). La Era de la Información. Vol. I,II,III: La sociedad red. México: Siglo XXI Editores.
5. De la Cruz Rock, José Luis, (2000) "Sustentabilidad y Desarrollo Regional" en: Sustentabilidad y Desarrollo Regional, Ed. UAT México, Tamaulipas, Tampico-Madero
6. Esteinou Madrid, Javier (2001): Globalización, medios de comunicación y cultura en México a principios de siglo XXI. Revista Latina de Comunicación Social, 42. En <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina42junio/44esteinou.htm>. Consultado el 5 de Agosto de 2009.
7. Esteinou, J. (2000). "Medios de comunicación colectivos y desastres naturales". Razón y Palabra. Núm. 16, año 4. En <http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n16/jesteinu16.html>. Consultado el 13 de Agosto de 2009.
8. Hewitt, K. (1983), "The idea of calamity in a technocratic age", en K. Hewitt (ed.), Interpretations of calamity . Allen & Unwin



9. Leal Ramírez Valeria; (2004), “La Integración de valores ambientales en la educación superior como fuente de desarrollo sustentable” en: Desarrollo Regional, economía, sociedad y ambiente, coordinado por Dr. José Luis de la Cruz Rock, Universidad Autónoma de Tamaulipas, Tampico - Madero.
10. Mendizábal, Luisa Fernanda, Crisis, Manejo de las crisis ante las emergencias. 1995
11. Millán Orozco, Treviño Espinosa, (2008) “Análisis del Manejo Insostenible de los residuos Sólidos urbanos en la Zona metropolitana de Tampico: Comunicación y Participación Ciudadana”, en: Desarrollo Urbano, Planeación y Vulnerabilidad, Retos de la Sustentabilidad, coordinado por Dr. José Luis de la Cruz Rock, Alfonso Tello Iturbe, Universidad Autónoma de Tamaulipas, Cd. Madero, p. 155 – 182.
12. Moreno AnaRosa, (2003), “La Comunicación de Riesgos en salud y Ambiente” en Revista Salud Pública y Nutrición (RESPYN), Vol. 4 No. 1 ISSN 1870-0160 Enero – Marzo, Monterrey, N.L
13. Niklas Luhmann (2000). La realidad de los medios de masas. Barcelona: Anthropos / México:
14. Orihuela José Luis, (2010) “Como participar en los medios sociales en: Digital Media Web Log, sitio Bolg personal en www.abc.es/blogs/jose-luis-orihuela, consultado 14 de mayo de 2010
15. Rodríguez Aldabe, Yosú, (2001) “Los servicios de Información para la gestión ambiental en México, conocimiento y comunicación” en: Ecología de la Información, pag. 73, Ed. Nueva Sociedad, Chile
16. <http://ciencia.glosario.net/medio-ambiente-acuatico/antropo%E9nico-10244.html>
17. <http://www.cepis.ops-oms.org/bvsacd/scan2/037053/037053-02.pdf>
18. <http://www2.ine.gob.mx/publicaciones/libros/306/planear.html>
19. <http://www.maqweb.org/techbriefs/spanish/stb49riskcomn.pdf>

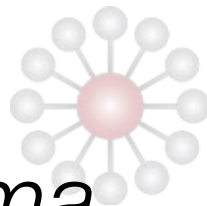
Sobre los autores:

Arely Millán Orozco.

Maestría en docencia en educación superior por la Universidad Autónoma de Tamaulipas. DEA Diplomado de Estudios Avanzados en Comunicación y Periodismo, por la Universidad de Santiago de Compostela España. Perfil PROMEP. Integrante de Cuerpo Académico de Desarrollo Regional y Sustentabilidad. LGC. Comunicación para el Desarrollo .Candidato a Doctor de comunicación y periodismo, por la Universidad de Santiago de Compostela, España.

José Luis de la Cruz Rock.

Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Universidad Autónoma de Tamaulipas .Dr. En Antropología por la Université Laval en Canadá. Integrante del Cuerpo Académico de Desarrollo Regional y Sustentabilidad. LGC. Desarrollo Regional y Sustentabilidad. Perfil PROMEP. Miembro del SNI, Nivel 1



Para solucionar tu problema, pídele a San Judas Tadeo: Formas de expresión en la devoción a San Judas Tadeo en la Ciudad de México

Dr. Franceso Gervasi
Mtra. Zoyla Hernández Blanco
Mtra. Gabriela de la Peña Astorga
Universidad Autónoma de Coahuila

Resumen: El objeto de esta investigación son las formas de expresión de la devoción popular dedicada a San Judas Tadeo en la ciudad de México, más específicamente, en la iglesia de San Hipólito. La finalidad es destacar, teniendo como marco de referencia los Estudios Culturales, la dimensión moderna del fenómeno objeto de estudio, encuadrándolo dentro de algunas de las tendencias más típicas que caracterizan la religiosidad contemporánea como un fenómeno comunicativo. Las formas de expresión de los creyentes son presentadas a través de entrevistas a profundidad y observación participante que analizan las formas de comunicación e interacción con el Santo y con la Institución.

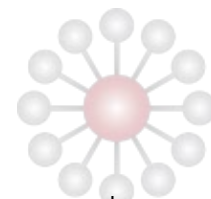
Palabras clave: San Judas Tadeo, religiosidad popular, modernidad religiosa, comunicación interpersonal, negociación simbólica.

1. INTRODUCCIÓN: FINALIDAD DEL ARTÍCULO Y NOTICIAS PRELIMINARES SOBRE LA DEVOCIÓN

Pero no bastan las fiestas que ofrecen a todo el país la Iglesia y la República. La vida de cada ciudad y de cada pueblo está regida por un santo, al que se festeja con devoción y regularidad. Los barrios y los

gremios tienen también sus fiestas anuales, sus ceremonias y sus ferias. Y, en fin, cada uno de nosotros – ateos, católicos o indiferentes – poseemos nuestro santo, al que cada año honramos. Son incalculables las fiestas que celebramos y los recursos y tiempo que gastamos en festejar (Paz, 2000, p.52).

Esta es la historia de una fe que empezó en los barrios pobres. Fue un “contagio” que se propaló en consejos de vecinos y



compañeros de trabajo. “Para solucionar tu problema, pídele a San Judas Tadeo” Y así, esa veneración, en la que no intervino ninguna jerarquía católica, cobró vigor como expresión religiosa popular de sectores desfavorecidos de la capital del país; entre ellos crece el culto. Hay miles de capillas en las calles (El Universal, 2007).

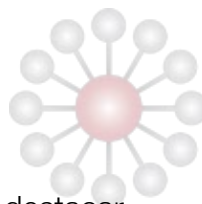
Desde temprana hora la iglesia se vio saturada de feligreses, quienes con arreglos florales, veladoras e imágenes del santo acudieron a agradecer los favores recibidos. Muchos de ellos fueron vestidos con hábito blanco, túnica verde sobre uno de los hombros y huaraches, tratando de imitar la imagen del santo, iban a pagar “la manda” por el milagro que dijeron les concedió. Otros traían consigo un retrato o estatua de San Judas Tadeo, en diferentes tamaños y con escapularios de distintas formas, así como flores artesanales elaboradas con semillas. [...] A pesar del intenso frío que hubo durante todo el día, los feligreses, provenientes de distintos puntos de la ciudad, incluso del país, no dejaron de asistir al templo de San Hipólito, como lo hacen los días 28 de cada mes (Milenio, 2007).

El objetivo principal de este artículo es analizar las formas de expresión de la devoción popular dedicada a San Judas Tadeo en la ciudad de México, más específicamente, en la iglesia de San Hipólito.¹ La finalidad es destacar, teniendo como marco de referencia los Estudios Culturales, la dimensión moderna del fenómeno objeto de

<?> **La iglesia de San Hipolito se encuentra en la avenida Hidalgo 103 esquina con la calle de Zarco en el centro histórico de la ciudad de México.**

estudio, encuadrándolo dentro de algunas de las tendencias más típicas que caracterizan la religiosidad contemporánea como un fenómeno comunicativo. La devoción dedicada a San Judas Tadeo, como recuerdan también los dos diarios citados, se va difundiendo, día tras día, siempre más en toda la capital. Esta devoción empezó en la iglesia de San Hipólito ya desde la segunda mitad del siglo XX, cuando, por voluntad popular, la estatua del Santo fue por primera vez puesta dentro de la parroquia. En 1982 la estatua fue puesta en el altar mayor, justo porque la devoción hacia uno de los santos “menos seguidos por los católicos” (El Universal, 2007) se había ya difundido de manera imprevista a nivel popular, hasta volverse una de las más importantes en la capital mexicana junto con la de la Virgen de Guadalupe. La razón principal de esta gran difusión fue desde el inicio bastante clara: San Judas Tadeo, definido como el “Patrón de los necesitados”, es considerado por sus devotos una fuente inagotable de milagros para resolver todos los problemas, más o menos graves, de la vida cotidiana. “Para solucionar tu problema, pídele a San Judas Tadeo”: este es el consejo que se ha difundido, y se sigue difundiendo cada día más, entre centenas de miles de fieles que, cada 28 de cada mes, llenan la iglesia de San Hipólito para pedir un milagro al Santo o para agradecerle por un milagro ya recibido.

En las siguientes páginas me enfocaré en algunos aspectos en la forma que ésta devoción es expresada y que, para mí, ponen en evidencia la dimensión fuertemente moderna del fenómeno objeto de estudio, encuadrándolo dentro de algunas de las tendencias más típicas que caracterizan la religiosidad contemporánea como un fenómeno comunicativo.



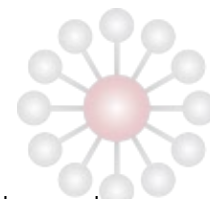
2. BREVE NOTA METODOLÓGICA

Antes de comenzar, cabe señalar que este artículo se basa en una investigación que el autor hizo en la ciudad de México durante un año (desde el final de 2007 hasta el final de 2008)² y luego actualizada en los meses de marzo a julio de 2010. Las técnicas de investigación utilizadas fueron las siguientes: 1) 18 entrevistas a profundidad (Cook, 2008) a devotos del Santo; 2) 10 periodos de “observación directa”(Corbetta, 1999; Gobbo, 2001) efectuados durante los días 28 de diferentes meses y 12 efectuados durante otros días “normales” de cada mes, para verificar la presencia de eventuales diferencias y similitudes entre los diversos periodos de observación tomados en cuenta; 3) la revisión de todos los documentos físicos y los sitios web disponibles sobre la devoción y sobre la iglesia de San Hipólito. En síntesis, los resultados de la investigación se refieren a todos los elementos emergidos por las diversas técnicas utilizadas: fuentes bibliográficas, observación directa, entrevistas a profundidad.

3. ALGUNAS TENDENCIAS DE LA MODERNIDAD RELIGIOSA Y SUS IMPLICACIONES EN LAS EXPRESIONES DE LA RELIGIOSIDAD

2 Los resultados de esta primera fase de la investigación han sido publicados, con un enfoque exclusivamente socio-religioso, en la Revista “Religioni e Società. Rivista di scienze sociali della religione” n. 64, Mayo-Agosto 2009, pp. 99-110. ISSN 0394-9397, ISSN online 1722-4705, con el siguiente título: “« Para solucionar tu problema pídele a San Judas » . Soggettivizzazione della religione e valorizzazione del mondo nella devozione a San Judas Tadeo a Città del Messico”.

El propósito de este apartado es destacar las principales tendencias que caracterizan el factor religioso en la modernidad avanzada para posteriormente hablar de sus implicaciones. Sé que no será simple hacer esta tarea, sobre todo porque, como ha hecho notar Hervieu-Léger (2003), la religión, en el mundo contemporáneo, se presenta como un objeto “en movimiento”, sujeto a continuos cambios que inciden en sus formas de expresión con intensidad variable y con consecuencias, muchas veces, impredecibles. Como ha hecho notar también James Beckford (1991, p.194), efectivamente, la religión, en la modernidad avanzada, ya no representa una institución social, sino un recurso cultural fluctuante capaz de “actuar como fuente de cambio, de desafío o de conservación”. En otras palabras, la religión, en el contexto moderno, se ha vuelto en algo siempre menos predecible, y las consecuencias de esta tendencia hacia lo impredecible, según Hervieu-Léger, son las siguientes: “En el universo fluido, móvil, de la creencia moderna liberada de la influencia de las instituciones totales de la fe, todos los símbolos son por lo tanto intercambiables, combinables, trasferibles unos entre los otros. Todos los sincretismos son posibles, todas las re-utilizaciones son imaginables” (1996, p.119). Sin embargo, a pesar de la complejidad y ambivalencia hasta ahora mencionadas, observando con mayor atención, dentro del panorama religioso contemporáneo existen unas tendencias más estables que se pueden identificar y subrayar. Según Hervieu-Léger estas tendencias pueden ser sintetizadas en la expresión de “modernidad religiosa”, que ella define como: “la absorción del individualismo religioso dentro del individualismo moderno, bajo el signo de la valorización del mundo por un lado y de la afirmación de la autonomía del sujeto creyente por el otro”(2003, p.131).



La principal consecuencia de la afirmación de la autonomía del sujeto creyente es que las identidades, las creencias y las prácticas religiosas ya no representan el fruto de una tradición heredada y rígidamente controlada por una institución, sino el resultado de una elección autónoma y consciente, hecha por los creyentes teniendo en cuenta exclusivamente sus exigencias y sus deseos personales. Dobbelaere y Voyé han descrito el proceso por medio del cual se ha difundido esta tendencia con las siguientes palabras:

Estos cambios estructurales tuvieron un impacto excepcional en las altas esferas sociales. El adagio “Cogito ergo sum” -entendido como yo pienso y escojo mis creencias y prácticas para expresar mis sentimientos religiosos- tuvo un enorme atractivo para ellos, y especialmente para los intelectuales. Sus actitudes profesionales fueron puestas en duda (hipótesis en lugar de tesis), y el escrutinio intelectual se extendió hasta la religión. Ellos se consideraban a sí mismos responsables in religiosis y en contra de la Iglesia que había tratado a su gente como ovejas o niños. No aceptaron más las respuestas “dadas” y “tradicionales”, particularmente en cuanto estas respuestas fueron crecieron dentro de un conflicto con los descubrimientos científicos. Este tipo de reacción se difundió subsecuentemente, primero hacia la mayoría de los miembros de la clase alta y, después, hacia la mayor parte de la población (Dobbelaere, 1990, p.S5).

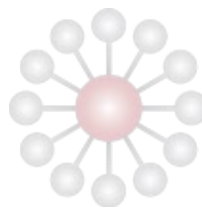
Esta tendencia hacia la autonomía de los creyentes dentro del campo religioso representa sólo una de las diversas formas de expresión de

una libertad más amplia que se ha afirmado gracias a la difusión del individualismo moderno, o sea la ambición de los individuos a poder manejar ellos mismos, autónoma y directamente, “los medios de su propia auto-realización”(Hervieu-Léger, 1992, p.6). Religiosidad “hágalo usted mismo”, religión “a la carta”, religión “a su manera” (Nesti, 1997, p.39), son sólo algunas de las tantas expresiones utilizadas para describir, específicamente, los éxitos finales de los procesos de autonomización de las prácticas y de las creencias religiosas en la modernidad.

Vamos ahora a hablar de la segunda de las dos tendencias que para Hervieu-Léger definen la modernidad religiosa, o sea la tendencia hacia la valorización del mundo. Por medio de esta expresión, la socióloga francesa destaca la tendencia de la religión, en el mundo contemporáneo, a quedarse dentro de la dimensión de la vida cotidiana, aquí y ahora, poniendo en un segundo lugar el problema del más allá (Hervieu-Léger, 2003, p.36)³. En otras palabras, hoy en día, los creyentes

son atraídos en manera prioritaria y están emotivamente involucrados en su propio trabajo, en la relación con sus familiares, en las relaciones amistosas. O sea, emerge una “religión del sí” dentro de la cual las preocupaciones centrales son la propia salud, la garantía de sentirse útiles, de un tiempo presente fijado al hacer, a hechos “concretos” de la experiencia cotidiana, sin

3 Respecto a este punto, cabe señalar que, ya entre el final de los '50 y el inicio de los '60, Ernesto De Martino había intuido la tendencia, dentro de la cultura occidental, a eliminar el elemento del más allá, desarrollando una idea del fin del mundo por completo mundano, o sea sin rescate escatológico (De Martino, 2002).



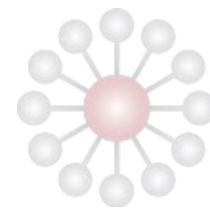
salir del hic et nunc (Nesti, 1997, p.70).

El hic et nunc se está volviendo en el horizonte de sentido prioritario en la vida cotidiana de muchas personas, quienes, por lo tanto, tienden siempre más a preferir una idea intramundana de la salvación en lugar de aquella escatológica, la cual prometía una recompensa futura en el más allá demasiado lejana e incierta. Jim Morrison, el cantante-líder del grupo rock The Doors, en una de sus más famosas canciones, gritaba: “We want the world and we want it now”. Es propia esta, probablemente más que otras, una de las características principales del individualismo moderno: las ganas de conseguir todo y pronto, conquistar el mundo, este mundo, aquí y ahora, realizarse lo más pronto posible en la propia actividad profesional, en el estudio, etc., porque quien se detiene está perdido. Nadie tiene ganas de esperar, de prorrogar su recompensa en el futuro, mucho menos en un futuro incierto fuera del mundo y del tiempo, en un futuro en el más allá. Indicios más o menos claros de esta tendencia hacia la valorización del mundo pueden ser localizados, según Hervieu-Léger, por ejemplo en el éxito siempre más acentuado que, en la situación existencial moderna, parece tener la creencia en la reencarnación. Esta última, en el contexto de la modernidad religiosa, ha sido sometida a una serie de procesos de re-apropiación y re-elaboración subjetiva por los cuales, en su interior, ya casi no se encuentra alguna huella de la dimensión dolorosa que en cambio típicamente le pertenece, por ejemplo dentro de tradiciones religiosas como el hinduismo o el budismo. Lo que pasa es que la creencia en la reencarnación, hoy en día, se concibe siempre más como una simple posibilidad de revivir otra vez la misma existencia terrena ya vivida antes (Hervieu-Léger, 2005).

Otra señal de esta valorización del mundo presente en el panorama religioso contemporáneo puede ser identificada, por ejemplo, según Karel Dobbelaere, en la tendencia del hombre moderno a recurrir siempre más frecuentemente “a fuerzas cósmicas, espirituales o sobrenaturales, para intentar extender el control sobre su vida y para resolver los problemas concretos a los cuales tiene que enfrentarse” (Dobbelaere, 1993, p.125; Dobbelaere, Voyé, 1990), o sea una tendencia típica de la modernidad religiosa respecto a la cual, la propia iglesia católica parece tener

una ventaja respecto a las iglesias protestantes, en la medida en que aquella ha mantenido, intacta en el tiempo, toda una serie de ritos y prácticas que éstas han eliminado. Además el catolicismo dispone de intermediarios entre Dios y los hombres: el Cristo antes que todo, pero también la Virgen y un cierto número de santos “especializados” en la resolución de problemas específicos o de casos “desesperados”. Todos estos mediadores han vivido una vida terrestre durante la cual han sufrido como sufren actualmente quienes le rezan: ellos pueden por lo tanto comprender bien sus penas y sus angustias, sus temores y sus dudas (Dobbelaere, 1993, pp.125-126).

Vale la pena mencionar que la tendencia moderna de los creyentes a recurrir a estos “intermediarios entre Dios y el hombre”, a estos singulares personajes especializados en la solución de los problemas concretos y más desesperados, para aumentar el sentido de seguridad perceptible dentro de las propias existencias cotidianas, puede



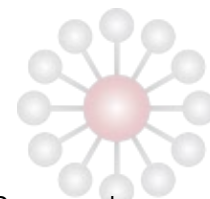
ser leída nada más como la difusión a un más amplio número de usuarios de un aspecto que típicamente ha caracterizado, y sigue caracterizando, las diferenciadas (Nesti, 1992, pp.217-218) formas de expresión de la religiosidad popular en el mundo. Sin embargo, es igualmente interesante señalar que, también dentro de la religiosidad popular, el triunfo de la modernidad ha implicado, por otra parte, una serie de cambios más o menos importantes, llegando por lo tanto a influenciar, con sus lógicas, algunos de los mecanismos de funcionamiento de estas formas de expresión de la religiosidad. Tomemos el caso, por ejemplo, de la naturaleza siempre más diferenciada de problemas con los cuales hoy en día, respecto al pasado, los hombres modernos intentan enfrentarse a través del recurso a estos “intermediarios entre Dios y el hombre”: junto a cuestiones atávicas como aquellas de la enfermedad y del sufrimiento, en efecto, surgen siempre con mayor frecuencia otras temáticas más típicamente modernas⁴, como aquella del desempleo, del éxito en la propia vida profesional y en el estudio, el problema de la drogadicción, del alcoholismo etc., que llegan a tener una importancia fundamental en el imaginario colectivo e individual de los hombres religiosos de nuestros tiempos. Es importante recordar que, en muchos casos, la tendencia de buscar la solución de estos y otros problemas dentro del campo religioso en vez del campo científico, es ya ella misma una tendencia típicamente moderna (Voyé, 1999, pp.275-288).

⁴ Estoy de acuerdo con Paolo Jedlowski cuando dice que es sobre todo en el ámbito de la vida cotidiana que es posible identificar algunos de los cambios más importantes debidos a la llegada de la modernidad (Jedlowski, 2005, p. 52). En este sentido, creo que el caso de San Judas confirma adecuadamente esta idea.

4. LA REAPROPRIACIÓN POPULAR DEL TIEMPO DE LO SAGRADO: CALENDARIO DE LA DEVOCIÓN Y CALENDARIO INSTITUCIONAL

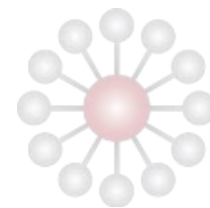
Pasemos ahora al análisis de los resultados surgidos de la investigación empírica, teniendo en cuenta, ante todo, la particular cadencia temporal que caracteriza las formas de expresión de la devoción.

Como he ya señalado en la introducción, existe un día distinto a los demás, el “Día” de San Judas Tadeo, el día para reunirse dentro la iglesia para pedir un milagro o para agradecer por uno ya recibido, el día en el cual el momento extraordinario se sustituye al tiempo ordinario, el día en el cual todos los devotos del Santo quieren estar presentes, tal vez decidiendo no ir a trabajar, tal vez no ir a la escuela, olvidando, aunque sea sólo por un día, todas las preocupaciones, las tareas, los papeles, temporalmente organizados y mecánicamente impuestos por la sociedad: el día en cuestión es el 28 de cada mes del año. La razón de esta elección es que, no obstante el día oficial de San Judas sea el 28 de octubre, desde el inicio de la devoción se difundió la idea popular según la cual todos los 28 de cada mes las propiedades milagrosas del Santo serían especialmente eficaces. Es por eso que, cada día 28 de cada mes del año, la iglesia de San Hipólito y sus alrededores se llenan de centenas de miles de fieles que se forman, desde temprana hora, para presenciar una de las tantas misas que vienen celebradas durante todo el día, que acuden debajo del altar para hacer bendecir sus estatuas de diversos tamaños de San Judas, que piden al



Santo ayudarlos a resolver sus problemas más o menos graves de la vida cotidiana, que cumplen con una manda, etc. Es muy importante señalar que la práctica de muchas de las personas que participan en estas experiencias de religiosidad organizadas “según las modalidades de lo extra-cotidiano” (Hervieu-Léger, 1992, p.195), no viene reintegrada dentro de más amplias e institucionalizadas trayectorias de participación en los ritos de la misa del domingo. En otras palabras, son muchos los entrevistados que afirman lo siguiente: “Soy católico, pero asisto una o dos veces por año a la iglesia” (Entrevista 9, Hombre, 51 años) y que, al mismo tiempo, sin embargo, prefieren “venir aquí cada día 28”. Igualmente, son muchos los fieles que admiten lo siguiente: “Estoy bautizado, pero casi nunca voy a la iglesia, sólo en ocasiones muy especiales” (Entrevista 4, Hombre, 16 años), como precisamente es la ocasión de la misa en honor de San Judas en la iglesia de San Hipólito, a la cual este joven entrevistado confirma de asistir “cada día 28”. Esta manera de expresar la religiosidad puede ser interpretada como un ejemplo de aquella tendencia hacia la sustitución de la “religiosidad de la obediencia” con aquella “festiva”, dentro la cual lo que cuenta “ya no es la prescripción de la institución, y tampoco el compromiso militante respecto a ella, sino el deseo del individuo, que le busca, según combinaciones variables, bienestar, realización personal, reactivación puntual de emociones pasadas, experiencia satisfactoria de fusión comunitaria instantánea, etcétera” (Hervieu-Léger, 1992, p.195). Como ha hecho notar Arnaldo Nesti (2005, p.24), cada “religión organiza el tiempo dando vida a un calendario que marca las actividades del creyente en el transcurrir de los días”. En el catolicismo, obviamente, las más importantes de estas actividades son aquellas de

tipo ritual, o sea todas las fiestas, como Pascua, la Navidad y todas las otras, la misa del domingo, etc. Este tipo de calendario deriva su legitimidad, y en consecuencia su obligatoriedad para todos los fieles, directamente de la iglesia, o sea de la autoridad soberana dentro del catolicismo. Teniendo en cuenta todo lo que hemos visto hasta ahora, entonces, la devoción a San Judas representa un fenómeno de re-apropiación del tiempo sagrado por parte de los fieles, que organizan su propio calendario ritual según criterios subjetivos y desinstitucionalizados. Un tiempo sagrado que, en vez de representar un itinerario lineal directo hacia la obtención de la meta escatológica que caracteriza el tiempo histórico cristiano, se manifiesta como una reactivación cíclica de un mito originario (Eliade, 2001), aquello del día más milagroso, cuya principal finalidad es proporcionar a los devotos la esperanza, constantemente renovable, de la solución de sus problemas cotidianos y mundanos. De otra manera, retomando las reflexiones de Hervieu-Léger, tiene sentido sostener que en el caso de la devoción a San Judas, una “nueva temporalidad religiosa – temporalidad de los “momentos fuertes” – tiende a sustituir a la temporalidad crítica de la vida litúrgica cotidiana” (Hervieu-Léger, 1992, p.194). Aclaremos este punto: el vaivén de fieles a la iglesia no se reduce sólo a “localidades agotadas” del día 28, porque cualquier otro día de cada mes hay devotos que van a la iglesia para rezar, para agradecer al Santo, o para hacer bendecir su estatua de San Judas. Sin embargo, la presencia de fieles en días diversos del 28 es casi insignificante respecto a aquella que, en cambio, se puede encontrar durante aquellos doce días de cada año considerados como especialmente milagrosos. El siguiente relato de un vigilante de la iglesia, y además devoto de San Judas, confirma



lo anterior:

la gente acude cada día 28 porque creen que en ese día San Judas realiza los milagros y aunque su verdadera fiesta es el día 28 de octubre la gente acude el día 28 de cada mes. Debería usted de ver, se llena toda la iglesia...hasta tenemos que quitar las bancas para que quepan más personas, aunque siempre dejamos algunas bancas para las personas enfermas que vienen en ese día. A la gente no le importa estar de pie o formarse para poder verlo porque es mucha la fe que tienen en el Santo (Entrevista 1, Hombre, 54 años).



5. PLAYERAS, ESCAPULARIOS, ESTATUAS ETC.: MODALIDADES DE EXPRESIÓN DE UNA DEVOCIÓN HECHA “A SU MANERA”

Desde la perspectiva comunicativa del enfoque crítico de los estudios culturales, hablaré ahora de las formas a través de las cuales las personas expresan su devoción a San Judas Tadeo. También en este caso enfocaré mi atención en los días más significativos para que los creyentes

se expresen, los días 28 de cada mes.

Uno de los principales exponentes de este enfoque, John Fiske, afirma que la cultura popular tiene el poder de dar diversas interpretaciones a un mismo producto cultural (Fiske, 1987, p.309). Con el término de polisemia, afín al término de intertextualidad, el autor se refiere tanto a la interconexión de significados entre distintos artilugios mediáticos como a la interconexión de significados entre los media y otras experiencias culturales (citado en McQuail, 2001, p.171). En nuestro caso las formas culturales e intereses propios de los creyentes pueden diferir con el mensaje dominante proveniente de la institución religiosa manifestandose a través de las expresiones de la devoción a San Judas Tadeo.

El pensamiento crítico de Fiske deriva de la teoría de la decodificación de Stuart Hall, que hace de la cultura popular un espacio de conflictos en donde las significaciones establecidas pueden ser aceptadas, negociadas o rechazadas por parte de los receptores (Maigret, 2005, p.250). Aún considerando que el poder es un hecho omnipresente, Hall afirma que la ideología dominante está, sin embargo, atravesada por contradicciones y en “equilibrio inestable”. Desde su punto de vista, la clase trabajadora se ha enfrentado históricamente a dicha ideología mediante su capacidad de resistencia y de contradicción en los entornos populares (Hall, 1980, p. 201).

Fiske también coincide en la capacidad de participación de la cultura popular y, rechazando el argumento realizado por Bourdieu sobre las líneas divisorias del capital cultural, afirma que existen dos economías relativamente autónomas: la cultural



y la social. Con ello explica cómo una sociedad con clases, en donde la gente se encuentra subordinada, disfruta de cierto grado de “poder semiótico” en la primera economía (la cultural), es decir, el poder de configurar los significados de acuerdo a sus experiencias y necesidades. Lo anterior es importante para nuestra investigación porque, como el autor afirma, “para que un bien cultural se vuelva popular debe poder servir tantos a los diversos intereses de la gente entre la que es popular como a los de sus productores” (Fiske, 1987, p.310).

Respecto a esta temática, ante todo, es importante señalar que las conductas de los fieles confirman que la devoción a San Judas representa una forma de expresión de la religiosidad que se caracteriza, sobre todo, por su componente subjetivo y desinstitucionalizado, que muchas veces tiende a contradecir las autoridades eclesiales. El siguiente caso, de una mujer que trabaja dentro la iglesia como informadora de las actividades de los claretianos, demuestra lo anterior:

El padre en las misas le advierte a la gente de no creer en supersticiones porque hay gente que viene a bendecir borregos y esas cosas y el padre no está de acuerdo con eso [...] ni con usar playeras con la imagen de San Judas o los escapularios tan grandes que usan los jóvenes porque al creer en esas cosas se rompe la relación con la iglesia y con San Judas quien intercede por nosotros ante Dios, porque es Dios el que realiza los milagros a través de San Judas (Entrevista 4, Hombre, 16 años).

Efectivamente, presenciando las diversas

misas que se suceden cada día 28, es difícil no notar que todos los padres que las celebran, continuamente, advierten a los fieles de no usar escapularios, de no usar playeras con la imagen del santo, de no llevar a bendecir enormes estatuas de San Judas, de no vestirse como él para pagar sus mandas. Sin embargo, la mayoría de los fieles no parece hacer mucho caso a las advertencias de los padres, y siguen expresando su devoción “a su manera”: dentro y alrededor de la iglesia, en efecto, la escena que aparece es aquella de una multitud de niños y de adultos que traen puesta su playera con la imagen de San Judas, que traen puesto su escapulario, que traen consigo enormes estatuas del Santo para que los padres las bendigan al final de cada misa. Los objetos subjetivamente estimados como sagrados tienen, en este contexto, una importancia fundamental, como lo demuestra el siguiente comentario: “En mi casa tengo dos San Judas y ya compré el tercer San Judas, creo que tener más San Judas bendecidos en mi casa me ayuda más” (Entrevista, Hombre, 15 años). La autonomía del sujeto creyente, por lo tanto, se afirma de manera evidente.

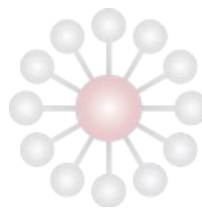




El cuadro se enriquece con una serie de manifestaciones que típicamente caracterizan las formas de expresión de la religiosidad popular un poco en todo el mundo, tales como recorrer la distancia de la iglesia que va desde la puerta de ingreso hasta el púlpito en rodillas o llegar por medio de la peregrinación a pie desde los lugares más lejanos.

Los modos de expresión de la devoción, a menudo, son al mismo tiempo modalidades a través de las cuales los devotos respetan el compromiso hecho con el santo, el cual consiste en pedirle algo prometiendo en cambio otra cosa. Esta otra cosa consiste con frecuencia, precisamente, en ir, por ejemplo, por un año entero, cada día 28, a la iglesia de San Hipólito, en vestirse en ese día como San Judas, en entrar a la iglesia de rodillas, en llegar a la iglesia en peregrinación a pie desde zonas extremadamente lejanas. Aquí tenemos por ejemplo el testimonio de una mujer que encontramos afuera de la iglesia, parece muy cansada mientras que está tomando agua de una botella, ha caminado por ocho horas para llegar hasta San Hipólito y nos dice que: “Ésta es la cuarta vez que venimos caminando desde Tizayuca porque así se lo prometimos como manda a San Judas. Esta vez caminamos ocho horas porque mi cuñada ya no soportó caminar más pero hemos caminado en otras ocasiones mucho más tiempo” (Entrevista 16, Mujer, 39 años). Por otro lado, la siguiente es la explicación que nos proporciona una muchachita de 14 años en relación al vestido de San Judas que lleva puesto su hermanito de 7 años: “Estoy aquí con mi familia porque venimos a cumplir una manda: mi hermano más pequeño tenía hemorragias por la nariz y por la boca. Lo habíamos llevado a doctores pero no se mejoraba. Le prometimos a San Judas vestirlo como él durante todo un año si lo curaba y ahora está mucho mejor, ya casi no le sale sangre de su nariz”(Entrevista 5, Mujer, 14 años).

Vagando por la zona externa a la iglesia, encontramos a una mujer que nos regala una imagen del santo dentro de una envoltura que incluye también una moneda de un peso y una



invitación para hacer el mismo regalo a otras diez personas. En otras palabras, estábamos involucrados en una de las tantas “cadenas”, es decir otra de las diversas formas de expresión de la devoción, consistente, en el caso específico, en seguir las indicaciones arriba mencionadas para obtener la ayuda de San Judas concerniente a algún deseo que se quiere realizar. Desde este punto de vista, también la “cadena” representa una manera a través de la cual se obedece a la propia “manda” y son tantos los devotos que, fuera de la iglesia, han decidido realizar una manda regalando estos paquetitos a cualquiera que se encuentren por la calle.

Es muy interesante también evidenciar el contexto dentro del cual se desarrolla la devoción, o sea un contexto en el cual las centenas de miles de fieles presentes se confunden con los muchísimos vendedores de estatuas del santo, los vendedores de tacos y de dulces, los vendedores de escapularios y de playeras con la figura de San Judas. A poca distancia de la iglesia, además, se extiende la Alameda Central, el parque más antiguo de la ciudad de México, donde es posible vislumbrar, entre otras cosas, a los brujos y a las curanderas hacer “las limpias”, a menudo a favor de algunos de aquellos mismos devotos vestidos de San Judas que poco tiempo antes habían llegado a la iglesia de San Hipólito para hacer bendecir la propia estatua del santo o para “pagar” la propia manda. Sacro y secular, sacro y “pagano”, entonces, coexisten, se entrecruzan y se alimentan el uno con el otro, sin alguna solución de continuidad, alcanzando, en este caso, el punto más extremo de una tendencia más general al sincretismo y a la subjetivación de la propia experiencia religiosa que caracteriza, de manera en verdad determinante, la devoción a San Judas

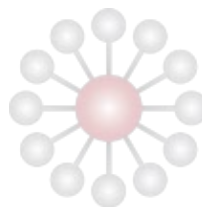
en la iglesia de San Hipólito.

6. ¿PARAÍSO PERDIDO? HUELLAS DE LA VALORIZACIÓN DEL MUNDO EN LA DEVOCIÓN A SAN JUDAS TADEO

El último punto sobre el cual queremos concentrar nuestra atención está representado por las metas que los devotos intentan realizar a través del cumplimiento de “las mandas”. Estas últimas, creemos que se haya intuído ya, representan, en síntesis, las acciones que los devotos deben cada vez cumplir por haber pedido, o por haber ya obtenido, algún milagro por parte del Santo. Desde el punto de vista comunicacional, consideramos que los creyentes creen establecer una comunicación interpersonal con el Santo y que dicha comunicación crea y sostiene una relación de carácter personal. Canary y Stafford consideran este tipo de relaciones como un compromiso voluntario entre irremplazables (buenos amigos, por ejemplo) que se ven influenciados por determinadas reglas sociales (citado en Lucas Marín et al., 2003, p. 57). Parafraseando a Thompson (1998, pp. 290 ss.), el tipo de relación que se establece entre el Santo y el devoto se basa en una forma de “intimidad recíproca a distancia”.

El compromiso voluntario que establecen los creyentes con el Santo se encuentra determinado por reglas de tipo contractual. En la comunicación establecida entre San Judas Tadeo y el creyente, el Santo responde por medio del “milagro” a una petición realizada por el creyente. En este proceso de comunicación se crean significados que refuerzan la fe hacia el Santo.

El “pago” de las “mandas” representa uno



de los aspectos fundamentales que, más que otros, parecen caracterizar la devoción y, efectivamente, la principal respuesta proporcionada por los devotos a la pregunta: “¿Por qué asiste el día de hoy al templo?” es casi siempre la misma, es decir: “Estoy aquí para pagar una manda” (Entrevista 6, Mujer, 48 años).

La gran mayoría de los fieles que llegan a la iglesia de San Hipólito, a menudo vestidos como San Judas, lo hacen sobre todo para agradecerle por un milagro recibido o para pedirle otro, ofreciendo para “agradecerlo” a través de alguna de las ya citadas formas de expresión de la devoción. En otras palabras, la devoción a San Judas parece ser fuertemente caracterizada por aquella “cultura del tipo devocional-taumatúrgico que toma a la fe como un instrumento que somete las leyes de la naturaleza a ventaja de cada quien y que pone de frente a la explosión continua de lo divino como lo extraordinario y lo milagroso [...] [valorizando] la devoción a los santos y concibe la relación con lo sacro-santo análoga a aquella de tipo contractual” (Nesti, 1997, p.57). Estamos entonces de frente a un tipo de relación, aquella que se instaura entre el devoto y el santo, que recuerda fuertemente las relaciones de tipo contractual en las cuales una de las partes da algo para recibir a cambio otra cosa.

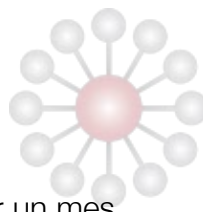
Pero vayamos a ver en lo específico, si bien brevemente, cuales son las peticiones que vienen hechas al santo y hacia cuales aspectos de la vida cotidiana hacen sobre todo referencia. Iniciamos con una dimensión, aquella del trabajo, que se ha revelado entre las más importantes de todas, como se puede demostrar en este primer testimonio concedido por el vigilante-devoto que habíamos ya encontrado anteriormente:

una vez una señora que vivía en Estados Unidos le pidió a un amigo que sabía que yo trabajaba aquí en el templo para que yo le pidiera a San Judas por la señora, ella es mexicana y tiene su negocio en Estados Unidos, le estaba yendo muy mal casi se iba a la quiebra y entonces me pidió que yo le rogara a San Judas por ella y que después ella vendría a agradecerle personalmente a San Judas y sí lo hizo porque le ayudó y ahora está mucho mejor (Entrevista 1, Hombre, 54 años).

Pedirle a San Judas interceder para que el trabajo vaya bien, por ejemplo si se es titular de un negocio, representa una de las peticiones más recurrentes que caracterizan “las mandas”. Así como la petición de conseguir trabajo, si no se tiene, o agradecer a San Judas Tadeo por no haberlo perdido el trabajo durante todo un año, como podemos observar en el siguiente breve testimonio: “Vengo a dar gracias por haber terminado bien el año, con salud y con trabajo” (Entrevista 7, Hombre, 35 años).

También la salud, naturalmente, representa una de las temáticas fundamentales que es posible encontrar entre las peticiones que caracterizan “las mandas”. Es algo muy frecuente, efectivamente, encontrar devotos que llegan a la iglesia de San Hipólito para agradecer a San Judas por haberlos hecho sanar de alguna enfermedad o, naturalmente, para pedirle hacerlo. De entre todas, creemos sea interesante proponer el siguiente testimonio para ejemplificar lo anterior:

Gracias a él [San Judas Tadeo] estoy vivo.
Ya llevo tres operaciones de la cabeza y él



me ha ayudado, por eso gracias a él estoy aquí. Es por la buena voluntad que uno tiene hacia él, yo siempre le agradezco que me haya salvado la vida y también vengo a pedirle por mis hijos, por mi esposa, por toda mi familia....él nos ha enviado mucha salud y yo vengo cada día 28 porque ese es su día, el día de San Judas. Gracias a mi madre conozco a San Judas aunque fue hasta mi operación hace tres años que comencé a tenerle mucha fe (Entrevista 12, Hombre, 60 años).

No parece de menor interés subrayar como el entrevistado sostenga que su fe en San Judas se haya hecho más fuerte justo a partir de la ayuda recibida por parte del santo en relación a su familia y, no tanto, por una tradición aceptada pasivamente. Otro joven entrevistado sintetiza bien ambos elementos fundamentales hasta ahora examinados, sosteniendo que a San Judas “Yo vengo a pedirle por salud y dinero principalmente” (Entrevista 14, Hombre, 15 años).

La salud, el trabajo y el dinero, nuevos “ídolos” de las sociedades modernas y secularizadas, parecen representar el motor principal de la devoción objeto de nuestro estudio. Además son importantes las peticiones relativas al buen desarrollo en los estudios para los propios hijos, por el éxito de un parto considerado particularmente difícil para la propia hija o por la salida de la drogadicción o del alcoholismo del propio marido, hijo o novio. A tal aspecto, regresando al inicio de este párrafo, es muy interesante observar como a menudo sucede que personas deseosas de dejar de drogarse o de beber estipulen materialmente con San Judas un verdadero y propio contrato, dentro del cual

prometen no drogarse o embriagarse por un mes, un año o más, así como también es interesante notar que el padre de la iglesia participa en este rito en el papel simplemente de testigo del pacto.

En cada caso, concluyendo, las peticiones hechas al Santo, que resultan siempre ligadas a los problemas más o menos graves del vivir cotidiano y, en manera más general, al bienestar de las personas aquí y ahora, representan el núcleo central en torno al cual gira la entera devoción, testimoniando una modalidad de concebir el factor religioso como siempre más ligado al *hic et nunc*, a los problemas más o menos importantes de la existencia, al bienestar material sobre esta tierra y en esta vida.

7. CONCLUSIONES

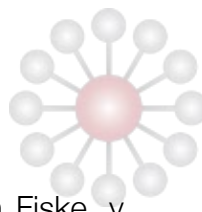
Concluyendo, y regresando a los objetivos que nos habíamos fijado al inicio de nuestro estudio, creemos haber mostrado cómo la devoción a San Judas puede representar un óptimo laboratorio de análisis dentro del cual es posible encontrar y descifrar algunas de las tendencias más marcadas que parecen caracterizar hoy la expresión de la modernidad religiosa como un proceso comunicativo. Sobre todo, hemos visto cómo emergen en manera más evidente la dimensión de la subjetivación de la experiencia religiosa y aquella de su fuerte radicación en el *hic et nunc*, en la valoración del mundo, tendencias que, típicamente, parecen caracterizar el más amplio panorama religioso de la modernidad contemporánea. Tendencias que, al mismo tiempo, vale la pena recordarlo, representan también los elementos mayormente caracterizantes de la devoción objeto de estudio. A la luz de todo cuanto hemos dicho



hasta ahora, el primer elemento que creemos valga la pena evidenciar en estas conclusiones está representado por la confirmación de la idea según la cual una de las principales características del catolicismo mexicano es aquella de la “tensión entre las autoridades burocráticamente asignadas para la administración de los bienes de salvación y las estructuras comunitarias que obedecen a dinámicas propias” (Suárez, 2008, p.87), así como los individuos. Tensiones que pueden ser negociadas entre la propia institución y los creyentes. Por otra parte, en manera más general, viene también confirmada toda la actualidad de un fenómeno, aquello de la religiosidad y de las devociones populares, que, antes que retroceder, tiende siempre más a afirmarse como forma de expresión fundamental de la religiosidad también en la modernidad avanzada, configurándose, por lo tanto, como una oferta religiosa que “pertenece a la perennidad de la “pregunta” de sentido y de sacro expresada por las mujeres y por los hombres de todos los tiempos” (Canta, 2004, p. 210).

Dicho esto, queda por preguntarse en qué manera se puede valorar, al interior del cuadro de referencia arriba delineado, el papel de la institución-iglesia (o sea el emisor de mensajes). ¿Podemos quizás sostener que ella tiende a evidenciar la propia incapacidad a reintegrar los flujos de vitalidad, fruto de la subjetivación del creer, que se desarrollan en su interior? ¿Podemos, por lo tanto, confirmar la definitiva derrota de las instituciones religiosas, ya incapaces de reaccionar a las nuevas tendencias impuestas por la llegada de la modernidad? Las respuestas a éstas preguntas no son simples y, sobre todo, no deben ser ni simples ni apresuradas. Y ciertamente, si por una parte es verdad que, como hemos intentado evidenciar en

varias ocasiones, la subjetivación de la religión ha conducido a una situación en la cual las autoridades eclesásticas han visto decrecer en gran medida la propia capacidad de decidir, legitimando las formas de expresión de la religiosidad de los sujetos creyentes, es además cierto que, de frente a tal situación, algunas instituciones religiosas han también intentado reaccionar poniendo en movimiento en su interior mecanismos, más o menos eficaces, de reintegración de las diferencias. A partir de este punto de vista, entonces, nos damos cuenta que, no obstante sus indudables tendencias centrífugas, el fenómeno de la devoción a San Judas, probablemente, puede también ser interpretado como uno de aquellos tantos modos de ser católicos (Nesti, 1997, p.58), más o menos al límite de la ortodoxia, que de alguna manera vienen aceptados por las instituciones eclesásticas en una óptica cuya finalidad es absorber y hacer propias todas las varias voces que animan la amplia diferenciación interna presente en el catolicismo contemporáneo mundial. Respecto a la tendencia típicamente moderna a la autonomización de las prácticas y de las creencias religiosas, probablemente, la mejor estrategia para no perder fieles por parte de las instituciones eclesásticas consiste propiamente en el mostrarse flexibles adaptándose, mutatis mutandis, a las lógicas de diferenciación internas que impone la modernidad religiosa. Y entonces todo, o casi, puede reentrar en el gran caldero de la pertenencia “a su manera”, hasta la asimilación, en algunos casos, de “verdaderos y propios fenómenos de disonancia cognitiva con respecto a la religión de la iglesia católica” (Pace, 2003, p.299). Y por otro lado, vale la pena recordar que esta misma capacidad de aceptar y englobar las diferencias, en lugar de contrastarlas o eliminarlas,



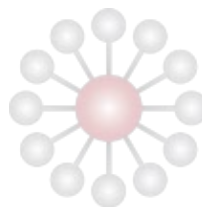
ha caracterizado desde los orígenes las mismas estrategias de cristianización del mundo adoptadas por las jerarquías eclesíásticas, así como fácilmente testifican, sobre todo, los casos del sur de Italia (De Martino, 2002, 2004) y de América Latina. En nuestros días, además, tal estrategia, finalizada “a salvar lo salvable”, se revela todavía más necesaria e importante propiamente en zonas como América Latina en la cual se hace sentir, en manera siempre más urgente, la “amenaza” llevada adelante en los enfrentamientos del catolicismo por la difusión del pluralismo religioso, como está testimoniado por ejemplo por la creciente subida, registrable en tal contexto, de experiencias de naturaleza pentecostal y neo-pentecostal de tipo protestante (Martin, 1990; Stoll, 1990; Gill, 1998; Chesnut, 2003). En los enfrentamientos de esta siempre más concreta amenaza, la mejor respuesta posible ha sido y continúa siendo la siguiente “mejor aceptar a los católicos a su manera que perderlos por otra religión”. El objetivo final de tales procesos de adecuamiento a la subjetivación de la religión por parte de las jerarquías eclesíásticas, probablemente, ha sido, y continúa siendo, reducir antes o después, y por cuanto sea posible, las diferencias a unidad o, por lo menos, de trabajar en este sentido, mientras que allí donde tal proyecto de homogeneización se revela imposible entonces se aceptan los sincretismos, las mas o menos pequeñas desviaciones con respecto a la norma, con el intento de mantener como sea intactos los núcleos centrales de la fe. Por ejemplo, cabe recordar que, en el caso de San Judas, los devotos, en cada caso, continúan manteniendo como propio punto de referencia la iglesia y acuden en masa para participar en las celebraciones de la misa por lo menos cada día 28 del mes.

Retomando lo ya dicho por John Fiske, y que parece responder a todo lo antes mencionado, para que un bien cultural, en este caso la devoción a San Judas Tadeo, se vuelva popular debe poder servir tantos a los diversos intereses de la gente entre la que es popular como a los de sus productores.

Uno de los padres que celebran la misa en la iglesia de San Hipólito sintetiza bien, a nuestro parecer, las susodichas estrategias históricamente puestas en acción por las instituciones eclesíásticas con las siguientes palabras:

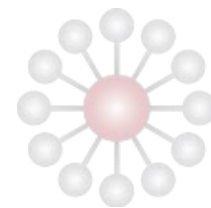
Aquí no fomentamos a San Judas como un santo milagroso, no queremos que se exalte esta creencia popular, los santos no son dioses. Lo que nosotros promovemos es la ayuda a la gente y la evangelización. Nosotros debemos atender a la gente, debemos escucharla, yo llevo cuatro años trabajando aquí y sé que sólo cuando platicas con la gente te das cuenta en qué consiste la devoción, la imagen es lo de menos, lo importante es lo profunda que es su fe hacia esa imagen. Conozco la profundidad de la gente sólo platicando con ella. La gente se deja llevar por la imagen, si tú quieres es el gancho, pero lo importante para nosotros es la evangelización, nuestra labor es pasar de un San Judas de fantasía a un San Judas cristiano (Entrevista 17, Hombre, 57 años).

Amén.



8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Beckford, J. A. (1991), *Religione e società industriale avanzata*, Borla, Roma.
- Calculan 100 mil visitas a San Judas Tadeo en su día. (2007, Diciembre 29). Milenio. Fuente: <http://www.milenio.com/index.php/2007/10/28/140255/>.
- Canta, C. C. (2004), *Sfondare la notte. Religiosità, modernità e cultura nel pellegrinaggio notturno alla Madonna del Divino Amore*, Franco Angeli, Milano.
- Chesnut, R. A. (2003), *Competitive Spirits. Latin America's New Religious Economy*, Oxford University Press, New York.
- Cook, K. E. (2008), In-depth interview. En Given L. M., *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, vol. I y II, Sage, USA.
- Corbetta, P. G. (1999), *Metodologia e tecniche della ricerca sociale*, il Mulino, Bologna.
- De Martino, E. (2002), *La fine del mondo. Contributo all'analisi delle apocalissi culturali*, Einaudi, Torino.
- De Martino, E. (2002), *Sud e magia*, Feltrinelli, Milano.
- De Martino, E. (2004), *La terra del rimorso. Il Sud tra religione e magia*, Net, Milano.
- Dobbelaere, K. (1993), *Oltre la secolarizzazione*. En Ole Riis et alii, *La religione degli europei II. Un dibattito su religione e modernità nell'Europa di fine secolo*, Fondazione Giovanni Agnelli, Torino.
- Dobbelaere, K. (2004), *Secularization : An Analysis at Three Levels*, P.I.E., Germany.
- Dobbelaere, K., Voyé, L. (1990), *From Pillar to Postmodernity: The Changing Situation of Religion in Belgium*, *Sociological Analysis*, 51, S1-S13.
- Eliade, M. (2001), *Il sacro e il profano*, Boringhieri, Torino.
- Fieles y San Judas Tadeo, en sus 'bodas de plata', (2007, Octubre 28). *El Universal*. Fuente: <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/87399.html>.
- Fiske, J. (1987), *Television Culture*, Methuen, Londres.
- Gill, A. (1998), *Rendering Unto Caesar. The Roman Catholic Church and the State in Latin America*, University of Chicago Press, Chicago.
- Gobo, G. (2001), *Descrivere il mondo. Teoria e pratica del metodo etnografico in sociologia*, Carocci, Roma.
- Hall, S. (1980), *Coding and Encoding in the Television Discourse*. En IDEM et alii, *Culture, Media, Language*, Hutchinson, Londres.
- Hervieu-Léger, D. (1992), *Tendenze e contraddizioni della modernità europea*. En EADEM D. et alii, *La religione degli europei I. Fede, cultura religiosa e modernità in Francia, Italia, Spagna, Gran Bretagna, Germania e Ungheria*, Fondazione Giovanni Agnelli, Torino.
- Hervieu-Léger, D. (1996), *Religione e memoria*, il Mulino, Bologna.
- Hervieu-Léger, D. (2003), *Il pellegrino e il convertito. La religione in movimento*, il Mulino, Bologna.
- Hervieu-Léger, D. (2005), *Bricolage vaut-il dissémination? Quelques réflexions sur l'opérationnalité sociologique d'une métaphore problématique*, *Social Compass*, 52 (3), 295-308.
- Jedlowski, P. (2005), *Un giorno dopo l'altro. La vita quotidiana fra esperienza e routine*, il Mulino, Bologna.
- Lozano, J. C. (2007), *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, Pearson, México.
- Lucas Marín, A., García Galera, C, Ruíz San Roman, J. (2003), *Sociología de la comunicación*, Trotta,



Madrid.

- Maigret, E. (2005), *Sociología de la comunicación y los medios*, FCE, Bogotá.
- Martin, D. (1990), *Tongues of Fire. The explosion of Protestantism in Latin America*, Blackwell, Oxford.
- McQuail, D. (2001), *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Paidós México.
- Nesti, A. (1992), *La moderna nostalgia. Culture locali e società di massa*, Pontecorvoli, Firenze.
- Nesti, A. (1997), *Il cattolicesimo degli italiani. Religione e culture dopo la «secolarizzazione»*, Guerini e Associati, Milano.
- Nesti, A. (2005), *Per una mappa delle religioni mondiali*, Edizioni Polistampa, Firenze.
- Pace, E., Guizzardi, G., Garelli, F. (2003), *Conclusioni*. En IDEM, *Un singolare pluralismo. Indagine sul pluralismo morale e religioso degli italiani*, il Mulino, Bologna.
- Paz, O. (2000), *El laberinto de la soledad*. en IDEM, *El laberinto de la soledad/Postdata/Vuelta a el laberinto de la soledad*, México, Fondo de Cultura Económico, México.
- Stoll, D. (1990), *Is Latin America Turning Protestant? The Politics of Evangelical Growth*, University of California Press, Berkeley.
- Suarez, H. J. (2008), *Peregrinación barrial de la Virgen de San Juan de los Lagos en Guanajuato*, *Archives de Sciences Sociales des Religions*, 142, 87-111.
- Thompson, J. B. (1998), *Mezzi di comunicazione e modernità. Una teoria sociale dei media*, il Mulino, Bologna.
- Voyé, L. (1999), *Secularization in a Context of Advanced Modernity*, *Sociology of Religion*, 60 (3), 275-288.

Sobre los autores:

Dr. Francesco Gervasi.

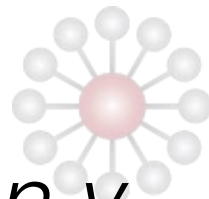
Profesor Investigador de Tiempo Completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Coahuila. Miembro del Cuerpo Académico “Comunicación para el Desarrollo Sustentable de las Comunidades”. Doctor en “Política, Sociedad y Cultura” por la Universidad de la Calabria, Italia, Laurea Magistrale en “Ciencias Económicas y Sociales” por la Universidad de la Calabria, Italia.

Mtra. Zoyla Hernández Blanco.

Doctoranda en Comunicación Social por La Universidad de La Habana Cuba, Maestría en Educación, Universidad Autónoma de Coahuila.

Mtra. Gabriela de la Peña Astorga.

Doctoranda en Antropología Social y Cultural por la Universidad de Barcelona España. Maestría en Ciencias de la Comunicación, por el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey.



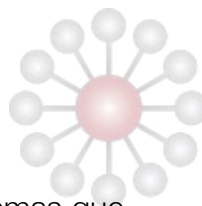
Jóvenes, educación y cultura de participación: Un reto por asumir desde la investigación

Edgar Josué García López
Universidad del Centro de México. San Luis Potosí, S.L.P.

Resumen: Se presenta el resultado del estudio sobre educación y cultura de participación en jóvenes universitarios en México, comprende dos momentos, primero una revisión del panorama actual según los resultados de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) desde la primera en 2001, hasta la última en 2008, y se presenta con el título Una lectura del estado actual en cifras.

Incluye la percepción que tiene la sociedad sobre la participación y la forma en que la asumen, por ejemplo para el 2001 sólo 4 de cada 10 entrevistados considera que “le toca hacer algo” para resolver los problemas que atiende el gobierno, un poco más de la mitad de la muestra dijo no interesarse en ayudar a resolver algún problema dentro de su comunidad, el 80% dijo no haber trabajado nunca con otros para intentar resolver algún problema comunitario y el 50% estima que en el futuro no tendrá mayor oportunidad de influir en las decisiones de gobierno. En el segundo momento presentado con el título Un estado del arte sobre participación, educación y juventud, se presenta un panorama general de la investigación sobre participación desde la educación que atiende a dos preguntas básicas: ¿Qué se ha publicado sobre educación y participación? Y ¿Qué pertinencia tiene una investigación sobre participación y diseño curricular en el marco de la educación por competencias en el nivel superior?

Palabras clave: Cultura, Participación, Jóvenes, Educación, Investigación.



Una lectura del estado actual en cifras.

Según la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP)¹, para el 2001 (año de la primera encuesta aplicada) sólo 4 de cada 10 entrevistados² considera que “le toca hacer algo” para resolver los problemas que atiende el gobierno, un poco más de la mitad de la muestra dijo no interesarse en ayudar a resolver algún problema dentro de su comunidad, el 80% dijo no haber trabajado nunca con otros para intentar resolver algún problema comunitario y el 50% estima que en el futuro no tendrá mayor oportunidad de influir en las decisiones de gobierno

Los resultados de la segunda encuesta en el 2003 siguen la tendencia de un bajo interés en participar del desarrollo de su comunidad o país, por ejemplo el 70 % respondió que a la

gente le toca hacer algo en los problemas que trata de resolver el gobierno (30% más que dos años antes), pero el 60 por ciento nunca ha participado como voluntario en alguna actividad en beneficio de su comunidad y además consideran que es difícil organizarse con sus conciudadanos para trabajar en una causa común. En lo referente a la participación de los ciudadanos en la discusión de los aspectos importantes del país o de su comunidad, el panorama no es mejor, 8 de cada 10 reconoce no haber participado durante el último año en alguna reunión para discutir asuntos políticos y el 40% dijo que nunca platica los problemas de su comunidad con amigos o vecinos, aun cuando la mitad de los encuestados consideró que primero está el bienestar comunitario y después el propio.

Para el 2005, la tercera versión de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas, arrojó como parte de sus resultados que un poco menos de la mitad tiene un problema comunitario que le gustaría resolver y que además los ciudadanos ejercen mucha influencia en la vida política del país, sin embargo sólo el 26% de la población entrevistada manifestó que es fácil organizarse con los demás para resolver problemas de su comunidad, contra un 35% que lo considera difícil, en relación con esto un 14% de la población dijo pertenecer a una junta vecinal y un 13% a organizaciones ciudadanas, hay un 10% más que prefiere participar ayudando. Los niveles de participación de la ciudadanía se dividieron de la siguiente forma, 32% en asistencia de juntas de vecinos, 22% a

1 La Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas ofrece datos importantes sobre las percepciones, el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de los mexicanos en torno al funcionamiento del sistema político en México. Las dos finalidades fundamentales de la ENCUP son aportar elementos para enriquecer la toma de decisiones en materia de política pública y brindar información empírica a investigadores de distintas ramas de las ciencias sociales. Así es como se definen en su sitio de internet. www.encup.gob.mx

2 La ENCUP considera como parte de su muestra a aquellos mexicanos mayores de 18 años al momento de la aplicación del cuestionario, más detalle de la metodología se encuentra en el sitio oficial.



asambleas comunitarias y 20% a juntas de colonos, sin embargo no hay indicador sobre la percepción de la efectividad de las reuniones y el cumplimiento de los objetivos planteados en estas. Por último el 50% de la población consideró que en un futuro los ciudadanos tendrán mayor influencia en las decisiones del Gobierno.

El análisis más cercano sobre el clima de participación en el país es el resultado de la ENCUP 2008, el cual refleja que más del 70 por ciento de los ciudadanos dijo haber votado en las elecciones presidenciales de 2006, federales de 2003, presidenciales de 2000 o en las elecciones del gobernador de su entidad, lo que proyecta un mayor interés en la decisión por el voto, aunque no necesariamente su postura sobre la confiabilidad de los procesos, en este sentido un 42% expresa que la mejor manera de expresar su inconformidad con las acciones del Gobierno es votando en contra del partido que falló.

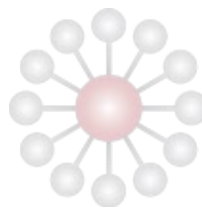
Por otro lado un 77% de la población dice no unirse con otras personas con quienes comparte ser afectado por alguna situación, sólo un 24% considera que esto sirve para resolver el problema, un 8 de cada 10 dice haber participado en alguna comisión vecinal y el 10% en resolver problemas comunitarios, el 7% manifiesta haber ayudado a la toma de decisiones en su comunidad en relación con un 36% que considera estas acciones como poco útiles, al respecto un 42% considera una buena opción manifestar su inconformidad

sobre las acciones del Gobierno comentándolo con vecinos o amigos.

La ciudadanía prefiere ayudar a participar, mientras que un 60% ha dado ropa o alimentos en caso de desastre hay un 84% que ha dado dinero a la Cruz Roja, pero sólo un 31% ha participado como voluntario en alguna actividad para el desarrollo de su comunidad sobre 68% que no lo hace o no lo ha hecho. Además entre el 81 y el 88% no ha participado en marchas u otras acciones de apoyo, no ha recaudado fondos para una campaña de beneficio social, ni ha participado como voluntario en alguna organización social o agrupación de ciudadanos.

Sólo un 8% de los entrevistados dice formar o haber formado parte de alguna organización de ciudadanos, el 10% de alguna junta de vecinos, colonos o condóminos, 22% en asociación de padres de familia de la escuela, sobre más de un 80% que dice que además no haber participado en este tipo de agrupaciones tampoco lo ha hecho en otras agrupaciones como religiosas, de ayuda social o beneficencia, cooperativa, asociaciones de profesionistas y tampoco en partidos políticos.

Quizá este nivel de apatía a formar parte de movilizaciones o acciones de participación, ya sea por derecho, obligación o voluntad propia tengan que ver con la percepción que la población tiene sobre el Gobierno, las Instituciones, la política y las personas mismas. Al respecto los resultados dicen que un 75%



de la población no es beneficiario de algún programa de Gobierno, una tercera parte piensa que la democracia en el país mejorará algo y un 16% que empeorará algo.

Por último la percepción que tiene la ciudadanía sobre sí misma es la siguiente, un 75% de las personas consideran que la corrupción la promueven los ciudadanos, más de la mitad de la población considera que en México sí se discrimina por diversas razones, por ejemplo por edad, por género, por preferencias sexuales, color de piel, por religión o preferencias políticas, hay una opinión dividida, 40 y 40%, que piensan que las personas son solidarias y 7 de cada 10 considera que las personas sólo se preocupan por sí mismos.

Este panorama nos contextualiza a grandes rasgos sobre los niveles de participación que hay en la población mexicana, y aunque el estudio no es privativo de jóvenes universitarios, si manifiesta la urgencia por construir una cultura de participación sólida y sostenible, en donde la Universidad puede ser un catalizador de actitudes y comportamientos para la causa y los jóvenes una generación para apostar hacia un futuro con niveles más altos de acción participativa; este estudio se centra precisamente en la educación universitaria para la participación.

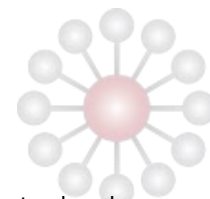
Estudios sobre participación hay muchos, no sólo en el ámbito educativo, sino en todos los campos temáticos que tengan que ver con el desarrollo del ser humano, como el social, económico, político, comunicacional, cultural, científico y últimamente el ecológico, cada uno de ellos han aportado una postura al respecto del papel activo que debemos tener todos en la (re)evolución de nuestra sociedad, estableciendo líneas de investigación y de acción que más que ser criticadas deberán ser analizadas para su complementación.

Un panorama general del tratamiento de la participación desde la educación es el motivo de este apartado, esta revisión documental atiende a dos preguntas básicas: ¿Qué se ha publicado sobre educación y participación? Y ¿Qué pertinencia tiene una investigación sobre participación y diseño curricular en el marco de la educación por competencias en el nivel superior?

La respuesta a ambas preguntas resultó de la revisión de sistemas de información especializados en educación, en ocasiones limitada a los elementos mínimos de clasificación publicados, como el título, el tema o el abstract o resumen, en otras a la revisión de estados del arte, de la cuestión o del conocimiento ofertados por las mismas instituciones, y en un menor número de oportunidades se pudo tener acceso al documento completo en formato electrónico o impreso.

Un estado del arte sobre participación, educación y juventud.

Los resultados:



Las instituciones, redes, bases de datos y revistas que conformaron esta revisión documental³ fueron el Consejo Mexicano de Investigación Educativa (COMIE), la Revista Mexicana de Investigación Educativa del COMIE, la Biblioteca Gregorio Torres Quintero de la Universidad Pedagógica Nacional (UPN), la Revista Electrónica de Investigación Educativa (REDIE), el Grupo de revistas en investigación educativa (GRIE), la Biblioteca Dr. Jorge Villalobos Padilla del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) que resguarda los documentos del Consejo Nacional de la Enseñanza y la Investigación en Ciencias de la Comunicación (CONEICC), el Centro de Investigaciones y de Estudios Avanzados (CINVESTAV), la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, el Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación (IISUE) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, (REDALYC), la base de datos SCIRUS y la hemeroteca virtual de libre acceso SCIELO.

Se encontraron más de 1200 documentos relacionados con los temas educación y participación⁴, el 55% corresponde a trabajos de

3 Una primera revisión documental sobre investigación educativa arrojó estos diez bancos de información como los más referidos en los estados del conocimiento que se realizan sobre el área.

4 La selección tuvo como criterio el considerar aquellos documentos que de manera explícita analizarán la relación entre ambos conceptos, lo que permitió en un primer momento discriminar todos aquellos materiales que los abordaban por separado o que no tenían como eje central

tesis de licenciatura y maestría, 2% a tesis de doctorado, 12% a libros y 31% a artículos y otros géneros en revistas. Los países que destacan son México, España, Colombia, Venezuela, Estados Unidos, Brasil, Argentina y Chile. Los materiales revisados se clasificaron de acuerdo a sus objetivos en tres grandes bloques temáticos⁵ que a continuación se describen:

a) Participación para la calidad educativa, que corresponde al estudio de diversos actores como el Estado, la sociedad civil, la iniciativa privada, organismos no gubernamentales, el sindicato de maestros, la escuela misma y los padres de familia, entre otros, en el diagnóstico y la mejora continua del sistema educativo, como puede observarse este apartado se refiere a un análisis del entorno hacia la escuela.

b) Participación de la escuela en el desarrollo social, que incluye lo referente al análisis del papel que juega la escuela en la formación de individuos que incidan en el desarrollo económico, político, social, cultural, artístico, científico y ecológico, desde su contexto cercano y hasta su país, para este segundo apartado se puede observar, al contrario de lo señalado en el inciso anterior, un dicha relación.

5 Para facilitar el análisis documental se organizaron tres campos temáticos a criterio del investigador, cada uno correspondiente al objetivo que se infirió en el análisis del material, se encontraron tres objetivos específicos: analizar la calidad en la educación, analizar el papel de la escuela en el desarrollo de su entorno y analizar las tendencias de los procesos de enseñanza y aprendizaje en la escuela con relación a la participación.



estudio de la escuela hacia el entorno, y

c) Formación para la participación, que incluye a aquellos trabajos que versan sobre el análisis de habilidades, valores, actitudes, conocimientos o competencias relacionados a la formación de personas integrales que forman parte del desarrollo de su entorno, a diferencia de los apartados anteriores que se centran en un estudio más social, este apartado enfoca su interés en los procesos de enseñanza y aprendizaje, de lo didáctico a lo pedagógico y de los fundamentos teóricos hasta las tendencias actuales. Con base en estas categorías el análisis documental manifiesta las siguientes tendencias:

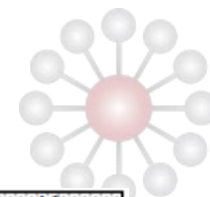
- a) Participación para la calidad educativa = 65%
- b) Participación de la escuela en el desarrollo social = 25%
- c) Formación para la participación = 10%

Para un estudio más específico de los materiales revisados, que permitiera responder con mayor claridad los dos cuestionamientos planteados al inicio del documento, se elaboró una segunda clasificación por redes conceptuales tratadas en los contenidos⁶, resultaron 5 categorías que a su

6 Ausubel (1978) establece que cada ciencia está formada por conceptos, desde los más *abarcativos*, a los que llamó conceptos supraordenados, hasta los más específicos, conocidos como conceptos poco inclusivos, pasando por una o más jerarquías intermedias, a los que determinó como los conceptos subordinados; otros autores como Novak y Gowin (1988), Heimlich y Pittelman (1991) y Chomsky (1972) también privilegian el análisis conceptual, al que también

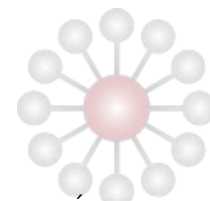
vez englobaron otras tantas sub-categorías, el siguiente cuadro (1) ilustra el resultado de este análisis.

se le conoce como análisis de redes semánticas. Siguiendo esta propuesta, en el presente proyecto se analizaron los conceptos que asociados al término participación aparecían con más frecuencia en los documentos, como ciudadanía, desarrollo, democracia, reforma y alumno entre otros, lo que permitió categorizar por contenidos y redes.



A) Participación y Semántica	B) Participación y Entorno	C) Participación y Ciudadanía	D) Participación y Alumno	E) Participación y Docente
1A. Conceptualización del término	1B. Participación de los padres en la educación escolarizada	1C. Participación y ciudadanía	1D. Participación y estrategias didácticas	1E. Participación del docente en reformas educativas
	2B. Participación de la Sociedad civil en la educación.	2C. Participación y democracia.	2D. Participación y modelos pedagógicos	2E. Participación del docente en programas de formación
	3B. Participación del Gobierno en la educación	3C. Participación y civilidad	3D Participación y teorías del aprendizaje	3E. Participación del docente en conflictos sociales
	4B. Participación de la Iniciativa privada en la educación	4C. Participación y Genero	4D. Participación y reformas curriculares	4E. Formación del docente como motivador de la participación
	5B. Participación de <u>ONG's</u> en la educación	5C. Participación y desarrollo sustentable		
	6B. Participación de organismos nacionales e internacionales en la educación	6C. Participación Comunitaria		
	7B Participación de los medios en la educación			

Tabla 1. Clasificación de proyectos sobre participación por contenidos



Análisis por líneas de investigación

Como puede observarse la preocupación imperante en los investigadores es la necesidad de definir el papel y las funciones que tienen los distintos actores sociales que rodean el proceso educativo con respecto a alcanzar un nivel de calidad destacable, el Estado, los padres de familia y los organismos nacionales e internacionales son los más frecuentes.

En segundo lugar se encuentran las investigaciones que analizan el papel de la escuela en la formación de ciudadanía, a partir de esta línea se desarrollan proyectos sobre democracia, civilidad o cooperación comunitaria, cuyo objetivo principal es más el de analizar la importancia de este proceso y menos sobre las estrategias necesarias para fomentarla.

En tercer lugar se ubican los estudios que centran sus cuestionamientos en el docente y el nivel y calidad de participación que tienen en los procesos que le rodean, como en los procesos de reformas educativas, en conflictos sociales o de sindicatos, en procesos de actualización y de formación continua; compartiendo espacio con estos, se encuentran los estudios sobre el alumno y su participación en el proceso educativo escolarizados que se centran en el análisis de la efectividad de los procesos de enseñanza y aprendizaje y no tanto sobre su participación en la toma de decisiones sobre reformas al sistema.

Por último en aquellos estudios sobre el análisis semántico del término participación sólo se encuentra una línea de investigación y los análisis que se realizan en este rubro se encuentran contenidos en otros documentos como un capítulo

o la introducción a otro tema de interés y no cómo una investigación en sí misma.

En resumen

El mayor número de líneas de investigación y mayor cantidad de trabajos sobre participación se concentran relacionados con los análisis de la influencia de la escuela sobre el entorno y sobre la influencia del entorno sobre la escuela, seguidos del análisis del alumno y del docente como protagonistas en el proceso educativo, y por último casi de manera invisible aparecen algunos intentos por delimitar el concepto de participación, pero no desde una perspectiva teórica o tendencia práctica, sino más bien desde una tendencia ideológica o política.

Habría que señalar entonces que los estudios sobre participación abordan el concepto como una acción que realizan los sujetos sociales, tratando de medir su nivel de compromiso, el índice de cumplimiento de objetivos y el tipo de participación con que operan en el grupo analizado, pero poco se estudia el o los procesos de formación de actitudes para la construcción de una cultura de participación, como en los casos de estudios sobre conceptualización del término y estrategias, modelos, métodos o acciones para fomentar el sentido de participación en los alumnos, donde existen muy pocas propuestas de investigación, y las que hay se orientan al trabajo con niños y no con jóvenes.

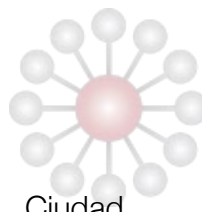
Es en esta ausencia donde encuentra nicho esta investigación y se justifica el sentido del análisis documental de esta propuesta, en la necesidad de conceptualizar, establecer estrategias e instrumentos de acción para fomentar



la participación en jóvenes universitarios, mediante una propuesta de diseño curricular que la coloque como una competencia necesaria en el marco de la educación de calidad en el nivel superior.

Referencias documentales.

- Almarcha A.; De miguel, A.; De Miguel J.M. y Romero, J.L. (1969): La documentación y organización de los datos en la investigación sociológica, Madrid, Fondo para la investigación económica y social de la confederación española de cajas de ahorro.
- Alvira, F. (1996) El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación, Madrid: Alianza Universidad Textos, pp. 87-109.
- Apalegui, J. (1987) Introducción a la historia oral, a través de los Kountuzaharrak (cuentos viejos) de la comunidad gipuzcoana de Ataun, Barcelona, Anthtopos.
- Ausubel, D., Novak, J. y Hanesian, H., (1978). Educational Psychology: A Cognitive View. (Holt, Reinhart and Winston: Nueva York). En Galagovsky, L.R. (1993) Redes conceptuales: Base teórica e implicaciones para el proceso de enseñanza-aprendizaje de las ciencias. Enseñanza de las Ciencias. Argentina.
- Besse, J. (1999) El diseño de la investigación como signficante: exploraciones sobre el sentido. Biblio 3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona N° 148, 24 de marzo de 1999. Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/b3w-148.htm>. Consultado 10 abril de 2010
- Best, J.W. (1961) Como investigar en educación. Morata, Madrid
- Beuchot, Mauricio, (1992) Introducción a la filosofía de Santo Tomás de Aquino. Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Cornman, James W. Keith, Lehrer. Pappas, George S. (1990) Introducción a los problemas y argumentos filosóficos. Tercera edición, México, Universidad Autónoma de México.
- Chomsky, N. (1972) Language and Mind. EEUU. en Galagovsky, (1993) L.R. Redes conceptuales: Base teórica e implicaciones para el proceso de enseñanza-aprendizaje de las ciencias. Enseñanza de las Ciencias. Argentina.
- Earlandson, D.A.; Harris, E.L.; Skipper, B.L. y Allen, S. D. (1993) Doing naturalistic inquiry, London. En Best, J.W. (1961) Como investigar en educación. Morata, Madrid

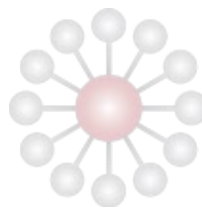


- Echeverría, Eugenio. (2000) "Democracia y filosofía para niños". Juego, Boletín de Filosofía para niños y niñas del Ecuador. Originalmente en CELAFIN, Chiapas, México. Disponible en <http://www.geocities.com/avcordero/FpN14.htm>. Consulta: 8 de junio 2007
- ENCUP, (2001, 2003, 2005, y 2008) Informe de resultados de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas, SEGOB, México. Disponible en <http://www.encup.gob.mx/encup/index.php>, consultado el día 18 de febrero de 2010.
- Escalante Gonzalbo, (2003) F. El ciudadano Inexistente. Ciudadanos de Baja Intensidad I. Cuadernos de Cultura Política Democrática. Consejo Estatal Electoral de San Luis Potosí, México.
- Ferrater Mora, José. Diccionario de Filosofía, Barcelona, Ariel, 2004, Vol. 2.
- Galindo Cáceres, Jesús. (1995) Percepción, mundo y configuración cognitiva urbana. México. Disponible en <http://www.geocities.com/arewara/arewara>. Consulta: 9 de junio 2007
- García Canclini, Néstor. (1994) Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización, Mimeo. En Barreto, Margarita. Ciudadanía, Globalización y Migraciones. Ciudad Arqueológica, disponible en <http://www.naya.org.ar/articulos/global01.htm>, Consulta: 6 de junio 2007
- Galagovsky, L.R. (1993) Redes conceptuales: Base teórica e implicaciones para el proceso de enseñanza-aprendizaje de las ciencias. Enseñanza de las Ciencias. Argentina.
- Heimlich, J. y Pittelman, S. (1991) El mapa semántica. Argentina. En Galagovsky, L.R. (1993) Redes conceptuales: Base teórica e implicaciones para el proceso de enseñanza-aprendizaje de las ciencias. Enseñanza de las Ciencias. Argentina.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2006) Metodología de la investigación. Ed. Mc Graw Hill, México.
- Holding, DH. (1967) Fundamentos de didáctica, psicología del aprendizaje, bases experimentales, enseñanza programada), Morata, Madrid
- Hodder, I. (1994) "The interpretation of documents and material culture", en N. Denzin & Y Lincoln (eds.) Handbook of qualitative research, Thousand Oaks, California. En Best, J.W. (1961) Como investigar en educación. Morata, Madrid
- Pérez Gómez, Angel. (S/D). Cultura escolar



en la Sociedad Neoliberal, (S/D)

- Rodríguez Villasante, T. (2006). Desbordes Creativos. Estilos y estrategias para la transformación social. Madrid, Los libros de la Catarata.
- Tenti Farfani, E. (2001) .Sociología de la educación. Editorial de la Universidad de Quilmes, Buenos Aires.
- MacDonald, K. y Tipton, C. (1993) "Using documents, en Gilbert N. (Comp) Researching social life, London. En Best, J.W. (1961) Como investigar en educación. Morata, Madrid
- Mendieta, A. (2003) Métodos de investigación y manual académico. Porrúa, México.
- Mills, C.W. (1961) La imaginación sociológica, México, Fondo de cultura económica.
- Moliner, M^a. (1984) Diccionario de uso del español, Madrid, Gredos. En Best, J.W. (1961) Como investigar en educación. Morata, Madrid
- MORIN, E. Introducción al pensamiento complejo. 1a. edición esp. Barcelona: Gedisa, 1995.
- Novak, J. y Gowin, B. (1988). Aprendiendo a aprender. Martínez Roca, España, en Galagovsky, L.R. (1993) Redes conceptuales: Base teórica e implicaciones para el proceso de enseñanza-aprendizaje de las ciencias. Enseñanza de las Ciencias. Argentina.
- Platt, J.R. (1981) Evidence and proff in documentary research, (partes 1 y 2), Sociological Review, vol. 29-1, pp. 31-66. Best, J.W. (1961) Como investigar en educación. Morata, Madrid
- Popper, K.R. (1981) La miseria del historicismo. Alianza-Tauros, Madrid.
- Ruiz Olabuénaga, J.I. y Ipizua, M.A. (1989) La descofificación de la vida cotidiana, Métodos de investigación cualitativa, Bilbao, Universidad de Deusto.
- Sirvent M.T. (2003) El Proceso de Investigación, las Dimensiones de la Metodología y la Construcción del Dato Científico. Investigación y Estadística I Cuadernos de la Oficina de Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Letras.
- Sirvent M.T. (2004) Los diferentes modos de operar en Investigación Social. En Sirvent M.T. El Proceso de Investigación. Investigación y Estadística I Cuadernos de la Oficina de Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Letras.
- Sirvent M.T. (2000) La Investigación en



Educación: La Actualidad de un Debate Metodológico. Mesa de Apertura del II Congreso Internacional de Educación “Debates y Utopías” Buenos Aires, Julio de 2000. En Sirvent M.T. (2004) El Proceso de Investigación Investigación y Estadística I Cuadernos de la Oficina de Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Letras.

Sobre el autor:

Edgar Josué García López.

Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UASLP, Maestrante en Educación por la UCEM. Es profesor universitario desde 1996 en el área de Teoría de la Comunicación, Comunicación Organizacional y Metodología de Investigación, ha colaborado en distintas universidades como la UASLP, U Mesoamericana, UVM, UIA Santa Fe, UCEM y UPSLP.

- Sirvent, M. T. (1999) Problemática Metodológica de la Investigación Educativa En Revista del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Educación. Año VIII, N° 14, Agosto de 1999. Miño y Dávila Editores. En Sirvent M.T. (2004) El Proceso de Investigación Investigación y Estadística I Cuadernos de la Oficina de Publicaciones de la Facultad de Filosofía y Letras.
- Valles, M.S. (2007) Técnicas Cualitativas de Investigación Social, Reflexión metodológica y práctica profesional, Madrid, Editorial Síntesis.
- Webb, E.J.; Campbell, D.T.; Schwartz, R.D. y Sechrest L. (1966) Unobstrusive measures: nonreactive research in the social sciences, Chicago, Rand McNally. Best, J.W. (1961) Como investigar en educación. Morata, Madrid
- Zimmerman, J. F. (1992). Democracia Participativa. El resurgimiento del Populismo Editorial Limusa, S.A., México.

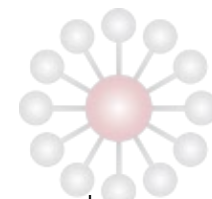


La comunicación como herramienta social para la prevención del riesgo en la conurbación de Tampico

Fernando Treviño Espinosa
Alfonso Tello Iturbe
Universidad Autónoma de Tamaulipas

Resumen: Se propone la creación de una red entre los diferentes actores de la comunicación, promoviendo un trabajo conjunto entre la comunicación digital, y la utilización de redes sociales, como herramienta de inclusión social, que optimice los recursos existentes en materia de la comunicación alternativa, e identificar a las partes interesadas, para integrarlas a las actividades de las diferentes organizaciones ciudadanas (ONG, gobiernos locales, prensa, radios comunitarias y actores sociales), a través de la gestión de diversos documentos y material audiovisual sobre actividades relacionadas con la prevención de riesgos ambientales y de otra índole. Asimismo, alimentar a los distintos medios de comunicación tradicionales, alternativos, organizaciones y gobiernos con producción de contenidos planeados para generar consensos en relación con los espacios, más adecuados para la inserción y promoción programada de temas que busquen dotar sistemáticamente entre la población más vulnerable a estos fenómenos, de una cultura sobre la prevención del riesgo, así como de su inserción en la “agenda de política pública, como promotor de la inclusión y la participación ciudadana, en relación con las decisiones sobre la cultura de la prevención del riesgo y alerta temprana, en colaboración con las autoridades responsables del desarrollo de programas e implementación de acciones en materia de riesgo, tanto por desastres naturales como derivado de actividades de carácter antrópico.

Palabras clave: Comunicación alternativa, digital, redes sociales, vulnerabilidad, riesgo.



La vulnerabilidad en la región huasteca.

Este trabajo retoma la preocupación y los trabajos realizados por la CONEICC en materia de desastres naturales, que por ser un trabajo de corte multidisciplinario, permite la inserción de temas como “La comunicación como herramienta social para la prevención del riesgo en la conurbación de Tampico”. La investigación en curso viene analizando la creciente problemática que presenta la conurbación de Tampico, en materia de fenómenos naturales, que en la actualidad superan con mucho al promedio de intensidad y peligro de estos fenómenos en el pasado. Su peligrosidad afecta severamente a los grupos sociales marginados y vulnerables, localizados en las denominadas áreas de alto riesgo, habitadas por estratos sociales de bajos o escasos recursos, situación que les obliga a edificar sus viviendas en espacios de alto riesgo, como: zonas inundables, laderas, orillas de los basureros, ríos, lagunas, presas y la costa. Las zonas ocupadas también reconocidas como irregulares o invasiones, presentan una población clasificada en pobreza y pobreza extrema.

El presente trabajo está orientado a la identificación de un sistema de comunicación, que no sólo actúen cuando las contingencias se manifiestan, sino que sea parte de una estrategia, que involucre a todos los actores, de tal suerte que se defina un sistema de comunicación, que mantenga durante todo el año, la presentación de información que eleve la cultura del riesgo. En este contexto, los profesionales de la comunicación tenemos la oportunidad de involucrarnos en el diseño del medio que responda a las necesidades de quienes año con año, pierden sus bienes y realizan un

andar cuesta arriba, con repeticiones anuales. Esta situación no sólo pone de manifiesto la incapacidad de las instituciones para la solución de este problema que viene afectando año con años a las clases marginales del país, de la mano con el desdén o poca participación de los profesionales de la comunicación, ello no quiere decir que no haya habido alertas tempranas, lo que resulta claro es la constante cuesta arriba de quienes pierden su patrimonio, ante la imposibilidad de identificar las acciones que resuelvan este añejo problema nacional. Constancia de ello, son las recientes inundaciones en Tabasco, donde la dirección de Protección Civil ha informado que por la creciente de los ríos, el número de afectados aumentó a 130 mil en 420 comunidades de 13 municipios, en Guerrero, se declaró la emergencia para 22 de 82 municipios, dañados por la lluvia, y en Veracruz, se habla de miles de damnificados por el desbordamiento de los ríos Papaloapan, San Juan y Tesechoacán, presentando daños en sectores agrícolas y ganaderos (la jornada:2010).

En el caso de la zona de estudio tenemos ejemplos todavía muy claros del paso de huracanes como el Gilberto, Stan, y desde luego el Alex (2010), que se caracterizó por superar con mucho las expectativas de una ciudad como la de Monterrey, donde una vez más, hubo la trillada disculpa de que no pudo hacerse nada ante el embate del fenómeno. Esta vieja historia, de que no estamos en condiciones de pronosticar los efectos de los meteoros, deja muy en claro que algunas de las oficinas gubernamentales encargadas del estudio de estos desastres, no cuentan con el personal idóneo para proyectar los posibles impactos de estos fenómenos, que como ha sido muy comentado



golpea con mayor intensidad a las clases más pobres, ó sus actuaciones están limitadas, por la importancia o los beneficios políticos, derivados de su atención. Lo que resulta claro es que ante los embates, pérdida de bienes patrimoniales de los que menos tienen, el gobierno tiene la mayor parte de la responsabilidad, al no organizar oportuna y estratégicamente las acciones para su mitigación y combate. Por su parte los medios de comunicación, cubren con notas sensacionalistas, lo que nos debería llenar de vergüenza, al aprovechar las imágenes en lugar de participar de fondo, en la búsqueda de acciones para solventar y superar gradualmente el impacto de estos fenómenos, y dejar el protagonismo para otras ocasiones y no sacar raja de quienes padecen los estragos de una sociedad poco o casi nada comprometida con la identificación de objetivos que contribuyan al combate de estos fenómenos, que requieren de la creación de redes, servir de espejo y puente de la información entre los usuarios y las instituciones de auxilio.

Un informe presentado por Maskrey¹ de la Organización de las Naciones Unidas denominada, “Riesgo y Pobreza en un Clima cambiante” indicó que México se encuentra a mitad de la tabla de los países en cuanto al riesgo de su población frente a desastres naturales, aseguró el coordinador del informe global de riesgos de las Naciones Unidas. Sobre el caso mexicano indicó que: que se debe impulsar el desarrollo económico, reducir la pobreza y al mismo tiempo disminuir los riesgos por desastres naturales. Recordó que con los resultados del estudio y la existencia de ordenamientos diseñados para atenuar los riesgos

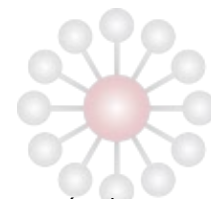
¹ Representante de la Organización de las Naciones Unidas, coordinador del Informe Global de Riesgos de Desastres 2010. Especialista en temáticas de desastres naturales.

a la población civil, son factores fundamentales para evitar que los desastres naturales afecten el desarrollo social.

Para el coordinador del Informe global de la ONU, la existencia de una aplicación correcta de la ley, más una cultura de la prevención, difundida e informada a tiempo, a través de todos los medios disponibles, a la población, puede contribuir significativamente a evitar o paliar las afectaciones por riesgos derivados de fenómenos naturales.

En este sentido, se estará en posibilidades de realizar un recuento del papel de los medios masivos de comunicación y el sector gubernamental, para la prevención del riesgo, sin embargo, la atención del trabajo se orienta, en relación con el nuevo papel que debe jugar corresponsablemente la sociedad civil, para responder de forma mucho más organizada, ante fenómenos naturales y mitigar sus efectos, toda vez que las historias de gestión del riesgo más exitosas, han sido aquellas en que hombres y mujeres, han participado en la identificación de riesgos y vulnerabilidad de sus comunidades a través de las siguientes acciones:

- Participando en la identificación de riesgos y vulnerabilidad de sus comunidades.
- En el diseño y ejecución de obras de mitigación y eliminación de factores que generan vulnerabilidades (limpieza de canales, cauces de ríos, desagües y fortalecimiento de pendientes).
- Respetando el medio ambiente y educando a sus hijos en su respeto.
- Cuiéndose a los planes de ordenamiento territorial, códigos de construcción y urbanización y la prohibición de construir en zonas de alto riesgo (ONU, 2004).



Por cuanto se refiere a la participación de los profesionales de la comunicación, el proyecto centroamericano sobre comunicación para la prevención del riesgo del CNE de Costa Rica, se plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo pueden los comunicadores asegurarse de estar contribuyendo a la construcción de una cultura de la prevención?, y se responde de la siguiente manera:

Informando e investigando.

- Generando una demanda continua de información sobre prevención a los entes y organismos especializados y redactando mensajes sobre prevención de manera constante durante el año.
- Investigando y, con la ayuda de expertos, informando sobre los factores naturales y humanos que genera una determinada condición de vulnerabilidad.
- Investigando e informando sobre el marco legal económico y presupuestario del país en materia de prevención
- Considerando el tema de la gestión local del riesgo en la agenda nacional.

Educando y sensibilizando:

- Proveyendo que todas sus noticias sobre desarrollo (en particular medio ambiente, seguridad, infraestructura y desastres) incluyan el tema de la prevención y reducción del riesgo.

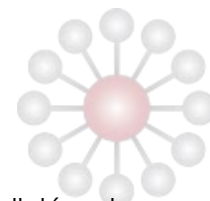
Como se observa, de la mano con una estrategia de prevención del riesgo, la participación ciudadana y los medios, son determinantes para una adecuada prevención, que apoyada con la educación sobre riesgo y desastres, resulta fundamental para evitar

los impactos de estos meteoros en la economía de los grupos marginados más desprotegidos.

Medios alternativos para sociedades de riesgo

La comunicación es un factor fundamental en la gestión de procesos de desarrollo, porque permite la interacción entre diversos actores sociales y plantea la puesta en común de agendas, acciones y proyectos de los diferentes sectores de la sociedad, de los niveles de gobierno (Federal, Estatal y Municipal), de las agencias e instituciones estatales, y además genera procesos de participación activa de las comunidad en la gestión de su propio desarrollo. Sin embargo, en la práctica, no se aprovecha al máximo el enorme potencial de la comunicación, por lo que es necesario promover un espacio de reflexión sobre las posibilidades de la comunicación en la gestión del riesgo, especialmente en cuanto al establecimiento de “diálogos” entre las comunidades y los ecosistemas, entre distintos sectores y actores sociales. En este sentido es imperativo, formar comunicadores sociales, sobre conceptos básicos de la gestión del riesgo además de sensibilizar la responsabilidad de los diversos actores de la sociedad, al intercambiar conocimientos y experiencias entre especialistas y comunicadores sociales en torno al papel de la comunicación social en la gestión del riesgo.

Al parecer los indicadores apuntan hacia una hegemonía de las fuerzas del mercado, y otra vez la educación emergente nos dará alternativas de comunicación ante el secuestro de los medios masivos, recordemos que en la última década del siglo XX, parecía que el poder mediático había cedido ante los embates del poder político y



económico, sin embargo en esta nueva geopolítica, el comunicador latinoamericano que logra ser parte de una minoría, se prepara para dar paso a medios alternativos y nuevos espacios públicos, gracias a las modernas tecnologías digitales, que rompen con el monopolio de la información y convierten al ciudadano común en usuario de su propia libertad de información y expresión.

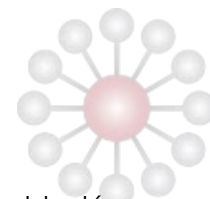
En tiempos pasados la radio jugó un papel importante para informar a la población, posteriormente fue desplazada por la televisión, aunque hay un retorno importante de la radio “en su actuación como curadores digitales”, vinculando y ligando lo tradicional del medio con las redes digitales de comunicación.

Actualmente el internet, el teléfono celular, las redes como Facebook y Twitter experimentan nuevas formas de comunicación social, en donde los medios masivos tradicionales, se ven superados por lo instantáneo de las nuevas formas de comunicarse (más directa) entre los ciudadanos, donde los intermediarios (locutores y televisoras), ya no tienen el monopolio de la información, ni pueden jugar un rol manipulador. Esta nueva relación entre usuarios, a través de redes sociales, presenta ventajas y desventajas, pues es necesario entender que, estas nuevas tecnologías han venido a establecerse como un soporte de interrelación y comunicación entre los integrantes de todo el sistema social, constituye un sistema ávido de ejercer su derecho a la información, de entender que la información forma parte de una vida más democrática en donde, en la medida que la información se vincule con la necesidad de cubrir los espacios informativos, a través de la participación, existirá una oportunidad para el debate, señalamientos de acciones frente al poder,

y por ende mayor transparencia y rendición de cuentas. Una de sus ventajas está constituida por su inmediatez y su relación directa con el medio, eliminando la censura, y presentándose en tiempo real. Sin embargo, es necesario entender que el facebook y el twitter en su incipiente incursión en la vida cotidiana, conllevan ciertos riesgos que pueden transformarse, en eso de lo que huimos; desinformación y rumores, y desorientación ante cierta información frívola que no cuida de los contenidos útiles para una sociedad más democrática, y compuesta de multitudes virtuales, en donde es fácil que el rumor y la desinformación estén presentes, en la confiabilidad de la información.

No obstante lo anteriormente comentado, el acceso a algunas de estas nuevas tecnologías o medios alternativos (facebook o twitter), para esta zona costera de la huasteca, cuyo alcance aún está lejano para un gran porcentaje de la población (huasteca), ya que gran parte de esta comunidad, no cuenta con Internet, y por consiguiente con los servicios que ofrece a través de las redes sociales², sin embargo cuentan con el teléfono celular que

2 El Dr. Gustavo Aruguete extrae de la ponencia en las Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina, en noviembre de 2001: “Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos. Una sociedad fragmentada en minorías aisladas, discriminadas, que ha desvitalizado sus redes vinculares, con ciudadanos carentes de protagonismo en procesos transformadores, se condena a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.”



es una alternativa de comunicación en redes mas importante que la que se hace por la computadora y con mucha penetración en nuestra zona, por su bajo costo de hogares en México tienen mayor acceso a un equipo móvil para mensajes de texto (teléfono celular de prepago) y cada vez mas con acceso a internet por dispositivos móviles..

En relación con la investigación en curso, sobre los riesgos ante fenómenos naturales y antrópicos, la población sujeto de análisis, en lo general carece de conocimientos básicos, para el manejo de medios de comunicación como la computadora y el internet, por lo que se requiere desarrollar nuevas estrategias de comunicación y capacitación informática en tiempo real, para confrontar de manera eficiente las contingencias de cualquier naturaleza y de manera permanente.

A través del trabajo de campo realizado en la Huasteca, hemos podido constatar que la radio y la televisión, es ya un bien indispensable de entretenimiento y de comunicación, a pesar de la mala calidad de la información sensacionalista y del entretenimiento que ofrecen. Por otro lado, se ha observado que a pesar de las carencias de servicios básicos, como la energía eléctrica y teléfono, el teléfono celular, está presente en un 70.3% (INEGI, 2009) de las viviendas, y constituye por excelencia el medio más eficiente de comunicación, por la posibilidad de enviar y recibir mensajes, a un bajo costo. En este sentido consideramos que desarrollar estrategias de comunicación, organizando redes ante los desastres, representa una oportunidad para motivar su prevención. Sin embargo, no podemos olvidar que es indispensable para este propósito, considerar la disponibilidad real de comunicación

y en base a las características de la población, acompañarles de educación e información para desarrollar una cultura riesgo.

Vulnerabilidad social y estrategias adaptativas

Las condiciones de marginación-pobreza incrementan y agravan la vulnerabilidad de la población costera ante los fenómenos naturales y tecno-industriales, debido en buena medida a las desigualdades sociales. Además, la degradación ambiental, por el cambio de uso del suelo, la contaminación y la destrucción de los ecosistemas, contribuye grandemente a elevar la inseguridad de la población más pobre ante la presencia de fenómenos naturales. Como se ha comentando la relación entre desastre y pobreza es más que evidente, toda vez, que si bien todos somos vulnerables, la precariedad de ciertos estratos de la sociedad, es la que sufre los mayores impactos de estos fenómenos, cuyas repercusiones se traducen en pérdidas de vidas y de patrimonio.

Durante los últimos años, los ejemplos de Tabasco, Guerrero, Veracruz y Monterrey, han dejado ver claramente, que tan vulnerables somos, pero particularmente, han exhibido la incapacidad de las instituciones, para desarrollar estrategias que prevengan y mitiguen impactos causados por desastres naturales como tecno industriales, que se han significado por golpear las zonas más vulnerables de la costa huasteca, por las inundaciones provocadas por los desbordamientos de los ríos debido a tormentas tropicales, lluvias torrenciales y diferentes formas de contaminación (aérea, hídrica, etc); evidenciando por sus hechos, las diferentes formas de afrontar estos fenómenos, al no alcanzar los resultados esperados, toda vez que las contingencias se enfrentan de manera



desigual, dependiendo del grupo social al que se pertenezca, de su capacidad económica, organización, ubicación geográfica y tipo de vivienda.

Las características, que presentan los fenómenos naturales, supera en mucho a los fenómenos de un pasado reciente, en ello es claro reconocer la huella del hombre, que en su desenfrenada carrera, ha sido copartícipe del engendro de estos nuevos fenómenos, que regionalmente han tenido una mayor presencia destructora, que se refleja con lluvias torrenciales, fuertes ráfagas de viento que superan los 180/200 kilómetros por hora e inundaciones hasta antes no conocidas. Estas nuevas características, ya no sólo afectan las viviendas precarias y el patrimonio de los sectores marginales de la población³ sino que también se reflejan en cuantiosos daños a la infraestructura urbana y rural.

Una vez que los fenómenos han pasado, dejan una estela desoladora que pone de manifiesto la enorme brecha entre los que tienen mucho o aquellos que casi no tienen nada, y son precisamente éstos últimos los que ven repetirse la película de cada año, nuevas inundaciones, traslado a refugios, regreso para cuantificar las pérdidas de un patrimonio condenado a no crecer y mantenerlos en un estrato social que se reproduce sin generar las garantías para una mejor calidad de vida.

3 “El desbordamiento de los ríos Tamesí y Pánuco, que afectó los municipios conurbados de Madero, Tampico y Altamira, en el sur de Tamaulipas, dejó más de 40 mil damnificados, y los aguaceros en otras nueve comunas afectaron a 80 mil personas, informó la Dirección Estatal de Protección Civil. La región sigue en alerta por el “golpe de agua” que provocarán los escurrimientos, informó el gobernador Eugenio Hernández Flores” (La Jornada, 16/07/2008).

Por lo tanto aunque toda la población resulta vulnerable a fenómenos como los naturales o tecno industriales, es muy claro que existen diferentes grados de vulnerabilidad y con ello, varían las formas para enfrentar los diferentes tipos de desastres. Los más vulnerables que en la zona están representados por: campesinos con tierra (ejidatarios y pequeños propietarios), campesinos sin tierra (jornaleros agrícolas), pescadores socios de las cooperativas, y los colonos. En el contexto urbano se identifican, asentamientos irregulares, producto de invasiones (espontáneas o políticas) y las colonias populares que localizadas en áreas bajas e inundables de la ciudad, colindantes a lagunas, esteros, ríos, basureros, empresas petroquímicas, como puede observarse en este mosaico multicultural, los impactos de los huracanes y las inundaciones tendrán consecuencias muy diferentes para cada uno de ellos.

Comunicación, Riesgo y Vulnerabilidad

En términos de Borja y Castells (2006), la globalización aceleró como nunca el proceso de desarrollo económico, provocando un apresurado proceso de urbanización y una explotación intensiva de recursos naturales, además de una gran brecha o polarización entre países ricos y países pobres, así como un crecimiento acelerado de la pobreza. Este nuevo modelo de desarrollo puede ser definido como socialmente injusto, ambientalmente depredador y económicamente inviable. Todo este fenómeno actual no puede ser entendido sin la tercera revolución tecnológica, la era de la información (Castells, 2001). La tecnología



de la información, sin duda, se ha desarrollado de tal manera que los individuos y sus grupos sociales, regiones y parajes, son incapaces de evitar incorporarse a los procesos globales.

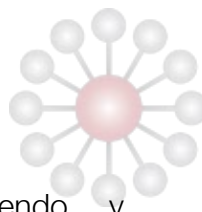
Aprender a pensar globalmente implica realizar estrategias de desarrollo local, ya que la globalización no es uniforme, y surge de manera diferente entre países y regiones, por otro lado una sociedad informada, organizada o como le llama Castells (2001), una sociedad del conocimiento, permite adaptarse menos dramáticamente, a los nuevos cambios, que propicia el fenómeno global. Atendiendo este procedimiento, ,permitirá a una sociedad adaptarse a los cambios, en la medida que se dispone de una infraestructura, equipamiento urbano y de comunicación, con un fuerte compromiso al fortalecimiento de la cultura del riesgo y de la prevención; en cuanto a lo económico, es necesario efficientar y hacer más competitivas a las regiones, además de implementar una planeación estratégica, orientada hacia al logro de un crecimiento sustentable.

Para autores como Beck (1998), vivimos en una “sociedad de riesgo”, como consecuencia tanto de nuestro modo de vida, como de las actividades económicas y de las crisis medioambientales externas, que ignoran las diversas amenazas ambientales. Por lo tanto, hablar de globalización, implica hablar de comunicación, entendida esta como la responsabilidad de informar, formar y educar, en una sociedad donde todo circula tan rápidamente que lo nuevo entra de inmediato a formar parte de la curva del envejecimiento, entonces de que elementos, debemos valernos para que la contribución, de la comunicación y la tecnología, baje a esa misma velocidad a todos

los grupos de actores locales (globalizados por procesos de trabajo, y de producción), toda vez que la información no fluye de igual manera para todo el mundo, y resulta fundamental determinar los conductos, para que la información llegué en tiempo real a la sociedad, ¿qué pasa en la globalización en materia de información? ¿Qué se está globalizando?

Las respuestas a las preguntas formuladas, permitirán determinar las razones por las cuales la información derivada o determinada por fenómenos naturales, llega de diferentes modos a la sociedad, así como a los habitantes implicados, no pasando por alto al conjunto de actores locales. La comunicación tiene el objetivo de capacitar, de aleccionar a la sociedad, pero muchas veces hay medios alarmistas, sensacionalistas, que por atender intereses económicos o mezquinos, evitan dar a conocer información relevante o pertinente, para que la población se informe y proteja.

En este sentido, surgen nuevas interrogantes en relación con el papel que juega y debe desempeñar la comunicación, en su calidad de informante confiable, veraz y oportuno ¿Qué se debe de considerar, analizar y preparar para responder en forma inmediata en caso de ser necesario? Orihuela, (2010) afirma que: el futuro es de la información, no de los medios, y los medios que lo comprendan tendrán más futuro que los que se empeñan en definirse en función de los soportes que usan, los que hemos dado en llamar medios sociales o medios participativos, observamos que van consolidando gradualmente su lenguaje, su estilo y su cultura, como bien decía Mc. Luhan, lo que finalmente ocurre es que se transforma la cultura.



Sin embargo una práctica común en el manejo de la información está ligada con una escasez inicial de la misma, que es seguida por un exceso de noticias, que contiene toda la información disponible (valor potencial), que da paso al desecho de mucha información, por los diversos medios de comunicación. Esta situación lejos de informar adecuadamente a la población involucrada, genera una situación de “puertas abiertas”, donde el flujo de noticias parece un embudo invertido, que más que aclarar tal o cual situación, puede derivar en severos problemas para hacer converger la prensa y la escena del desastre, motivo de la noticia.

Se considera, tomando en cuenta la dinámica en materia de telecomunicaciones que el papel de los medios tradicionales, deben ser cada vez menos importantes e influyentes, si presentan reacciones adversas para abrir el paso a los medios alternativos, como son los digitales interactivos, considerando que representan una importante oportunidad de complementarse, reinventarse, y redefinirse a la luz de los nuevos acontecimientos, donde los medios tradicionales han dejado de tener el monopolio de la información, porque la eficacia y eficiencia comunicativa, ahora se mide no por la importancia del mismo, sino por la calidad de una información, que llega en forma oportuna a un conglomerado de usuarios, ávido de recibir y producir contenidos específicos, que sólo se logra fusionando relaciones y utilizando a redes y a usuarios como fuentes permanentemente actualizadas.

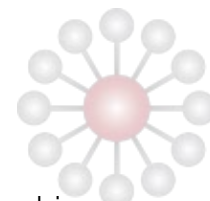
En este sentido para Orihuela, agrega: (2010),

Por su parte los medios y los periodistas

tradicionales van comprendiendo y aceptando que su presencia en los medios sociales no puede limitarse a hacer lo mismo de siempre en los nuevos entornos y que una participación efectiva, requiere aprender y practicar las nuevas reglas del juego de la comunicación pública.

El contexto globalizado, exige del comunicador un nuevo perfil que habrá de caracterizarse por un carácter polivalente a la luz de las nuevas exigencias que plantea la nueva tecnología y que demandan los usuarios, que para el caso que nos ocupa está representado por los grupos marginados más vulnerables y con una brecha digital aún importante. Por lo tanto el comunicador atento a las exigencias de estas necesidades en materia de información oportuna y confiable, podrá apoyarse en la radio y los teléfonos celulares para formar incipientes redes sociales, para generar en los receptores de la información, la gota que constituirá los cimientos de una cultura del riesgo, donde los recursos en la materia, que cubren nuestros impuestos, deberán ser utilizados en forma óptima, para que en un periodo de tiempo razonable, se abatan los niveles de afectación, en los patrimonios de estos grupos marginados, como consecuencia de los desastres naturales o causados por el crecimiento económico, donde se aprecia la mano y actividad del hombre.

Es un hecho que en este nuevo escenario, los medios alternativos, habrán de desempeñar una actividad sumamente importante, toda vez, que muchas de las poblaciones pobres ampliamente vulnerables a los fenómenos naturales o antrópicos, se encuentran localizados en la periferia de los



municipios y en la costa.

Por lo tanto, los nuevos lenguajes, con nuevas narrativas y diferentes formas de concebir la relación tanto con las fuentes como con los usuarios de la información, será muy importante, de igual forma por su claridad y oportunidad, surgirán actores hasta ahora pasivos, para desempeñar un papel principal como actor e informante, en casos de prevención del riesgo ante desastres naturales.

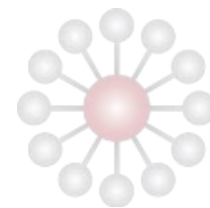
Como se observa habrá que seguir construyendo nuevos espacios en materia de comunicación, seguros de que ellos contribuirán a superar viejas barreras en materia de información en situaciones de riesgo, y en este sentido, debemos explorar caminos que relacionen medios tradicionales como la radio, con medios alternativos como sitios en internet, teléfono celular, twitter, etc., de manera que estemos en condiciones de diseñar espacios de información y participación corresponsable de la ciudadanía, en la prevención, y mitigación del riesgo.

En cuanto a la identificación de acciones que nos conduzcan al abatimiento del riesgo en las poblaciones vulnerables de la zona sur de Tamaulipas, la radio comunitaria y demás actores sociales juegan un papel determinante, toda vez que son una fuente importante de evidencia empírica y datos relativos a las actividades de su entorno, por lo tanto el desafío consiste en construir una alianza entre los actores de la comunicación alternativa, utilizando recursos a nuestro alcance como la telefonía celular en las zonas vulnerables, y ejecutar un plan de acción de corte estratégico, que incorpore actores, medios de comunicación, organizaciones (protección civil,

no gubernamentales, etc.) y niveles de gobierno, para auspiciar, y promover la participación ciudadana, en la generación de consensos, útiles para instalar y difundir los temas de interés establecidos la agenda de riesgo y vulnerabilidad. Asimismo la inclusión digital, como herramienta para alcanzar la inclusión social de la región, con acceso y posibilidades de información en materia de, alerta temprana, y cultura de prevención en materia de contingencias, con un objetivo, reducir el riesgo de estas sectores de la población ante huracanes, inundaciones, ciclones, etc.

Como se observa, los medios de comunicación, así como la oportuna y precisa información en materia de riesgos por desastres naturales o antrópicos, son de vital importancia, ya que además de brindar apoyo a la sociedad con la información oportuna, tendrán una importante participación en jornadas de prevención y de rescate; en este sentido la radio y la televisión constituyen los medios más socorridos en caso de desastre, pero sobre todo la radio que, en caso de un corte de energía eléctrica, tiene más probabilidades de seguir emitiendo señal y actuando como puentes hacia la comunidad y por supuesto los teléfonos celulares y su posibilidad de mensajes de texto, en convergencia con las fuentes de información oportuna.

Finalmente y contrastando con la agresiva política de mercado en la que también están inmersos los medios de comunicación, se debe procurar que la televisión local y otros medios alternativos, destinen tiempo y producción para la realización de Programas Inteligentes. Programas en los que se transmitan información importante y relevante para la comunidad y sus ciudadanos, evitando



lo que Esteinou (1997; 2000), denomina “cultura chatarra”. Es necesario que se produzcan y difundan contenidos inteligentes, de análisis, de opinión, que eduquen en la cultura de prevención, que formen a la ciudadanía y sobretodo que ayuden al desarrollo humano, al desarrollo municipal y al desarrollo regional de manera sustentable.

El cambio climático ya está aquí, no lo podemos negar, ya está vigente, no lo podemos cambiar, no lo podemos evitar, tenemos que aprender a organizarnos, debemos de estar preparados comunitariamente autoridades, medios de comunicación y sociedad civil. Debemos pensar globalmente y actuar localmente.

En conclusión; se trata de promover la integración sistemas de información para la apropiación y participación social de la cultura de prevención y la gestión del riesgo mediante redes vitales de comunicación.

Bibliografía

Álvarez Teijeiro Carlos (2000) “Comunicación, Democracia y Ciudadanía: fundamentos teóricos del public journalism Ed. Ciccus La crujijs, Argentina 2000

Beck, U. (1998). La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad. Barcelona: Paidós.

Borja, J & Castells, M. (2006). Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información. 2ª reimpresión. México: Taurus.

Calderón Aragón Georgina (2001), Construcción y reconstrucción del desastre; 1ª edición, Ed. Plaza y Valdés, México D.F.

Castells, M. (2001). La Era de la Información. Vol. I,II,III: La sociedad red. México: Siglo XXI Editores.

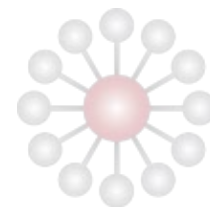
De la Cruz Roc, et al (1998). Notas sobre globalización y programa de medio ambiente. UAT/ COTACYT. Tampico: Talleres gráficos de la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales.

Esteinou Madrid, Javier (2007): Los medios de información colectivos y la reconfiguración del estado mexicano moderno. En comunicación para el desarrollo en México Ed. AMIC y Universidad Latina de América México.

Esteinou Madrid, Javier (2001): Globalización, medios de comunicación y cultura en México a principios de siglo XXI. Revista Latina de Comunicación Social, 42. En <http://www.uil.es/publicaciones/latina/2001/latina42junio/44esteinou.htm>. Consultado el 5 de enero de 2009.

Esteinou, J. (2000). “Medios de comunicación colectivos y desastres naturales”. Razón y Palabra. Núm. 16, año 4. En <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n16/jesteinu16.html>. Consultado el 3 de enero de 2009.

Esteinou Madrid, Javier (1997): Políticas de



comunicación, estrategias del mercado y regionalización cultural. Razón y Palabra, 8. En <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n8/javier3.htm>. Consultado el 5 de enero de 2009.

Hewitt, K. (1983), "The idea of calamity in a technocratic age", en K. Hewitt (ed.), Interpretations of calamity . Allen & Unwin.

Campaña para la prevención de desastres de centoamerica consultada el 25 de agosto de 2010 <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=730670>

Maskrey Andrew, (2010), "Riesgo y Pobreza en un clima cambiante, de la Organización de las Naciones Unidas, Conferencia impartida el 4 de febrero de 2010

Natenzon, C. E., N. Marlene, S. González, D. Ríos, A. Murgida, G. Meconi y A. Calvo (2003), "Las dimensiones del riesgo en ámbitos urbanos, catástrofes en el área metropolitana de Buenos Aires".

Oswald Spring Úrsula (2007), "Desastres naturales: riesgos, vulnerabilidades, políticas de prevención" en Calva José Luis (Coord.) Sustentabilidad y desarrollo ambiental; UNAM, Editorial Miguel Ángel Porrúa, México, D.F.

Orihuela José Luis, (2010) "Como participar en los medios sociales en: Digital Media Web Log, sitio Bolg personal en www.abc.es/blogs/jose-luis-orihuela, consultado 14 de mayo de 2010

Sen, (2000), Desarrollo y Libertad. Editorial Planeta. México.

Ulloa, T.C. (2008). "Comunicación para la prevención de desastres". Agencia Latinoamericana de Información, ALAI, América Latina en movimiento. En <http://alainet.org/active/27121>. Consultado el 4 de enero de 2009.



Radio comunitaria

“Frecuencia libre 99.1 FM”:

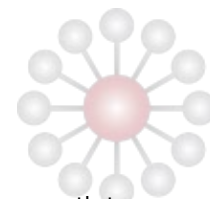
Espacio de participación ciudadana en

San Cristóbal de las Casas, Chiapas

Sofía Vidal Díaz
José Manuel Ramos Rodríguez
Rosa Elba Domínguez Bolaños
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Resumen: Este trabajo presenta parte de los resultados de una investigación referida a una emisora que transmite desde marzo del 2002 en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, y que opera fuera del marco legal establecido. A partir de los enfoques teóricos recientes que enfatizan en la capacidad de los medios comunitarios para propiciar espacios para la participación ciudadana, el estudio indagó sobre las circunstancias y motivaciones que dieron origen al proyecto, así como su forma de operación y su vinculación con la audiencia. Mediante el análisis de entrevistas semi-estructuradas realizadas con los integrantes del colectivo y con algunos radioescuchas, se generaron categorías que dan cuenta con cierto detalle de las maneras en que esta experiencia se constituye en un espacio de participación y construcción de ciudadanía. El estudio contribuye al conocimiento de un fenómeno emergente: el surgimiento de radioemisoras que han decidido no transitar por la vía de solicitar un permiso de transmisión, es decir, que transmiten de manera ilegal, pero que cuentan con un arraigo importante en la comunidad.

Palabras clave: medios ciudadanos, radio comunitaria, radio alternativa, radio participativa, medios comunitarios.



Antecedentes

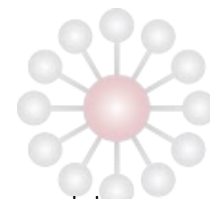
Es indudable que a partir del movimiento zapatista el escenario de la vida política nacional se ha transformado. Sin estar necesariamente vinculados al zapatismo, aunque compartiendo los ideales de justicia y equidad, los últimos años del siglo pasado y la presente década han sido testigos del surgimiento de diversos movimientos sociales que persiguen un país más democrático y equitativo. En el campo del derecho a la información y la comunicación, múltiples iniciativas ciudadanas por disponer de canales propios han surgido por todo el país. En el caso de Chiapas, y particularmente en la región de los Altos, es notable la actividad de grupos y colectivos independientes de producción de radio y video que promueven la libertad de expresión y los derechos humanos, así como el ejercicio de una ciudadanía más activa y participativa.

San Cristóbal de las Casas ha visto aparecer iniciativas como el “Centro de medios independientes Indy Media-Chiapas, que funciona como un centro de información de video, audio, foto y escritos para la difusión de contenidos de las comunidades indígenas, respondiendo “al llamado del Ejército Zapatista de Liberación Nacional para crear redes alternativas de comunicación y formar colectivos de mujeres y hombres que difundan la lucha que emprenden las comunidades indígenas en Chiapas, el país y las distintas resistencias del mundo” (Centro de Medios Independientes. Página Web). En el campo del video, el proyecto PROMEDIOS ha sido también un canal de difusión de la actividad del movimiento indígena y la lucha contra las políticas neoliberales (PROMEDIOS. Página Web). Otras agrupaciones

no vinculadas directamente a la actividad zapatista como “Las Abejas”, integrada después de la matanza de Acteal, han instalado radiodifusoras con el apoyo y la participación de la comunidad. La Red de Comunicadores “Boca de Polen”, incluye a “Radio Chanul Pom” en el municipio de Chenalhó, “Radio Tsotsil”, “Radio T’Sumbhal Xitalhá” y otras. Uno de los objetivos principales de esta red, creada en 2001, es el “acompañar a las organizaciones sociales en el proceso de diseño y práctica de estrategias comunicativas para establecer flujos de información entre sus bases, impulsar la formación social de sus miembros y construir un nuevo perfil de movimiento social frente a la opinión pública” (Red de Comunicadores Boca de Polen. Página Web).

En este contexto, surge en marzo de 2002 en la ciudad de San Cristobal de las Casas la radiodifusora “Frecuencia Libre, 99.1 FM” como una iniciativa ciudadana independiente, que “basa su trabajo en la participación voluntaria y comprometida de quienes lo integran, en pro de la construcción de una sociedad justa, igualitaria y democrática a través del ejercicio del derecho a la libre expresión y el cuestionamiento a las formas de ejercicio de poder que generan y mantienen este sistema de desigualdades sociales”. (Radio comunitaria Frecuencia Libre 99.1 FM. Obtenido el 23 de febrero del 2008 <http://www.frecuencialibre.org>).

En este trabajo se presentan algunos resultados de la investigación realizada el año de 2008, que tuvo como propósito analizar esta experiencia de radiodifusión comunitaria y sus posibles



aportaciones a la construcción de ciudadanía. En la primera parte se presenta en forma sintética la perspectiva teórica del estudio, basada en los enfoques y aproximaciones recientes acerca de este tipo de medios. Posteriormente se describe la metodología empleada y se presentan los resultados más relevantes del análisis realizado en torno a tres grandes temas o variables en estudio: orígenes del proyecto, operación y vinculación con la audiencia. Por último, se presentan algunas reflexiones finales que surgen a partir del análisis de esta experiencia.

Los medios ciudadanos

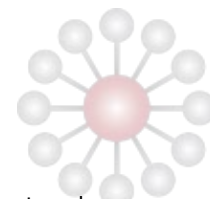
La perspectiva teórica de este estudio se basa en las corrientes actuales sobre los medios comunitarios (Rodríguez, 2001; Downing, 2001; Alfaro, 2000) que han superado las concepciones dualistas de los años 70 y 80 características de lo que se designaba “comunicación alternativa”, para consolidar una postura que enfatiza las posibilidades de estos medios para la construcción de ciudadanía, entendiendo a ésta como el pleno ejercicio de los derechos y deberes políticos, sociales, económicos y culturales. De esta manera, la tendencia actual es emplear el término de “medios ciudadanos” (Alfaro, 2000; Camacho, 2001).

Clemencia Rodríguez (2001) aborda a los medios comunitarios a partir de la Teoría de la “democracia radical y la política de lo cotidiano” elaborada desde las teorías feministas de Chantal Mouffe y Kristie McClure. Esta teoría amplía la noción de la política, entendida como demandas jurídicas sobre el Estado, para visualizarla más ampliamente como la “política cotidiana” que lleva

la vida política al terreno de las prácticas sociales y de los intercambios simbólicos que ocurren todos los días. Según esta perspectiva, la noción de ciudadanía difiere de la derivada de la tradición liberal, es decir, un conjunto de obligaciones y derechos que incluyen la posibilidad de protestar y votar. Para la democracia radical, en cambio, la ciudadanía se construye y se conforma todos los días, a partir de la participación en las prácticas políticas cotidianas y de la transformación de los códigos simbólicos, de las identidades y relaciones sociales legitimadas históricamente:

...un ser político no se define como se ha definido al ciudadano, como un poseedor de derechos, privilegios e inmunidades en abstracto sino como una persona cuya existencia se localiza en un lugar particular y se sostiene desde relaciones circunscritas: familia, amigos, iglesia, vecindad, lugar de trabajo, comunidad, pueblo, ciudad. Estas relaciones son las fuentes desde las cuales los seres políticos generan poder – simbólico, material y psicológico- ... (Wolin 1992, citado por Rodríguez, 2001:19)”.

Dentro del marco de la democracia radical, los espacios para la acción política se multiplican y se expanden; cada dimensión de la vida se convierte en un lugar potencial para la contestación social. La lucha democrática debe verse como el impulso a procesos de cambio que incluyen prácticas de disenso en el reino de lo simbólico y la transformación de los códigos culturales y discursos sociales legitimados. Es decir, los códigos culturales se convierten en objetos de la lucha política.



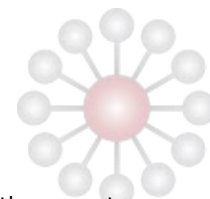
Desde esta perspectiva, los medios comunitarios se materializan como sitios importantes de ejercicio de la ciudadanía: “Los medios comunitarios, donde la producción simbólica esta constantemente sucediendo, pueden ser pensados como sitios importantes donde la resistencia y contestación simbólica pueden potencialmente tener lugar (Rodríguez, 2001: 151)”. Los medios pasan a formar parte de las “estrategias de resistencia”, en el campo simbólico, por parte de grupos y comunidades subordinadas con respecto a las fuerzas sociales hegemónicas. A través de estas estrategias, las identidades culturales de estos grupos, “antes ignoradas, confinadas a un territorio marginal, distorsionadas o caricaturizadas por los medios hegemónicos, adquieren centralidad y se constituyen en la razón de ser de los medios ciudadanos (153)”. La democratización de la comunicación es un proceso complejo que implica la sobrevivencia de las identidades culturales, la expresión simbólica de culturas marginalizadas y el crecimiento de grupos subordinados en términos de “empoderamiento” y autoestima, dimensiones tradicionalmente subestimadas por la tradición dualista, “enraizada en las grandes narrativas de la emancipación y conceptos esencialistas del poder, la democracia y la acción política (xii)”. Esta autora propone así el término de “medios ciudadanos”, para enfatizar que: a) Una colectividad pone en acto su ciudadanía al intervenir y transformar activamente el paisaje mediático establecido, b) Estos medios cuestionan códigos sociales, identidades legitimadas, y relaciones sociales institucionalizadas y c) Estas prácticas comunicativas están empoderando a la comunidad involucrada.

Metodología

La investigación realizada es de naturaleza cualitativa, basada en entrevistas estructuradas y semi-estructuradas con los integrantes del colectivo, así como con algunos miembros de la audiencia. Las preguntas de las guías desarrolladas giraban en torno a los tres ejes temáticos o variables ya mencionadas: orígenes del proyecto, operación y vinculación con la audiencia. Se obtuvieron entrevistas bastante extensas con los cinco integrantes que forman parte del núcleo más activo de quienes participan en el proyecto, y con un número igual de pobladores que suelen escuchar las transmisiones de la radio. Las entrevistas fueron capturadas íntegramente en procesador de texto para su análisis. El análisis consistió en la generación inductiva de códigos y categorías emanadas del propio material analizado, operación que se realizó en diversas ocasiones, agrupando algunas categorías y generando nuevas, hasta que se consideró que era posible dar respuesta a las preguntas del estudio. En los siguientes apartados se presentan algunos resultados del análisis que contribuyen a conocer más de cerca esta experiencia y su contribución como medio ciudadano. Incluimos algunos pasajes literales de las entrevistas realizadas, indicando al final de cada uno si se trata de un integrante del colectivo (INT) o de un radioescucha (RE); a esta siglas sigue el sexo del entrevistado (H o M) y su edad.

Orígenes del proyecto

Radio Frecuencia Libre inicia sus transmisiones el 21 de marzo del 2002 en la ciudad de San Cristóbal de Las Casas. Considerando que las etapas iniciales de un medio comunitario suelen marcar indeleblemente su desarrollo futuro, interesaba conocer los principales intereses y motivaciones del grupo de ciudadanos que inició el proyecto.



Como se ha dicho, esta iniciativa surge en el contexto de múltiples iniciativas de comunicación aparecidas a partir del movimiento zapatista, aunque no tiene con éste ningún tipo de vinculación orgánica. De hecho, aunque la temática de los pueblos indígenas está presente en sus contenidos, no tiene el lugar de eje en torno al cual se estructure la programación. El proyecto no nace tampoco relacionado con algún partido o corriente política, ni responde a intereses comerciales. Las motivaciones que unen a este grupo de ciudadanos son aparentemente sencillas:

La inquietud de una radio ya venía de hace muchos años, con compañeros de otras organizaciones, hablábamos y queríamos el proyecto (INT. H, 37)

El proyecto en sus inicios estaba formado por... ciudadanos interesados en tener un medio de comunicación, público, social, se integran, consiguen los medios para tener una pequeña estación de radio y le da forma al proyecto. (INT., H, 38)

No había una idea clara de que características tendría esta radio, simplemente había el deseo de cubrir una necesidad, y esta necesidad era contar con una radio abierta para que la gente pudiera acercarse y hacer uso de un micrófono, una radio no comercial, una radio que pudiera brindar alternativas musicales, por ahí empieza la idea, en términos generales, contar con una radio diferente, no comercial en manos de un grupo de ciudadanos y así se echa a andar con esta idea (INT., H, 37)

Contrariamente a lo que podría suponerse, la iniciativa no proviene de estudiantes de comunicación o de un grupo formado únicamente por jóvenes. La motivación central que pareció

guiarlos es la posibilidad de participar activamente en la transformación de su entorno mediático.

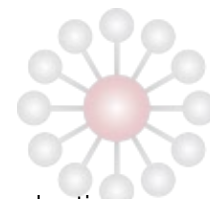
A pocos meses de iniciadas las transmisiones, la naciente emisora sufre el acoso por parte de inspectores de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Uno de los integrantes actuales del colectivo narra lo ocurrido de la siguiente manera:

Esos acosos, ocurrieron más al principio de la propuesta, junto con esta demanda a un grupo de personas, auspiciada por el dueño de las radios comerciales, quien mete las demandas y en varias ocasiones vinieron inspectores de las SCT. Vinieron, exactamente... no sé a que vinieron..., Pero vinieron ¿no? Y en uno de los primeros meses, creo el segundo, la radio en su sentido de que fuera pública, de la ciudadanía, se asentó en una casa y ahí se colocaron los aparatos, todo y ahí llegaron los inspectores de la SCT. (INT, H, 37).

Sin embargo, ese evento en el que se intentaba decomisar los aparatos de transmisión, detonó un apoyo espontáneo por parte de la población, que muestra cómo el proyecto desde sus orígenes ha sido muy apreciado:

... se hizo llamado a la gente y en diez minutos comienza a llegar la gente y a los quince minutos ya habían sesenta, setenta personas contra los cuatro o cinco personas que llegaron, las personas que llegaron de diferentes oficios, hombres, mujeres de San Cristóbal que estaban escuchando la radio, se dirigieron a hacer frente y evitar que quisieran entrar a detener personas y que se llevaran equipo. Hubo ciudadanos que llegaron agueridos, también llegaron taxistas, no hubo más remedio que retirarse. (INT., H, 38).

A seis años de haberse iniciado, se ha



transformado la composición del colectivo aunque los propósitos centrales permanecen:

En el transcurso del tiempo, se integran más compañeros, compañeras, han sido seis años ya en donde ha habido un ingreso y salida de compañeros, sobre todo es sus primeros dos años, tres, que era esta movilidad más amplia. De tal modo, a los tres años creo que no quedaba nadie del proyecto inicial, por diferentes razones, en algunos casos sobre todo por la persecución de que fue motivo la radio al principio por la SCT (INT H, 37).

Operación

El funcionamiento de Frecuencia Libre responde a las características de un medio ciudadano que no se compromete con causas o intereses individuales. De manera explícita el colectivo manifiesta su independencia y considera que a ella contribuye el no recibir financiamientos o apoyos del gobierno o de partidos políticos. Todo el trabajo que se realiza es de carácter voluntario. La radio se sostiene con las aportaciones individuales de los integrantes y eventualmente recurren al apoyo de la comunidad:

Cuando hemos tenido necesidad de hacer compras grandes, cuando se quemó el transmisor, cuando hubo necesidad de cambiar la antena, pues abrimos la convocatoria a los radioescuchas, a la ciudadanía, a las organizaciones y se hacen colectas y la gente responde. (INT.,H. 36).

Al interior del grupo existe una estructura horizontal y las decisiones centrales se toman en asamblea. El colectivo busca ser consecuente con los ideales de democracia y pluralidad:

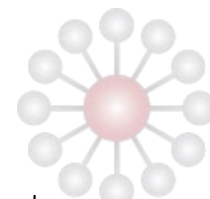
... esta asamblea está compuesta por quince personas, son pocos los compañeros

que decidieron no formar parte del colectivo, una vez que está la estructura acordada y definida, ahí se dictaminan comisiones, la de programación, la encargada de definir la barra programática y es la encargada de recibir las propuestas de programas nuevos y monitorear la programación y el contenido, y digo el contenido no es porque seamos una comisión de censura, sino porque cuando se definió el reglamento se dieron varias líneas o principios que deben de estar presentes en Frecuencia Libre, obviamente en la programación, no se permiten conceptos racistas, sexistas, homofóbicos, clasistas, todo este tipo de etiquetas para marginar, denigrar, excluir, y esto quedó como parte de los principios, obviamente está éste asunto que se discutió y que mucha gente no estaba convencida el cual se tenía que tener una perspectiva de género, esta cuestión de no promover estas etiquetas misóginas, con chistes burlas, estarse mofando de la mujeres, hacer alarde de la violencia masculina, y bueno esta comisión se encarga de esto, todo mundo puede opinar pero esta comisión aterriza esta propuesta. (INT H,38).

La organización de Frecuencia Libre incluye no solamente a quienes participan de forma directa en el colectivo, en la asamblea, sino que toma en cuenta también a otras personas y organizaciones que desean participar en la radio:

Hay apertura para que organizaciones hagan programas, es una forma distinta de involucrarse al proyecto. Uno somos, digamos, socios, los integrantes pero también hay espacios para que organizaciones sociales tengan espacios para la difusión de sus actividades (INT, M, 40)

El colectivo es consciente de los riesgos que corre al decidir operar sin las autorizaciones correspondientes, aunque se siente de algún modo protegido por la propia población.



La radio opera sin un permiso legal... como todas las radios que existen en el país nos pone en una situación de vulnerabilidad porque estamos fuera del marco legal y permitido, no legal solo si no dentro de los paradigmas que gobiernan nuestro país, estamos fuera de ese marco y nos vuelve susceptibles a agresiones por parte del Estado". (INT H, 38).

Vinculación con la audiencia

Una característica esencial de los medios comunitarios y ciudadanos es la prioridad atribuida a las formas en las que se vincula con sus audiencias, no sólo a través del acceso a los micrófonos y la posibilidad de producir programas, sino en general, manteniendo con ella una relación constante y recíproca. La percepción de los integrantes de Frecuencia Libre es coincidente con esta forma de concebir la tarea central de los medios ciudadanos:

Los medios libres tienen detrás de sí, un modelo distinto de comunicación, más circular, como telaraña, hacemos recuperar el papel de medio, estar en medio y fungir como vinculante entre distintos actores, ese creo que es el papel de los medios libres, porque el que estamos luchando mantener y en este sentido un medio libre, para lo que le sirve o para lo que nos sirve a todos los ciudadanos, es para estar vinculados, enterados de que estás haciendo tu, yo, los problemas de los compañeros en otro lado, reflexiones logradas en tal tema. (INT M, 40)

Esta es una radio con una perspectiva eminentemente comunitaria, le hemos dado las voces a la gente, si tu escucharas algunos programas, va a ser muy raro que te encuentres aquí a un personaje muy conocido, alguna personalidad nacional o extranjera, finalmente nosotros coincidimos que la población tiene mucho que decir, entonces cuando le comienzas

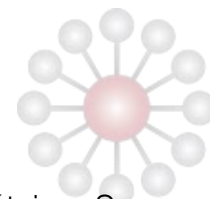
a dar voz a la gente, empiezas a escuchar sus cosas, o más bien dicho no solo hablas, si no también escuchas. (INT H, 43).

Es a través de la propia programación que se procura mantener esta relación permanente con la audiencia, con sus necesidades, intereses, preocupaciones. Un integrante del equipo describe el contenido de la programación:

Los programas que tenemos son informativos, de análisis, de opinión, los temas que más tratamos de abordar y con prioridad tienen que ver con la construcción equitativa de género, es un tema importante en la radio, el tema del derecho de la democratización de los medios, el derecho como ciudadanos a participar en la construcción de las políticas públicas, de ser participativos con cómo nuestros representante políticos nos gobiernan, entonces son ejes en lo que creemos, posturas en los que creemos y se reflejan con el tipo de programas que estamos haciendo. (INT, M, 40)

Porsu parte, los radioescuchas entrevistados manifestaron en general su aprecio hacia la radiodifusora. Existe hacia ella un sentimiento positivo en el sentido de que se le considera de utilidad, no solamente de tipo inmediato, sino que se le atribuye una importancia en la transformación social:

Yo creo que llega a ser un gran, gran alivio en el día a día, el tener una estación de radio que, en primera nos hablen las preocupaciones que para muchos de nosotros están en el cotidiano, problemas sobre el consumo, sobre la contaminación, sobre los medios sociales, que nos de anuncios sobre alternativas de lugares y espacios donde poder organizar actividades que tengan que ver con hacer mejoras en lo social. (RE, M, 28)



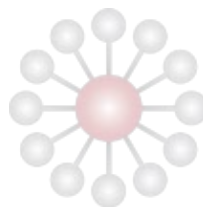
El colectivo parece tener claro su papel en esta incidencia en la participación de la población en el ejercicio de su ciudadanía, aunque no se siente del todo satisfecho con la vinculación comunitaria que ha logrado hasta el momento:

Creo que sería necesario localizar más claramente, aclarar mejor para el colectivo cual es el impacto que la radio está teniendo porque como grupo, si tenemos influencia a nivel de personas organizadas e informadas inclusive...podemos crear vínculos solidarios con otras radios y organizaciones. Creo que la Frecuencia tiene mucho trabajo que hacer a futuro para fortalecer los vínculos con la comunidad que ya se ven en varios puntos. (INT M, 26)

género, credo religioso o pertenencia étnica. Se propone, por el contrario, dar importancia a la reflexión y la propuesta en el entorno inmediato, a la participación en la transformación social. Los temas locales, antes marginados por la hegemonía de los medios comerciales, pasan ahora a ocupar centralidad y visibilidad. Por último, puede pensarse que estos cambios están contribuyendo a un empoderamiento de la comunidad involucrada. A juzgar por las entrevistas realizadas, tanto los integrantes del colectivo como los radioescuchas han fortalecido su confianza y capacidad en lograr transformaciones significativas en la sociedad.

Reflexiones finales

El análisis de esta experiencia, del que hemos presentado solamente algunos aspectos que consideramos relevantes, nos permite afirmar de acuerdo con la perspectiva teórica asumida, que Frecuencia Libre constituye un medio que está contribuyendo a la construcción de una ciudadanía más participativa e involucrada en la transformación social. La experiencia responde claramente a las tres características de los medios ciudadanos propuestas por Clemencia Rodríguez (2001): Por una parte, quienes participan directa o indirectamente en la vida de esta emisora, sea como integrantes del colectivo, voluntarios, simpatizantes o simplemente como radioescuchas, están en realidad contribuyendo a transformar activamente el paisaje mediático que existía antes de la aparición de la radio. En la radio se cuestionan continuamente las políticas del Estado neoliberal, las estructuras de opresión y de injusticia, las inequidades por razones de



Referencias bibliográficas

- Alfaro, R. (2000). Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones. En: Razón y palabra. Núm. 18, mayo junio 2000.
- Downing, J. (2001) Radical media. *Rebellious communication and social movements*. California, London, New Delhi: SAGE Publications.
- Camacho, C. (2001) Las radios populares en la construcción de ciudadanía. Enseñanzas de la experiencia de ERBOL en Bolivia. La Paz, Bolivia: Universidad Andina Simón Bolívar Centro de medios independientes-Chiapas. Página Web. <http://chiapas.mediosindependientes.org>. Recuperado el 23 de marzo de 2008
- PROMEDIOS. Página Web. <http://www.promediosmexico.org>. Recuperado el 16 de agosto de 2008
- Red de Comunicadores Boca de Polen. Página Web. www.bocadepolen.org. Recuperado el 25 de julio de 2008
- Rodríguez, C. (2001) *Fissures in the mediascape. An international study of citizens' media*. Boulder, Colorado: Hampton Press, Inc.

Sobre los autores:

Sofía Vidal Díaz.

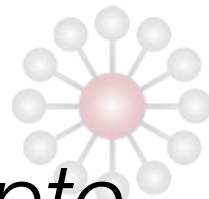
Lic. en Comunicación por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP).

José Manuel Ramos Rodríguez.

Dr. en Ciencias Políticas y Sociales por la UNAM. Miembro del SNI. Profesor investigador de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP.

Rosa Elba Domínguez Bolaños.

Mtra. en Educación Superior por la BUAP. Profesora investigadora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP.



La sociedad civil como concepto y como caso empírico en la discusión de la reforma a la Ley Federal de Radio y TV

Israel Tonatiuh Lay Arellano
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM

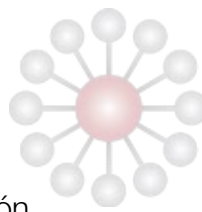
Resumen: Tanto la legislación de medios como la cinematográfica sufrieron reformas de consideración en la última década. En estos procesos resalta la participación de grupos de la sociedad civil interesados en la temática, y cuyas visiones acerca de esos ámbitos influyeron en el debate legislativo, convirtiendo al órgano parlamentario en la arena de discusión pública. La contraparte teórica de esta participación empírica pronto demostró que el dinamismo con el que actuaban los actores modificaba en mucho la concepción misma de sociedad civil y de democracia, al estar innovando en los mecanismos de participación y deliberación. De igual manera, otro concepto que se vio impactado fue el de poder fáctico, cuyas características fueron superiores a las entonces enumeradas. La interrelación de estas tres variables en estas discusiones pone de manifiesto la nueva relación entre el estado, los medios de comunicación, la democracia y la sociedad civil.

Palabras clave: Sociedad civil, democracia, legislación de medios.

Como inicio es importante señalar que no sólo existen diversas concepciones teóricas sobre la sociedad civil, sino que incluso hay una diferencia entre las ideas coloquiales del término. De esta manera, se suele entender que toda agrupación de individuos ya es, por ese simple hecho, sociedad civil, y se tenía entonces como característica fundamental no pertenecer a la esfera del mercado ni del Estado. Sin embargo, desde hace algún tiempo los grupos de empresarios también se han

autodenominado como sociedad civil, haciendo énfasis en su carácter no gubernamental.

Durante mi estadía en el doctorado en ciencias sociales de la Universidad de Guadalajara, la investigación que desarrollé se abocó a describir y explicar a los grupos de la sociedad civil que han participado en la discusión de la reforma a la legislación de medios, por lo que metodológicamente el primer paso fue revisar los



textos teóricos y académicos al respecto. De esta manera, la conclusión principal, en este concepto, fue que para poder considerarse como sociedad civil debían elevar las discusiones de su interés a la agenda pública.

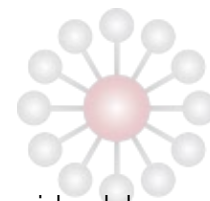
Al mismo tiempo esta conclusión abría la puerta a un nivel más complejo de debate, pues de acuerdo con mi propia afirmación, entonces los grupos de empresarios sí serían también sociedad civil y algunas organizaciones sociales también podrían etiquetarse como grupos de interés. Las conjeturas parecían simples, por lo que esto se convirtió en otro proyecto de investigación: el conocer y analizar precisamente cómo se utiliza este concepto en el campo teórico, en este caso en el académico, y cómo se desarrolla en el empírico. Desde la perspectiva teórica académica, el recuento de este debate ha sido el siguiente:

Alberto Olvera señala los orígenes de una sociedad civil “en el sentido de grupos gremiales-clasistas que van diferenciándose del Estado y la economía” en el periodo 1971-1980

El secretariado social de la iglesia contribuyó a la formación de las primeras ONG de desarrollo: Promoción del Desarrollo Popular, el Centro Operacional de la Vivienda, la Fundación para el Desarrollo Rural, entre otras (1964-1966). También se crearon organizaciones sociales clasistas, como el Frente

Auténtico del Trabajo y la Unión Social de Empresarios Mexicanos (1965). Más tarde se formaron otras organizaciones civiles como el Centro de Comunicación Social (Cencos), que mostraban la vocación de la Iglesia por una intervención activa en la esfera pública, ejemplificada también por Fomento Cultural y Educativo (radios culturales campesinos). Este activismo significaba que la Iglesia se convertía en un actor en el terreno simbólico de la justicia social, monopolizada hasta entonces por el régimen, lo cual era una novedad en la historia pos revolucionaria (Olvera, 2003: 45-46)

“Sin embargo, fue a partir de los años ochenta cuando las ONG adquirieron una gran visibilidad y empezaron a incidir fuertemente en la definición de la agenda pública. Dos factores fueron determinantes en este proceso: el acceso creciente de las ONG al financiamiento internacional, y la sustitución paulatina del original concepto de servicio a los movimientos populares como justificación de la existencia de las ONG, por una creciente autonomización de su acción, su profesionalización y una orientación a la definición de políticas sociales alternativas” (Olvera, 2003: 56)



Juan Manuel Ramírez Sáiz menciona que antes de poder hablar de sociedad civil, se debe reconocer la importancia del concepto de ciudadanía, el cual define como “la conciencia de derechos y responsabilidades y, en consecuencia, esa expresión e una sociedad organizada, que ejerce derechos y cumple obligaciones, que asume su membresía, exige al gobierno responsabilidades, tiene capacidad de sancionarlo, puede cambiar de partido y reorientar su voto” (Ramírez, 2003: 133).

Ramírez Sáiz establece cinco indicadores para los grupos de la sociedad civil: rechazo social al corporativismo y al clientelismo, la incipiente democratización de organizaciones sociales independientes, la consciencia creciente de derechos frente al Estado, la creación de redes ciudadanas y experiencias de movilización política independiente, y la conformación de espacios públicos (Ramírez Sáiz, 2003: 137).

Así mismo, menciona que son dos los principales aportes de las organizaciones cívicas a la democratización de la sociedad: Su contribución a la educación cívica de los ciudadanos, y su valor testimonial o “efecto de demostración”, esto es “evidenciar que, cuando el ciudadano actúa de manera autónoma y corresponsable, se convierte en un sujeto de la política; y, por otra, que la sociedad puede operar, así sea coyunturalmente, bajo principios y prácticas democráticas y que el modelo societal, que esas acciones prefiguran, es social y políticamente deseable” (Ramírez Sáiz, 2003: 180).

Por su parte, Lucía Álvarez hace un recorrido del concepto de sociedad civil desde un nivel teórico de las ideas, hasta uno descriptivo explicativo. Retoma así a autores como Habermas, Arato y el propio Olvera. Esta autora señala que el término sociedad civil es esencialmente polémico. De Arato retoma que la sociedad civil es: “Una estructura institucional de un mundo de la vida moderno estabilizado por los derechos fundamentales, que incluirían dentro de su campo las esferas de lo público y lo privado, en esta ocasión desde un punto de vista del mundo de la vida”. (Álvarez, 2004: 26).

Esta autora menciona que la sociedad civil requiere del desarrollo de un amplio conjunto de asociaciones voluntarias (esto es, que lo hacen de manera voluntaria, por iniciativa propia y sin coerción (no que no sea una actividad sin remuneración)) “en las que se materializa las nuevas formas de solidaridad y la existencia de una esfera pública autónoma, en la que tenga lugar la deliberación sobre los asuntos de interés general” (Álvarez, 2004: 27).

Álvarez retoma de Olvera que “La sociedad civil no es considerada como un actor, sino que está integrada por un conjunto de ellos; no es promotora de un proyecto político, sino que auspicia en su interior diversos tipos de proyectos; no constituye un espacio homogéneo sino contradictorio y plural; y la actividad inmersa en su contorno no posee un sentido único, sino que avanza en distintas direcciones; en este sentido, aún cuando la sociedad civil “porta la promesa” de una relación



crítica con los subsistemas, esto no implica necesariamente la consumación de esta crítica y no supone tampoco la orientación a la que ésta ha de apuntar” (Álvarez, 2004, 33). Como conclusión esta académica señala que el término de sociedad civil “no ha logrado un consenso para definición de un contenido unívoco y que tampoco ha obtenido del todo el estatuto de un concepto de validez universal. (Álvarez, 2004: 35).

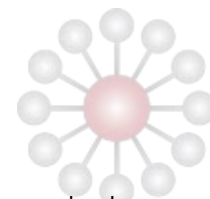
En uno de los documentos anexos del Informe sobre la democracia en América Latina, realizado por el PNUD, Juan E. Méndez conceptualiza a las organizaciones independientes de la sociedad civil como entidades creadas espontáneamente por grupos de ciudadanos para defender intereses colectivos no necesariamente propios. El autor señala que a través de las organizaciones independientes de la sociedad civil los ciudadanos participan más cotidianamente de la formulación, implementación y evaluación de las políticas públicas y el control de los actos del gobierno (O’Donnell, 2004:131-132).

Méndez afirma que en América Latina las políticas públicas se diseñan e implementan con escasa o nula participación de la sociedad, y que se desdeña el aporte de los que saben dentro de ellas si no están afiliados a los partidos políticos o contratados por el Gobierno (O’Donnell, 2004: 133). Más adelante Méndez señala “La movilización de la sociedad civil aportará a la calidad de la democracia si consigue concitar atención sobre problemas urgentes y galvanizar a la opinión de manera de producir cambios en

las aspiraciones de las mayorías. La participación a través de partidos políticos que gocen de credibilidad y legitimidad ayudará a canalizar esas aspiraciones hacia los lugares institucionales donde se toman las decisiones.” (O’Donnell, 2004: 133).

Méndez aclara que las organizaciones sociales tienen el límite obvio de su carácter sectorial, pero esto puede convertirse en una virtud si se le entiende como especialización y experiencia. Estas organizaciones tampoco pueden ser medidas por su “representatividad”: no aspiran a representar a ningún número de ciudadanos ni sector alguno, por lo que ésta categoría no puede aplicárseles. Su mérito, en todo caso, está en la calidad de la información con que cuentan a partir de su experiencia en sus temas, en su capacidad para divulgar esa información, en el rigor con que la analizan y en la validez empírica de las propuestas que formulan (O’Donnell, 2004:134).

Carlos Chávez Becker menciona que hay tres usos sobre este concepto: primero, el que surge a finales del Siglo XVII y se refería a las instituciones no estatales con miras capitalistas; segundo, el concepto anterior cambia a mediados del Siglo XIX, dirigido a un capitalismo pujante y la búsqueda de valores democráticos; y tercero, se convierte en una unidad analítica independiente, diferenciada del estado y del mercado. Chávez cita el concepto de sociedad civil de Alexander, quien lo define como “una esfera solidaria en la cual cierta clase de comunidad universalizada viene a definirse y, hasta cierto punto, a reforzarse” (Chávez, 2005:



49)

Chávez habla de tres componentes centrales del concepto de sociedad civil, desde una perspectiva habermasiana: “Las instituciones que garantizan las libertades y derechos políticos, individuales y sociales, así como la libertad de asociación para defenderse del Estado y del mercado” (Chávez, 2005: 49), “El conjunto de movimientos y asociaciones que actúan en el seno de la sociedad y que se preocupan permanentemente por el análisis, la crítica, la elaboración y la aplicación de las políticas públicas”; y “una cultura política anclada en una diversidad de espacios públicos, favorable a la tolerancia y al respeto mutuo y proclive a una relación crítica con el Estado y el mercado” (Chávez, 2005: 50)

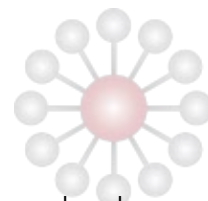
En su libro *La disputa por las construcción democrática en América Latina*, Evelina Dagnino, Alberto Olvera y Aldo Panfichi argumentan que “las nociones de ciudadanía, sociedad civil y de participación formuladas por el proyecto neoliberal expresan una misma intención despolitizadora y, por lo tanto, son portadoras de lo que se podría llamar una visión minimalista de la política. (...) La sustitución del término sociedad civil por el de tercer sector, al lado del mercado y del Estado, indica la nueva función y designa el intento de retirar de la sociedad civil su papel como constitutiva del terreno de la política, ahora otra vez condensado en la sociedad política. El tercer sector refuerza una concepción estatista del poder y de la política, precisamente contra la cual se dirigió la visión de sociedad civil del proyecto democrático,

al confrontar al monopolio del Estado y de la sociedad política en el ejercicio de la política y del poder. (Dagnino, 2006: 64)

De acuerdo con Benjamín Arditi, la sociedad civil

Es la esfera de interacción social entre el Estado y la economía, compuesta ante todo de la esfera íntima (en especial la familia), la esfera de las asociaciones (asociaciones voluntarias), los movimientos sociales y la forma de comunicación pública. Esta definición es parte de lo que los autores han llamado la teoría de las tres partes, que plantea que dentro de la sociedad encontraremos grupos específicos que mantienen el control de las relaciones estatales y económicas. Por ello estos grupos son llamados sociedad económica y sociedad política, esferas que son complementadas con la esfera civil de la sociedad: la sociedad civil. (Arditi, 2005: 50)

Por último, Luis Aguilar Villanueva señala cuatro aspectos sobre la sociedad civil mexicana. Destaca en el último de ellos “la reivindicación de los ciudadanos a participar en las decisiones públicas trascendentes mediante la creación de las instituciones políticas de consulta y elección (referéndum, plebiscito, iniciativa popular)



y/o a participar en la elaboración de políticas públicas en sus fases de planteamiento, diseño, puesta en práctica, evaluación, reproducción, mediante variadas formas de intervención de las organizaciones sociales” (Aguilar, 2007: 195)

Como puede apreciarse, si bien se demuestra que no hay un concepto único para referirse a la sociedad civil, sí hay una tendencia general en las características que deben tener los grupos que la conforman, la cual hace referencia directamente a la calidad de la democracia que existe en el Estado en que se desenvuelven estas agrupaciones.

Lo anterior representa un reto a la teoría de acuerdo a la realidad empírica, ya que si bien el desarrollo de las características de las organizaciones de la sociedad civil puede ser ascendente, esto es, que incorporen y se desenvuelvan de acuerdo a los criterios teóricos que se han enumerado en las páginas anteriores, también cabe la posibilidad que el Estado, el gobierno o alguno de sus componentes no “evolucionen” en el mismo sentido y esto entorpezca el camino de la sociedad civil, por el simple hecho de que si no hay una apertura a la participación de estos grupos, entonces su deliberación se vuelve estéril. Curiosamente el desarrollo de las instituciones del Estado pareciera ser contrario al de la democracia, la transparencia, la rendición de cuentas y la sociedad civil.

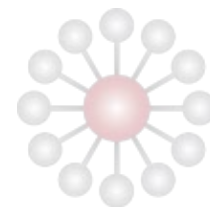
La discusión de la reforma a la legislación de medios, que inició en 2001 y que a la fecha no ha culminado, ha atravesado por cuatro etapas.

La primera inició en marzo de 2001, cuando el Gobierno Federal convocó a la Mesa de diálogo para la reforma integral de la legislación de los medios electrónicos, en cuya segunda sesión se le otorgó un lugar a un representante de los más de cincuenta grupos sociales interesados en la materia. Este representante fue la Dra. Alma Rosa Alva de la Selva, catedrática de la UNAM.

La discusión en esta temática se llevó a cabo en tres niveles, dos pertenecientes al ámbito formal, de acuerdo a la convocatoria gubernamental (siete grupos de trabajo¹ y la mesa general), y uno en la base de las organizaciones de la sociedad civil. La dinámica de las reuniones entre las organizaciones ciudadanas, dependía de la temática y realización de las siete mesas. En este sentido había un grupo de cinco o seis representantes por temática, quienes trabajaban en una reunión cada semana, previo intercambio de materiales, que apoyaban la discusión y se encaminaba a la toma de decisiones que tenían el objetivo de que quienes asistieran a las mesas como representantes de las organizaciones ciudadanas expusieran las propuestas de manera clara y sin ambigüedades.

Esta dinámica se vio finalizada cuando el 10 de octubre de 2002 apareció publicado en la edición vespertina del Diario Oficial de la Federación, el nuevo Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión, así como el Decreto por el que se autoriza a la

1. Principios Fundamentales, 2. Jurisdicción y Competencia, 3. Participación Social y Derechos Ciudadanos, 4. Concesiones y permisos, 5. Programación, 6. Medios del Estado, y 7. Competencia Económica.



Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago del impuesto que se indica. Este último es en donde se abroga el anterior acuerdo del 1 de julio de 1969, donde se estableció el impuesto del 12.5% de tiempo aire puesto a disposición del Estado, reduciéndolo a 1.5%.

Tras este hecho, los trabajos que se realizaban en la Mesa de diálogo perdieron su objetivo, por lo que la mesa fue disuelta. La acción posterior de los grupos de la sociedad civil fue recuperar los consensos alcanzados hasta entonces y continuar en la redacción de un anteproyecto de iniciativa de ley.

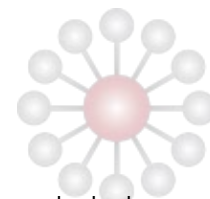
El proyecto elaborado por los grupos de la sociedad civil no podía ser presentado directamente como una iniciativa ciudadana, pues esa figura no está contemplada en la Constitución², por lo que se decidió que todas las organizaciones ciudadanas involucradas suscribieran el documento y se entregó a la Comisión de Comunicaciones y Transportes y a la Comisión Especial para la Reforma del Estado del Senado de la República el día 4 de diciembre de 2002, donde la hicieron suya los entonces senadores Javier Corral (quien además era el presidente de la Comisión de Comunicaciones y Transportes) y Raymundo Cárdenas, quienes la presentaron en el Pleno con el apoyo de 53 senadores más el día 12 de diciembre.

² De acuerdo con el artículo 71 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, sólo pueden presentar iniciativas de ley, el Presidente de la República, los Diputados y Senadores y las legislaturas de los Estados. Aunque la figura de iniciativa popular sí existe en algunas entidades como Jalisco.

Sin embargo, debido al choque de interés entre los grandes grupos de radiodifusión y el contenido de la iniciativa, la discusión se volvió lenta y el proceso se paralizó, hasta que casi tres años después, cuando los empresarios se dieron cuenta que la legislación caduca no les permitía avanzar, y la parálisis en la discusión no conducía a nada, Televisa impulsó una iniciativa de reforma a la Ley Federal de Radio y TV (LFRT) y a la Ley Federal de Telecomunicaciones (LFT) en la Cámara de Diputados, iniciando así una segunda etapa en este proceso.

El día 22 de noviembre de 2005 los diputados Miguel Lucero Palma, del grupo parlamentario del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y Javier Orozco del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), presentan una iniciativa para reformar diversos artículos de la LFRT y la LFT. Esta iniciativa se aprobó en las Comisiones unidas de Comunicaciones y Radio, Televisión y Cinematografía el día 29 de noviembre, y fue aprobada por unanimidad en la sesión del Pleno el día 1 de diciembre, esto es en tan sólo 9 días, cuando la iniciativa del Senado había estado trabada por casi tres años.

Tanto los senadores que impulsaban la iniciativa ciudadana, como las propias organizaciones sociales impidieron que la minuta que llegaba a la Cámara alta tuviera el proceso anterior, por lo que obligaron a la realización de una serie de consultas, donde participaron expertos técnicos en la materia



y sobre los contenidos legales y sociales del documento. Además, se estableció una discusión pública a través de los medios impresos de circulación nacional y en paneles de discusión en instituciones educativas y organizaciones privadas interesadas en la temática, pero finalmente el poder de convencimiento de Televisa, sumado a los intereses de la elección presidencial del año 2006, lograron que la minuta fuera aprobada en sus términos el 31 de marzo, con una votación de 81 a favor, 40 en contra y 4 abstenciones.

No es necesario abundar en señalar que esta reforma beneficiaba a Televisa y perjudicaba a sus competidores, incluso a los de la misma familia del presidente de la televisora que tenían negocios en la radio comercial. En este sentido, era obvio que se trataba de una reforma que sólo beneficiaría a unos cuantos, por lo que un grupo de 47 Senadores encabezados por Javier Corral, Raymundo Cárdenas y Manuel Bartlett, interpusieron una acción de inconstitucionalidad ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación en el mes de mayo de 2006.

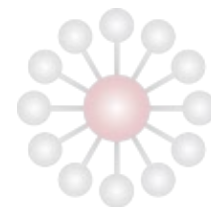
La tercera etapa de discusión de este proceso inicia en el mes de mayo de 2007, cuando la Corte señala que discutirá en Pleno el dictamen (ponencia) de la acción de inconstitucionalidad, por lo que se llevaron a cabo nueve sesiones, dos de ellas de consulta con expertos técnicos, finalizando el debate en los primeros días del mes de junio con el resultado de la declaración de inconstitucionalidad de varios artículos de la reforma, entre ellos los que beneficiaba en mayor medida a Televisa.

En esta proceso de la tercer etapa, la sociedad civil se mantuvo al margen, debido a que era un asunto estrictamente judicial. Pero más adelante estos grupos volvieron a cerrar filas para constituir el Frente Nacional por una Nueva Ley de Medios en el mes de febrero de 2008, al mismo tiempo, también participaron en las sesiones del Grupo Plural, creado por el Senado de la República para los trabajos de una nueva ley de medio.

A pesar de que se llevaron a cabo 22 reuniones, esta arena fue más acotada que en ocasiones anteriores, y si bien se contaba con el material suficiente para redactar una iniciativa de reforma, “en ese momento no se tenían los votos necesarios para sacar adelante ningún dictamen en esta materia”³. En el periodo de junio de 2007 a diciembre de 2009, se presentaron en ambas cámaras cerca de 40 iniciativas de reforma a la LFRT y otro igual para reformar la LFT.

La cuarta etapa de discusión inició el 8 de diciembre de 2009, con la presentación de la iniciativa para reformar la LFRT, presentada por el Senador Carlos Sotelo, y cuya redacción, en su mayor parte es retomada de las conclusiones del Grupo Plural. Esta iniciativa fue dictaminada junto con las dos propuestas por el Senador Manlio Fabio Beltrones. El dictamen de la comisión contiene dos puntos polémicos: la prórroga automática de concesiones y los llamados combos, esto es, otorgar frecuencias en FM a los concesionarios de AM durante la transición digital.

3 Participación de Santiago Creel en el Foro La Ley de Medios: ¿Esperando a Godot?, 3 de diciembre de 2008, Feria Internacional del Libro de Guadalajara.



Estos dos temas reactivaron la discusión en grupos de académicos y de la sociedad civil, así mismo impulsaron la presentación de la iniciativa para crear la Ley Federal de Telecomunicaciones y Contenidos Audiovisuales, presentada por el Diputado Javier Corral y por el Senador Gustavo Madero, el 8 de abril de este año, en ambas cámaras respectivamente. Sin embargo, el periodo ordinario de sesiones se terminó el día 30 de abril, sin que pudiera emitirse el dictamen de esta iniciativa.

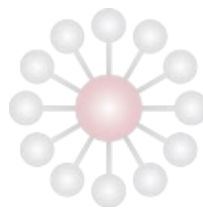
Como conclusión podemos señalar que si bien, como se comentó al inicio, la sociedad civil como concepto y como objeto de estudio ya estuvo de moda en algún tiempo, la participación de estos grupos en la discusión de la reforma a la legislación de medios (y la de otros grupos en otras discusiones), han aportado elementos que demuestran su dinamismo y evolución:

1. Si bien la invitación a un representante de los grupos de la sociedad civil se debió más al compromiso para legitimar el slogan del nuevo partido en el gobierno, estas organizaciones demostraron tener la suficiente madurez para debatir las propuestas e incluso para redactar una iniciativa de reforma a la legislación en la materia.

2. Afirmo que tanto estos grupos, como otros en otras temáticas, se diferencian de otros autodenominados como sociedad civil, al lograr llevar sus propuestas a la discusión de la agenda pública.

3. En la discusión de la reforma a la legislación de medios la participación de los grupos de la sociedad civil fue constante, lo que demostró su madurez como asociaciones, por el contrario el espacio deliberativo mostró que no tiene un desarrollo ascendente, y que en ocasiones es regresivo, lo cual puede observarse en el desarrollo de las cuatro etapas de la discusión.

4. Para continuar en esta cuarta etapa de discusión, los grupos de la sociedad civil deben fortalecer el intercambio de información sobre este tema, pero quizás lo más importante, incorporar a actores con los que no se ha participado de manera “tradicional”. Si bien la sociedad civil se ha desarrollado de acuerdo a las características mencionadas desde la perspectiva teórica, sí se debe de hacer énfasis en una deliberación con la mayor parte de actores involucrados en la temática.



Bibliografía

Aguilar, Luis F.

- 2007 “El papel de la sociedad civil en el diseño de políticas públicas”, en: Secretaría de Gobernación, Cultura política y participación ciudadana en México antes y después del 2006, Secretaría de Gobernación, México.

Álvarez, Lucía

- 2004 La sociedad civil en la ciudad de México. Actores sociales, oportunidades políticas y esfera pública, México, UNAM-Plaza y Valdés.

Arditi, Benjamín

- 2005 ¿Democracia post-liberal? El espacio político de las asociaciones, Editorial Anthropos-UNAM, México.

Chávez Carlos

- 2005 “Sociedad civil y tercer sector en la discusión del segundo circuito de la política”, en: Arditi, Benjamín (ed) ¿Democracia post-liberal? El espacio político de las asociaciones, Editorial Anthropos-UNAM, México.

Dagnino, Evelina; Olvera, Alberto, Panfichi, Aldo

- 2006 La disputa por la construcción democrática en América Latina, Fondo de Cultura Económica-Ciesas-Universidad Veracruzana, México.

O'Donnell, Guillermo

- 2004 La Democracia en América Latina. Hacia una democracia de ciudadanos y ciudadanas. El debate conceptual de la democracia, Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo, Perú.

Olvera, Alberto

- 2003 Sociedad civil, esfera pública y democratización en América Latina, México, Fondo de Cultura Económica.

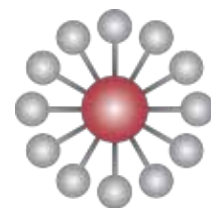
Ramírez Sáiz, Juan Manuel

- 2003 “Organizaciones cívicas, democracia y sistema político”, en: Aziz Nassif, Alberto 2003 (Coordinador), México al Inicio del Siglo XXI: democracia, ciudadanía y desarrollo, México, Miguel Ángel Porrúa-CIESAS

Sobre el autor:

Israel Tonatiuh Lay Arellano.

Doctor en ciencias sociales por la Universidad de Guadalajara, profesor invitado del Centro de Estudios de la Comunicación, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, para realizar estancia posdoctoral, con la investigación “El desarrollo de los conceptos de sociedad civil, poderes fácticos y democracia deliberativa en México”; autor del libro “Análisis del proceso de la iniciativa de Ley de la Industria Cinematográfica de 1998”.



Capítulo 10. Derechos Humanos, Género y Comunicación



Hermila Galindo, primera candidata a diputada federal en México y primera Censora legislativa

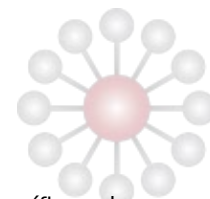
Rosa María Valles Ruiz
Rosa María González Victoria
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Resumen: En diversas fichas biográficas se afirma que Hermila Galindo (1886-1954) fue la primera congresista mexicana. Sin embargo, no existen registros en la Cámara de Diputados que avalen históricamente dicha aseveración. Si no obtuvo una curul, ¿Realizó campaña? ¿Cuáles fueron las características de ésta en un contexto social en que la participación política de la mujer era prácticamente nula? Un exhaustivo rastreo en la Hemeroteca Nacional y en el archivo personal de Rosario Topete Galindo, la hija de Hermila Galindo, permitió precisar que Galindo fue la primera candidata a diputada federal aunque no ganó los comicios. Permitted, asimismo, reconstruir la campaña realizada entre febrero y marzo de 1917 en el V Distrito electoral de la ciudad de México, trabajo que se presenta en este artículo.

Hermila Galindo Acosta nació el 2 de junio de 1886 en la ex hacienda de Avilés, municipio de Lerdo, Durango. Su madre, Hermila Acosta, falleció a los tres días de haber parido a su hija, quien fue criada por Ángela Galindo, hermana de Rosario Galindo, padre de Hermila. La joven estudió para telegrafista además de taquigrafía y mecanografía, hecho este último que le fue de gran utilidad e incluso marcó el derrotero de su vida. En 1902, cuando tenía 16 años de edad, tomó en taquigrafía un discurso pronunciado en Torreón, Coah. por el abogado Francisco Martínez Ortiz, quien criticó a la dictadura porfirista. El alcalde del lugar, Miguel Garza Aldape, recogió el original al orador. Hermila pasó a la máquina de escribir el discurso tomado

en taquigrafía y el texto circuló por Torreón y Durango.

En esas fechas llegó a Torreón, Benito Juárez Maza, hijo del benemérito Benito Juárez García. Supo de la acción de Hermila y junto con otros correligionarios, la invitó a incorporarse a la lucha contra Porfirio Díaz. Posteriormente, Hermila se adhirió al Club "Abraham González", en el cual se formó ideológicamente. Las ideas de John Stuart Mill, August Bebel, Herbert Spencer, Clara Zetkin, Alejandra Kollontai y Flora Tristán, entre otros, nutrieron el pensamiento de Hermila, cuya labor destacó a nivel tal que fue nombrada



oradora del Club y dio la bienvenida a la ciudad de México, en diciembre de 1914, a Venustiano Carranza, quien erigido en Primer Jefe del Ejército Constitucionalista, entró triunfante a la capital del país, tras haber derrocado a Victoriano Huerta. El discurso vibrante y emotivo de Hermila impactó al Primer Jefe, quien la nombró secretaria encargada de su correspondencia personal.

En esa posición de privilegio, Hermila marcó con claridad sus intereses: el feminismo expresado en la emancipación de la mujer de todas las tutelas que la sujetaban hasta entonces, y la difusión del Constitucionalismo enarbolado por Carranza. Creó consejos feministas en varias entidades del país, estableció vínculos con las más connotadas mujeres de América Latina, Estados Unidos y Europa y fue enviada especial del presidente Carranza a La Habana, Cuba, donde dio seis conferencias sobre la política carrancista. Además, fundó y dirigió desde 1915 hasta 1919 el semanario *Mujer Moderna*, en el cual plasmó sus ideas.

En enero de 1917 envió un sólido alegato a los legisladores reunidos en Querétaro, en lo que se conoció como el Constituyente de 1917. El objetivo: demandar el derecho al voto para la mujer. Para Galindo, las obligaciones de las mujeres, como miembros de la sociedad, contribuyentes e integrantes del aparato social, les daba el derecho de ejercer sus derechos políticos, en especial el derecho al sufragio. Sólo cuando las mujeres tuviesen acceso al voto, consideraba, podrían organizarse para defender sus intereses, los intereses de sus hijos y los de la humanidad. Sólo con el voto podrían las mujeres combatir la prostitución, el alcoholismo, la delincuencia y la criminalidad de los niños y jóvenes. (*Mujer Moderna*, 1917: 2-7).

Para ella, la igualdad ciudadana de las mujeres era un asunto de estricta justicia.

La última semana de noviembre de 1916 se

trasladó a Querétaro con el objetivo específico de promover su propuesta de voto para la mujer. La finalidad de su viaje, declaró al periódico *La Opinión de Querétaro*, era someter a la consideración de la Asamblea Constituyente la iniciativa al voto de la mujer “cosa que juzgo dentro de los ideales revolucionarios y que exige la época porque atravesamos”. (*Mujer Moderna*, 1916:5)

Remarcó:

En países que se conocen como adelantados, la mujer está obteniendo de las legislaciones respectivas el mencionado derecho político, y para más, es bien sabido de todo el mundo que lee, que recientemente en los Estados Unidos ha descollado por sus aptitudes políticas la Srita. Jeannette Rankin, diputada por Montana, a la que se consideró como posible candidato a la Presidencia de la Cámara de Representantes... (Ibídem)

Cuando le preguntaron si encontraría apoyo en los diputados, Hermila expresó que sí ya que entre los diputados había “no pocos, eminentemente cultos y de un espíritu amplio de justicia para proceder sin prejuicios”. (Ibídem)

A la pregunta ¿No cree usted que al concederse el voto a las mujeres, volverá a ser de nuevo incontestable la influencia del clero? Hermila contestó:

Precisamente. En México la mujer siempre ha sido un instrumento del clero y si el Constitucionalismo obra cuerdamente, puede arrebatarse esa fuerza, pues como dijo un pensador: “Si sabio es el ingeniero que aprovecha la fuerza oculta en un salto de agua, es



más sabio el legislador americano, que está aprovechando la inmensa fuerza oculta en el pensamiento y en el corazón de la mujer”.(Ibídem).

En algunos textos consultados se afirma que la iniciativa enviada por Hermila Galindo a los constituyentes de Querétaro fue firmado también por Edelmira Trejo de Mellón. Sin embargo, no se constató esto último. En la publicación dirigida por Hermila, el texto sólo se registra la firma de Galindo.

Éste es un fragmento del texto enviado al Congreso de Querétaro.

La nación y el mundo entero están pendientes de vuestras labores, señores diputados, y yo espero de ese nuevo código (la Constitución) que estará confiado a vuestro patriotismo y equidad como representantes populares formándose partidos políticos con aspiraciones legítimas sin óbices personalistas para que la mujer mexicana, que no se ha excluido en la parte activa revolucionaria, no se le excluya en la parte política y que, por lo tanto, alcance de la nueva situación, derechos siquiera incipientes, que la pongan en la senda de su dignificación, de al que en gran parte dimana la dignificación de la patria.

Sería una injusticia grave, cometida por el Congreso Constituyente, que dejara a la mujer en el mismo grado de infelicidad en que hasta hoy se ha encontrado en lo que respecta a sus derechos políticos. Y hay que tener en cuenta que lo que

pide la mujer es un derecho legítimo de acuerdo con la civilización [...] (Mujer Moderna, 1917: 2-7)

Mencionó también el deseo manifestado por el presidente Carranza de que la revolución constitucionalista sirviera de ejemplo a todas las naciones de la tierra. No se concebirá tal ejemplo, subrayó, si se exime a la mujer de la parte que le corresponde relativa a sus derechos políticos que puede conquistar por sus propias aptitudes, cuanto más cuanto que la acción política del sexo femenino en los tiempos que corren se considera como una necesidad del progreso mundial.

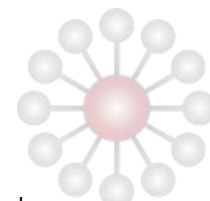
Voto restringido no universal

Subrayó que pedía el voto restringido para la mujer no el universal y reflexionó:

Como no pierdo de vista las condiciones del país en que se legisla, no vengo a pedir para la mujer el sufragio universal, sino el sufragio restringido pues de acuerdo con lo que dice Stuart Mill, pienso que es más bien perjudicial que beneficioso para una nación que se declare con igual derecho político a la ignorancia que a la ilustración; pero también considero y en ello tienen que convenir las personas de criterio liberal, que la forma más a propósito de educar a la mujer para las prácticas democráticas es el constante ejercicio de las libertades políticas.(Ibídem)

Y precisaba:

Por lo tanto, el derecho del voto debe ser restringido, debiendo concedérsele únicamente a las mujeres de cultura eficiente y que aporten al mismo tiempo



el conglomerado de sus actividades en cualquiera de las ramas de la ciencia, de la industria, del comercio, de la administración pública, etc. ¿No es la función la que crea el órgano? A la aptitud para la función del voto, llegará la mujer ejercitándola por etapas, comenzando por las elecciones municipales como dice Martínez Sierra. (Ibídem)

Alertaba a los legisladores de la importancia de su decisión en cuanto al sufragio femenino:

Deben tener presente para que pesen y midan el paso que van a dar en este asunto, que su fallo pasará a la historia ya glorificándolos ya restándoles esa gloria que no es pasajera como la de los artistas de tablado que termina con la falta de aptitudes orgánicas por la decrepitud u otras causas...

El Constituyente de 1917 no tomó en cuenta la petición de Hermila y el artículo 34 constitucional quedó igual a como estaba en la Constitución de 1857: Son ciudadanos de la República todos los que teniendo la calidad de mexicanos reúnan además los siguientes requisitos: haber cumplido 18 años si son casados o 21 si no lo son y tener un modo honesto de vivir, es decir, no se negaba pero no se especificaba que quienes tenían el derecho de votar y ser votados eran ciudadanos y ciudadanas. En los hechos se excluyó a las mujeres. No había ningún movimiento colectivo ni inquietud sobre el derecho al voto, consideraron los legisladores. Empero en 1915 ya se había abordado el tema en un Primer Congreso Feminista y en 1916, en Yucatán a principios y finales del año se realizaron otros dos congresos en los que el tema fue

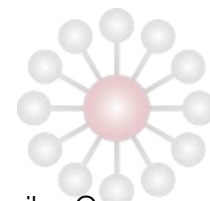
motivo de discusión, aún cuando no hubo consenso. Entre las correligionarias de Hermila sobresalieron Salomé Carranza y Elena Torres, quienes estaban convencidas de la importancia de lograr el derecho al sufragio.

La campaña

Los resultados negativos no minaron el ánimo de Hermila. Aunque no se especificara en el artículo 34 constitucional que “ciudadanos” eran hombres y mujeres, ella dio por hecho que sí y presentó su candidatura a diputada federal por el V Distrito electoral de la ciudad de México. Un grupo de adeptos le ofreció hacerlo por el VIII pero ella desdeñó esto último porque le pareció que allí no había rivales “de peso”. Argumentó:

En el 8º no tendría más competidor de alguna importancia que el licenciado don Jesús Acuña, quien careciendo por completo de partidarios, sería fácilmente derrotado por mí sin honra ni gloria; y como yo deseo que si el voto de mis ciudadanos me eleva a tan alta representación sea en un torneo de iguales proporciones, donde tenga adversarios cuya capacidad mental y cuyo prestigio cívico den lustre y brillo a mi triunfo, si éste es logrado, o ennoblezca mi derrota, si ésta llega, no he vacilado ni por un momento, en aceptarla por el primero de dichos distritos. (Mujer Moderna, 1917: 7)

No se encontraron documentos en los cuales se precise la duración exacta de las campañas electorales para diputados. La reconstrucción de la



contienda, en el caso de Hermila, se registró vía los diarios de la época (El Universal, El Demócrata, El Nacional) y las notas asentadas en el semanario dirigido por Hermila, durante los meses de febrero y las dos primeras semanas de marzo ya que el 11 de marzo fue el día de las elecciones, no sólo para diputados federales sino también para senadores y Presidente de la República. Se deduce que las campañas eran muy cortas ya que el 20 de febrero El Universal da cuenta de que Hermila será candidata a diputada lo cual indica que la petición del voto no llegaba a 20 días.

Destaca en la campaña para la diputación federal las actividades y posiciones de hombres a favor de Hermila, como Fernando Blumenkron, quien en un mitin en el Jardín San Fernando, pidió el voto para Hermila y expresó su confianza de que Hermila, en la Cámara, defendería “los sagrados intereses de las madres y de los tiernos niños, en todas las leyes que les afecten en defensa de la robustez y de la energía de la raza”.

Podría pensarse que otras mujeres apoyarían a Hermila. Empero, hubo quienes se burlaron de su candidatura y cuando tuvo la osadía (para aquel entonces) de pedir el voto para la mujer, le recomendaron buscar novio “que la haga ver cuán equivocada ha vivido hasta hoy, quitando el tiempo a los políticos y viviendo como parásito”.

La candidatura de Hermila Galindo no recibió grandes espacios aunque sí se registró en periódicos importantes de la época, sobre todo aquellos que se declaraban adictos a la causa constitucionalista. El Universal, dirigido por Félix Palavicini abrió lugar al insólito acontecimiento

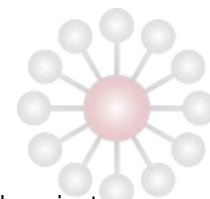
representado por la candidatura de Hermila. Con la cabeza “Hermila Galindo candidato a diputado al Congreso de la Unión y el subtítulo “Es postulada por el 8º distrito electoral del D.F.”, el diario publicó el 20 de febrero de 1917 una nota en la cual se registra que la agrupación política “Juventud Femenil Revolucionaria”, acordó dar su voto a Hermila como aspirante a diputada a Hermila Galindo, “muy conocida en nuestro país por sus convicciones liberales”.(El Universal, 1917: 10).

Se aclaraba: La Constitución promulgada el 5 de febrero no priva a la mujer del voto ya que establece en su artículo 34 que son ciudadanos de la República todos los que, teniendo la calidad de mexicanos, reúnan además los requisitos de haber cumplido 18 años siendo casados y 21 si no lo eran, y tener un medio honesto de vivir.

Además, se agregaba, en el artículo 35 se prevenía que los ciudadanos podían además de votar en las elecciones populares, ser votados para los cargos de elección popular y ser nombrados para cualquier empleo o comisión, por lo que “teniendo las calidades que establece la ley, la Srita Galindo no está privada para asistir al Congreso de la Unión, en calidad de Diputado por el 8º distrito del D.F.”(Ibídem)

Con la cabeza “Para diputado” y el balazo “La Srita. Galindo opina sobre su Candidatura”, el 21 de febrero, El Universal (1917: 10) publicó un reportazgo, como le denominaban entonces al género. La información se presentó como entrevista de la que se transcriben algunos fragmentos.

Tras afirmar que efectivamente un grupo de damas queretanas le pidió se presentase como candidata



a diputada por algún distrito electoral de la ciudad de México y ella aceptó, el periodista (reporter se les conocía entonces con el nombre de “réporter”) le hace ver que la mujer no tiene derecho a votar ni a ser votada según lo decidió el Congreso Constituyente de Querétaro. Hermila contesta:

—Tengo que advertir a usted que mi petición (al Constituyente) no fue en el sentido de solicitar un derecho que ya tenemos concedido por los Constituyentes del 57, sino a la limitación de ese derecho, concediéndose únicamente a las mujeres profesionistas, que se bastan a sí mismas y que aportan el contingente de su cultura para la buena marcha y el Progreso de Nuestra Carta Magna dice que todos los mexicanos deben votar, y no hay en ella ningún artículo que excluya a la mujer considerándola como cero social ajena al engranaje de la marcha evolutiva del Estado, ni como un ser irracional incapacitado para evolucionar en el ritmo de la vida humana.

—Por lo demás, no ha llegado hasta hoy a mis noticias que los hombres mexicanos, con la clarividencia de que hace gala, sabiendo con anticipación que sus esposas van a dar a luz mujeres, las envíen a África o a la Conchinchina, para que esos productos serviles no vean luz en el territorio mexicano. Y ahí volviendo al Congreso Constituyente, debo decir a usted que, según noticias que tengo, mi petición fue recibida con aplauso, no por vulgum pecus del que nunca he llegado a preocuparme, sino por los connotados intelectuales que ahí también había, y cuya voz fue la única que debió escucharse en el recinto de la gran Cámara. Sucedió que mi asunto se dejó para lo último y como, cuando llegado este momento, ya los Constituyentes estaban ansiosos por regresar a sus hogares, no estimaron conveniente ocuparse de mi citada iniciativa. Según mis noticias, a gritos

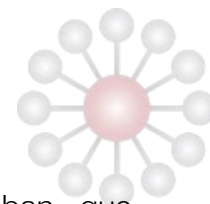
y patadas impedían que se hablara de ciertos asuntos, no admitiendo en el caso mío que varios distinguidos diputados hicieran la defensa de mi petición, explicándoles, hasta hacerlos entender, el porqué de ella, y parece que lo único que les deleitaba tratar era lo que se refiriera a los frailes, dado que padecían una clerofobia tan extraordinaria muchos de los diputados de la derecha, que veían curas por todos lados. Y tan es esto así, que el artículo 27 que era uno de los problemas de importancia más trascendental, fue tratado con toda festinación.

“Razonando con seriedad...”

El reportero observa que “ha causado sensación” la noticia de que las mujeres puedan en lo sucesivo, no solamente votar, sino también ser votadas pero que “razonando con seriedad”, inquiriere: ¿No le parece a Ud. que eso sería poner en grave peligro los destinos de la Patria, dado que las mujeres son una gran mayoría, esencialmente ignorantes, y, por lo tanto, fácilmente sugestionables por el clero ó por los pastores protestantes?

Esos argumentos, contesta Hermila, son pueriles. No obedecen sino a prejuicios y egoísmos propios del ambiente de servilismo en que hemos vegetado hasta hoy y que cortan y limitan los sentimientos y aspiraciones de la mujer.

¿Por qué no recordar a la antigua Esparta, inmensamente gloriosa por el heroísmo de sus mujeres, y por qué no rememorar también en tiempos más modernos, a Juana de Arco, libertadora de su país, y a Madame Roland, alma de los Girondinos y faro supremo de la Revolución Francesa y Madame Stäel, inspiradora de Necker



y concretándonos a nuestro país, a la corregidora de Querétaro, que salvó y apresuró la revolución de nuestra Independencia; y a Leona Vicario -que como la reina Isabel de España, que fue la única en comprender y proteger el genio de Colón,- también ella vendió sus alhajas, para proporcionar armas y parque a nuestros abuelos insurgentes, y tantas otras ilustres mujeres que me callo para no cansar a Ud.

“A Hermila la seguiría una romería de viejas”

Por lo demás, subraya, no me causa extrañeza el criterio de Ud. para juzgar así, dado que hasta a mi inteligente amigo el Sr. Dr. Luis Rivas Iruz, que en estos momentos ocupa nada menos que la presidencia del Centro Democrático Electoral, le impresionó de tal manera la noticia de la candidatura que se me ofrecía, que estando yo en el Palacio de Querétaro conversando con algunos amigos, se acercó a nosotros y dirigiéndose a mis compañeros les dijo: “¿Qué les parece a Uds?”

¡¡ La Srita. Galindo va a lanzar su candidatura como diputado al Congreso de la Unión !! A lo que uno de los oyentes contestó: ¿Y por qué le alarma tanto a Ud. eso? “Pues ahí es nada, contestó el referido doctor. Yo aseguro a Ud. que si Ud. lanza su candidatura por el mismo Distrito que la Srita. Galindo, mientras que con dificultad conseguiría Ud. 20 hombres que vayan a llevarle su voto, de seguro que por la señorita irá una romería interminable de viejas!” Yo hice ver inmediatamente al Dr. Rivaz Iruz que por una vieja estaba él en el mundo sirviendo a la democracia y no proseguí hablando, porque afortunadamente para mí, los señores que me acompañaban, recordando sin duda, a aquélla mujer, “en cuyo seno bebieron el dulcísimo néctar de la vida, y en cuyo regazo

reposaron su cabeza, que los acariciaban, que los oprimían contra su corazón, que besaba sus frentes, que enjugaba sus llantos que los mecía en sus brazos al eco de una balada de amor, “ se encargaron de refutarlo.

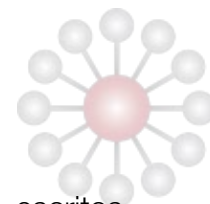
Opino, y esto es cuestión de pura Lógica elemental, recalcó Hermila, que si la mujer tiene iguales necesidades que el hombre, tiene y debe tener indefectiblemente los mismos derechos que él, tanto políticos como sociales; que si el hombre tiene opción a los puestos públicos ¿qué razón hay para que no los tenga la mujer?

Lo contrario sería establecer una desigualdad que repugna a la naturaleza de la cuestión y que ningún precepto legal autoriza, relegando a la mujer a la categoría de un mueble ó de una cosa inútil

Escuela laica Vs. clericalismo

En cuanto a la catolicidad de la mayor parte de las mujeres, advirtió Hermila al reportero, que los hombres católicos también eran muchos, y a nadie se le había ocurrido privarlos del derecho de votar o de entrar a desempeñar por este motivo un puesto público.

Por lo demás, y finalmente, la influencia de la mujer es tan eficaz y determinante, aun en el seno mismo de la reclusión del hogar, que la historia de hoy nos confirma, que en la aciaga dominación porfiriana, y particularmente por lo que respecta a la religión, nuestro país estuvo gobernado por una mujer...y



está por demás decir que en cada hogar existe un Porfirio Díaz en embrión, y una Carmelita en acción. Créame Ud. Señor repórter, para evitar el mal secular del clericalismo, sólo existe un remedio: La Escuela Laica! ¡Todo lo demás, es mentira! (Ibídem)

En la edición de El Universal (1917:9) del 3 de marzo se refiere a la candidatura de Hermila, a quien califica como “prestigiada intelectual” y pregunta: ¿Quién no conoce, a la simpática y ardorosa partidaria y propagandista del Constitucionalismo?” Opina que las giras de Galindo por todo el país, le han dado “envidiable renombre”. Sin embargo, su pretensión de ser electa diputada ha sido materia de asombro “y no en empecatados retrógrados, sino en correligionarios de la buena causa, que miran en ello, con la mejor buena fe, no pocos peligros, precisamente para el triunfo de la magna obra”. Califica a Hermila como mujer de élite, “fornada de una briosa propugnadora de los nobles ideales” y califica de legítimos sus afanes con una curul en la Cámara de Diputados. (Ibídem)

En El Independiente (1917: 3)^{1*} del 8 de marzo se registra la postulación de Hermila como candidata a diputada. Galindo –se comenta- ha publicado en la prensa de la capital entrevistas, artículos y cartas en que sustenta la legitimidad de su derecho para esta postulación, y con la solidez de

1 ^{*} *El Independiente* fue fundado en febrero de 1913 por el lic. Enrique Torres Torija y Luis del Toro. Luis Reed Torres y María del Carmen Ruiz Castañeda (*El periodismo en México: 500 años de historia*, p. 272) inscriben a este diario en el bloque de la prensa que apoyó a Victoriano Huerta. Se distinguió, afirman, “por la vulgaridad de sus ataques a la Revolución y sus halagos desmedidos a Huerta, acusa al resto de la prensa capitalina de servilismo y prostitución”.

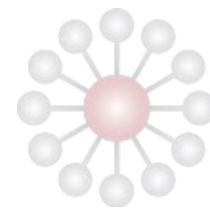
sus argumentos y la ilustración de sus escritos, demuestra prácticamente su capacidad para ocupar el puesto de que se trata, “con mejores probabilidades de hacer obra útil, que muchos hombres ignorantes y sin antecedentes de ningún género que van a los Congresos no sabemos porqué milagrosas combinaciones políticas”. (Ibídem)

Tuvo adeptos y simpatías aunque no todo fue luminosidad en su camino. Abundaron las críticas al paso decidido por ella. En el diario “La información” (citado en la revista de Hermila) le advierten que ni siquiera va a poder ejercer el voto porque le desecharán su credencial. El propio título del artículo es burlón: “El Diputado Consorte”.

La respuesta es abrupta y enérgica, de mujer dispuesta a pelear. Con el título “La Srita. Galindo no llorará si le desechan su credencial”, a través de su semanario, la activista escribe el 29 de febrero al Sr. Heriberto Barrón, director del diario El Pueblo señalando que se dirige a él porque “es el efectivo director” del periódico La Información y se queda “porque han denigrado de la manera más cruda e irracional la campaña política que a bien tuviera llevar a cabo cualquier persona de mi sexo”. (Mujer Moderna, 1917: 7).

Este tour de force no minó los esfuerzos de la candidata, quien continuó sus arengas a favor del feminismo nacional e internacional y de lo que consideraba “la buena nueva” del gobierno constitucionalista.

El 9 de marzo de 1917 en el periódico El Nacional se publica una nota que da cuenta de las actividades proselitistas de Hermila. Se registra un mitin de adhesión en el jardín San Fernando en el cual participa José Becerra, quien exclama:



¡Grande es el siglo porque tiene a Chateaubriand y a Madame Stäel!

Los simpatizantes de Hermila recorren varias calles de la ciudad hasta llegar al jardín. Allí escuchan a la aspirante a diputada y al señor Becerra quien califica a los tiempos que corrían como grandiosos “porque cuentan con el genio español de la Pardo Bazán^{2*}, que ha entrado triunfadora en la Academia y que vale por todos los académicos.”

Estamos en vísperas –agrega- del gran día electoral de la República Mexicana, que con el patricio señor Carranza por timonero, dobla ya por el cabo de las tormentas y entra de lleno en el golfo azul de su porvenir.” (Ibídem)

Palmas y rosas de victoria

Becerra pedía el voto para Hermila y consideraba una “noble osadía” el hecho de ser la primera de entrar en una lucha electoral para el Congreso de la Unión. Esto es por sí solo “un mérito que reclama las palmas y las rosas de la victoria”.

2 * Emilia Pardo Bazán (1851-1921) fue una de las escritoras españolas más eminentes del siglo XIX. Escribió más de 500 obras utilizando una variedad de géneros literarios, aunque se conoce más como novelista. Una de sus mayores contribuciones fue propagar el movimiento literario del naturalismo en España, iniciando un gran debate sobre el tema. Fue una de las primeras feministas de su época. Publicó varios artículos en los cuales denunció el sexismo predominante en España y pidió una educación semejante a la que recibía el hombre. Aún consciente del **sexismo** dentro de los círculos intelectuales, propone a Concepción Arenal a la Real Academia de la Lengua, pero es rechazada; tampoco aceptaría ésta a Gertrudis Gómez de Avellaneda ni a ella (fue rechazada tres veces, en 1889, en 1892 y en 1912. En 1906 llegó a ser la primera mujer en presidir la Sección de literatura del Ateneo de Madrid y la primera en ocupar una cátedra de literatura en la Universidad Central de Madrid, aunque solo asistió un estudiante a clase. <https://www.msu.edu/~wilso122/bazan/>

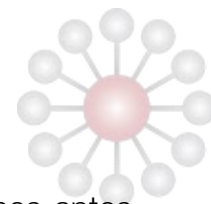
En ese mitin participó también María Luisa Olivier, quien elogió la personalidad de Hermila y pidió el voto para que ocupara una curul. Calificó a la política de “futura gloria mexicana” y de fama bien conquistada que se extendía rápidamente no sólo en el país sino fuera del territorio “porque es la única que hasta hoy y no mirando tropiezos ni sacrificios [...] ha sabido llegar a la cima del engrandecimiento[...](Mujer Moderna, 1917: 4)

La prensa, por otra parte, registra la postulación al 5º distrito electoral como candidato independiente de Manuel Bauche Alcalde, quien destaca ser residente de la colonia San Rafael desde 1915 y tener todos los derechos para que sus vecinos lo elijan su representante. Sin dar nombres se inconforma con los partidos políticos por postular a personas desconocidas “que sólo incidentalmente residen en la capital” pese a que las leyes vigentes exigen cumplir el requisito del lugar de nacimiento del aspirante. “Soy un metropolitano con méritos positivos no un provinciano cuyo Estado natal debería encargarse de confiarle su honrosa representación”, declara al periódico El Pueblo (1917:3), Bauche Alcalde, quien ostentaba el grado de coronel.

Bauche Alcalde descolló como orador maderista. A la muerte de Francisco I. Madero se unió al constitucionalismo. Participó en la Convención Revolucionaria de la ciudad de México en 1914 y un año después fue comisionado por Carranza a Yucatán.

La jornada: El 11 de marzo de 1917

El 11 marzo se realizaron las elecciones para Presidente de la República y legisladores federales (diputados y senadores). La prensa saludó el



acontecimiento con diversos matices. “La República volvió ayer a la vida constitucional” encabezó el periódico El Pueblo (1917:1) en su primera plana. La sección editorial, también en primera, expuso su opinión sobre lo que representaban el papel de las dos cámaras integrantes del Congreso de la Unión. Al referirse al 5º, en el cual contendió Hermila, afirmó que esa demarcación se había destacado por diversas circunstancias, entre ellas por ser “muy populoso”, por tener el mayor número de candidatos para diputados, “por ser las colonias de los aristócratas y por haber contado entre las candidaturas la de una señorita, caso único en la historia de México.” Sin precisar el nombre de Hermila, era obvio que se refería a ella.

El distrito abarcaba un amplio perímetro ya que incluía las colonias Santa María la Ribera, San Rafael, Juárez, Cuauhtémoc, Roma, Condesa y parte de Chapultepec.

La asistencia de los votantes había sido nutrida. Se observó compostura, absoluta libertad y armonía. Sólo con insignificantes excepciones, registraba el reportero.

Podemos asegurar que todos, absolutamente todos los ciudadanos del distrito, desde el más humilde ciudadano hasta el más encumbrado capitalista concurren a depositar su voto.

La crónica no registra ningún incidente por la participación de Hermila, aunque hace constar que “en algunas casillas de la colonia Roma, se presentaron dificultades por las deficiencias del

padrón, pues gran número de ciudadanos aptos no aparecían en las listas.”

El reportero anota la participación de funcionarios relevantes de la administración así como los resultados en algunas casillas: En la Calle Berlín número 7 se presentó el general Cándido Aguilar, Secretario de Relaciones Exteriores y ahí obtuvo 40 votos el general Ernesto Aguirre Colorado contra 19 del ingeniero Francisco Cravioto.

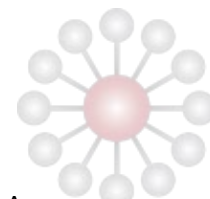
El voto de Álvaro Obregón

En la avenida Chapultepec número 545, votó el secretario de Guerra y Marina, general de división, Álvaro Obregón. Aquí sacó 31 votos Aguirre Colorado, postulado por el Partido liberal Constitucionalista y 16, Francisco Cravioto, candidato del Partido Liberal Constitucionalista,

Según el reportero, en algunas casillas votaron hasta 300 personas y hubo otras donde se llegó hasta mil.

En la calle Velázquez de León, el general Constantino García quiso depositar un “regular número de boletas firmadas por su regimiento” aunque la mesa electoral se lo impidió y se suscitó un escándalo.

Aunque sólo se registró la candidatura de Venustiano Carranza para la Presidencia de la República, hubo algunos votos para otros personajes destacados como los generales Pablo González, Álvaro Obregón, Cándido Aguilar, Salvador Alvarado y Francisco Murguía, así como para los señores Nicéforo Zambrano, Juan



Sánchez Azcona y un voto para los señores David Gutiérrez Allende y Luis Elguero, se comenta en la nota informativa.

Pese a lo insólito del caso y la popularidad de Hermila Galindo, los datos registrados en la prensa hacen ver que captó pocos sufragios. El Pueblo fue el periódico que más espacio dio tanto a la campaña como a la figura de la combativa periodista y profesora. En este diario, el reportero calificó como “dato curioso” que en la casilla de la Calle Córdoba 31, hubo para Hermila Galindo, 12 votos y en la 4ª de Sinaloa, 3, así como también (se supone que una cifra similar) “en algunas de las colonias San Rafael y Santa María la Ribera.” Esta situación, se deduce, se debió a la confusión existente entre las mujeres sobre si podían o no ejercer el voto.

Finaliza la nota afirmando que aun cuando no se conocía el cómputo final, él creía que los candidatos triunfantes para diputados federales propietario y suplente, respectivamente, eran el general Ernesto Aguirre Colorado y el Lic. Ignacio Rodríguez.(Ibídem).

El 13 de marzo El Pueblo abundó en los resultados electorales para diputados por la ciudad de México.¹ Se refirió al 5º distrito y con la cabeza “Los últimos detalles de las elecciones en el quinto distrito”, afirmó textualmente:

Ayer tarde volvimos a recorrer algunas casillas del quinto distrito electoral de la ciudad de México y por los datos recogidos en las mismas, parece que el triunfo se inclina a favor de la candidatura del general Ernesto Aguirre Colorado, para diputado, y para senadores en el

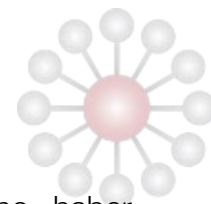
de los señores Juan Sánchez Azcona y licenciado Rafael Zubarán Capmany.

En este distrito, por los datos obtenidos, hemos sabido que pasaron de ochenta los ciudadanos que obtuvieron voto para diputados, aunque las candidaturas que más resaltaron por la mayoría de votos obtenidos, son las de los señores anteriormente anotados, las del ingeniero Francisco Cravioto, para diputado propietario y Rafael Treviño Garza para suplente; la de los señores Feliciano Gil, para diputado propietario y Francisco Valladares, para suplente, y por último también obtuvieron bastantes votos los señores coronel Manuel Bauche Alcalde y Luis Andrade, para propietario y suplente, respectivamente.

La señorita Hermila Galindo, continúa el reportero, “obtuvo un regular número de votos, aunque no tantos como los candidatos anteriores.” Y acota: “Por esta señorita han aparecido en diferentes casillas más de quince votos firmados por señoritas que se presentaron a votar.”

Hermila acepta su derrota

Según los datos disponibles hasta 2009 se creía que Hermila Galindo había ganado la elección y que no había accedido al Congreso porque no se reconoció su triunfo. El acceso a los tomos de Mujer Moderna de los meses de marzo y abril de 1917 y la revisión de los periódicos El Pueblo, El Demócrata y El Universal en el Fondo Reservado de la Hemeroteca Nacional de las mismas fechas, de la jornada electoral del 11 de marzo y los días siguientes, hacen ver que esto no fue así como



se asienta en las notas periodísticas mencionadas. En el número 72 de su revista (*Mujer Moderna*, 1917:9), la propia Hermila Galindo reconoce su derrota. Declara:

Como es bien sabido, y con motivo de la campaña política para la formación del futuro Congreso Constitucional, yo figuré como candidato para Diputado por el 5° Distrito Electoral, habiendo perdido en la elección, ya que después del escrutinio general resulté ocupando el cuarto lugar en un medio en donde jugaron hasta veintiséis candidatos.

[...]Declaro enfáticamente y con sincera convicción que acepto gustosa mi derrota en los comicios últimos, porque entiendo que la primera lección de democracia que se debe dar a los hombres que se dedican tanto en México como en los demás pueblos hispano-americanos, a la política, es la de: “saber perder”.

Las personas singularizadas por una notoria estrechez de criterio, estiman como una desgracia personal perder una elección, y esto se debe a que en muchos casos más bien se procura ocupar un puesto público por obtener beneficios personales que por servir con sinceridad los delicados intereses de la patria. [...]Si hay patriotismo, grandeza del alma y desinterés, sobran medios, ya colaborando con el vencedor, ya por medios indirectos de servir y laborar por los mismos intereses.

Pese a las declaraciones anteriores, Hermila

denunció que bajo el pretexto de no haber empadronado a las mujeres, se había prohibido votar “a gran número de señoras y señoritas que se presentaron a hacerlo en mi favor”. Aclara que ella no se prestó “para obtener un triunfo falso: ganar las mesas por medio de chanchullos que es el sucio recurso a que recurren siempre los que carecen de suficiente popularidad y de suficiente prestigio.”

Comentaba Hermila que había intercambiado impresiones con el general Ernesto Aguirre Colorado, a quien reconocía como “el candidato triunfante”. Hablaron sobre el desarrollo de las campañas y el militar le comentó que en la elección de Manuel Bauche Alcalde para el mismo distrito se habían registrado como sesenta boletas sin la correspondiente firma.

La primera censora legislativa

En el mismo artículo donde acepta su derrota, se erige en Censor (así, en masculino) de las actividades de Ernesto Aguirre Colorado, a quien se le otorgó el triunfo en el V Distrito Electoral. En los siguientes números de su semanario, critica acremente al legislador por no desquitar el sueldo y constituir un “diputado del silencio”. Exige:

Demuestre ante la Nación y el mundo entero que la decena que puntualmente cobra y con la cual opíparamente cena, la gana como todo un parlamentario, que consciente de sus aptitudes aceptó una postulación para servir debidamente los



intereses que se le confiaron y no para exigir impúdicamente el fruto del sudor de un pueblo hambriento y claudicante que a fortiori paga porque no le sirvan.

Más adelante le pide:

En gracia de su flamante apellido “Aguirre Colorado”, símbolo el primero de gallardía invencible y aguerrida, y el segundo, de mocedad eterna y perdurable, QUE HABLE, QUE LUCHE, QUE PRUEBE, QUE RAZONE, QUE ANALICE...”

Fracaso material pero no moral

Sobre la derrota de Hermila se encontraron pocas repercusiones en la prensa. En el semanario que ella dirigía, se publicó en la edición del 30 de junio de 1917 (*MujerModerna*, 1917: 28-30) una carta de la antropóloga Eulalia Guzmán en la cual alaba la decisión de Hermila de aceptar su candidatura para diputado (sic) al Congreso de la Unión por uno de los distritos de la ciudad. Preveíamos, desde luego “como otras muchas”, escribe, “el fracaso material de su candidatura pero nunca el fracaso moral”. Y reconoce: “Todo paso dado en la vía de la evolución humana es una distancia menos que por pequeña que sea, nos acerca al punto ideal de la perfección humana”.

Agrega:

Como bien dice usted, el acto que ha llevado a cabo valientemente, porque ha desafiado con entereza los embates de las preocupaciones, sirve no por su resultado inmediato en las presentes luchas electorales, sino como un precedente que abrirá vía a las que después vengan.

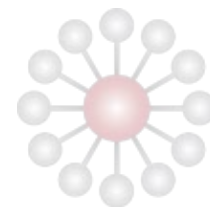
En realidad no son las leyes las que privan de sus derechos a la mujer sino son las costumbres añejas de sociedades insensatas las que la esclavizan, y con actos de valor e intrepidez hay que deshacer lo pasado para entrar de lleno a la vía amplia de una actividad libre y consciente.

Observa que los iniciadores de alguna reforma “o idea grande” no recogen el fruto pero sí son ellos quienes reciben “las ridiculizaciones de los que no están a la altura de comprender la verdad y la justicia”.

Remata: “Pero precisamente porque ha habido iniciadores ha sido posible el progreso en cualquier orden de ideas”.

Carranza, Presidente constitucional

Respecto de la elección presidencial no hubo sorpresas. Como se mencionó, hubo otros generales que obtuvieron votos para la Presidencia aunque sin presentarse como aspirantes. La llegada a la primera magistratura del país de Venustiano Carranza era esperada y el triunfo fue inobjetable. Los periódicos de la época como *El Pueblo*, *El Universal*, *El Nacional* así lo registraron, así como los resultados de las elecciones para diputados y senadores que integrarían la XXVII Legislatura Federal. El Partido Liberal Constitucionalista, fundado en 1916, postuló al Primer Jefe como su candidato y le otorgó todo su apoyo a fin de mantener unidos a militares y civiles. El 1º de mayo de 1917 Venustiano Carranza se convirtió en presidente constitucional. El Poder Legislativo reconocía como jefe a Álvaro Obregón



y, Carranza, desconfiado del partido que lo llevó a la presidencia, no llamó ninguno de sus miembros para formar parte de su gabinete, por lo que se encontró con un congreso que en buena medida obstaculizó o se opuso a sus planes. (www.amoltinterfree.Messico).

Algunos analistas consideran que es a partir de 1917, con Carranza como presidente cuando el país comienza un largo proceso de reestructuración en el que se inicia la creación de instituciones políticas, el fortalecimiento del presidencialismo el reparto agrario, la reglamentación de los derechos de los trabajadores, la participación del Estado en la economía, la creación de un proyecto educativo y la puntualización de las relaciones Estado-Iglesia. “El nuevo Estado surgido de la Revolución fue adquiriendo mayor estabilidad, a pesar de los constantes conflictos políticos, en muchos de los cuales participaron los caudillos revolucionarios. A la larga, el proceso de institucionalización fue ganando terreno, y con ello, la posibilidad de que el país fuese encontrando su propio cauce en todos los ámbitos.”(Ibídem).

El logro más trascendental, evidentemente, fue la promulgación de una nueva Constitución, que en su parte medular, contemplaba conquistas sociales de gran envergadura. La nueva Constitución fue jurada el 5 de febrero de 1917. Algunos estados se demoraron meses y años en adherirse al nuevo Pacto Federal, porque en ellos continuaban los movimientos armados. El último de los estados en reincorporarse a la Federación fue Morelos, que lo hizo en 1930.

Fuentes consultadas:

Colección privada de la Sra. Rosario Topete Galindo.

La Mujer Moderna número 58, diciembre 24 de 1916

Mujer Moderna No. 61, enero 21 de 1917

Mujer Moderna número 66, marzo 4, 1917.

Mujer Moderna número 68, marzo 18, 1917

Mujer Moderna, número 69, marzo 25, 1917

Mujer Moderna número 70, 8 abril 1917

Mujer Moderna número 74, 27 mayo 1917

Mujer Moderna número 75, 30 junio 1917.

Hemerografía

Periódico El Universal, 21 febrero 1917. Fondo Reservado. Hemeroteca Nacional

Periódico El Universal, 3 marzo 1917. Fondo Reservado. Hemeroteca Nacional.

Periódico El Nacional, 9 marzo 1917,. Fondo Reservado. Hemeroteca Nacional

Periódico El Pueblo, 8 marzo 1917, Fondo Reservado. Hemeroteca Nacional.

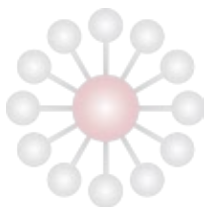
Periódico El Pueblo, 12 marzo 1917. Fondo Reservado. Hemeroteca Nacional.

Periódico El Pueblo, 13 marzo 1917. Biblioteca Digital. Hemeroteca Nacional.

Periódicos El Pueblo, El Demócrata y El Universal, 12 marzo 1917. Fondo Reservado. Hemeroteca Nacional. Revista Mujer Moderna no. 72.

Páginas de internet

http://amolt.interfree.it/Messico/spagnolo_storia11.htm (Consultada el 30 de noviembre de 2010)



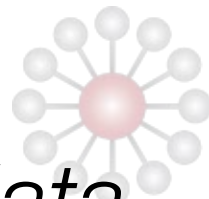
Sobre los autores:

Rosa María Valles Ruiz.

Doctora en Ciencias Políticas y Sociales por la UNAM. Profesora-Investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores. Es Perfil Deseable PROMEP. Trabaja las líneas de investigación Análisis de los medios de comunicación, procesos electorales y perspectiva de género en comunicación.

Rosa María González Victoria.

Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma Metropolitana. Profesora-Investigadora de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. Es Perfil Deseable PROMEP. Trabaja las líneas de investigación Análisis de los medios de comunicación y perspectiva de género en comunicación.



La mujer como candidata en elecciones de Nuevo León

Dra. María Mirna Granat Ramos
Dr. Sergio Manuel de la Fuente Valdez
José Gabriel García Romero
Universidad Autónoma de Nuevo León

Resumen: En la participación con una candidatura durante las campañas políticas electorales que se celebran en la República mexicana, a nivel federal, estatal o municipal, la mujer ha llevado una lucha no sólo con el rezago en materia electoral, legislativa, social y cultural, sino con los opositores masculinos una vez que mayoritariamente ocupan esas representaciones desde tiempos remotos.

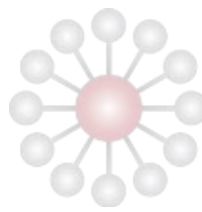
Las fechas del calendario electoral acortan la brecha para la intervención femenina en busca de su participación en el desarrollo político, situación que avanza, pero no en la dimensión que se requiere para “que la política sea una cuestión de capacidad y no una cuestión de género...” (Bocanegra, Montoto y Quintanilla, 2009, p1).

En la historia política mexicana, la revisión del recorrido de la mujer en los cargos de elección popular, en relación a la equidad de género, se vuelve imprescindible para observar y registrar sus logros o incluso sus retrocesos.

Algunas características se han obtenido al realizar un estudio exploratorio, descriptivo y correlacional, sobre las elecciones efectuadas el 04 de julio de 2009, en Nuevo León, donde las candidaturas las ocuparon hombres y mujeres para obtener el cargo de la gubernatura, de 51 alcaldías, de 26 diputaciones locales y 12 federales.

Con el análisis de contenido aplicado a los diarios regiomontanos El Norte, Milenio y El Porvenir y con el objetivo de conocer la presencia de género de los candidatos a ocupar puestos de elección popular, se pudo observar una realidad en la que destaca la inequidad entre contendientes femeninos y masculinos.

Palabras clave: Género, equidad, candidatos, participación, periódico.



Introducción

En el Estado de Nuevo León, durante el año 2009 se desarrollaron las campañas electorales para contender por la gubernatura, 51 alcaldías, 12 diputaciones federales y 26 locales, la totalidad de la estructura política del territorio nuevoleonés.

Las elecciones políticas federales, estatales y municipales abren las posibilidades para que participen como candidatos no solo hombres, sino también mujeres, una vez que se ha discutido en los últimos años la igualdad entre ambos géneros. En el presente estudio, pretendemos dar a conocer la forma en que participaron particularmente las mujeres en las campañas electorales, de acuerdo a la información contenida en las noticias que fueron difundidas en tres de los medios impresos de mayor circulación en Monterrey y su área metropolitana.

“La mujer como candidata en elecciones de Nuevo León” es el título de este análisis en donde el problema de investigación considerado es la difusión de mensajes informativos publicados en los diarios regiomontanos El Norte, Milenio y El Porvenir, referentes al proceso electoral efectuado en el 2009, en el que participaron como candidatos representantes de los diversos partidos políticos para gobernador, alcaldes, diputados federales y locales.

El interés radica en colaborar con los estudios de género, debido a la baja importancia que socialmente se le da a la participación femenina en acontecimientos relacionados a los espacios públicos que ocupa o puede llegar a ocupar, ante un mundo dominado por los hombres.

Contexto

El desarrollo político mexicano indica varios aspectos que permiten incluir a la mujer en este ámbito. Uno de ellos se refiere al análisis y documentación histórica del desenvolvimiento de las mujeres en la política. El segundo habla de la corriente teórica en la que participan en la elaboración de conceptos sobre política tanto sociólogas, historiadoras, antropólogas, politólogas y principalmente filósofas feministas. Uno más, se refiere a las cuestiones a cerca del por qué las mujeres han sido excluidas de la política, por qué no han sido tomadas en cuenta o cómo entender sus contribuciones políticas (Ortiz-Ortega, 2009).

En los diversos ámbitos de participación pública o privada se refleja el acceso que han tenido las mujeres. De acuerdo al Instituto Nacional de las Mujeres, de los puestos de mandos medios y superiores en la Administración Pública Federal, poco más del 27% es ocupado por las mujeres.

La representación del género femenino en la Cámara de Senadores, llega tan solo al 17%; mientras que en la Cámara de Diputados apenas alcanza el 23%.

Como se observará más adelante, de acuerdo con información del Instituto Nacional de las Mujeres para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), el acceso de las mujeres a gubernaturas ha sido casi nulo. Además, en los últimos 20 años, como presidentas municipales, su representación no sobrepasa el 4%, las regidoras representan el 27.6% y las síndicas 13.1%.

Pese a que la política se ve afectada ante la reestructuración de la economía global, en los procesos de transformación, se niegan a reconocer explícita o implícitamente en los discursos dominantes, el espacio que ocupa el género, al



utilizar expresiones neutras (Carrasco, 2003). Esta tendencia refleja por una parte, la falta de reconocimiento al género femenino y su impacto en el desarrollo mundial o particular, llámese, económico, social o político. Además, el sector femenino requiere de una educación en la que aprenda a percibirse con las inteligencias, capacidades y habilidades, para ocupar los cargos o empleos que no sean los de subordinación; y que el sector masculino adquiera una cultura incluyente.

Para la participación de las diversas candidaturas, cabe mencionar que la Comisión Estatal Electoral recibió el registro para los 51 municipios que conforman Nuevo León, en la que participaron 192 candidatos y 35 candidatas. De los cuales, dentro del área metropolitana integrada por Monterrey, San Pedro, Santa Catarina, Guadalupe, San Nicolás, Escobedo y Juárez contendieron 36 hombres y solo 8 mujeres (CEE, 2010).

Como candidatos para las elecciones en la Capital del Estado se registraron solamente del género masculino, de la siguiente manera: por Convergencia, José Isaac Santos Morales; por Juntos por Nuevo León, Abel Guerra Garza; del partido Nueva Alianza, Ernesto Tijerina Cantú; por Partido Acción Nacional, Fernando Alejandro Larrazábal Bretón; por el Partido de la Revolución Democrática, Humberto González Sesma; y del Partido Socialdemócrata participó José Aguilar Trujeque.

En los municipios que registraron su candidatura varias mujeres fueron Guadalupe: del partido Juntos por Nuevo León, Ivonne Liliana Álvarez García; representando al Partido del Trabajo, Karla Edith García Marqueda; al Socialdemócrata, Griselda Patricia Elizondo Gamboa.

Por la presidencia municipal de (General Mariano)

Escobedo se registró por el partido Juntos por Nuevo León, Clara Luz Flores Carrales. En Santa Catarina, por el Partido Socialdemócrata, Cecilia Delgado Cerecés.

En San Pedro Garza García del partido Nueva Alianza, Tatiana Clouthier Carrillo; y por el Partido del Trabajo, Patricia Eugenia Flores Carlos. Además por San Nicolás de los Garza, de Convergencia, la participante fue Eva Nieves Rutiaga.

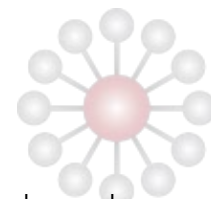
Como única aspirante para ocupar la gubernatura se registró por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), Martha Ofelia Zamarripa Rivas. Con esto se confirma que el acceso de las mujeres a contender, no se diga a ser gobernadoras ha sido y sigue siendo casi nulo.

Quienes contendieron para ser Gobernador, por el partido político Juntos por Nuevo León, fue Rodrigo Medina de la Cruz; por el Partido Político Nueva Alianza, Guillermo Beltrán Pérez; por el Partido Acción Nacional, Fernando Elizondo Barragán y por el Partido Socialdemócrata Ernesto Villarreal Landeros.

Planteamiento del Problema

En varios estados de la República como Sonora, San Luis Potosí, Aguascalientes y Querétaro se efectuaron campañas políticas en 2009. En Nuevo León fue a mediados de marzo de ese año cuando iniciaron formalmente las campañas electorales para el cambio de 12 diputaciones federales, 26 diputaciones locales, la gubernatura y por las 51 alcaldías nuevoleonenses.

Durante todo el proceso electoral y hasta 72 horas antes de las votaciones, realizadas el 04 de julio de 2009, la prensa regiomontana publicó múltiples artículos y noticias relacionadas al proceso



eleccionario, ocupando diversos espacios de sus secciones informativas.

Las campañas para cada uno de los cargos públicos se realizaron en los municipios de Monterrey su zona conurbada integrada por Guadalupe, San Nicolás de los Garza, Escobedo, Juárez, Santa Catarina y San Pedro Garza García; así como en los del Norte, Centro, Sur y resto del Estado de Nuevo León.

Para lograr una visión sobre lo expuesto en los medios impresos de la localidad nos planteamos los siguientes objetivos:

Objetivo General:

Establecer la presencia de género, durante las campañas electorales en Nuevo León, en las publicaciones de la prensa regiomontana, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir, entre los candidatos a las alcaldías, las diputaciones locales y federales, así como a la gubernatura.

Objetivos Específicos:

- 1.- Determinar los espacios dedicados por la prensa regiomontana, en general y por género, durante el proceso de la campaña electoral para las alcaldías, las diputaciones locales y federales y la gubernatura de Nuevo León, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir.
- 2.- Conocer la presencia de mujeres y hombres, por partido político, durante la campaña electoral en Nuevo León, de los candidatos a las alcaldías, a la diputación local y federal y la gubernatura, en las noticias publicadas por la prensa regiomontana, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir.
- 3.- Determinar la preferencia por el Género, en las publicaciones de la prensa regiomontana, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir, durante el proceso de las campañas electorales para

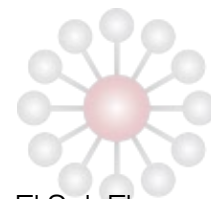
las alcaldías, diputados locales y federales y la gubernatura del Estado de Nuevo León.

4.- Precisar los contenidos de las declaraciones y el género, en las publicaciones de las noticias, en los diarios regiomontanos El Norte, Milenio y El Porvenir, durante las campañas electorales para renovación de las alcaldías, las diputaciones locales y federales, así como la gubernatura, en Nuevo León.

5.- Ubicar el empleo y modalidad de los tecnicismos políticos, en el lenguaje de las declaraciones de hombres y mujeres, candidatos a alcaldes, diputados locales y federales y la gubernatura de Nuevo León, en las noticias publicadas en la prensa regiomontana, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir.

De lo anterior se desprenden las siguientes preguntas de investigación:

- 1.- ¿Cuáles son los espacios dedicados por la prensa regiomontana, en general y por género, durante el proceso de la campaña electoral para las alcaldías, las diputaciones locales y federales y la gubernatura de Nuevo León, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir?
- 2.- ¿Cómo o cuál es la presencia de las mujeres y hombres, por partido político, durante la campaña electoral en Nuevo León, de los candidatos a las alcaldías, a la diputación local y federal y la gubernatura, en las noticias publicadas por la prensa regiomontana, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir?
- 3.- ¿Cuál es el Género preferido, en las publicaciones de la prensa regiomontana, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir, durante el proceso de las campañas electorales para las alcaldías, diputados locales y federales y la gubernatura del Estado de Nuevo León?



4.- ¿Cómo o cuáles son los contenidos de las declaraciones y el género, en las publicaciones de las noticias, en los diarios regiomontanos El Norte, Milenio y El Porvenir, durante las campañas electorales para renovación de las alcaldías, las diputaciones locales y federales, así como la gubernatura, en Nuevo León?

5.- ¿Cómo o cuál es el empleo y la modalidad de los tecnicismos políticos, en el lenguaje de las declaraciones de hombres y mujeres, candidatos a las alcaldías, a diputados locales y federales y para gobernador de Nuevo León, durante las campañas electorales para las elecciones del 04 de julio de 2009?

Limitaciones y Delimitaciones

Las principales limitaciones fueron el tiempo para realizarla, mientras que las delimitaciones se centraron en la localización de la presencia de género, contabilizar los espacios de las publicaciones y de la página del periódico, el género al que la empresa dio mayores espacios, durante la jornada electoral, así como los contenidos de las declaraciones de los candidatos, aparecidas en segmentos de las noticias y el lenguaje y tecnicismos empleados por los políticos, en los fragmentos de las noticias.

Viabilidad

Aún con las limitaciones citadas, el estudio de campo pudo llevarse a efecto y lograr los propósitos establecidos.

Metodología de Investigación

Es una investigación exploratoria, descriptiva, cuantitativa, con rasgos cualitativos.

El Universo son los diarios regiomontanos El Sol, El Norte, Extra, Express, Metro, Milenio, El Porvenir y Regio. De los cuales la muestra la componen los periódicos El Norte, Milenio y El Porvenir.

Las unidades de análisis son las noticias que se publicaron en estos diarios, en la semana compuesta que se creó, con los meses de abril, mayo y junio de 2009, precisamente la etapa más apremiante de las campañas electorales, por ser las fechas próximas a las votaciones correspondientes a los ciudadanos. De cada fecha seleccionada, en los 7 días representativos, se consideraron las noticias relacionadas con la campaña electoral. Las fechas correspondientes son: domingo 26 de abril, lunes 22 de junio, martes 14 de abril, miércoles 13 de mayo, jueves 25 de junio, viernes 8 de mayo, sábado 30 mayo.

Instrumentos de medición

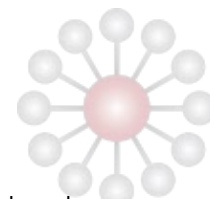
Para la realización de este estudio se utilizó como instrumento de medición el análisis de contenido, aplicado a las noticias publicadas en los diarios motivo de estudio, que tuvieron como tema central las campañas electorales en Nuevo León.

Confiable y Validez

Se diseñó un manual de contenido con categorías y subcategorías, considerando al máximo el cumplimiento de los objetivos específicos y las preguntas de investigación.

Resultados

En base a las preguntas de investigación presentamos los resultados encontrados una vez implementado el análisis de contenido a las noticias referidas a los y las candidatas de los cargos de



elección popular.

¿Cuáles son los espacios dedicados por la prensa regiomontana, en general y por género, durante el proceso de la campaña electoral para las alcaldías, las diputaciones locales y federales y la gubernatura de Nuevo León, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir?

En respuesta a esta primera pregunta podemos afirmar que El Norte fue el matutino que mayor espacio le dio en las páginas de la sección “Local” a las noticias de contenido central concerniente a las actividades electorales de los y las candidatas de los diversos cargos de la administración pública. Le sigue El porvenir. Finalmente, Milenio resulta ser el que menos lugar les brindó en esas fechas.

A las noticias relacionadas a las actividades proselitistas de las candidatas, se les proporcionó poco espacio, el otorgado fue para las representantes del Partido Acción Nacional (PAN); seguido por las del PRI y luego del PRD. Entre estos resultados observamos que el periódico que más espacio les dio fue El Porvenir, en El Norte y Milenio fue en menor cantidad.

¿Cómo o cuál es la presencia de las mujeres y hombres, por partido político, durante la campaña electoral en Nuevo León, de los candidatos a las alcaldías, a la diputación local y federal y la gubernatura, en las noticias publicadas por la prensa regiomontana, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir?

De la anterior pregunta de investigación el análisis indica que del partido Juntos por Nuevo León, el personaje central en cuatro noticias fue Ivonne Liliana Álvarez García; del partido Nueva Alianza, Tatiana Clouthier Carrillo encabezó dos notas informativas.

Sobre las candidaturas para diputados locales y federales, prácticamente quedaron rescindidas de los temas principales y secundarios de las noticias. En cambio por el Partido de la Revolución Democrática, Martha Ofelia Zamarripa Rivas, candidata para Gobernadora fue citada como personaje central en 6 escritos noticiosos.

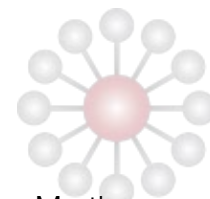
Tales datos reflejan la poca difusión que tuvieron en los tres medios impresos analizados, las mujeres que se registraron y desarrollaron sus campañas electorales, para lograr ocupar los diversos cargos públicos.

De 208 candidatos a diputados locales, en los 26 distritos, solo 60 de éstos son mujeres. Entre los partidos políticos que más mujeres postularon fueron: Convergencia, Nueva alianza, PRD y Partido del trabajo.

Con respecto a estos candidatos, se prestó mayor atención a los distritos que comprenden el área metropolitana de Monterrey, los y las candidatas de las zonas rurales o aledañas sólo fueron mencionados, cuando se hizo alguna denuncia o cuando el candidato a gobernador visitaba la localidad.

Como respuesta a la tercera pregunta ¿Cuál es el Género preferido, en las publicaciones de la prensa regiomontana, en los diarios El Norte, Milenio y El Porvenir, durante el proceso de las campañas electorales para las alcaldías, diputados locales y federales y la gubernatura del Estado de Nuevo León?, encontramos lo siguiente:

Durante la semana que compone la muestra, a decir por las cantidades de noticias que cada uno de los periódicos publicó, donde más de 7 notas informativas publicadas al día fue la cantidad que predominó, en ellas el género que distinguieron fue el masculino.



De los tres periódicos seleccionados El Porvenir informó con mayor frecuencia sobre los candidatos por la gubernatura de Nuevo León y la alcaldía de Monterrey.

Milenio fue el diario que en segundo instancia dio preferencia a los hombres en las noticias diarias. Finalmente El Norte, de mayor circulación en la región, dedicó de 3 a 4 notas informativas a las campañas de los hombres. Mientras que los tres periódicos mostraron de 1 a 2 noticias que se refirieron a las mujeres en el proselitismo.

De los candidatos para diputados locales, a pesar de ser 208 los que contendieron por los 26 distritos en que se divide el Estado, escasamente se ocuparon de su desarrollo; lo mismo se observó con los 12 candidatos a diputados federales.

Un factor determinante para decidir el contenido de la agenda mediática podría ser la escasa infraestructura que tienen algunos periódicos para dar cobertura a los acontecimientos en general y de ahí la concentración de sus recursos hacia los personajes principales de estas contiendas electorales como lo son los contendientes a gobernador y la alcaldía de Monterrey, dada la importancia geográfica tanto del Estado como de su Capital, sin descartar que minimizan los municipios que no comprende el área metropolitana.

La cuarta pregunta, ¿Cómo o cuáles son los contenidos de las declaraciones y el género, en las publicaciones de las noticias, en los diarios regionales El Norte, Milenio y El Porvenir, durante las campañas electorales para renovación de las alcaldías, las diputaciones locales y federales, así como la gubernatura, en Nuevo León?

Del periódico El Porvenir destacaron en sus publicaciones algunos fragmentos de los discursos de las candidatas, como los de Ivonne Álvarez: “Los niños son nuestro presente y serán nuestro futuro”,

“Yo solo mandé 10 pastelitos”. Sobre Martha Zamarripa: “La principal promesa de campaña de Natividad fue combatir la inseguridad”, “Hay que aumentar la proporción del hombre en cuanto al pago de pensión alimenticia”. De Tatiana Clouthier destaca: “Conectar a 600 ciudadanos con líderes que han logrado resolver situaciones adversas de manera creativa”.

En Milenio: Tatiana Clouthier: “Me preocupa mucho que solo se castigue lo obvio”. Martha Zamarripa: “A los que abandonan a sus hijos y no pagan la cuota, deben ser considerados como delincuentes”.

El Norte: Martha Zamarripa; “Promoveré que el Gobierno del Estado pague las pensiones alimenticias”. Tatiana Clouthier: “En San Pedro los semáforos están encendidos en rojo por la inseguridad”.

En algunas noticias, las mujeres mencionan lo difícil que es competir por un puesto de elección popular, sin especificar el por qué; en cambio, los presidentes de los partidos afirman que sí se ofrecen las candidaturas a mujeres, pero ellas las rechazan, pues tienen otras ocupaciones, ya sea un empleo o en el hogar.

Respecto a frases mencionadas por los candidatos del 2009 en este Estado, logramos rescatar lo que sigue:

El Porvenir: Fernando Elizondo: “Hay mucho dinero sucio interesado en que no lleguemos”, “debería conectar a una prolongación de la avenida Constitución”, “Yo contraté un crédito en 2003 porque fue un año de crisis también”.

Rodrigo Medina: “Necesitamos fuentes de empleo”, “Yo no voy a perder ningún minuto, ningún esfuerzo por meterme a la guerra sucia”, “hay que apostarle ya en estos tiempos a la autoridad de la procuraduría”.



Fernando Larrazábal: “En los primeros doce meses de la administración habremos de tener este lugar equipado”. “Hemos establecido el programa ‘Obras públicas con sensibilidad económica’ para no afectar a quienes tienen negocios”, “Este compromiso lo hacemos para transparentar y eficientar el uso de recursos públicos”.

Milenio: Fernando Elizondo: “Lo fundamento con amenazas que ya algunos de nuestros candidatos han recibido”.

Rodrigo Medina: “mi campaña no ha recibido ninguna amenaza”, “hay que apostarle ya en estos tiempos a la autoridad de la procuraduría”.

Fernando Larrazábal: “Yo estoy pidiendo el mando completo de la policía de Monterrey”, “el sector público se debe limpiar como se limpia una escalera, de arriba hacia abajo”.

Abel Guerra: “la verdad es que yo no coincido con las propuestas de Larrazábal”, “Conociendo la situación en la doble crisis que vivimos”.

El Norte: Fernando Elizondo: “Enfrentaremos fuerzas perversas”. Rodrigo Medina: “Vamos a lanzar papalotes en señal de felicidad”. Pérez Góngora: “Tenemos el proyecto continuar el Bulevar Constitución”.

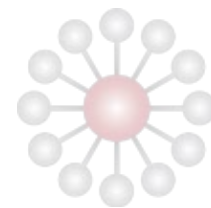
¿Cómo o cuál es el empleo y la modalidad de los tecnicismos políticos, en el lenguaje de las declaraciones de hombres y mujeres, candidatos a las alcaldías, a diputados locales y federales y para gobernador de Nuevo León, durante las campañas electorales para las elecciones del 04 de julio de 2009?

Esta última pregunta nos arrojó casi nulas respuestas, debido a que tan solo pudieron observarse expresiones como “guerra sucia” y “terrorismo verbal”, en toda la semana analizada en los periódicos de la ciudad de Monterrey.

Lo que indica, que trataron de mantenerse al margen de pronunciar discursos políticos negativos referidos a sus contrincantes, ante la necesidad de proyectar una imagen basada en sus propuestas de trabajo.

Conclusiones

1. El escaso espacio que se les asignó a las noticias periodísticas relacionadas con candidatas en todos niveles políticos por los que contendieron, es sobresaliente.
2. El periódico que permitió un volumen más elevado de la publicación de la información surgida de las campañas de mujeres fue El Porvenir. Debido al tiraje diario de este matutino, esto se traduce en una baja difusión de sus mensajes.
3. El que publiquen las noticias sobre sus campañas en el periódico El Norte, representa para los y las candidatas mayor difusión de sus propuestas. Sin embargo, éste los favoreció en segundo plano.
4. Debido a que las candidaturas a la gubernatura fueron hombres y que éste era el máximo cargo al que se aspiraba, se observó mayor atención por parte de los medios. Ésta se puede identificar desde el principio de las campañas y se hace notar más, cuando se acerca el día de las elecciones, a tal grado que la candidata del PRD, es casi ignorada.
5. Los mismos medios impresos dedicaron una cantidad favorable de noticias al PAN, seguido por el PRI, Nueva Alianza, el PRD, el PT y con el menor espacio para el PSD.
6. Por ser el PAN y el PRI los partidos favoritos para ganar las elecciones de gobernador, se nota un gran privilegio en cuanto a la posición de las noticias, dejando a la candidata del PRD rezagada en las partes inferiores de la página.
7. De las candidatas para las alcaldías la



representante del partido político Juntos por Nuevo León, fue la de Guadalupe la que ocupó mayores espacios en las páginas de las secciones locales.

8. Los fragmentos obtenidos de las noticias periodísticas muestran la postura de las candidatas sobre problemas que enfrentan durante sus campañas y de sus propuestas de trabajo.

9. Por parte de los hombres se observó la forma en que el candidato del PAN a la gubernatura se expresó fortuito, mientras que su contrincante de Juntos por Nuevo León (PRI), hizo lo posible para mantenerse propositivo.

Recomendaciones

Realizar investigaciones acerca de los elementos que influyen en las mujeres para que no se registren como candidatas a los cargos de elección popular en los niveles federal, estatal y municipal.

Impartir cursos de capacitación en los partidos políticos, para que crean mecanismos en los que incluyan a la mujer como capital humano, para atender las áreas sociales, políticas y/o económicas.

Impartir cursos de capacitación a los periodistas, para que se concienticen de la necesidad de incluir a la mujer en los espacios informativos.

Referencias bibliográficas

Carrasco, Cristina, (2003). Mujeres y economía, nuevas perspectivas para viejos y nuevos problemas, España, 2ª. ed., Ed. Icaria.

Ortiz-Ortega, Adriana, (2009). Poder, mujeres y liderazgo: guía incluyente en un contexto global. Instituto Estatal de las Mujeres de Nuevo León, Monterrey, N. L.

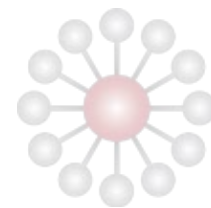
Instituto Nacional de las Mujeres. (2008). Programa Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres 2008-2012 "PROIGUALDAD", p. 15. México, D.F. Obtenido el 03 de mayo de 2010 en: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100919.pdf.

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales 2008, Reglas en materia de paridad de género (COFIPE), obtenido el 3 de mayo de 2010 en: <http://enlamira.inmujeres.gob.mx/index.php?Itemid=185>.

CEE (2010). Información de las CME's, obtenido 3 de mayo de 2010 en: <http://www.cee-nl.org.mx/elecciones/2009/?id=&P=organismos>.

CEE (2010). Elecciones Nuevo León 2009, obtenido el 3 de mayo de 2010 en: <http://www.cee-nl.org.mx/elecciones/2009/?id=&P=gobernador>.

CEE (2010). Elecciones Nuevo León 2009, obtenido el 4 de mayo de 2010 en: <http://www.cee-nl.org.mx/elecciones/2009/?ID=40&P=ayuntamiento>.

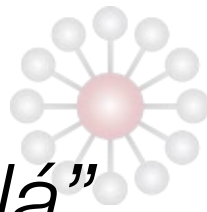


Sobre los autores:

Dra. María Mirna Granat Ramos.
Facultad de Ciencias de la Comunicación de la
Universidad Autónoma de Nuevo León.

Dr. Sergio Manuel de la Fuente Valdez.
Facultad de Ciencias de la Comunicación de la
Universidad Autónoma de Nuevo León.

José Gabriel García Romero.
Estudiante de la licenciatura en la FCC de la UANL



“Ni de aquí, ni de allá”.

Reconfiguración de la identidad social y de género de las mujeres migrantes mexicanas en Estados Unidos:

Estudio de caso

L.C.C. Mayra Patricia Torres Gutiérrez
Universidad Autónoma de San Luis Potosí

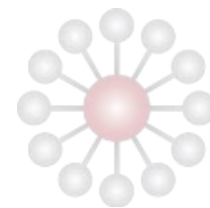
Resumen: La migración mexicana hacia los Estados Unidos es un fenómeno social complejo e imparable. En las primeras investigaciones sobre este tema, la mujer migrante era vista principalmente como agente pasivo, es decir, como compañera del hombre o como integrante de la familia, dejando de lado a aquellas que, por convicción y decisión propia, han migrado en solitario en búsqueda de mejores condiciones de vida o bien, tras la realización personal lejos de su lugar de origen.

La migración femenina ha transformado los procesos migratorios en los últimos años, lo cual nos obliga a repensar y reconfigurar el estudio de este fenómeno otorgándole a la mujer un papel activo dentro de la migración, la cual se convierte en una problemática con condiciones, necesidades y causas específicas que comienzan desde el momento que se cruza la línea fronteriza.

El espacio extranjero y el nuevo contexto que habita la mujer migrante se vuelve un lugar de contradicciones y desencuentros, pues al tiempo que ella anhela dar continuidad a su identidad, se ve obligada a adaptarse a las nuevas construcciones tanto sociales, culturales y de género que la rodean, lo que la lleva en ocasiones a vivir en conflicto tanto individual como social.

El presente trabajo es un estudio etnográfico sobre las condiciones de vida de una migrante potosina radicada en Texas. Se trata de un estudio de caso cualitativo que refleja la realidad que viven muchas mujeres migrantes y validan ciertas hipótesis de la problemática de la migración desde la perspectiva de género.

Palabras clave: mujeres, migración, identidad social y de género, reconfiguración identitaria.



El cruce de la frontera:

“Lo que se deja, lo que te espera”

Empezamos a dejar atrás las pequeñas casas que se encuentran cerca de la frontera, ubicadas en colonias humildes a orillas del caudaloso Río Bravo. Se puede percibir un letrero que nos da la bienvenida a un lugar totalmente diferente del que provenimos: “Welcome to Laredo”. El autobús se detiene por completo.

Con pasaporte y visa en mano, comenzamos a descender de la unidad donde nos espera un oficial de migración al cual debemos entregar nuestros papeles. Después de checarlos escuetamente paso a recoger mi equipaje. Otro oficial toma mi visa para revisarla ahora en una computadora. Termina en poco tiempo y me indica señala la máquina de rayos X donde debo colocar las maletas.

La revisión es rápida y sencilla (extrañamente, la máquina no detectó la botella de rompope que llevaba en una de las maletas donde también había dos paquetes, uno de enchiladas potosinas y otro de carne seca, pequeños regalos que se llevan para “los de allá”). Ahora debo tramitar el permiso para ir más allá de 25 millas (40.23 Km) de la frontera. La mayoría de los pasajeros ya cuenta con él, sólo unos cuantos debemos hacer fila para entrar a la oficina de migración, fila que se vislumbra muy larga.

El calor comienza a ser sofocante. Son alrededor de las 11:30 de la mañana y la temperatura en Laredo debe oscilar entre los 30 y 35 grados, o al menos así se siente. Unas dos horas y media después es mi turno para entrar a la oficina de migración. Inmediatamente el oficial me pide mi pasaporte y visa, los revisa con mayor detenimiento, contrario

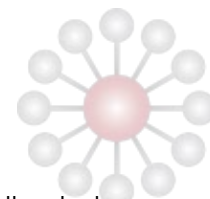
a los otros oficiales.

Me pregunta en español cuál es mi destino y me pide la dirección en la que me hospedaré, yo le doy un papelito donde tengo anotados esos datos. Sin más preguntas y sin solicitar más documentos, me pide coloque mis huellas digitales en un scanner y luego me toma una fotografía. Finalmente me da el permiso y me pide que pase a pagarlo. El trámite en la frontera ha terminado.

Los letreros señalan la dirección para continuar el viaje. El camino aún es largo, unas 6 horas tal vez para llegar al destino final. Me encuentro en un paisaje diferente pero con ciertas familiaridades, estoy entre el español y el inglés, entre los tacos y las hamburguesas, entre los mexicanos y los “gringos”, entre México y Estados Unidos. Pero, conforme llegamos a las 25 millas de camino y pasamos la revisión de la garita, esas familiaridades comienzan a difuminarse.

Poco a poco, se va quedando atrás aquello que dejé antes de la cruzar la frontera para dar paso a lo que me espera: el choque entre el nosotros y la otredad, entre lo propio y lo que no te pertenece. Es entrar al mundo del otro, a un contexto diferente y extraño del que se viene pero que poco a poco se hace propio. Las luces del downtown me dan la bienvenida a una gran ciudad. Finalmente arribamos a la terminal de autobuses donde ya me están esperando.

Este trabajo es un estudio etnográfico sobre las condiciones de vida de una potosina radicada en Houston Texas. Durante mi estancia de 5 días en agosto de 2010, tuve la oportunidad de conocer detalladamente la realidad que vive una migrante mexicana. A la par de la observación etnográfica



se realizó también una entrevista a profundidad, las cuales permitirán un investigación más completa. Se trata de un estudio de caso cualitativo que refleja el contexto que viven muchas mujeres migrantes y que validan ciertas hipótesis de la problemática de la migración desde la perspectiva de género.

En un primero momento, hablaré del fenómeno de la migración y del papel que juega la mujer en éste, así como de algunos datos significativos de la migración femenina a los Estados Unidos. Posteriormente, me permitiré narrar algunos aspectos tanto de la historia de vida como de la cotidianidad de esta migrante potosina, los cuales me permitirán llegar al análisis e interpretación de cómo se reconfigura la identidad social y de género de la mujer al migrar al vecino país del norte.

El fenómeno de la migración

La migración es un hecho antiguo llevada a cabo por los primeros seres humanos quienes se trasladaban a otros sitios con la finalidad de sobrevivir. Con la evolución de la humanidad, los flujos migratorios fueron producto de factores de índole social, político, económico, demográfico, etc., los cuales iban más allá del logro de la supervivencia humana, sino que partían de la búsqueda de la realización personal.

La migración puede ser descrita como el cambio de residencia de un individuo o grupo de individuos de un lugar a otro, definición que resulta muy sencilla si tomamos en cuenta que se trata de un fenómeno que se caracteriza por características multifacéticas, lo que conllevan un estudio multidisciplinario del mismo. Como lo señala Roberto Herrera Carassou (2006) en su

libro: “La perspectiva teórica en el estudio de las migraciones”, aún no se logra llegar a un acuerdo de los conceptos que propicien una definición genérica de migración.

Sin embargo, y ahondando en la obra de Herrera, encuentro una definición muy apropiada para este trabajo. Se trata de un aserto del sociólogo israelí Shmuel Noah Eisenstadt (1954, p. 213) quien dice: “definamos la migración como la transición física de un individuo o grupo de individuos de una sociedad a otra, lo que incluye el abandono de un estadio social para entrar en uno diferente”.

Siguiendo el pensamiento de Eisenstadt (1954), la migración no es un suceso donde sólo se deba considerar la distancia entre el lugar de origen y el nuevo destino o el tiempo que se lleva habitando ahí, sino que se debe profundizar en el cambio del entorno sociocultural que implica para alguien migrar.

La mujer en el estudio del fenómeno migratorio

En un principio, los estudios sobre migración destacaron únicamente la participación de los hombres dentro de este fenómeno. Lo anterior, debido al supuesto de que las mujeres migraban en menor medida que ellos. Cuando se llegaba a considerar a la mujer en este tipo de trabajos se hacía considerándola es un papel secundario, ya fuera como compañera del hombre, o bien como simple integrante de la familia: madre, hija, hermana.

En los últimos años, la presencia femenina ha renovado y trascendido en los procesos migratorios. Con el avance en las investigaciones sobre este tema, se ha demostrado que las



mujeres no son sólo acompañantes pasivas, sino que su participación va más allá, posicionándolas como agentes activas dentro de la migración.

Con el concepto de “mujeres” se hace referencia a un conjunto de actores, con características e identidades propias, con potencialidades y fuerzas sociales específicas, y también con capacidades de relación con el resto de la población, es decir, sus contrapartes masculinas, dando pie al complejo de vinculaciones que constituye el universo social (Castillo, 2001, p.34)

Lo anterior, nos lleva a redefinir el estudio de la migración femenina como una problemática con condiciones, necesidades y causas específicas. Es importante reconocer y analizar dos aristas importantes en el estudio de la migración femenina: Por un lado, se debe reconocer que hay diversas causas que motivan a las mujeres a migrar dejando de lado su papel pasivo, pues muchas migran en solitario por decisión propia buscando mejorar sus condiciones de vida tanto para ellas como para su familia. Y por último, la consideración de que la migración implica para las mujeres una reconfiguración de su realidad tanto social como de género.

Migración femenina hacia los estados unidos Algunos datos¹

Para el año 2009, las mujeres nacidas en México que vivían en los Estados Unidos alcanzaron la cifra de 5.3 millones, sólo 1.2 millones por debajo de

1 Datos consultados en Angoa, M. (2010). “Mujeres en Estados Unidos”. *Políticas públicas ante los retos de la migración mexicana a Estados Unidos*.

la población masculina que totalizó la cantidad de 6.5 millones en ese mismo año. Se estima que en México 1 de cada 10 hogares tiene un integrante con antecedentes de migración a los Estados Unidos, mientras que en el Estado de San Luis Potosí 1 de cada 3 personas migrantes es mujer (Síntesis del “Diagnóstico sobre la situación de la mujer en el Estado de San Luis Potosí, 2008”, p. 7).

En lo referente a la edad, los siguientes datos nos reflejan cómo está distribuida la población femenina radicada en el país del norte, lo que nos demuestra que la mayor concentración de mujeres se encuentra en una edad joven, entre los 18 y 35 años:

Grupo de edad	Porcentaje
0-17 años	9.4
18-35 años	48.5
40-64 años	35.2
65 años y más	6.9

En lo que respecta a la situación conyugal de las mujeres que viven en los Estados Unidos, encontramos que 68.4% se encuentran unidas, mientras que 35.2% no lo está. En cuanto al tiempo de residencia, 78.5 % de las mujeres tiene 5 años o más de vivir en ese país, contra 21.5% que lleva 5 o menos años de estancia. En el tema de la ciudadanía, 73.6 % de mujeres no son ciudadanas mientras que el 26.4% si cuenta con ella. En este rubro, las mujeres se regularizan en mayor medida que los hombres, pues ellos sólo alcanzan 23.3% contra el 26.4% de las mujeres.

La Síntesis del “Diagnóstico sobre la situación de la mujer en el Estado de San Luis Potosí, 2008”



(p.46), señala que entre los principales motivos por los cuales las mujeres dejan de vivir en el lugar donde residen se encuentran:

Motivos	Porcentaje
Económicos	54.88
Trabajo	42.87
Progreso	38.35
Motivos familiares	17.52

La historia de Amelia

“Vine, me gustó y me quedé”

Amelia tiene 50 años, hace más de 15 vive en los Estados Unidos. Nació en un pueblo cercano a Dolores Hidalgo, Guanajuato pero desde muy temprana edad se vino a vivir a San Luis Potosí. Su madre al quedar viuda, no tuvo más remedio que mudarse con sus hijos e hijas a esta ciudad. “Era algo complicado, vivíamos con unos familiares mientras mi mamá trabajaba para mantenernos, éramos muy chicos cuando nuestro papá murió y ella tuvo que hacerse cargo de todos. Pasamos muchas necesidades, al ser tantos hermanos no siempre teníamos que comer, mi mamá nos daba lo que podía”.

Mela, como le dicen de cariño, tiene 4 hermanas y 3 hermanos, de los cuales 2 hombres y una mujer migraron desde muy jóvenes a los Estados Unidos. Los tres se trasladaron a la ciudad de Houston Texas, aunque tiempo después su hermana se mudó a Dallas. “Mi mamá viajaba muy seguido para acá a ver a mis hermanos, se estaba un buen tiempo aquí con ellos y con sus nietos y luego se regresaba”.

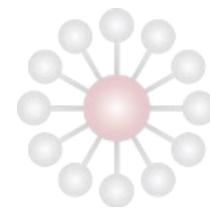
En aquél tiempo, Mela trabajaba en Estrella Blanca. “Aproveché que trabajaba para sacar mi pasaporte

y mi visa, no tuve problemas para que me la dieran (la visa), tal vez porque en mi carta de trabajo mi jefe puso que ganaba más de lo que de verdad ganaba, yo creo que eso ayudó para que no me la negaran. Cuando tuve vacaciones en el trabajo me vine para acá a conocer, pero cuando se me terminaron esos 15 días ya no regresé, me gustó y me quedé. Del trabajo le hablaron a mi mamá y ella les dijo que ya no iba a regresar, ni por mi quincena regresé”.

Amelia tiene una hija de 32 años y un hijo de 17 quienes viven en San Luis. El padre de sus hijos no se responsabilizó en ningún momento por ellos y ambos estuvieron al cuidado de su abuela materna desde que Mela se quedó a vivir en Houston. Su hija está casada y tiene dos niños, los nietos de Mela tienen 7 y 2 años. Su hijo estudia el último año de preparatoria. “Después de un tiempo, pude mandar traer a mis hijos. Mi cuñada me hizo el favor de pasarlos en su camioneta, tuvieron suerte porque no les pidieron sus papeles en la frontera. Pero a mi mamá no le gustó la idea de que estuvieran aquí y se los llevó después, y pues desde entonces están con ella”.

La decisión de migrar

Como bien lo señala Herrera (2006, p.131): “la decisión de migrar es...una resolución personal cuyo grado de autonomía depende de muchos factores, circunstancias y condiciones, incluido un análisis costo-beneficio, en el que no siempre la variable económica es la única a tomar en consideración”. Los motivos que llevan a migrar no se dan indeterminadamente sino que están asociados con la imposiciones del los agentes externos del entramado social que envuelve a la



persona.

Aunque la constante en el patrón migratorio es el cruce a los Estados Unidos de manera ilegal, ya sea por el río o el desierto con ayuda de los “coyotes”, gran número de mujeres que migran hacia ese país los hacen con documentos falsos o bien aprovechando su visa de turista, tal como lo hizo Mela, lo que las expone también a ciertos riesgos que desaparecen hasta que dejan de radicar de manera indocumentada y pueden legalizar su estancia.

A diferencia de la migración masculina, las mujeres no emigran por temporadas, pues ellas tienden a establecerse por periodos más largos, esto debido a factores como su situación migratoria o bien la formación de nuevos núcleos familiares.

El resultado de varias investigaciones sobre mujeres migrantes presenta un patrón migratorio diferente al de los hombres, ya que la migración no es cíclica, sino de permanencia larga, con poca o nula experiencia migratoria; la mayoría de las mujeres que emigra lo hace una sola vez, aunque cuenta con el capital social de la experiencia migratoria de familiares (Woo y Moreno, 2005, p.89).

La familia es un aspecto importante en la migración hacia a los Estados Unidos. Ofelia Woo y José Moreno (2005) distinguen dos tipos de familias migrantes: las transnacionales, que cuentan con uno o más integrantes viviendo tanto en Estados Unidos como en el país de origen y las binacional, integrada al mismo tiempo por inmigrantes indocumentados, ciudadanos americanos o

residentes.

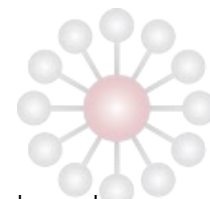
Las mujeres migrantes que no tienen hijos, no tienen tantos conflictos como aquellas que si tienen familia. Las únicas opciones que se les presenta es irse con ellos exponiéndolos a los riesgos que esto implica o bien, dejarlos al cuidado de alguien mientras ellas regresan o tienen la posibilidad de llevarlos posteriormente. Como lo señalan Woo y Moreno (2005, p. 90) “una de las cuestiones sumamente sensibles para las mujeres migrantes resulta ser con quién deja a los hijos para su cuidado. Al respecto, aparecen en primera línea los familiares en el lugar de origen, principalmente las madres o abuelas”.

En este caso, Amelia decidió viajar sola con la intención de reunirse después con sus hijos, pero la actitud de su madre no lo permitió, por lo que fue ella quien se responsabilizó de su cuidado.

“Nada es gratis, aquí todo te cuesta”

Mela se pone su mandil para comenzar a preparar la comida: ensalada, arroz y pollo. “Voy a dorar unas enchiladitas también, de las que nos trajiste”, dice mientras va de un lugar a otro de la cocina y me sigue contando su historia.

“Al poco tiempo de llegar encontré un trabajo, bueno, llegué a tener tres trabajos al mismo tiempo: hacía donas en una panadería, eso era de madrugada para que estuvieran listas en la mañana, también trabajé limpiando casas y en un hotel haciendo la limpieza. Aunque encontré trabajo rápido, fue un momento difícil pues tener tres trabajos era muy pesado, pero me di cuenta que podía ganar buen dinero y eso era lo que me interesaba para mandárselo a mi mamá, para mis



hijos”.

Amelia platica con mucha naturalidad mientras cocina rápidamente. “No creas que yo sabía cocinar, nunca me enseñé cuando estaba allá, me vine a enseñar hasta que llegué aquí, me enseñó la hermana de Pedro (su pareja). Cuando nos juntamos la pasé muy mal con eso de la comida, había veces que me la tiraba al suelo porque no le gustaba, hasta que un día me dijo que aprendía a cocinar o hasta ahí la dejábamos y pues su hermana me enseñó”.

Pedro es un migrante zacatecano al cual conoció en un baile (historia que me platicó en otro momento) hace ya casi 10 años. “Me acuerdo que un día fui a un baile con mis amigas, con las muchachas que compartía el apartamento. Yo veía de lejos un muchacho guapo que también se me quedaba viendo. Como Pedro es medio tímido, uno de los que iban con él me fue a sacar a bailar y me dijo que le había gustado a su amigo. Ese mismo día le di mi número de teléfono y quedamos de vernos al día siguiente para almorzar, pero cuando lo volví a ver ya no estaba tan guapo como lo recordaba, si bien dicen que todos los gatos de noche son pardos, y pues después de ahí empezamos a salir”.

La comida ya casi está lista y en lo que esperamos a que lleguen Pedro y un sobrino de Mela que vive con ellos continúa con su relato. “Al principio compartí apartamento con unas muchachas era un lugar pequeño y algo incomodo. Como no tenía como moverme para ir a trabajar le pagaba a una de mis compañeras para que me llevara, porque eso sí, nada es gratis aquí, todo te cuesta. Aquí la gente es, o se hace, muy rara, pocas veces te

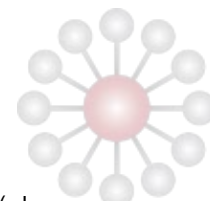
quieren ayudar y cuando lo hacen te cobran los favores”.

Después de un tiempo y con unos ahorros Amelia pudo mudarse y rentar un pequeño cuartito, aprendió a conducir y se compró un automóvil. “Estaba viejito pero me llevaba a todos lados”. Mela se hizo buena amiga de quien le rentaba el lugar. Don Vicente, como ella le dice, es un hombre de más de 80 años el cual vivía solo y se ayudaba rentando ese espacio que había detrás de su casa. Don Vicente le propuso a Amelia se casara con él para que ella pudiera arreglar sus papeles y ser residente, a lo cual ella aceptó.

Tiempo después se divorciaron, aunque hasta la fecha ella sigue llevando el apellido de casada. Se trataba sólo de una ayuda para que Mela lograra arreglar su estatus migratorio, lo cual pudo hacer. Se quedo a vivir un tiempo más en el lugar que Don Vicente le rentaba, pero comenzó a sentirse incomoda pues él empezó a celarla y cuestionarla sobre sus acciones, aún cuando nunca fueron una pareja de verdad.

Fue el tiempo que comenzó a salir con Pedro, por lo que aprovechó para salirse de ahí e irse a vivir con él. “Yo le propuse que nos fuéramos a vivir juntos pero él no estaba muy convencido. Le dije que ya era tiempo de que empezara a hacer algo con su vida pues no siempre iba a vivir con sus hermanos. Es complicado vivir aquí, aunque la gente cree que aquí se gana mucho, también gastamos mucho, pero le dije que entre los dos podíamos salir adelante con los gastos y pues nos fuimos a vivir juntos”.

Después de comer, Mela se va a bañar y después se pone a ver su telenovela. “Me gustan las



telenovelas de allá, aunque aquí llegan tiempo después de que empiezan, alguna que otra vez me pongo a ver las telenovelas que pasan aquí, si me gusta pues la veo, como la de ahorita que se llama ¿Dónde está Elisa?”. Termina de ver la televisión a las 10 de la noche para irse a dormir, al día siguiente hay trabajo y ella tiene que levantarse muy temprano.

“Aquí todo es trabajo, puro trabajo”

“Me levanto a las 5 o 6 de la mañana, depende de a qué hora entre a trabajar, por lo regular es a las 8, salvo cuando hay mucho pues entro a las 7. Pongo el agua para el café y a preparar los “lonches” para los tres (su sobrino, su pareja y ella). De aquí al trabajo hago unos 20 minutos sin no hay mucho tráfico. Salgo como a las 5 o 6 de las tarde, aunque a veces me he quedado más tiempo si es que tenemos mucho trabajo”.

Mela es housekeeper (ama de llaves) en un hotel 5 estrellas en el cual lleva ya varios años trabajando. Empezó a ascender de puesto hasta llegar a ser jefa de área y tener a su cargo a varias personas. Trabaja 5 días a la semana y descansa 2, regularmente los fines de semana, aunque en ocasiones no tiene descanso. “Me gusta mi trabajo, porque me gusta hacerlo y sé que lo hago bien, es cansado, pero me gusta hacerlo”.

Su sueldo le permite vivir holgadamente. La casa donde habita la paga su pareja, así como la mayoría de los servicios y la comida. “La mayoría de las cosas las pagan ellos (Pedro y su sobrino), eso me permite enviarle a mi mamá casi la mitad de mi quincena para las cosas que necesitan ella y mi hijo. Con lo que me queda pago la mensualidad

del celular y del coche, la “aseguranza” (el seguro del coche), algo que me guste o necesite y pues gastos que vayan surgiendo”.

Después del trabajo hace la comida, se baña, come, ve la televisión y se duerme. “Aquí todo es trabajo, puro trabajo. Uno llega siempre muy cansado y no te dan ganas de salir o hacer algo más que descansar y todos los días es así: levantarte temprano para ir a trabajar, llegar a comer y dormir”. Hace algunos años le detectaron diabetes a Mela, por lo que todos los días tiene que tomar el medicamento que le recetaron, esto le implica más cansancio y más cuidados. “En unos días tengo chequeo con el doctor, me dijo que me tengo que cuidar”.

En los días de descanso hace algo de limpieza en la casa, lava la ropa, va al supermercado a comprar lo que haga falta y sale de compras. “Me gusta mucho comprar, voy a los bazares a ver qué encuentro y siempre regreso con algo para adornar la casa o para mí, o a veces veo algo que me gusta para la casa de mi mamá y la guardo para llevárselo”. Su casa está decorada con una gran variedad de adornos que hacen verla acogedora y siempre bien arreglada.

“A veces me voy a las tiendas de segunda, encuentras cosas muy buenas porque la gente de aquí es muy desperdiciada y todo lo dejan casi nuevo. Tengo crédito en tiendas de ropa y seguido me ofrecen descuentos para comprar. De vez en cuando voy al mall que está aquí cerca, aunque ahí las cosas son más caras”. Acostumbra por lo regular ir a las tiendas de comida donde tienen cosas mexicanas y hablan español. Entiende y habla poco inglés, sólo lo necesario para el trabajo



o bien para pedir algo en los establecimientos comerciales, pero ella habla y escucha todo en español, salvo algunas palabras que ya se acostumbró a decir en inglés.

Tiene un número considerable de prendas de vestir en su closet, así como zapatos, bolsas, joyería, Amelia se declara adicta a las compras, cosa que no puede ocultar. Comienza a arreglarse para salir, es cumpleaños del hermano de Pedro y está invitada a cenar. “Me voy a poner falda aunque a Pedro no le gusta mucho que me la ponga”. Se anima a ponérsela porque Pedro la alcanzará en casa de sus hermanos pues aún no sale de trabajar. “La mayoría de los viernes y los sábados nos vamos con su familia a cenar, es como tradición”. Aunque Mela vive en el mismo lugar que sus hermanos, no los visita ni convive con ellos, problemas familiares los mantienen alejados, por lo que la única familia con la que convive es con la de su pareja.

“Ahí cenamos y estamos un rato, a veces no quiero ir porque estoy cansada pero Pedro me insiste y pues su familia me trata bien, así que pues voy aunque sea un ratito. A veces también nos vamos a los bailes pero hace mucho que no salimos”. Mela no tiene muchas amigas, más bien son sólo las compañeras de trabajo con las que tiene amistad, aunque no sale con ellas o va a visitarlas. “Sólo mi amiga Lety viene de vez en cuando a la casa a platicar, pero que yo salga con amigas pues no”. El único círculo de personas con las que Mela convive es con sus compañeras de trabajo y con la familia de Pedro.

Llegamos a la casa de su cuñado, reciben a Mela amablemente y nos ofrecen de cenar. Mientras las mujeres cenan en el comedor, los hombres salen

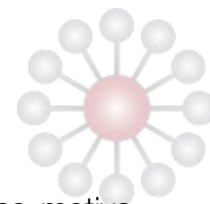
al patio a tomar cerveza. “Así son siempre, ellos se quedan afuera tomando y a veces ni comen nada, nosotras nos quedamos aquí adentro”. Después de un rato llega Pedro y se va directamente con los que ya lo esperan en el patio y comienza a tomar, Mela regularmente no toma cerveza pues es ella la que maneja de regreso, aunque en esta ocasión ambos llevan auto. “Pedro siempre toma mucho, aunque no se le sube pero si me da pendiente cuando maneja pues aquí la policía es muy dura con eso de manejar tomado”.

Al día siguiente es domingo de ir a la “pulga”. “Vamos cada semana, nos gusta ir y dar la vuelta. Siempre regresamos con cosas y cuando le digo a Pedro que me compre algo, casi siempre me lo compra. Regresamos a la casa y la pasamos viendo alguna película y así pasamos la tarde. A veces mi sobrino nos invita al centro, al cine o algún lado a comer pero casi siempre le decimos que no, a veces porque estamos cansados y otra porque pues a nosotros nos gusta ir a los mismos lugares”.

El día casi termina y mi viaje también, antes término nuestra plática con una pregunta complicada: “Sí me gustaría estar allá pero ¿de qué viviría? Aún cuando en sus palabras y en su rostro afirma que le gustaría estar con los suyos, la realidad es diferente y complicada. “Es difícil estar aquí, uno se sacrifica trabajando para darles lo mejor para que no les falte nada, aunque estemos separados”.

Vida y trabajo de las mujeres migrantes

El primer obstáculo con el que se topan las mujeres que logran cruzar y establecerse en los Estados Unidos es vivir en la clandestinidad para no ser deportadas. Aunque logran pasar la frontera



sin ningún problema tal como lo hizo Amelia, su estatus en el país es solamente el de turistas el cual no les permite ser contratadas para trabajar. Pero, aun conscientes de su situación y de las implicaciones y peligros a los que están expuestas deciden quedarse.

Esto puede deberse principalmente a dos causas: la primera y como señala Ofelia Woo (1995, p.68) “la migración de indocumentados hacia Estados Unidos ha estado vinculada históricamente a las necesidades del mercado laboral en el vecino país”. Entra en juego por un lado, la mala situación económica en México y por el otro, la constante demanda de mano de obra, principalmente barata, por parte del país receptor.

Muchas mujeres comienzan en trabajos que les implica un esfuerzo físico considerable pues saben que por su condición no encontrarán mejores oportunidades laborales, lo que las lleva, como a Amelia, a trabajar en diferentes lugares. “Históricamente, ellas han encontrado trabajo en un número limitado de labores femeninas (trabajo doméstico, costureras, camareras, maestras, enfermeras y en tareas de bajo nivel en las fábricas) que tienen pocas oportunidades de acceder a empleos mejor remunerados” (Álvarez 2005, p. 84).

La segunda y no menos importante, es que las mujeres se sienten atraídas por un mundo completamente diferente del que provienen, tal como lo expresó Mela con su frase: “vine, me gustó y me quedé”. Las comodidades y facilidades que este país les puede ofrecer, facilidad en la adquisición de bienes, sueldos aunque bajos son en muchas ocasiones superiores a los que

percibían en su lugar de origen, esto las motiva a quedarse pues saben que trabajando duro conseguirán beneficios.

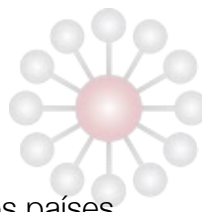
Si bien las mujeres migrantes encuentran estos bienes no debemos dejar de lado que también enfrentan a una situación de vulnerabilidad que las hace blanco fácil de discriminación y violaciones a sus derechos.

Existe una vulnerabilidad estructural que deriva de la existencia de una estructura de poder a la que acceden sólo algunos sujetos, y otra cultural, explicada por un conjunto de elementos usos y costumbres, estereotipos, prejuicios, racismo, xenofobia, ignorancia, discriminación institucional, con significados despectivos que tienden a justificar las diferencias entre los nacionales y los no nacionales o migrantes (Cortés, 2005, p. 12).

Esta indefensión puede verse aminorada al tener a lado una pareja sentimental. Amelia vio resuelta su situación migratoria al contraer matrimonio con aquel hombre mayor que ella, pero definitivamente a lado de Pedro ha encontrado seguridad económica al asegurar que sabe que tendría su apoyo en el momento de necesitarlo. Pero además, Pedro es un verdadero compañero quien la procura y cuida, además de compartir un proyecto de vida juntos.

La identidad social y de género en la migración femenina

La identidad es un constructo socio-histórico-cultural que se desarrolla dentro de ciertas significaciones y representaciones que cambian y



se transforman pero que giran siempre alrededor de un núcleo principal que permite el reconocimiento del yo frente a la otredad. La identidad es algo que se crea y se reconfigura, es un dialogo con nosotros mismos y con los demás que dura toda la vida.

La identidad es... un dilema entre la singularidad de uno/a mismo/a y la similitud con nuestros congéneres, entre la especificidad de la propia persona y la semejanza con los/as otros, entre las peculiaridades de nuestra forma de ser o sentir y la homogeneidad del comportamiento, entre lo uno y lo múltiple (Iñiguez, 2001, p. 209)

Al cruzar la frontera y decidir vivir en los Estados Unidos, existe un choque entre culturas, idiomas, tradiciones, costumbres y formas de vida diferentes. Estas contradicciones y desencuentros, implican irremediamente una irrupción en la identidad, pues al tiempo que se anhelaba dar continuidad a una historia, hay que adaptarse a las nuevas construcciones tanto sociales, culturales y de género que la rodeaban.

Pero, como señala Chambers (1995, p.15), las diferencias no implican en todos los casos precisamente una división o una barrera “ya que pueden operar como mecanismo no sólo para cerrar puertas en el creciente tráfico universal, sino también para abrirlas”. La cultura estadounidense y la mexicana tienen claramente diferencias en su cultura, en sus tradiciones, en su población, en su ideología, etc. Pero no se puede negar que la migración mexicana hacia ese país ha ocasionado no un choque entre dos visiones distintas de ver

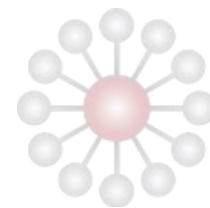
el mundo, sino una hibridación entre estos países.

Esta hibridación nos permite repensar y reconfigurar los intercambios entre sociedades para así replantearnos conceptos como cultura, identidad, diferencias, desigualdades. “Entiendo por hibridación procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas” (García, 2005, p. III).

El ejemplo que presenta Néstor García Canclini (2005) sobre la hibridación es la discusión de aceptar o no el spanglish que nació en las comunidades latinas de Estados Unidos, cuando ambos idiomas son desarrollados con otras lenguas. La hibridación cultural es la encargada de fusionar prácticas sociales para generar nuevas a veces sin intención ni planeación gracias a ciertos fenómenos sociales como lo es la migración.

En sociedades interconectadas es imposible afirmar que siguen existiendo identidades puras y ensimismadas. La identidad y la cultura se reconfiguran constantemente remodelando hábitos, enriqueciendo patrimonios identitarios, apropiándose repertorios culturales, adquiriendo nuevos conocimientos. Como lo propone Canclini (2005, p. VII), se debe “desplazar el objeto de estudio de la identidad a la heterogeneidad y la hibridación interculturales”.

La hibridación tanto de identidades y de culturas nos llevará a un multiculturalismo que dé cabida a la pluralidad de sociedades. “El multiculturalismo no es el viejo concepto de cultura multiplicada por el número de grupos existentes, sino una nueva, e internamente plural, puesta en práctica



de la cultura aplicada a uno mismo y a los demás (Bauman, 2001, p. 10).

En cuanto a al otro ángulo de visión de este fenómeno, la identidad de género, recordemos en primera instancia que el género se trata de una elaboración social de las diferencias biológicas entre hombres y mujeres, es decir, “el género se refiere a una construcción cultural de la diferencia sexual” (Flores, 2000, p. 109). El género son los papeles ya establecidos para cada uno de los sexos, partiendo del imaginario social, de roles impuestos, de ideologías, costumbres y creencias que ya han sido asignados por la misma sociedad.

La identidad de género es la manera en que uno u otro sexo se concibe a mismo, convive con sus semejantes, se desarrolla dentro de su sociedad, ya sea dentro de su espacio privado con los suyos en su núcleo familiar o bien, en el contexto público con las instituciones sociales a las que pertenece (el trabajo, la escuela, la iglesia, etc.). Es la forma en que percibe y analiza los fenómenos comunicativos, los mensajes que éstos emitan y el modo que los asimilan, asumen y reproducen en su hacer diario.

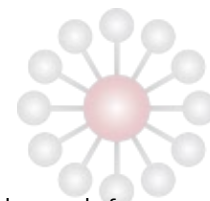
La anterior definición establece una relación de equidad, pero también presenta una correlación de inequidad cuando la identidad de género se trata de una distinción entre cada uno, colocándolos en un extremo, sin poder equilibrarlos, sin que se reconozcan y coexistan como tal. “Esta asimetría consiste en designar diferenciaciones de modo tal que tareas y funciones asignadas a hombres y mujeres, al igual que otros atributos como el prestigio y el poder, no guardan la misma proporción o no son comparables” (Ramírez, 1993, p. 133).

Detrás de las diferencias sexuales entre mujer y hombre, también se pueden vislumbrar desigualdades entre ellos, las cuales son producto del un sexo socialmente mal construido, pues existen distinciones sociales, económicas, políticas, culturales, educativas, laborales, etc., que merman un desarrollo igualitario entre ambos.

Estas desigualdades entre géneros se pueden percibir claramente en la asignación de trabajos específicos tanto para hombres como mujeres en Estados Unidos. Ellos trabajan en fábricas, en restaurantes, en la construcción, en la agricultura, regularmente mientras ellas están destinadas principalmente al cuidado de los niños, a la limpieza, a los servicios, entre otros. Otra diferencia es que los sueldos de las mujeres es más bajo que el de los hombres, aún cuando trabajen en el mismo rubro.

Además, muchas mujeres migrantes son víctimas de violencia de toda índole, lo que las envuelve en una situación peligrosa, pues al estar indocumentadas les da miedo denunciar este tipo de hechos pues tienen miedo de ser deportadas. En cuanto a la violencia psicológica y económica estas también se presentan, pues muchas veces son manipuladas y obligadas por sus parejas.

Una herramienta eficaz para comprender y resolver la complicada convivencia entre hombres y mujeres en la sociedad, es la perspectiva de género. Ésta se encarga de buscar y lograr una relación equitativa entre ambos géneros, conociendo, pero sobre todo, respetando las diferencias presentes. De esta manera, se logrará entender las relaciones

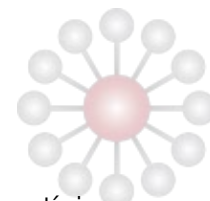


entre los dos sexos desde un enfoque distinto que está siendo estudiado y analizado en diferentes investigaciones.

Los cambios en la vida de Amelia

Después de la plática que tuve con ella y gracias a la observación etnográfica realizada, describo los principales cambios que ha tenido desde que se fue a vivir a los Estados Unidos:

1. Para obtener la residencia, Amelia se vio comprometida a casarse no por convicción sino por beneficio. Si bien legalizar su estancia fue de gran ayuda para ella, esto trajo consigo un cambio de identidad, pues dejó de ser Amelia Cabrera para convertirse en Amelia González, nombre que debe utilizar en los Estados Unidos pues con éste logró legalizarse y con él ha realizado todos sus trámites como el seguro social, licencia de conducir, créditos bancarios, contratos, etc.
2. Cuando Amelia cruza la frontera, al entrar a México no requiere permiso para hacerlo, pues lo hace como ciudadana mexicana mostrando alguna identificación. Cuando cruza para el lado estadounidense lo hace como residente, por lo que tampoco requiere permiso para entrar. Esta dualidad en la frontera nos habla de una bi-identidad, pues si bien no cuenta con doble ciudadanía propiamente, ella es tanto mexicana como residente de los Estados Unidos, depende del lado donde se encuentre.
3. Aunque es el sustento de su casa en México, al ser el único soporte económico de su mamá y de su hijo, ella sólo es jefa de familia cuando se trata de asuntos financieros, es decir, la consultan y solicitan sólo cuando se trata de gastos, pagos, compras. En otro tipo de cuestiones como la educación de su hijo, la madre de Mela es la quien asume la responsabilidad y toma las decisiones pues es su tutora legal. El hijo de Amelia recurre primero a su abuela para que sea ella la intermediaria entre los dos. Esto demuestra que la distancia influye para que se pierda esa jefatura de familia pues Amelia es considerada sólo como proveedora, no como figura de respeto.
4. Contrario a esta situación, la dinámica de convivencia en su casa en Estados Unidos es totalmente diferente. Ella asume el liderazgo total pues administra y controla gastos, pagos y compras referentes al hogar mientras su pareja y su sobrino son sólo proveedores. Cada uno de los integrantes sabe sus responsabilidades y obligaciones dentro de la casa, lo que provoca una relación más cordial.
5. Amelia sabe que sus tareas es hacer la comida y el lunch diario, la limpieza del hogar y otras actividades específicas, mientras ellos saben su compromiso con los gastos y con algunas acciones en particular dentro de la casa. Estas diferencias entre relaciones familiares indican cómo se va perdiendo la jefatura de la familia a causa de la distancia, aún y cuando el contacto nunca se pierde y se mantiene la responsabilidad económica, y como al migrar se construyen otro tipo de familias en las que la convivencia diaria

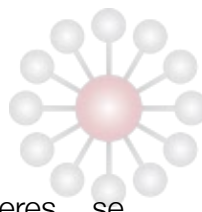


logra un ambiente de cooperación y ayuda mutua entre integrantes.

6. Las relaciones de pareja también es un punto importante en las mujeres migrantes. Como podemos observar en el ejemplo de Amelia, tal vez Pedro no es su ideal de hombre, tanto físicamente como en su forma de ser que refleja ciertas acciones machistas como la importancia de saber cocinar y tener siempre lista la comida, las opiniones en la forma de vestir de Amelia, la exclusión de las mujeres en sus reuniones familiares, etc. Estas situaciones parecen no molestarle, pues ella se siente segura y apoyada por su pareja, así como procurada y consentida al comprarle lo que ella quiere.
7. En cuanto a su relación con otras personas, Amelia sólo convive con su círculo de trabajo y la familia de su pareja. Fuera del los hermanos, cuñados y amigos de su pareja, no conoce más hombres pues en su trabajo la mayoría son mujeres, con las cuales lleva una buena relación pero las considera compañeras solamente. Tiene una sola amiga pero no se frecuentan mucho fuera de su trabajo. Con las mujeres que tiene más contacto son con las integrantes de la familia de Pedro con las que convive, platica y comparte más momentos.
8. Amelia aún conserva y repite diariamente muchas de sus costumbres. En cuanto a la comida por supuesto toda es mexicana manteniendo ciertos alimentos típicos: tortillas, salsas, pan dulce, etc. Al prepararla lo hace como si estuviera en su país

valiéndose de ciertos elementos típicos como el mandil, ollas de barro, comal, entre otros, los cuales se lleva de México. Rara vez come fuera y cuando lo hace prefiere los lugares de comida tradicional como tacos, tortas, flautas, etc. Acude principalmente a tiendas pequeñas mexicanas a comprar la comida. Frecuenta en poca medida los centros comerciales y establecimientos donde se habla inglés para comprar ropa o algún artículo para el hogar.

9. Amelia aprovecha mucha de las comodidades que la rodean. En su casa cuenta con lavadora y secadora, aspiradora, lavadora de trastes, artículos que le facilitan y agilizan el trabajo. También tiene aire acondicionado, calefacción, televisión con cable en cada habitación y servicio de internet. Como ella lo mencionó, su automóvil es un elemento vital para desplazarse a cualquier parte. Tiene tarjetas bancarias y departamentales, las cuales agilizan algunas compras. No tiene teléfono fijo pero su servicio de celular le permite realizar llamadas locales ilimitadas.
10. Sobre su trabajo, Amelia se siente a gusto con lo que hace y con lo que gana. Sabe que su puesto es alto y le implica más responsabilidades, pues tiene a su cargo varias personas, pero esto la hace sentirse útil e importante, por lo que toma con seriedad y lealtad su compromiso laboral. Su trabajo y su sueldo le ofrecen y le permiten tener una autonomía importante. No tiene que rendirle cuenta a nadie de lo que gana o lo que gasta, por lo que se siente libre de



hacer con su dinero lo que ella quiera. Aún y con esta libertad, ella se muestra siempre centrada, pues sabe que la mayoría de sus ingresos van para su familia. además de administrar lo que no manda para cualquier cosa que se pueda ofrecer.

Conclusiones

Como gran conclusión, considero que la perspectiva de género debe ser aplicada en investigaciones y estudios de migración. “La perspectiva de género implica a ambos géneros en el desarrollo, es un esfuerzo por lograr modificaciones en las respectivas especificidades, funciones, responsabilidades, expectativas y oportunidades de varones y mujeres” (Lagarde, 1996, p. 163).

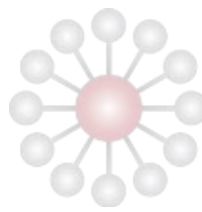
No se puede dejar de lado, que la mujer juega un papel importante en el fenómeno migratorio no sólo en segundo plano, sino cuando lo hace de manera voluntaria y en solitario. La migración femenina traer consigo importantes cambios tanto en su lugar de origen como a donde migra, transformaciones tanto sociales, económicas, culturales, etc., por lo que no se puede dejar de lado a la mujer en este tipo de estudios. Dentro de la perspectiva de género, se incluyen los estudios y análisis de las relaciones entre ambos en orden a suprimir las manifestaciones de subordinación, inequidad, discriminación y favorecer la igualdad.

A continuación presento las conclusiones a las que me llevó esta investigación:

- Negación obligada o aceptada de su verdadera identidad. Al entrar a un país

indocumentadamente, las mujeres se ven en la necesidad de mantenerse en el anonimato o bien, de cambiar de identidad al comprar documentación falsa para trabajar. Quienes contraen matrimonio ya sea por elección propia o por conveniencia, dejan su nombre de solteras y adoptan la costumbre de llevar el apellido de casadas, lo cual también implica un cambio entre quienes era antes y quienes son ahora.

- Ciudadanas mexicanas, residentes estadounidenses. Quienes logran legalizar su estadía en Estados Unidos, lo hacen en calidad de residentes lo que les ofrece principalmente la oportunidad de trabajar y de salir y entrar libremente del país. Si bien no se pierde la ciudadanía al emigrar, poco a poco la distancia ocasiona una fisura con su país de origen, no dejan de sentirse mexicanas pero ahora centran su atención en la nueva realidad que las alberga y a la cual deben de adaptarse rápidamente, por lo que aíslan en cierta forma su entorno anterior. Es decir, no pierden su identidad por completo, sino más bien la reconfiguran conforme las condiciones del nuevo lugar lo van estableciendo.
- Fractura de los lazos familiares y pérdida de la figura de mando. Las mujeres que migran solas sin sus hijos, dejan de ser las jefas de familia para convertirse en proveedoras económicas solamente. Las situaciones y problemas de la familia se van resolviendo al día por quienes se quedan al cuidado de los hijos, por la distancia, la madre no es más la cabeza de familia y ahora su papel



principal es sólo el de soporte monetario.

- Autonomía Vs. vulnerabilidad. Las migrantes que se encuentran solas no tienen que dar cuenta de sus actos ni a sus padres, hijos o marido, por lo que se sienten libres y autónomas al empezar a trabajar y ganar dinero para ellas. Pero esta libertad las puede orillar a un sentimiento de soledad y fragilidad pues se encuentran en un ambiente lleno de peligros tanto por ser mujeres y migrantes. Esto las puede alentar a buscar alguna compañera de vivienda o bien alguna pareja sentimental para no sentirse solas.
- Vivir con facilidades: Uno de los cambios principales a los que se enfrentan las mujeres son las comodidades que se les presenta en este nuevo país. Muchas se ven rodeadas de beneficios que les facilita su estadía. Saben que este tipo de prosperidades no las tendrían si no hubieran migrado o les costaría mucho más trabajo obtenerlos. Ganar un buen sueldo las incita a comprar todo aquello que antes les estaba negado, por no tener recursos para hacerlo.
- Relaciones interpersonales. Las amistades de las mujeres migrantes son pocas, todo se reduce a quienes la rodean: compañeros o compañeras de trabajo y familiares tanto de ella y su pareja. Los momentos en que se conviven son en su mayoría ocasiones especiales como cumpleaños, fiestas etc. Pocas veces se visitan fuera de estos momentos y tampoco salen de paseo con ellos. Los lugares de interacción son los

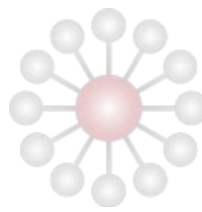
trabajos y los hogares nada más.

- Relación amorosa. Las mujeres solteras buscan la compañía de un hombre principalmente por la protección que este les ofrece. Las uniones son principalmente libres, sin ideales de matrimonio pero si con un compromiso de ambas partes. Las mujeres buscan principalmente hombres de su mismo país para unirse a ellos pues saben que será una relación más fácil al tener generalmente las mismas costumbres.

Al principio, ambos se responsabilizan en igual medida por compartir gastos y obligaciones, pero con el paso del tiempo los roles de género se presentan: el hombre es el principal proveedor económico mientras la mujer es quien se encarga del cuidado de la casa, aunque ambos trabajen.

Al migrar, existe una reivindicación de género al ser mujeres independientes y autónomas. Se sienten útiles y productivas al trabajar por su cuenta, al ser ellas quienes se encargan ahora de su familia, algunas dejaron de ser agentes pasivos y se convierten en actores activos en la jerarquía de su hogar. Pero dicha reivindicación se pierde en algunas ocasiones cuando deciden tener pareja.

Se sigue reproduciendo la misma dinámica entre géneros. En ocasiones, las mujeres no están muy convencidas con la elección de pareja, pues sus compañeros presentan prácticas machistas, situación que parece no incomodarles mucho a las mujeres, mientras se sientan seguras económicamente a su



lado. Existe una violencia tanto económica como psicológica tenue, pues ellas mismas se sienten conformes con esa situación.

- Conservación de las costumbres y tradiciones. Aunque se migra a un país con idioma, cultura, tradiciones, religión y costumbres diferentes, la preservación de las prácticas culturales por parte de las mujeres mexicanas es factible debido a diversas causas:

La ciudad donde se establecen es importante factor pues si se está en una localidad con importante población mexicana, estará en un contexto familiar que le permitirá continuar con sus hábitos sociales y culturales. Las mujeres no suelen estar muy abiertas al cambio, generalmente no les gusta asistir a sitios que no están relacionados con ellas o su cultura. Frecuentan lugares ya conocidos y que les establezca alguna relación con su país. Establecimientos, templos, lugares de esparcimiento, todos estos son ambientes populares que le permitirán sentirse por momentos más cerca de casa.

El núcleo familiar también es trascendente para la conservación de la identidad social. Si se siguen las mismas rutinas que cuando se vivía en el país de origen, será más fácil conservar eso que las hace diferentes de quienes viven en los Estados Unidos. El hablar español, preparar comida típica, ver novelas mexicanas, festejar los cumpleaños, este tipo de acciones son las que ayudan a conservar y seguir reproduciendo su identidad como mexicanas.

Bibliografía

Álvarez, R. (2005). “Migración y género”. En: Mujeres Migrantes y sus implicaciones desde la perspectiva de género. México: INMUJERES, 81-85. Disponible en: www.inmujeres.gob.mx.

Angoa, M. (2010). “Mujeres en Estados Unidos”. Políticas públicas ante los retos de la migración mexicana a Estados Unidos. México: CONAPO, 171-210. Disponible en www.conapo.org.mx.

Baumann, G. (2001). El enigma multicultural. España: Paidós.

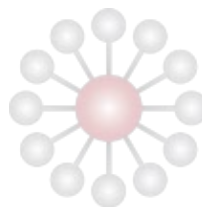
Castillo, M. (2001). “Mujeres y fronteras: una dimensión analítica”. En Tuñón, E. (Coord) Mujeres en las fronteras. Trabajo, Salud y Migración (Belice, Guatemala, Estados Unidos y México) México: ECOSUR, COLSON, COLEF, Plaza y Valdés Editores, 33-49.

Chamber, I. (1994). Migración, cultura, identidad. Argentina: Amorrortu editores.

Cortés, P. (2005). Mujeres migrantes de América Latina y el Caribe: derechos humanos, mitos y duras realidades. Chile: Naciones Unidas. Disponible en: www.eclac.org.

Eisenstadt, S. (1954). The absorption of migrants. Londres: Keagan and Paul. Citado por: Herrera, R. (2006). La perspectiva teórica en el estudio de las migraciones. México: Siglo 21.

Flores, F. (2000). “El género en el marco de la psicología social”. En D. Jodelete y A. Guerrero (coords.). Develando la Cultura. Estudios en representaciones sociales. México: Universidad



Nacional Autónoma de México, 109-125.

García, N. (2005). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.

Herrera, R. (2006). *La perspectiva teórica en el estudio de las migraciones*. México: Siglo 21.

Instituto Nacional de las Mujeres (2009). *Síntesis del “Diagnóstico sobre la situación de la mujer en el Estado de San Luis Potosí, 2008”*. México: UASLP, CUATE, Gobierno del Estado de S.L.P., IMES.

Íñiguez, L. (2001) “Identidad: De lo personal a lo social. Un recorrido conceptual”. En: *La construcción social de la subjetividad*. Crespo, E. y Soldevilla, C. (Eds.). Madrid: Catarata, 209-226.

Lagarde, M. (1996). *Género y Feminismo. Desarrollo humano y Democracia*. Madrid: Horas y Horas. Citada por I. Martínez y A. Bonilla. (2000). *Sistema sexo/género, identidades y construcción de la subjetividad*. España: Universidad de Valencia.

Ramírez, R. (1993). “Dime capitán”. San Juan: Ediciones Huracán. Citado por A. Vega. (2005). “Construyendo puentes: la identidad de género de los jefes de familia y la recepción televisiva”. En *Comunicación y Sociedad* N° 4, julio-diciembre. Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 127-145.

Woo, O. (1995). “Las mujeres mexicanas indocumentadas en la migración internacional y la movilidad transfronteriza”. En: *Mujeres, migración y maquila en la frontera Norte*. González, S., Ruiz, O., Velasco, L. y Woo, O. (Comp.). México:

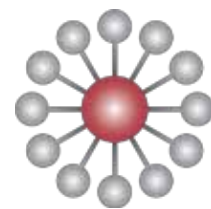
COLMEX y COLEF, 65-87.

Woo, O. y Moreno, J. (2005). “Las mujeres migrantes y las familias mexicanas en los Estados Unidos”. En: *Mujeres Migrantes y sus implicaciones desde la perspectiva de género*. México: INMUJERES, 86-91. Disponible en: www.inmujeres.gob.mx

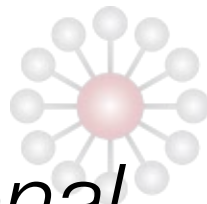
Sobre el autor:

L.C.C. Mayra Patricia Torres Gutiérrez.

Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, con mención honorífica por la Tesis: “No sólo soy madre o esposa, soy mujer: Las marcas estereotipadas de la mujer en la publicidad” (2009). Integrante de la Asociación Civil Enfoque de igualdad, para la investigación, capacitación y promoción de la perspectiva de género en San Luis Potosí.



Capítulo 11. Relaciones Públicas y Comunicación en las Organizaciones



La cultura organizacional y la comunicación, como ejes generadores de valores corporativos

Hilda Gabriela Hernández Flores
Alma Rosa Mejía Castillo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Resumen: Actualmente, la cultura organizacional y la comunicación juegan un papel determinante en el ámbito empresarial-institucional como factor para establecer un sistema de significados compartidos. De esta manera ante los nuevos retos organizacionales, surge la necesidad de revisar los ejes culturales que permiten el desarrollo estable y competitivo de las empresas e instituciones del siglo XXI. A partir de los valores y creencias corporativas, las organizaciones comparten valores y comportamientos que con el paso del tiempo deben renovarse o reenfocarse, la presente investigación ha tenido como fin la revisión de los valores de la cultura organizacional tradicional para determinar si ejes como la innovación, la responsabilidad social, la gestión del conocimiento y el aprendizaje organizacional son generadores o modificadores de valores corporativos enfatizados al cumplimiento de los objetivos organizacionales y las demandas del siglo XXI. La investigación contribuye, a partir de los resultados, a una visión corporativa más clara de los líderes empresariales o institucionales, donde la perspectiva organizacional no sólo se queda estancada en las simples formas administrativas, sino que propicia la existencia de una estrategia de comunicación planificada para crear una sinergia entre los elementos y manifestaciones culturales; esto al mismo tiempo demuestra la función del comunicador organizacional como agente interviniendo de cambio en las organizaciones. Finalmente, este proyecto es un parteaguas para futuras investigaciones, de estudiantes, docentes y empresarios en el conocimiento del cambio cultural en las organizaciones para el continuo desarrollo de las mismas.

Palabras Clave: Cultura Organizacional, Comunicación, Organización, Ejes culturales, Valores.



ARGUMENTACIÓN

Plantear una perspectiva organizacional que ayude a conducir la labor de las organizaciones dentro del marco de la globalización y competitividad a partir de la implementación y/o revisión de la cultura organizacional, hoy en día es todo un reto; ya que implica la revisión de todos y cada uno de los elementos que provee la cultura en las organizaciones. Como lo ha marcado su proceso evolutivo; en el cual se hacen presentes toda una serie de unidades –valores, objetivos, creencias, actitudes, etc- que son participes en la adopción de una cultura por parte de un grupo.

De esta manera el estudio de la cultura organizacional cobra sentido tan solo hace tres décadas, cuando comienzan a publicarse libros sobre administración como: “El secreto de la técnica empresarial japonesa de Pascale y Athos”, “En busca de la excelencia de Peters y Waterman”, “Cultura corporativas de Deal y Kennedy”, “Teoría Z de Ouchi”; todos ellos importantes para la construcción del entendimiento de la cultura organizacional ya que introducen conceptos tales como: valores, creencias, principios, objetivos, que comienzan a dar sentido y guían el proceso de la organización.

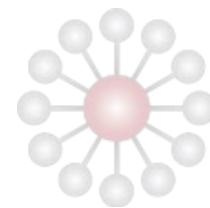
Al pasar de los años y con la entrada de la globalización, las empresas comienzan a enfrentarse a la supervivencia y competitividad en el ámbito organizacional; lo que origina que cada organización busque nuevos esquemas de referencia que definan claramente su accionar, desapegándose de las formas tradicionales de administrar. Como lo menciona López, J. (1999) “La globalización, por tanto, plantea al entorno

empresarial un conjunto de retos que hacen que las empresas tengan que discernir cuáles son las alternativas de actuación más idóneas, pues entre otros factores la empresa tendrá que acostumbrarse a desenvolverse en un ámbito de mayor complejidad estratégica...” Por lo que, el foco de atención en las investigaciones en este sentido, se ha establecido en mucho, a partir, de la creación y análisis de los sistemas culturales, al constituir ellos toda una gama de significados compartidos donde se concibe a las organizaciones como culturas.

Así surge la importancia de la cultura organizacional como área de investigación al visualizar a las instituciones como sistemas vivos; en donde el trabajo se da en función de la comunicación y la coordinación y que se sujeta a la misión, los valores y creencias de la filosofía organizacional. Explorar y enfatizar el valor de los procesos de comunicación en función de un sistema cultural se vuelve hoy parte de la estrategia corporativa; ya que de esta manera el área genera una red de información que permite una identificación y una transmisión continua de la cultura corporativa.

Puesto que toda relación que se da entre los miembros de una organización, se establece por medio de la comunicación en donde el intercambio de información produce un desarrollo integral organizativo, por lo que, la comunicación organizacional permite, a través de las interacciones grupales, la coordinación de actividades concretas por medio del entendimiento y la cooperación; mostrando así su razón de ser al permitir el crecimiento y desarrollo de las culturas y subculturas organizacionales.

Por lo tanto, el carácter multidisciplinario de la



comunicación debe y tiene que facilitar todos los procesos que se den en la organización tanto a nivel interno y externo, como lo explica CEES, B. M. VAN RIEL citado en Marrero y Martínez (2005) “la comunicación corporativa es un instrumento de gestión por medio del cual toda comunicación interna y externa conscientemente utilizada, está armonizada tan efectiva y eficazmente como sea posible para crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende.”

Entonces al poner a la comunicación y a la cultura en una balanza, estas deben tener el mismo peso, ya que hay que recordar que toda cultura posee una función comunicativa y para que se dé ese proceso todos los integrantes de la organización deben contar con un sistema integral compartido de percepciones, imágenes, valores, objetivos, signos, etc. que permitan por un lado que la comunicación sea eficiente y efectiva y por el otro, garantizar la formación de una ideología fuerte a través de la cultura en un intercambio de información de valor cultural.

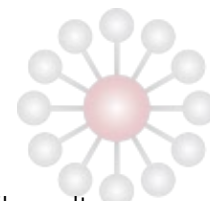
Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional, al revisar los retos que enfrentan las organizaciones hoy en día, plantea si la gestión del conocimiento, el aprendizaje organizacional, la innovación y la responsabilidad social, son parte de los ejes que definen las nuevas culturas organizacionales de las empresas e instituciones del Siglo XXI. A fin de dar respuesta a esta cuestión, se investiga de manera teórica-práctica a las organizaciones y los ejes culturales que crean, modifican o soportan la gestación de los nuevos valores en las organizaciones mexicanas.

ESTRUCTURA TEÓRICA

Retomando lo que se ha venido mencionando, uno de los necesarios deberes de las organizaciones dentro del marco globalizado es estar pendiente de su entorno. ¿Qué está pasando en el mercado? ¿Qué cambios exige el entorno? ¿Qué se tiene que modificar?, estas son tan solo algunas de las cuestiones que las estructuras organizadas deben responder continuamente para emprender acciones que les ayuden a mantenerse dentro del mercado competitivo a través del comportamiento de todo el sistema cultural hacia los nuevos esquemas de referencia.

A pesar de lo anteriormente expuesto, es importante también decir, que aún existen organizaciones con las mismas formas operativas de los años ochentas, en las que se presencia una estructura vertical y los procesos de información solo se dan de manera ascendente, otra característica es que la forma de actuar y de decidir aún no se ve influenciada por la cultura corporativa y esto, en definitiva, pone hoy día en riesgo a las organizaciones.

Por lo que, primero se debe desplazar esas particularidades en las organizaciones, construir estructuras innovadoras, con sentido común que permitan la generación de todo un sistema de significado compartido entre los miembros; ya que como presupone la cultura en una sociedad, existen valores, comportamientos, costumbres, creencias que caracterizan a cierto grupo y lo llevan de manera conjunta a alcanzar el objetivo. Así las organizaciones cuentan con personalidad propia basada en valores y creencias específicos que deben entrar, de acuerdo a los nuevos tiempos organizacionales, en una redefinición; en donde sí se



toma en cuenta el pasado histórico organizacional, el actuar presente de la organización, pero en definitiva, exigen de un enfoque más preciso de los conceptos comunicación y cultura en el contexto organizacional que se sustenta a través de las relaciones interdependientes que se mantienen mediante la transmisión y práctica de valores y creencias y que radica en la construcción de la llamada sinergia constructivista; entendida como aquella suma de partes que posee cada uno de los individuos de un grupo para enfatizarlas en bien de la organización; misma que se produce según lo menciona Belohlavek, P. (2005) “cuando se integran individuos con vocaciones complementarias para producir una obra en común”.

Hablando de nuestro país, aún es grande el reto para que pequeñas, medianas y grandes empresas logren cimentar su posicionamiento y dar respuesta al entorno a través de la visualización de una cultura organizacional como fuente de su estrategia corporativa. Sin embargo, a pesar de que diversas investigaciones a nivel nacional e internacional hablan del valor y participación de la comunicación y la cultura en las empresas de manera aislada; se logra comprobar, a través de muchas otras, que tales elementos son los que hoy en día hacen la diferencia de éxito y posicionamiento entre una organización y otra.

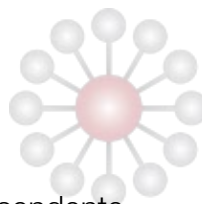
Con ello, se llega a establecer que la apertura de cambios en la organización, basados en la cultura, implica la suma de valores, creencias, hábitos, etc.; que bien, aplicados muestran resultados sustanciales que a veces son intangibles, pero que dan carácter simbólico a la cultura organizacional y permiten alcanzar el éxito de manera más planeada y congruente con los principios organizacionales.

Como lo menciona Nosnik, A. (2005) “la cultura es un factor estabilizador de las organizaciones, y como tal juega un papel crucial en la supervivencia, adaptación y prosperidad en la vida de las mismas en tiempos de turbulencia y transición...”

En definitiva, y a pesar de que la cultura pareciera ser un bien intangible; los tiempos han cambiado y existe una gran complejidad en los entornos organizacionales, situación que no permite seguir trabajando con procesos ambiguos, que no responden a las nuevas necesidades organizacionales. Ahora, es imprescindible que las organizaciones se visualicen de forma global y que analicen los distintos escenarios y posibilidades de manera unificada en respuesta a los diferentes requerimientos. En sí, como menciona García, C. (2006) (...) “es necesario cambiar las conductas de las personas, y debido a que las conductas estas guiadas por valores, es necesario cambiar la cultura organizacional para lograr un verdadero cambio”.

Enfatizando en el hecho de que los procesos administrativos no son ya suficientes; el entorno empresarial reclama la visualización y acción de funciones conjuntas y acordes a la misión, visión y valores de la empresa; en un nuevo paradigma que permita a los administradores dar solución a los diferentes escenarios, con base en los ejes de acción, que marcan la tendencia del mercado; en donde el corazón ideológico de la organización influya y determine la estrategia corporativa sustentada en la cultura organizacional.

Justo en esa dinámica, existe una tendencia hacia la perspectiva cultural, generando una revisión en el campo de la comunicación organizacional



puesto que ambas, comunicación y cultura son elementos básicos en el cumplimiento de los objetivos institucionales. Como cita Arellano, E. (2010) “La cultura organizacional tiene en la comunicación uno de los recursos más importantes para el conocimiento y/o manejo de los elementos que componen esta área de estudio”.

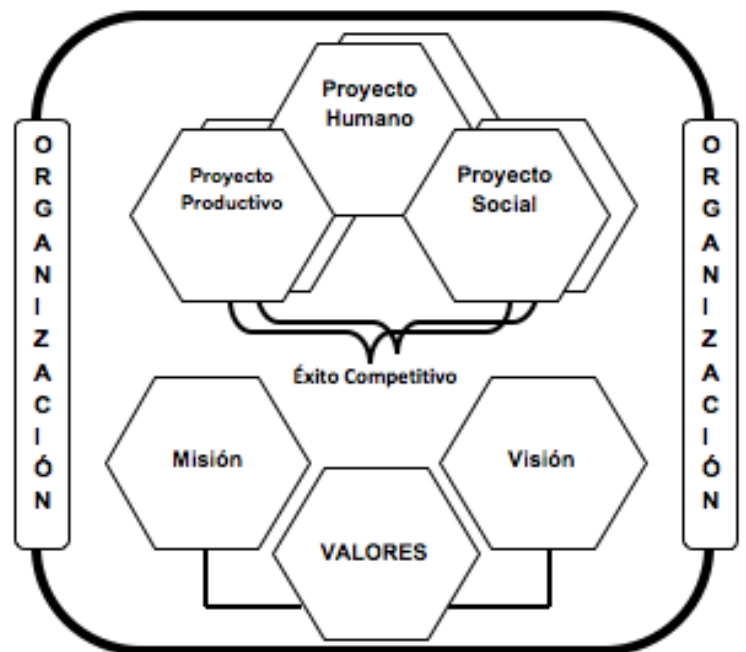
A partir de ello, las organizaciones tendrán que basar sus estrategias en esta dinámica – filosofía de la organización-, donde el reflejo se traduce en el comportamiento, tanto a nivel individual como grupal; a fin de que la organización sea vista como sistema y enfoque sus cambios de acuerdo a su manera de hacer las cosas, a sus creencias, a sus rituales y sobre todo en los valores que posee. De ahí que Goffee y Jones (2001) la definan como: “la forma de actuar de una organización... porque comprende valores, símbolos, comportamientos y anuncios que son ampliamente compartidos en el seno de la organización”.

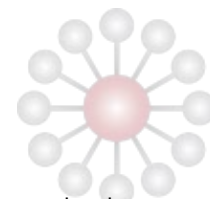
Si todos esos elementos son compartidos por la organización, como lo señalan los autores citados en el párrafo anterior, existe un común denominador entre todos los miembros de la organización -valores-; porque hay que subrayar que los mismos son los que rigen al individuo en función de sus creencias y conductas, y funcionan como pilares de una cultura para determinar los ejes de acción y reforzar las actitudes y comportamientos dentro de la organización.

Ante esto, Valbuena, M., Morillo, R. & Salas, D. (2006) mencionan:

“Los valores colectivos están expresados en la misión y visión de la organización y es aquí donde estos deben ser capaces de conjugarse para el

éxito competitivo, así como de hacer trascendente el proyecto social, humano y productivo del cual forman parte la sociedad y específicamente las organizaciones” lo que puede apreciarse en el gráfico siguiente.



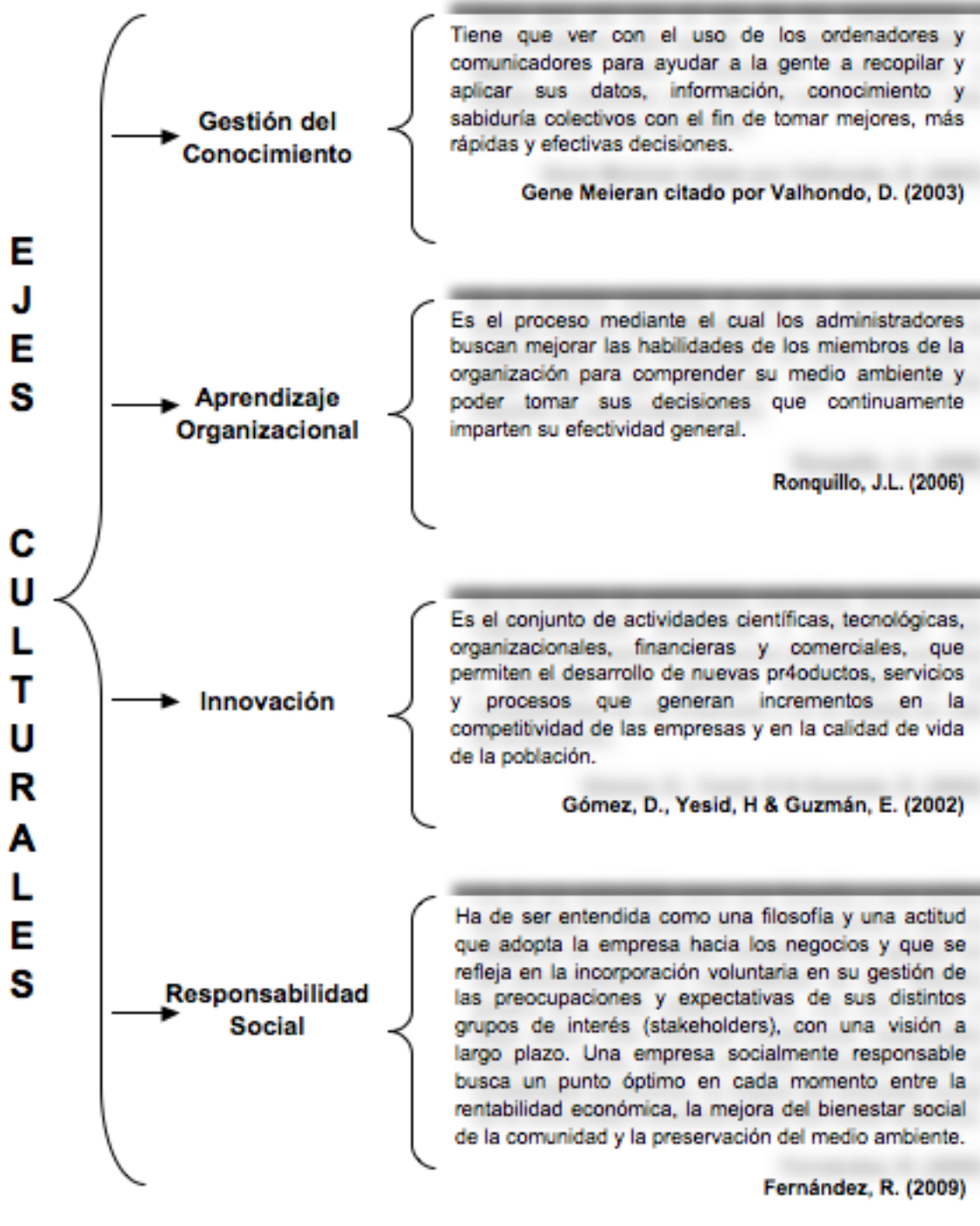
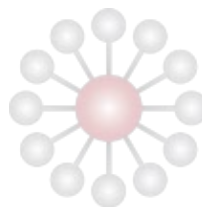


De manera que, el hacer referencia de valores dentro del ámbito organizacional; se debe al papel que desempeñan en las acciones de los individuos, es decir; los valores son aquellas concepciones prácticas que dan soporte a la organización, por lo que, son los que van a identificar y a reforzar las actitudes y desempeño de la organización volviéndose comportamiento-acción. Ahora bien, al poseer un comportamiento, la función de esos valores radica en trabajar bajo esos ejes actuales, visualizando las posibilidades de éxito y crecimiento corporativo, donde esté involucrando el lado humano y productivo desde la esencia de la organización.

Por consiguiente, es imprescindible revisar las exigencias que imperan en las empresas y/o instituciones en el siglo XXI, para crear un enfoque cultural mediante la revisión de los valores y creencias, que ayuden a cumplir con los objetivos organizacionales que preponderan los mercados actuales. Es entonces que, los valores y creencias al plantearse en congruencia con los nuevos sistemas culturales requieren de una estrategia de comunicación efectiva, donde se permita la transmisión de esos valores de manera que puedan ser adoptados y aplicados a los contextos actuales.

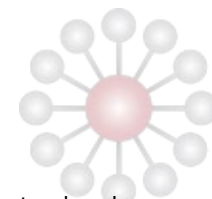
Para revisar lo anterior, los objetivos planteados en esta investigación proponen conocer cuáles son los ejes que determinan los valores de la cultura organizacional de las empresas, a la vez, saber si los ejes que proponen Hernández, G. y Cendejas, G. (2006) coinciden con los ejes que generan nuevos valores dentro de las empresas y finalmente, describir el papel que juega la comunicación en el proceso de adquisición de nuevos valores.

Así dentro del marco referencial que sustenta esta investigación, se hayan cuatro directrices -responsabilidad social, innovación, gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional- que definen a las organizaciones como sistemas fuertes dentro del escenario del siglo XXI; mismos que a continuación se desarrollan para su mejor comprensión.



Lo anterior conlleva a la revisión de los nuevos valores y creencias de la cultura organizacional, por lo que es importante replantear los lineamientos del enfoque cultural de las empresas y/o instituciones que les ayudan a cumplir con los objetivos del siglo XXI. Los nuevos valores

y creencias deberán plantearse con una clara estrategia de comunicación interna que permita que los individuos que conforman la organización puedan aplicarlos a las diferentes situaciones que va enfrentando la misma. Por lo que este proyecto de investigación permite visualizar si efectivamente



dichos ejes culturales mencionados por Hernández y Cendejas (2006) son aquellos que están gestando las nuevas culturas organizacionales, tomando como referencia que grandes empresas han obedecido a las necesidades globales así como también a las demandas de sus públicos internos y externos. Probar que dichos ejes generan las nuevas tendencias culturales corporativas y que los modelos implementados por ellas, les han permitido con éxito superar los diferentes cambios organizacionales dados por los distintos factores, puede probar no sólo que las circunstancias a nivel organizacional han cambiado, sino también sustentar el papel del comunicador organizacional como agente de mediación en toda esta serie de estrategias.

La importancia de la comunicación dentro de las organizaciones se refuerza y cobra vitalidad a partir de la concepción de la organización como un sistema viviente que requiere entablar comunicación con todos sus públicos y niveles. La gestión de cualquier tipo de cultura dentro de las organizaciones se da a partir del desarrollo y adaptación de sus valores organizacionales, lo cual significa que los ejes culturales fortalecen en uno o en todos los aspectos los cambios culturales que se van estableciendo en la rutina empresarial.

Probar efectivamente que los ejes culturales señalados por Hernández, G y Cendejas, G (2006) son algunos de los lineamientos generadores de nuevos valores o enfoques que fortalecen la cultura organizacional de las empresas significa dar una pauta a otras organizaciones, que ante los constantes cambios organizacionales pueden seguir, ajustar e incluso redefinir nuevos valores corporativos, considerando de manera primordial

el papel de la comunicación como estrategia de cambio y adopción de los mismos.

METODOLOGÍA

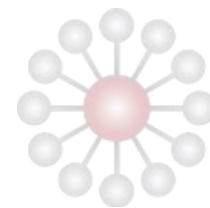
Esta investigación se plantea metodológicamente a partir la utilización de un enfoque mixto, transversal, exploratorio, prospectivo y experimental. La encuesta y la entrevista fueron utilizadas como herramientas para la recolección de información. Las encuestas fueron aplicadas al personal general de las organizaciones, mientras que las entrevistas de tipo semi-estructuradas se realizaron a gerentes y jefes de área; en ambos casos se midió principalmente la cultura organizacional, los valores organizacionales y los ejes culturales.

Contar con una cultura organizacional fuerte, cimentada en los valores y adoptada por todos los miembros de la organización; fue lo que determinó la elección de las dos empresas ubicadas en la Ciudad de Puebla con actividades totalmente diferentes; con el fin de observar que los ejes culturales propuestos por Hernández y Cendejas (2006) son aquellos que están gestando o no una nueva cultura dentro de las organizaciones.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Como ya se mencionó, los resultados de esta investigación surgen a partir de la aplicación de dos enfoques -cuantitativo y cualitativo- por lo que a continuación se hace referencia a los datos más importantes que se obtuvieron en ambas empresas respetando el orden de cada bloque con relación a su aplicación.

La información que se obtuvo acerca del primer



bloque, sobre cultura organizacional en donde se abarcan aspectos como misión, objetivos, identificación con la cultura y costumbres se precisa en la siguiente tabla.

Empresa 1	Empresa 2
<ul style="list-style-type: none"> • Misión <p>EL 96% conoce la misión de su empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Misión <p>El 80% conoce la misión su empresa.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos <p>El 72% están totalmente de acuerdo en que al cumplir con los objetivos de la empresa también se cumplen sus objetivos personales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos <p>El 57% de los encuestados revela que al cumplir los objetivos de la organización, también se cumplen sus metas personales.</p> <p>Con la información de las entrevistas y las encuestas respecto a los objetivos, se concluyó que los empleados solo conocen en parte sus objetivos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Identificación con la cultura <p>El 91% están totalmente identificados con la empresa y el 94% se siente orgulloso de formar parte de ésta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación con la cultura <p>El 61% están totalmente identificados con la empresa.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Costumbres <p>Los integrantes (82%) participan en las costumbres y tradiciones que se practican</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Costumbres <p>El 46% participan en las costumbres y tradiciones que se practican</p>

Como se puede apreciar, existe un alto rango de identificación de la cultura en estas dos organizaciones; evidentemente se da mayor concentración de la cultura en la empresa 1, generando por lo tanto mayor conocimiento y participación de los integrantes ante la esencia que posee; lo cual se ve reflejado en el hecho de que el 94% está orgulloso de ser parte de la empresa 1. Por lo que, plantear ésta situación

de las dos empresas con lo que dicta la cultura a partir de las investigaciones realizadas; determina o puntualiza que al gozar de una cultura altamente fortalecida a partir de la consolidación de una cultura abierta y plenamente humana genera la participación y conducta madura de todos y cada uno de los miembros ya que de por medio existe un compromiso que a su vez genera una responsabilidad con la organización. Ante esto



Daft, R. L. (2007) expresa: “Una cultura fuerte que fomenta la adaptación y el cambio. Redundará en un mejor desempeño organizacional gracias que infunde energía y motivación a los empleados, unifica a la gente con relación a las metas compartidas y a una misión más elevada, y da forma y orienta el comportamiento de los empleados de manera que las acciones de todos estén alineadas con prioridades estratégicas”.

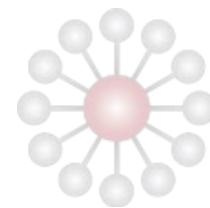
Bien, pero para generar una cultura se hace necesaria la participación de los valores y en este caso respecto a este bloque, en los resultados de la parte cualitativa resalta que en ambas organizaciones los valores se dan a conocer a través de diferentes medios; en la siguiente tabla se puede apreciar de manera específica esta información obtenida en el bloque.

Empresa 1	Empresa 2
<p>• Valores</p> <p>Un 80% que los encuestados conocen los valores y se les han comunicado oportunamente.</p> <p>En las entrevistas mencionan que los valores -se dan a conocer en todo momento-.</p> <p>El 43% se identifica con todos los valores que se promueven.</p> <p>La información cualitativa confirma que los valores son su esencia, su personalidad.</p> <p>El 65% responde que todas las acciones son acordes a los valores que promueven.</p>	<p>• Valores</p> <p>El 50% de los empleados afirman conocer los valores.</p> <p>El 46% expresó estar medianamente de acuerdo sobre el impulso que se les da a los valores dentro de la organización.</p> <p>El valor con el que los empleados se identifican más es el de colaboración con un 33%. Con un 36% responden como de acuerdo y medianamente de acuerdo, que las acciones son acordes a los valores que promueven.</p> <p>La totalidad de los entrevistados afirman que la mayoría de las acciones que se llevan a cabo en la empresa son congruentes con los valores que promueven.</p>

Pasando al bloque de ejes culturales – Aprendizaje organizacional, Gestión del conocimiento, Innovación y Responsabilidad Social- la información recabada por cada uno de estos es la siguiente. Para el aprendizaje organizacional, respecto a la empresa 1, los entrevistados en su totalidad responden que este eje efectivamente guía o cimienta los valores de la empresa; generando para la misma el desarrollo de todos sus colaboradores,

no sólo en su área de trabajo, sino en la vida profesional y personal.

En el caso de la empresa 2 muestra que en las entrevistas se mencionan algunas maneras de generar el aprendizaje; exaltando que todos los conocimientos que se brindan son de uso y aplicación directamente en las áreas a desempeñar. Por otro lado, las opiniones de los entrevistados se

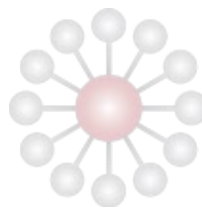


fragmentan al cuestionar si el aprendizaje impulsa los valores y cultura. En la siguiente tabla se detallan más estos resultados.

Empresa 1	Empresa 2
<p>• Aprendizaje Organizacional</p> <p>El 43% dice siempre recibir actividades donde se desarrollan sus conocimientos. Un 80% establece que lo que adquiere es de uso y aplicación en el área de trabajo, esto permite mejorar el desempeño con un 83%.</p> <p>Todos los entrevistados en su totalidad respondieron que a través del aprendizaje organizacional se impulsan los valores y la cultura corporativa.</p> <p>El Aprendizaje Organizacional efectivamente guía o cimienta los valores de la empresa.</p>	<p>• Aprendizaje Organizacional</p> <p>El 34% muestra que las actividades a través de las cuales se desarrollan los conocimientos y habilidades de los empleados, son cursos y capacitaciones.</p> <p>El 39% revela que casi siempre los conocimientos que adquieren en la empresa son aplicables en su área de trabajo.</p> <p>Respecto a que si el aprendizaje impulsa los valores y cultura, existe un conflicto entre las opiniones de los entrevistados debido a que más de la mitad de ellos dice que el aprendizaje organizacional no impulsa los valores ni la cultura de organización; lo ven en sentido contrario, es decir los valores de la organización impulsan este eje.</p>

Dando paso al eje de gestión del conocimiento, en la empresa 1; se obtiene que este segundo eje se comparte o gestiona a través de las juntas, de las jefaturas, de las evaluaciones y la retroalimentación, la capacitación etc.; y ciertamente los jefes afirman que el gestionar el conocimiento es parte de la cultura al colocar al alcance de todos el conocimiento y propiciarlo.

Para la empresa 2, la mayoría de los gerentes entrevistados consideran que se gestiona el conocimiento mediante múltiples acciones; así mismo, existe diferentes opiniones respecto a que si la gestión del conocimiento es parte de la cultura de la organización, porque algunos entrevistados afirmaron que la gestión no es aún parte de su cultura ya hace falta más trabajo con este eje. Véase la siguiente tabla.

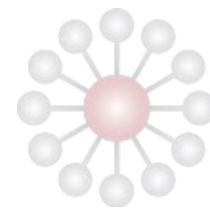


Empresa 1	Empresa 2
<p>• Gestión del Conocimiento</p> <p>El 73% afirman que la empresa para la que trabajan se preocupa porque haya un aprendizaje grupal. El 76% apunta que lo adquirido dentro de la empresa -conocimientos- se comparte con los compañeros de trabajo.</p> <p>El 89% revela que la empresa siempre fomenta la participación y la suma de esfuerzos constantemente.</p> <p>La gestión el conocimiento se comparte o gestiona a través de las juntas, de las jefaturas, de las evaluaciones y la retroalimentación, la capacitación etc.; y ciertamente los jefes afirman que el gestionar el conocimiento es parte de la cultura.</p>	<p>• Gestión del Conocimiento</p> <p>Los encuestados están medianamente de acuerdo en que la empresa se preocupa porque exista un aprendizaje grupal en ellos.</p> <p>EL 50% revela que los conocimientos y habilidades casi siempre se comparten con los compañeros. El 53% revela que la empresa casi siempre fomenta la participación y suma de esfuerzos y el trabajo en equipo.</p> <p>La mayoría de los gerentes entrevistados consideran que se gestiona el conocimiento mediante múltiples acciones.</p> <p>Algunos entrevistaron afirmaron que la gestión no es parte de su cultura pues aún hace falta más trabajo, pero el resto confirma que sí, es decir que la gestión del conocimiento si es parte de su cultura, lo anterior demuestra que los empleados de la empresa 2 aún difieren en 50% sobre sus respuestas en este sentido</p>

Por otra parte en las entrevistas, los resultados obtenidos respecto a la innovación afirman, que si no existiera la innovación dentro de la empresa 1; no serían lo que hoy en día son, apoyándose en los valores que tienen y que al mismo tiempo fomentan éste eje. En el caso de la empresa 2, afirman que es importante ser innovador ya que es

parte su filosofía al estar en la búsqueda de nuevos mercados y ofrecer el mejor servicio a los clientes. Así mismo se consideran una empresa innovadora por el hecho de saber adaptarse a los cambios y que estos estén fundamentados en sus valores.

En la siguiente tabla se muestran estos resultados.

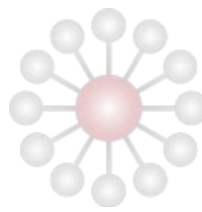


Empresa 1	Empresa 2
<p>• Innovación</p> <p>Con un 73% de opiniones en la encuesta la innovación, los hace tener más ventaja competitiva y un 67% manifiesta estar totalmente de acuerdo en que existen actividades únicas e innovadoras dentro de la organización.</p> <p>Por lo que en las entrevistas se preguntó si éste es un eje que fundamenta la cultura organizacional, y los entrevistados coincidieron al afirmar, que si no existiera la innovación dentro de la organización; no serían lo que hoy en día son, apoyándose en los valores que tienen y que al mismo tiempo fomenta el eje de innovación.</p>	<p>• Innovación</p> <p>El 50% de los colaboradores está de acuerdo en que la innovación los hace superiores a la competencia.</p> <p>El 49% considera que en esta organización existen actividades únicas e innovadores que aseguran su permanencia en el mercado.</p> <p>La totalidad los entrevistados afirman que si es importante ser innovador como parte de la filosofía de la organización; por lo que, la innovación es un eje que fundamenta la cultura organizacional en la empresa dos.</p> <p>Los entrevistados responden que se consideran una empresa innovadora por el hecho de saber adaptarse a los cambios y que estos estén fundamentados en sus valores.</p>

La información del último eje -responsabilidad social-, en las entrevistas se observa que este eje sí es importante para la organización manifestando que efectivamente la responsabilidad social es parte de la cultura organizacional de la empresa 1.

Para la empresa 2, en cuanto a la responsabilidad Social los entrevistados dicen participar en

estos programas que tiene la organización, sin embargo no saben a ciencia cierta la razón de su participación. Al mismo tiempo afirman que solamente una parte del eje de la responsabilidad social guía la conducta empresarial; ya que aún falta trabajo por parte de la organización en este sentido.



Empresa 1	Empresa 2
<p>• Responsabilidad Social</p> <p>Un 93% de los encuestados afirman la existencia de programas de ayuda a la comunidad. El 76% está totalmente de acuerdo en que esta actividad se involucra a todo el personal.</p> <p>El 64% dice que también llevan a cabo actividades ambientales que incluso involucran a la familia.</p> <p>La responsabilidad social sí es parte de la cultura organizacional de la empresa.</p>	<p>• Responsabilidad Social</p> <p>El 68% manifiesta la existencia de programas de ayuda a la comunidad.</p> <p>El 42% está totalmente de acuerdo en que esta actividad se involucra a todo el personal.</p> <p>El 39% de los encuestados expresan estar de acuerdo en que las acciones ambientales más allá de la organización trascienden a las familias.</p> <p>Solamente una parte del eje de la responsabilidad social guía la conducta empresarial.</p>

Para concluir ya con el bloque de ejes, se averigua si los ejes inciden en la cultura y valores organizacionales de la empresa; obteniendo para ambas empresas, que efectivamente éstos son

sumamente importantes para el fortalecimiento y seguimiento de sus valores y por ende, de su cultura.

Empresa 1	Empresa 2
<p>• Conclusión de los ejes</p> <p>Con un 82% el conocimiento, la innovación, el aprendizaje y la responsabilidad social determinan los valores de la organización.</p> <p>En la información cualitativa, la mayoría menciona que estos ejes son sumamente importantes para el fortalecimiento y seguimiento de los valores y por ende, de su cultura.</p> <p>Un 74% afirman que los valores nacen de los ejes culturales.</p>	<p>• Conclusión de los ejes</p> <p>Un 82% afirman que estos ejes culturales determinan los valores de la empresa.</p> <p>El 68% de los empleados opinan que los valores si surgen a partir de los cuatro ejes.</p>



Por último, el papel que juega la comunicación para fomentar la cultura: en la empresa 1 responden que el papel que juega la comunicación es muy importante porque sin ella no se logra la cohesión, la integridad y la identidad y, no sólo en cuestión

de cultura sino en cualquier ámbito u operación de la organización. Para la empresa 2, afirman que la comunicación es fundamental y necesaria para crear todos los procesos dentro y fuera de la organización.

Empresa 1	Empresa 2
<p>• Comunicación</p> <p>La incidencia de la comunicación en el proceso de la cultura, es sumamente importante porque sin ella no se logra nada y no sólo en cuestión de cultura sino en cualquier ámbito u operación de la organización.</p>	<p>• Comunicación</p> <p>Tanto empleados como gerentes aseveran en su totalidad que la comunicación es fundamental y necesaria para crear todos los procesos dentro y fuera de la organización.</p>

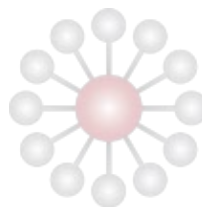
CONCLUSIONES

Actualmente la competitividad que se da en el comportamiento organizacional se debe en gran medida al declive de la productividad respecto a sus procesos y a la tendencia que ha venido trazando la globalización. En este sentido, las organizaciones están obligadas a desarrollar nuevos esquemas que refieran la tendencia del mercado, en la manera de actuar y crecer como factor competitivo.

Evidentemente, y a pesar de este panorama organizacional, en nuestro país aun existen muchas organizaciones que se mantienen operando con las mismas formas tradicionales, administrativas, operativas, productivas, etc.; que no permiten el avance de éstas porque no existe esa proactividad para responder a las demandas actuales. Es por ello, que ante éstas surge la iniciativa de analizar los ejes -la innovación, la responsabilidad social, la gestión del conocimiento y el aprendizaje organizacional- que delinear o modifican la cultura organizacional en el siglo XXI, como generadores de valores.

A través de este objetivo, se concluye que esos cuatro ejes que se plantearon, en definitiva tienen una funcionalidad específica en las organizaciones dentro del marco que exige la globalización y la desaprobación de los esquemas organizacionales obsoletos. Entre ellas, se destaca el hecho de la planeación de acciones proactivas, creadas a partir de los objetivos basados en el tiempo; es decir, que es lo que se pretende alcanzar a corto, mediano y largo plazo, sin olvidar que todo esto se da a partir de la existencia y buen manejo de los procesos de comunicación efectivos que de igual manera se darán por el accionar de la organización a partir de su cultura.

Recalcando que todo esto se logra a través de la visión que tienen las organizaciones en el actuar sobre las condiciones que precisa el entorno empresarial como la flexibilidad y adaptabilidad; en definitiva las organizaciones están condicionadas a ser proactivas e innovadoras; con base en la fortaleza y solidez de su cultura fuerte por lo tanto el ajuste, modificación o reenfoque de valores y creencias les otorga la ventaja de competir más sabiamente en entornos globalizados y demandantes como los del siglo XXI.



RECOMENDACIONES

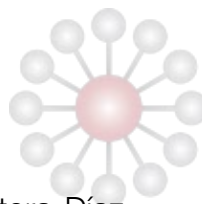
Con toda esta perspectiva que se genera a partir de esta investigación al llegar a la conclusión de que como parte fundamental para enfrentar las demandas del entorno, se requiere de una cultura organizacional que a través de todos sus elementos se forjaran para crear una misma ideología; no cabe más que recomendar que es importante seguir reforzando día a día la filosofía creada por la misma organización, estar siempre vigilando los elementos que son parte de la de la cultura y el entorno; para con fundamento realizar los ajustes necesarios reenfoque que permitan el alcance exitoso de los objetivos organizacionales.

Así mismo, ese trabajo de cultivar una cultura se debe llevar siempre de la mano de un plan estratégico de comunicación; mismo que acentué de manera oportuna las acciones de la cultura organizacional. Aunado a esto, el trabajo de comunicación y cultura, proporcionarán un proceso productivo en donde se hace necesario seguir enfatizando aquellos ejes, que en algún momento nuevamente, determinarán los lineamientos para la modernización y competitividad de las organizaciones.

Es importante también considerar, en posteriores investigaciones, otros ejes que ayuden a determinar el accionar actual de las organizaciones; como bien se sabe hoy estos ejes culturales - la innovación, la responsabilidad social, la gestión del conocimiento y el aprendizaje organizacional- son algunos de los que favorecen a las organizaciones, pero el entorno es cambiante por lo tanto, es necesario estar en una continua revisión de los procesos organizacionales y su desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

- Ø Arellano, E. (2010, abril) La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional. Revista Razón y Palabra. Núm. 62. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/n62/varia/earellano.html>
- Ø Belohlavek, P. (2005) Aprendizaje guiado por consejeros. Buenos aires: Blue Eagle Group.
- Ø Daft, R.L. (2007) Teoría y diseño organizacional. 9na Edición. México: International Thomson Editores.
- Ø Fernández, R. (2009) Responsabilidad social corporativa. España: Editorial Club Universitario.
- Ø García, C (2006, Enero –Abril) Una aproximación al concepto de cultura organizacional. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. Número 001, año/vol. 5. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=64750112>
- Ø Goffee, R. & Jones, G. (2001) El carácter organizacional. Cómo la cultura corporativa puede crear o destruir negocios. España: Ediciones Granica.
- Ø Gómez, D., Yesid, H & Guzmán, E. (2002) Los sistemas Nacionales de Innovación (SNI) Científica y Tecnológica en los países del Convenio Andrés Bello. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello.



del mito a la realidad. España: Editora Díaz de Santos S. A.

- Ø Hernández, H. G., y Cendejas, G. (2006, Agosto, septiembre) Los Nuevos Ejes de la Cultura Organizacional de las Empresas e Instituciones en el Siglo XXI. Revista Razón y Palabra. México. Núm. 52. Pág. 1-11 Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n52/hernandezcendejas.html>
- Ø López, J. (1999, Agosto) Los desafíos empresariales ante la globalización. Gestión en el tercer milenio. Núm. 3, Año 2. Disponible en: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v02_n3/desafios01.htm
- Ø Marrero, M. & Martínez, R. (2005) Comunicación y libertad. Caracas: Universidad Andrés Bello.
- Ø Nosnik, A. (2005) Culturas organizacionales: origen, consolidación y desarrollo. España: Netbiblo, S.L.
- Ø Ronquillo, J.L. (2006) Administración básica de la empresa familiar; un enfoque práctico. México: Panorama Editorial, S. A. de C. V.
- Ø Valbuena, M., Morillo, R. & Salas, D. (2006) Sistema de valores en las organizaciones. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. Número 003, año 12. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=73712303>
- Ø Valhondo, D. (2003) Gestión del conocimiento:

Sobre los autores:

Hilda Gabriela Hernández Flores.
Profesor Investigador de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Actualmente es responsable del proyecto de investigación “Los Ejes de la Cultura Organizacional de las Empresas e Instituciones del Siglo XXI” como integrante del padrón de investigadores de la Vicerrectoría de Investigación y Estudios de Posgrado de la institución. Ha participado también en el proyecto de investigación “Diagnóstico de la Percepción de la Cultura Ambiental de la Comunidad Universitaria en el Ámbito Local” que pertenece al mega proyecto institucional Universidad y Medio Ambiente (UMA). Cuenta con un libro titulado: Manual para la Elaboración de Tesis en coautoría, un capítulo en el libro “Turismo: desastres naturales, sociedad y medio ambiente” titulado “Una mirada hacia el lado oscuro de los símbolos del turismo” y varios artículos en la revista Razón y Palabra.
Correo electrónico: gaby_hf@yahoo.com.mx.

Alma Rosa Mejía Castillo.
Pasante de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Actualmente es parte del equipo de investigación de la Mtra. Hilda Gabriela Hernández Flores en el proyecto “Los Ejes de la Cultura Organizacional de las Empresas e Instituciones del Siglo XXI”.
Mail de contacto: armc40@hotmail.com



La organización como gestora de sentido.

Una aproximación teórica desde la perspectiva de los sistemas sociales de Niklas Luhmann

Mtra. María Fernanda Zúñiga Roca
Dr. Gustavo Garduño Oropeza
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la
Universidad Autónoma del Estado de México

Resumen: Esta ponencia analiza la implicación que existe entre los conceptos “organización”, “comunicación” y “decisión” en la teoría de sistemas de Niklas Luhmann con el fin de argumentar la importancia que, en el estudio de las organizaciones empresariales, tienen ambos para comprender los diferentes procesos y estrategias de generación de identidad entre diversos niveles jerárquicos de las mismas. El estudio se basa en datos obtenidos del estudio de diferentes empresas del Estado de México durante el año 2008.

La organización es el espacio que hace posible a la vez que limita la acción humana, la acción colectiva, la realización de determinados objetivos. Es una entidad inacabada, dinámica y, por tanto, en permanente construcción. La toma de decisiones en este marco constituye un proceso de lucha, de conflicto, que se renueva, se elabora o se afirma en cada momento.

CASTAGNE (2004)

1.- La organización como sistema

Para Luhmann la concepción de sistema surge de la distinción entre límites existentes trazados por un observador a partir de los espacios posibles de comunicación y las condiciones de complejidad del entorno donde ésta se da.

“...también la teoría de sistemas utiliza la distinción sistema / entorno, como forma de sus observaciones de descripciones, pero para poder hacerlo debe



saber distinguir esta distinción de otras distinciones” (Luhmann, 1997, p. 43).

Es así que la diferencia sistema – entorno será el punto de partida de la Teoría de los sistemas de Luhmann. Un sistema no puede darse sin relación o dependencia (acoplamiento) de su entorno en cuanto se constituye precisamente al tratar, mediante sus operaciones, un límite que lo distingue de lo que no le pertenece. No hay sistema que pueda operar fuera de sus límites mismos que están trazados a modo de forma y fondo por un observador incapaz de verse observando, no obstante y, paradójicamente, planteando un entorno del cual distinguirse no sería posible sin distinguir un sistema.

Desde esta perspectiva existen tres tipos de sistemas:

- a) Los sistemas interaccionales: Sistemas caracterizados por su inmediatez tanto para aparecer como para dejar de existir. Son los sistemas de la percepción, de la cotidianidad, operan por las comunicaciones inmediatas y poco complejas.
- b) Los sistemas sociales: Dado que Luhmann plantea una teoría de la sociedad moderna caracterizada, hoy día, por complejos procesos de vinculación dado el potencial comunicativo facilitado por las nuevas tecnologías y descrito globalmente. El autor entiende a la sociedad como un sistema de tipo propio y “uniabarcador”: la sociedad mundial y que tienen como entorno a todo “sistema psíquico” capaz de irritar la operación social. Hay otros tipos de sistemas sociales, llamados

“sistemas funcionales”, estos hacen operar a la sociedad, se distinguen por un código binario específico que los distingue de los otros y son capaces de generar criterios generales de comunicación e identidades (unidades de la distinción) con el objetivo de reducir el caos o la incertidumbre: Sistema del derecho, de la religión, de la ciencia, de la economía, de las relaciones personales.

- c) Los sistemas organizacionales: Estos hacen posible la operación de los sistemas funcionales, dan concreción o praxis a dichos sistemas y orientan el código a partir de programas específicos.

Una organización será un sistema siempre y cuando sea susceptible de diferenciarse de su entorno mediante la generación de su propio aparato de sentido, un sentido que logre la coherencia entre las operaciones internas y la serie de expectativas de aquellos sistemas funcionales, que, desde el entorno, la hagan necesaria.

La posición de la organización frente al entorno es la condición de existencia de la misma. Dichas organizaciones son las que hacen operar a los sistemas funcionales y, al hacerlo, permiten resolver los problemas y necesidades de los mismos en tanto constituyentes del sistema social. Por ello es innegable aclarar que, no obstante toda organización es comprendida como un sistema operacionalmente cerrado, existe una relación de acoplamiento que hace posible atender el entorno de la misma.

Si las organizaciones son entendidas como las



entidades que hacen posible la operación de los sistemas funcionales (derecho, religión, ciencia, economía), las empresas productivas serían el tipo de organización que coadyuvan al funcionamiento del sistema de la economía. Desde la perspectiva luhmanniana una organización puede ser entendida como el único sistema que pone condiciones a su pertenencia en tanto puede decidir quién pertenece y quien no al plantear de antemano criterios relativos (contratación – despido- proceduría), así como de demandar comportamientos muy específicos de sus miembros y motivar de manera muy generalizada el mantenimiento del sistema (dinero como medio de comunicación simbólicamente generalizado). La organización es, además el único sistema capaz de comunicarse conscientemente (no en sentido de irritación) con su entorno (publicidad, licitaciones, relaciones públicas).

2.- Organizaciones y comunicación

En términos de operación, podríamos decir que los sistemas psíquicos operan con pensamientos, estos son inabordables hasta que son comunicados y entonces estamos hablando de sistemas sociales que operan con comunicaciones. Los sistemas organizacionales operan con un tipo especial de formulación orientada por la función y el código: las decisiones entendidas como unidad mínima que al conectarse -una con otra- constituyen un tipo especial de comunicaciones.

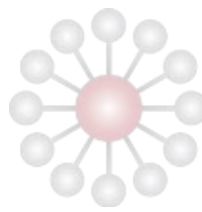
No obstante las fronteras constituyen la división significativa del sistema con respecto al entorno, al interior de éste encontraremos toda una serie de factores que determinan su mantenimiento, esto debido a que el entorno es contingente y el sistema deberá mantenerse en términos de su capacidad

para auto producirse. Las organizaciones en los sistemas económicos aparecen como factores de esta producción al habilitar decisiones que garantizan permanencia (la decisión es el recurso de comunicación que permite el mantenimiento en términos de un objetivo).

Socialmente hablando, los límites del sistema están dados por el cúmulo de comunicaciones posibles que articulan y unen dispositivos (máquinas), organismos, diferentes formaciones humanas (organizaciones) y esquemas de pensamiento (psíquicos). Cada uno de los anteriores no puede ser visto ya como un sub sistema sino como un marco específico o especial de sentido tendente a buscar la cohesión del propio sistema social definido a partir de la comunicación entendida ésta como la síntesis de tres selecciones:

- a) Selección de la Información: De todo el cúmulo al que puede acceder un sistema psíquico, para ser dada a conocer este selecciona determinada información frente a otra.
- b) Selección de darla a conocer: El cómo dicho sistema dará a conocer esa información (proceso de ordenamiento y caracterización de la información, seguido de procesos “cibernéticos” de transmisión -lenguajes, canales, artefactos-).
- c) Selección “de entender” la información de todas las maneras posibles e interpretar cuáles se han de ser elegidas para “elegir entenderla”.

De este modo tanto la organización como el sistema social pueden ser inferidos a partir de la acción derivada de la serie de acuerdos y relaciones



entre sus componentes y, también por ello, por la serie de esquemas de razonamiento, ideología o personalidad que se le vinculan. A esto se le denomina “sentido” y será el recurso para vincular la decisión con la operación del sistema.

Desde la perspectiva del sentido, la “poiesis” aparece como una acción interna que vincula al sistema no mediante su apertura sino mediante una clausura que, en sus componentes, lo adapta al entorno.

“Esto significa ante todo que el enlace de una comunicación con otras no puede acontecer arbitrariamente o al azar entonces la comunicación no sería posible como lo que es, una comunicación. Debe haber probabilidades que guíen la expectativa, de otra manera la autopoiesis de la comunicación no sería posible” (Luhmann 1997, p. 145)

La comunicación cumple entonces una doble función tanto al interior de los sistemas sociales como en la organización productiva, el caso que estamos considerando. Por un lado debe ser genésica, es decir, debe ser el punto de partida para la estructuración de límites y, por otro lado, debe asegurar que la contingencia no invada su propio aparato de codificación.

En pocas palabras: debe asegurar los límites sistémicos y debe producir las bases para que estos límites se expandan o adapten según la complejidad de las diferentes decisiones.

3.- Caso. Las empresas del estado de México y la toma de decisiones.

3.1 Antecedentes

Hablar de una “empresa” conlleva a tratar un tipo específico de sistema social que se distingue por ser el marco de confluencia de diversos procesos organizadores¹ correspondientes entre sí (funcional o disfuncionalmente y a partir de una serie de objetivos) y que se vinculan a partir de fines relativos como son:

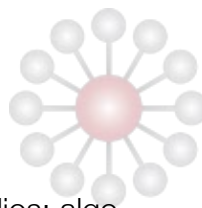
- La generación de utilidades.
- La producción de bienes y/o servicios (físicos y simbólicos).
- La reproducción – transformación – adaptación tanto del sistema como de su función (procesos destinados a la producción de insumos y generación de ganancias).

El desarrollo histórico del pensamiento organizacional ha redundado en visiones que definen no sólo el criterio de orden y administración de una asociación productiva sino los papeles y dimensiones que los sujetos, a ella incorporados, cobran.

Desde que F. Winslow Taylor² logra re concebir

¹ Es decir que vinculan el orden y el desorden en términos de su propio crecimiento y desarrollo.

² *The principles of scientific management*, de F.W. Taylor fue publicado en 1911 y constituyó, un influyente tratado que analiza cómo la productividad del trabajo puede incrementarse radicalmente dividiendo cada proceso de trabajo en movimientos parciales y organizando las tareas fragmentarias de acuerdo con pautas rigurosas de tiempo y con el estudio de movimiento.



a las empresas a partir de la aplicación de criterios racionalistas³ extremos, y en el marco del crecimiento y expansión de las propias fábricas⁴, se han generado diferentes concepciones de lo que es la organización desde una óptica interna (de administración). Ésta, según Lucila Finkel (Finkel; 1995), se ha desarrollado desde las siguientes fases o paradigmas:

La organización científica, la organización Fordista, la Organización Japonesa Toyotista y lo que hoy llamamos organización flexible.

Al final de esta última concepción es que podemos ver cómo la organización pasa a un marco de trabajo en donde la consecución o logro de objetivos se da con base en la comprensión sistémica de su contexto, de sus propios objetivos, su filosofía, sus necesidades tecnológicas, sus bases culturales, etc.

Las cuatro escuelas precedentes dejan claro el énfasis que van cobrando —a lo largo del siglo XX— los diferentes elementos que participan en la concepción de lo que deben ser los procesos, los fines y los modos de articular de las organizaciones. Desde el énfasis en los resultados, pasando por la adecuación de los mismos (a contextos productivos y financieros) y llegando a la racionalización de los procesos de obtención de insumos, de transformación y de mercado; las organizaciones se han presentado al estudioso como verdaderos laboratorios de “lo social” o micro sociedades de las cuales se puede obtener

³ Heredados de las teorías sociológicas de la burocracia de Weber y los criterios economicistas de Mill y Smith en términos de libre competencia y relación oferta –demanda.

⁴ Sin duda a partir de la coyuntura de las dos grandes guerras...

algo más que una idea de fines y de medios: algo que puede llegar a trazar la dimensión de las personas en marcos laborales o el abordaje de las culturas al interior de las mismas corporaciones.

No obstante el cambio de enfoques, las percepciones o formas concretizadas de producción, los fines de la empresa persiguen -como meta trascendental- la generación de ganancias y/o beneficios en función de series de intercambios que se emplazan socialmente y se rigen por criterios económicos y/o de intercambio.

3.2 Caso.

Partiendo de nuestra perspectiva teórica (basada en que la unidad de comunicación de toda organización son las decisiones) y de la forma paradójica en las que la participación y toma de las mismas ha sido abordada o considerada según el momento histórico referido por las teorías administrativas asociadas a abordajes tanto teóricos como empíricos, hemos querido estudiar de manera simplificada⁵ la decisión como esa unidad mínima de operación autopoietica que caracteriza a toda organización.

El objetivo general del ejercicio empírico usado para esta comunicación fue caracterizar las principales formas de participación laboral a partir de un estudio basado en siete empresas mexiquenses de diferente giro y tamaño. Para lograrlo se procedió a generar categorías de las formas más frecuentes de generación de decisiones en ellas. Después, se buscó establecer cómo cada uno de los niveles jerárquicos ejerció la participación en el nivel y

⁵ Dado que hemos querido cuantificar elementos altamente cualificables.



tarea relativa a su competencia y jerarquía.

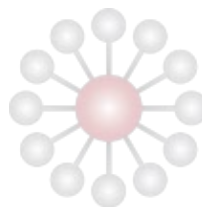
Las organizaciones investigadas fueron las siguientes:

- Luz y Fuerza del Centro (LFC):⁶ Es un organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que genera, transmite, transforma, distribuye y comercializa energía eléctrica a los hogares, comercios y empresas del Distrito Federal, 82 municipios del Estado de México, 45 de Hidalgo, 2 de Morelos y 3 de Puebla, contribuyendo con ello en el desarrollo económico y social de la región centro del país.
- Cemsa: Empresa familiar dedicada a la producción, venta y servicios de recolección de residuos. Especialidad en la fabricación de camiones para la administración de basura.
- San Cristóbal: Empresa familiar dedicada a la producción de tubos plásticos para drenajes y conductos de agua.
- Atento: Empresa de servicios que funciona como outsourcing⁷ y apoyo logístico de cobranza para muchas empresas como Telmex o Bancomer.
- Terraplena: Empresa de servicios. Funciona también como outsourcing de limpieza y mantenimiento general.
- General Motors, Planta Toluca (GM): Empresa transnacional de origen estadounidense, dedicada a la producción de vehículos automotores.
- Cementos Mexicanos (Cemex): Empresa

Trasnacional de origen mexicano que describe su giro como una empresa que ofrece soluciones para la industria de la construcción.

Y se detectaron 4 tipos de toma de decisiones expresados de la siguiente manera:

- a) **Estratégicas:** Este tipo de toma de decisiones tiene que ver, antes que nada, con un nivel de conocimiento comprensivo no sólo de la organización a su interior sino también de la posición que ésta juega en su contexto. Por lo general, para tomar decisiones de este tipo es necesario conocer a fondo la organización interna de la empresa y ser capaz de visualizar un análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Para ello, el acceso a la información es definitorio ya que nos da herramientas para tomar decisiones que, eventualmente, le permitirán a la empresa colocarse en una posición competitiva. Algunos tipos de decisiones de este orden tienen que ver con: Inversiones en infraestructura o en tecnología, contratación de personal muy calificado y “estratégico”, aplicación de nuevos modelos productivos, colocación de nuevos productos en el mercado, formas de organización empresarial (sindicatos, comités de empresa, uso de outsourcing, etc.)
- b) **Ordinarias:** Son decisiones relativas al establecimiento de objetivos, misión, visión, filosofía, establecimiento de jerarquías y puestos de trabajo. Es decir, son las decisiones que estructuran formalmente y



documentan a la organización.

- c) De tarea: Son decisiones que tienen que ver con la manera en la que los empleados llevan a cabo su trabajo. Son decisiones sobre mejoras específicas en departamentos o espacios productivos, Este tipo de decisiones incluyen resolución de problemas, sugerencias de ideas y se encuentran relacionadas con actividades como capacitación (sobre el quehacer del puesto de trabajo), estándares, desgaste del equipo, evaluación de los pares, generación de objetivos relativos al puesto de trabajo.
- d) De mantenimiento: este tipo de decisiones son las que ayudan a la organización a perpetuarse a sí misma. Las decisiones de mantenimiento tienen que ver con la realización de la producción, pero no con el contenido de la misma como sucede en las decisiones relativas a las actividades de tarea. Las actividades relacionadas con la parte humana que llevará a cabo las actividades de tarea, cómo organizarse, cómo lograr mayor participación, cursos que tienen que ver con cuestiones de liderazgo o de trabajo en equipo o actividades generales de integración que van desde políticas, hasta actividades recreativas y de

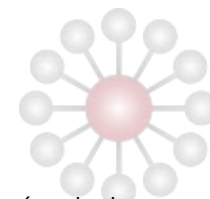
esparcimiento.

Con base en lo expuesto por el trabajo de campo y, tomando en consideración la interpretación de los resultados, arribamos a las siguientes conclusiones

La generación de categorías que pretenda abarcar las formas de participación en las organizaciones resultará siempre restrictiva, no obstante, lo presentado en este trabajo constituye no sólo un punto de partida sino la representación de aquellas formas que podríamos denominar más recurrentes en los diferentes tipos de formación organizacional estudiados.

En términos generales la empresa donde más se participa es en General Motors y se manifiesta tanto en sus políticas como en sus formas productivas. Las empresas de servicios son las que aparecen en un segundo lugar en tanto a intensidad de participación, junto con estas y de manera alentadora, encontramos las medianas empresas familiares. Y, finalmente, aparecen las grandes empresas mexicanas Cemex y LFC como aquellas en las que menos se participa dada su herencia burocrática que es la que, posiblemente, dificulta las posibilidades de participación laboral.

General	LFC	Cemsa	San Cristóbal	Atento	Terraplena	Cemex	GM
Nivel I Gerentes	21	21	7	30	30	9	26
Nivel II Mandos medios	8.3	29	20.8	25	25	8.3	20.8
Nivel III Nivel operativo	4.8	9.5	4.8	14.2	4.8	14.2	52.3
Total	34.1	59.5	22.6	69.2	59.8	31.2	99.1



Es claro que el nivel 1 y el nivel 2 son aquellos en donde más decisiones se toman y, por tanto, donde se presenta un mayor índice de participación,

dejando al nivel operativo con el más bajo porcentaje general de participación.

NIVEL ALTO

	Estratégicas	Ordinaria	Tarea	Mantenimiento
LFC	20	33	33	5
Cemsa	40	33	0	0
San Cristóbal	10	67	16	0
Atento	40	33	17	20
Terraplena	50	33	0	20
Cemex	0	33	17	0
GM	30	66	17	20

NIVEL MEDIO

	Estratégicas	Ordinaria	Tarea	Mantenimiento
LFC	10	20	0	0
Cemsa	20	40	75	0
San Cristóbal	10	40	50	0
Atento	20	20	0	60
Terraplena	20	40	25	20
Cemex	0	20	25	0
GM	10	20	25	20

NIVEL OPERATIVO

	Estratégicas	Ordinaria	Tarea	Mantenimiento
LFC	75	20	43	40
Cemsa	25	40	43	80
San Cristóbal	25	20	29	20
Atento	50	20	71	60
Terraplena	25	20	43	20
Cemex	0	40	29	20
GM	25	20	57	100

En general, los porcentajes de decisiones estratégicas son muy bajos en todas las empresas.

En estricto sentido, el nivel jerárquicamente más alto tendría que estar tomando más decisiones

estratégicas, sin embargo, en este renglón, encontramos a la empresa Terraplena cuyo nivel jerárquico alto sólo alcanza un 50% cubriendo las categorías de decisiones estratégicas.



Puede observarse también, una relación directa entre la horizontalidad del organigrama y un mayor potencial de participación. Es posible que esta sea una de las causas del rezago en términos participativos de las dos grandes empresas mexicanas.

Importante resaltar el caso de la empresa San Cristóbal con el mayor porcentaje en decisiones ordinarias (67%), dado que en ella el entrevistado de mayor jerarquía puso de manifiesto que el mayor número de decisiones que se están tomando son de tipo ordinario.

Las empresas en las que hay un mayor índice general de toma de decisiones son Atento, General Motors y Cemsa. Cabe resaltar la importancia de esta última ya que se trata de una empresa cuyos procesos de toma de decisiones no se restringen en montos participativos a una determinada jerarquía; esto parece contribuir con la mejora del clima organizacional.

Parece ser que las empresas mexicanas de reciente creación tienen mayores posibilidades de crear procesos de participación y toma de decisiones que aquellas como Cemex o Luz y Fuerza del Centro que cuentan con una mayor trayectoria productiva y aparentemente una tradición de burocracia administrativa.

Contrario a lo que se hubiera planteado apriorísticamente, las empresas familiares comienzan a desarrollar programas de participación e involucramiento de los trabajadores a todos los niveles. Esto indica importantes oportunidades de crecimiento y desarrollo vinculadas con la voluntad organizacional para participar en programas de

estandarización de proyectos y controles de calidad encaminados a mantener su posición en el mercado, reducir costos, o buscar nuevas oportunidades de negocio.

Los directivos en las empresas estudiadas (por diversas condiciones a las que normalmente se les atribuye la escasez financiera) no están desarrollando actividades relacionadas con la identidad o con el clima organizacional. En el caso del nivel 1, las decisiones estratégicas tienen más que ver con un proceso de toma de decisiones que de participación. En este mismo sentido encontramos una muy baja participación general en las decisiones de mantenimiento. Éstas últimas son fundamentales para el desarrollo y el sostén de la organización en el tiempo. La identidad organizacional tiene que ver, ante todo, con la permanencia; ésta hace posible el desarrollo de procesos y programas a más largo plazo y permite dar continuidad a procesos que demandan preparación y capacitación más especializada, sin embargo observamos como en todas nuestras empresas tienen el más bajo índice de consideración.

Los procesos de toma de decisiones son altamente complejos y difíciles de caracterizar toda vez que dependen tanto de elementos internos que constituyen su operación autopoiética (tamaño y forma de la empresa, tipo de actividad, sistemas de incentivos, modalidad organizativa), como externas; relativas a irritaciones del entorno: competencia, economía tanto nacional como internacional, legislación, cultura, etc. No obstante, hemos constatado un avance considerable y una voluntad, al menos en términos formales, para hacer participar a los trabajadores.



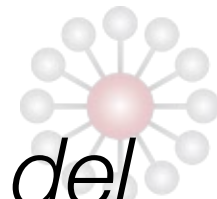
Referencias

- Albalade, Joaquín (2001), "Las restricciones a la participación de los trabajadores en las organizaciones empresariales", *Papers, Revista de Sociología*, núm. 65, Barcelona.
- Blanchard, K., John Carlos y Alan Randolph (1997), *Empowerment: 3 Claves para lograr que el proceso de facultar a los empleados funcione en su empresa*, Bogotá, Norma.
- Castagnet, Natalia (2004), *La toma de decisiones en organizaciones participativas (trabajo premiado en el Tercer Congreso de Salud Mental y Derechos Humanos)*, Buenos Aires, Universidad Popular de Madres de Plaza de Mayo.
- Eurofound (2009), *European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions*, <http://www.eurofound.europa.eu/emire/GERMANY/WELFARESTATEPRINCIPLE-DE.htm>.
- Finkel, Lucila (1995), *La organización social del trabajo*, Madrid, Pirámide.
- García, Salvador y Shimon Dolan (1997), *La dirección por valores*, Madrid, Macgraw Hill Interamericana.
- Garmendia, J.A. y F. Parra (1993), *Sociología Industrial y de los recursos humanos*, Madrid, Taurus.
- Holzner, Claudio (2007), "Voz y voto. Calidad de la participación política en México", *América Latina Hoy*, vol. 45, Salamanca, Universidad de Salamanca, abril.
- Luhmann, Niklas (2007 [1997]), *La Sociedad de la Sociedad*. Ciudad de México: Herder.
- Luhmann, Niklas y De Giorgi, Raffaella (1993), *Teoría de la Sociedad*. Guadalajara, México: Universidad Iberoamericana
- Morgan, Gareth (1998), *Imágenes de la organización*, México, Alfaomega.
- NCD (Noticias cada día) (2009), <http://www.noticiascadadia.com/noticia/13325-el-sueco-ingvar-kamprad>.
- Schein, Edgar (1994), *Cultura empresarial y el liderazgo*, Barcelona, Plaza & Jones.
- Secretaría de Economía (2009a), <http://www.economia.gob.mx/>.
- — — (2009b), http://www.gob.mx/wb/egobierno/egob_grupo_empresarial.
- Tezanos, José Félix (1987), *La democratización del trabajo*, Madrid, Sistema

Sobre los autores:

Mtra. María Fernanda Zúñiga Roca.
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México, adscrito a la licenciatura en comunicación y al cuerpo académico Difusión y Divulgación de la Ciencia – Redalyc.
maferzrg@yahoo.com.mx

Dr. Gustavo Garduño Oropeza.
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México, adscrito a la licenciatura en comunicación y al cuerpo académico Difusión y Divulgación de la Ciencia – Redalyc.
gustavo.gardunooropeza@gmail.com



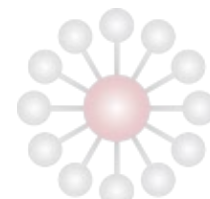
La aplicación de la Gestión del Conocimiento y la Infonomía en los procesos organizacionales: El comunicólogo como gestor de la información

Ma. Guadalupe Curro Lau
Georgina Palacios Arias
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Resumen: La información como herramienta de la comunicación es un asunto que debe tratarse con seriedad, considerando los medios alternativos que existen en toda organización tanto en tecnologías como en los conocimientos existentes en cada individuo que pertenece a una comunidad organizacional. La estructura organizacional debe ser sólida, ya que esto permitirá llevar a cabo un flujo de información correcto en los mensajes que facilitan el desempeño de los objetivos planteados en la empresa. El conocimiento de cada individuo dentro de la organización se debe gestionar para un correcto flujo de la información, esto para fortalecer las capacidades grupales y los niveles de conocimiento, cohesión, confianza, comunicación e información existentes en las organizaciones. Dentro de estos profesionales, el comunicólogo podría fungir como gestor de la información, siendo la propuesta de esta investigación, así mismo, hacer presente el análisis de integrar una gestión inteligente en las organizaciones considerando a la Infonomía, (Cornella 2002) como punto de partida, siendo esta, una disciplina en crecimiento, que estudia cada detalle de la información que se genera en las organizaciones.

La investigación se realizó de forma teórico documental, realizada durante el periodo del 2009. Es una investigación de tipo cualitativo, aplicando una metodología de análisis-síntesis. Los resultados exponen en forma específica cómo la recopilación de datos integran las características de que el comunicólogo posee las habilidades y conocimientos de controlar, dirigir, organizar, ser objetivo y manejar con responsabilidad cada uno de los aspectos de la información dentro de una organización, gestionando la información de forma efectiva para comunicar y fortalecer el desarrollo de la organización.

Palabras Clave: Información, Comunicólogo, Conocimiento, Gestión e Infonomía.



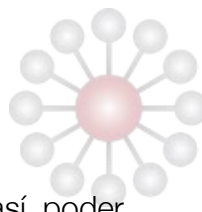
Información

La información surge como un concepto, mediante el cual, tomado como herramienta de la comunicación, la que se transmite en toda organización, misma que constituye en todo sentido el mensaje literalmente organizado ya que su uso es totalmente racional y fundamentado con base en los conocimientos, aportando un significado y un sentido a las cosas mediante un conjunto de datos que procesa la mente humana. La información es percibida por los sentidos y aunado a la capacidad de conocimientos adquiridos permite un desenvolvimiento para llevar a cabo un procedimiento. La información como parte de la historia dio cabida a los distintos y múltiples medios que formaron parte de ella: como primicia, las bibliotecas surgen como parte inicial en la recopilación de documentos, de estudios y conocimientos que aportaron grandes ilustradores y que sirven para informar sobre distintos temas o áreas de conocimiento científico, como: la salud física y mental, matemáticas, física, etcétera. Es la información y la forma de transmitirla donde nos dice, Martinet André (1993) que “la satisfacción de las necesidades comunicativas son una base principal y que por tanto, resulta prioritario determinar cuáles son los rasgos lingüísticos capaces de transmitir esa información”.

Hace tiempo ni siquiera se imaginaba de qué manera se llegarían a integrar los sistemas de información en nuestras actividades diarias, a lo largo del tiempo se ha visto la evolución en la tecnología y los avances que tiene hoy día a día, de igual manera y a la par no se imagina el alcance en que llegaría a existir un estudio sobre la comunicación en las organizaciones, ésta existe desde hace tiempo atrás pero no se había

visto con la importancia de la misma manera en la que hoy día coexiste de manera natural en las actividades profesionales que se ejercen desde la antigüedad; la comunicación como la organización son parte de estudio profundo a fin de determinar su existencia; tal es el grado de dificultad con la que los comunicólogos se colocan en una línea frágil para que los acepte una organización como profesionales de su área, Núria Saló nos hace ver (2005) que por el contrario son más aquellos que por antigüedad profesional se anticipan a solicitar y ejercer su perfil profesional y donde las empresas han llegado a utilizar un sin número de estudiantes egresados de las distintas áreas como: administración, contabilidad, psicología, economía, sociología, ingeniería, etcétera; mismos que han aportado en forma trascendente la posibilidad de proponer un número de estudios realizados para la comprensión de las organizaciones, su conocimiento económico, hay que recalcar la importancia del comunicólogo organizacional en las empresas aclara dichos conceptos de comunicación y organización; ahora es importante mencionar que tan fidedigno es el manejo y la acepción de la información en las organizaciones, al igual la forma en que se realiza el estudio y análisis de la información en toda organización considerando aún más las tecnologías existentes y los conocimientos que de ellos deriva el control de la información de esta nueva era para las organizaciones.

Actualmente hablar de revolución industrial dada hace cientos de años para dar paso a un cambio en los procesos de producción, en las tecnologías que llegaron para beneficiar (en otros casos a perjudicar la mano de obra, artesanalmente hablando); pero sobre todo en la llegada de los medios de comunicación masivos, ya que con



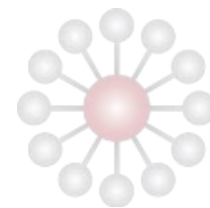
ésta las empresas principalmente se fortalecen de manera profesional y de forma externa. Pero por consiguiente a esta revolución industrial, se acerca la información y los servicios, de la cual estamos apenas inmersos de manera correcta en ellas. Por ello se toma sobre la existencia de un director de comunicación, quien debiera coordinar los recursos de comunicación y proyectar un mensaje, una voz y una imagen única, Joan Costa (2005), además de hacer mención de la palabra “integral”, en la comunicación.

En la creciente demanda para tener una empresa con las herramientas adecuadas, mejorar la expectativa económica y que dé una mejor alternativa de comunicación y aprovechamiento en las herramientas tecnológicas, la empresa debe apoyarse no solo en los gastos de la misma, sino en quien sería el elemento humano para utilizarlas y permitir la dirección en el manejo de la información, evitando que la misma no se vea como una empresa llena de todo, pero vacía de lo valioso para avanzar, como expone en su libro de Infonomía.com, Alfonso Cornella (2001) “Un país puede disponer de una potente economía de la información ya sea de la industria informática o de telecomunicación muy avanzada y que además exporte mucho mientras que simultáneamente sea muy pobre en cuanto a cultura de la información”; en este caso que podría ser ese algo, como elemento humano el individuo capaz de liderar y conocer el lenguaje adecuado para la transferencia de mensajes con el apoyo de la tecnología existente en las empresas. Por eso es que integrar la propuesta donde el comunicólogo se incorpore como generador de una estructura comunicativa en un entorno social logrado por su alta capacidad de generar transparencia y gestión en el manejo

informativa de las organizaciones, y así poder elaborar esa gestión de la cual es pretendida en esta investigación por un comunicólogo; sustentar este estudio y generar una nueva alternativa en el campo del profesional en comunicación dentro de las organizaciones como gestor de la información.

Actualmente la información ha dado un giro dentro de las organizaciones, ya que la comunicación e información deben estar integradas y conectadas para dar un mejor papel en las mismas, la organización requiere de una información adecuada y precisa que corra de tal forma que sea confiable, utilizando como eje principal a los individuos que ahí se integran, ya que esto generará una mejor toma de decisiones en la misma dirigiéndola al éxito de sus intereses en la sociedad.

Entonces de este modo se puede decir que la información debe ser comprensible, coherente y adaptarse a las necesidades de cualquier tipo de organización, para permitirle sobrevivir en este mundo tan cambiante por las tecnologías; considerando que la comunicación es el vínculo por donde se realiza de forma social y donde la información emerge como la transmisión de conceptos estructurados para la relación entre los individuos de esa organización, misma que es necesaria para intercambiar información que permita estabilidad, fortaleza y crecimiento conjunto, (Escat 2004); de esta forma, la empresa, que genera información constantemente, debe ser gestionada para dar dirección y coordinar a manera de evitar pérdidas, no solo económicas, sino también sociales y culturales en la misma; Aumatell (2003) nos dice que en la auditoría interna, la gestión, entre otros, es una práctica que se va imponiendo solo en algunas partes, pero aún no



tienen el desarrollo de otras secciones como el de la información.

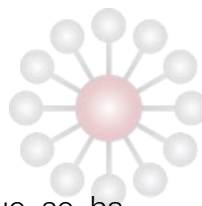
La gestión se define como selector y procesador al evaluar ciertas acciones, tal cual se han visto en otras áreas profesionales de estudio empresarial, mismos que se apoyan con estudios planteados por Fayol y sus 14 principios de gestión empresarial; muchas de estas áreas profesionales se enfrentaron a situaciones de control, que les permitiera introducirse en el mundo empresarial, y antes de que estas se hayan visto como áreas profesionales se apoyaron en el proceso de crecimiento del control de la misma basados en estos principios; es ahora que la comunicación organizacional se encuentra en una etapa en la que muchas empresas veían de forma distinta al profesional de la comunicación y a su vez considerar la unión a la gestión que se debe realizar para dicha acción, el profesional de la comunicación debe cerciorarse de cómo aplicar dicho estudio de control y análisis a fin de aumentar el valor de la empresa, evitar ruidos en la información que se envía, principalmente aportar un orden y coherencia en los mensajes que se manejan en toda la organización. La gestión en la comunicación que debe aportar el comunicólogo se debe basar en las estrategias de comunicación donde él mismo sea partícipe de la organización para apoyar y ser apoyado por los directivos, además de saber ejercer las responsabilidades adquiridas.

La información es pieza clave en toda organización de igual forma es un factor importante para el éxito o declive de la misma; por ello es de gran importancia la aceptación de tomar las nuevas disciplinas que se presentan para apoyar en el proceso de la organización en torno a la información que se

genera en cualquier tipo de organización.

Por su parte la gestión del conocimiento como el capital intelectual forman ya parte de este gran movimiento multidisciplinario en las organizaciones para entender el recurso principal, la información, gestionar la misma en bases a estas disciplinas nos hace generar ese análisis detallado de la realidad existente en cada organización, manejar ese recurso como profesional responsable de la comunicación permite llevar a cabo una función del proceso de la información para su proyección dentro y fuera de la empresa; paralelamente la tecnología aporta instrumentos que nos permiten extraer esa información, por ello la comunicación como disciplina de la información debe desarrollar los conocimientos adecuados para mejorar el uso de la información en las organizaciones. La Infonomía es un estudio más en la gestión inteligente de la información, (Cornella 2002), su proceso está basado en aplicar el desarrollo de la tecnología para la gestión de la información; así como otros la economía persigue la comprensión de cómo se pueden gestionar mejor los bienes (economía = administración de los bienes), la Infonomía es el concepto de cambio en el uso de la información a través del tiempo, ésta pretende dar a individuos y organizaciones ideas y métodos para mejorar ese uso por el proceso de desarrollo en una sociedad que vive manejando información, transformándola en conocimiento y guardando inteligencia.

En la infonomía se retoma y estudia por relevancia en la tecnología de la información, pero en una sociedad que genera y vive información se desarrolla en un proceso de distinta forma, ya que su proceso es desigual al que avanza la información, por lo tanto comprenderla, estudiarla y analizarla en el



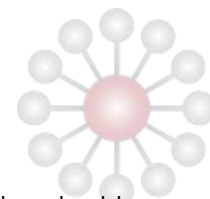
avance de la sociedad es importante llevar a cabo una gestión inteligente de la información y este es el proceso para un profesional en comunicación, mejorar el uso de la información que se presenta en una organización para un trabajo más eficaz.

Se retoma lo escrito en líneas anteriores de acuerdo, a Cornella (2002) sobre la Infonomía que es una propuesta para retomar y avanzar en la comprensión de la organización como un organismo que se nutre de información y produce información” es de esa manera como el proceso de la información en las organizaciones se vuelve inteligente para trabajar y gestionar en base a las disciplinas que emergen como modelos de trabajo, y sobre todo para dar valor a la información no solo como algo que sirve para unos cuantos, sino para dar valor a la organización inteligente y ser partícipe de nuevos conocimientos para saberlos utilizar en conjunto con las herramientas de la información. La gestión de la información en la organización puede resultar difícil, por ello debemos complementarlo con los distintos componentes existentes, como lo son las maquinas, los procesos, las personas y los documentos.

Uno de los principales enfoques de la gestión del conocimiento es crear condiciones donde se produzca una buena comunicación entre personas, equipos y programas. Si en embargo, se encuentran dificultades en la gestión, en primera, por qué la información no es un proceso simple en el que se pueda transferir de una persona a otra, aunque se acepte “el modelo de la cesta vacía” en cuanto a la provisión de información. La información se acepta cuando ha existido una comunicación,

cuando se convierte en un proceso que se ha construido entre el informante y el informado, mejorando el flujo de comunicación al comprender estos comportamientos informacionales de las personas. En otras palabras un modelo mental.

Entre otras dificultades, para la información se encuentran las formas de cómo se presente la misma dentro del entorno organizacional, que apenas logra ser visible para todos y que aporta solo a una minoría con respecto de la información que existe en toda la organización, es más bien el uso de la información de manera individual y poco productivo; esto es que la información se acumula en cada uno de los individuos y que los conocimientos adquiridos solo se comparten al obtener un estímulo adicional, siendo la razón por la que la información, es poder. Es sumamente importante generar información estructurada y definida para beneficio de la organización, la cual debe constituir su utilidad en la comunidad organizativa ya que eleva los activos producidos en ella, ciertamente algunos directivos suelen utilizar de segunda mano la información generada, ya sean por rumores o cualquiera otra que se presente; se coloca en situación de conflicto la verdad, de la que se debe generar esta información en la organización. Para continuar en entrega de la información suelen ocurrir discrepancias puesto que no es la que se debe transmitir, por su poca veracidad y la necesaria para transmitir a los individuos, ya que el sentido en sí, figura de la importancia y conocimiento en su transmisión. Esto lleva a finalizar que la transmisión de datos para la información se pone en paralelo con la tecnología para ser enviada a quién llevará a cabo la transacción de datos y con ello cubrir la



expectativa de la eficiencia en la organización. Ciertamente la información no sólo se transfiere también se debe intercambiar eficientemente, con la disponibilidad de las herramientas tecnológicas y guiada para la información en la organización.

La información debe considerarse como un valor activo en las organizaciones para la existencia y rendimiento en su entorno social, ambiental y económico. La información es más que una cantidad de información en nuestras cabezas, o por tener tecnologías de información para ser eficientes, de igual manera para creer que se toma una buena decisión, porque eso, es un completo error. Mejorar este rendimiento y obtener mejores ganancias es la del uso apropiado de todo lo que nos brinda la información así como las herramientas de las tecnologías para su transferencia, diseñar planes para entender esa información que se genera en todas las organizaciones y explotar inteligentemente este recurso.

Conocimiento

Como premisa se conceptualiza el sentido de adquisición de ciertos estudios adquiridos y desarrollo de habilidades que apoyan un conocimiento específico del cual podemos aludir esta definición en un sentido sencillo mismo que nos ayuda a desenvolver esta explicación; pero también en un sentido más estricto y estudiado apoyándonos en la teoría del conocimiento Wittgensteniana (Tomasini, 2001) que nos dice que éste no está unido a la ciencia, aunque sí se derive del conocimiento que desarrolla el ser humano, no es precisamente un desarrollo científico, esto es, que en los mismos humanos interviene la propia

mente, por otro lado también en su afán de adquirir mayor conocimiento para enriquecer intereses personales y para la evolución del conocimiento se gesta de una forma, esta es, en que los mismos hombres de ciencia buscan dar la evolución del conocimiento científico que se apoya en el estudio de un caso específico y que crea este estudio de forma específica y concretamente; en corto, la definición del conocimiento humano es aludida por el escritor en sentido filosófico.

En torno a esto, podemos conceptualizar que el término de conocimiento, es la tradicional forma de abordar problemas mediante preguntas y con ello obtener una respuesta no sólo satisfactoria sino que dé sentido a orientar para adquirir un conocimiento; como ejemplo podemos realizar un escrito, en nuestro caso en el español nos enseñaron a utilizar ciertas reglas ortográficas, o en matemáticas conocemos diferentes sistemas matemáticos que nos ayudan a resolver problemas y qué decir de aprender a hablar otro idioma, lo que nos permite entender lingüísticamente otras culturas, ideas y costumbres, entre otras cosas.

.Ahora bien el punto de este concepto en definición de lo que es el conocimiento, y aclarando el punto, el conocimiento adquirido nos lleva a entender no sólo en cuestión de necesidad o de dicha adquisición de conocimientos; en un sentido más específico y dentro de un entorno organizacional es la expectativa del ser, el individuo para saber y usar las habilidades adquiridas, así como el desarrollarse en su entorno, desde conocer sus herramientas de trabajo que le ayuden a elaborar bien sus funciones o bien la forma de comunicarse y enterarse de los procedimientos, reglas y políticas de su lugar de trabajo ya sea de forma



oral o escrita con su entorno social; el aprendizaje que se genera en la organización por parte de este individuo es el proceso en que son vistos sus resultados, de los cuales se deja ver este conocimiento y de la cual poseen los individuos integrantes de dichas organizaciones, como participes de la productividad de la misma.

Para Platón el conocimiento tiene dos características importantes, la primera es que es infalible y la segunda que es de lo que es, de lo real ya que se respalda fuertemente con el verbo “conocer” y en sentido común (Tomasini, 2001) por otro lado menciona también a Protágoras donde cada hombre es la medida de lo que conoce cuando eso que conoce es lo que está viendo, al saber que cada quien es juez de lo que hace y de lo que ve pero sobre todo de lo que conoce.

Gestión del conocimiento

La Gestión del conocimiento es un concepto que busca transferir el conocimiento y la experiencia existente entre los miembros de una organización, para ser utilizado como un recurso disponible para otros en la organización

El proceso involucra métodos para capturar, organizar y almacenar el conocimiento de los trabajadores, para transformarlo en un activo, ese valor intelectual que preste beneficios y se pueda compartir. Las tecnologías de información permiten contar con herramientas que apoyan la gestión del conocimiento en las empresas, apoyando en la recolección, la transferencia, la seguridad y la administración sistemática de la información, junto con los sistemas diseñados para ayudar a hacer el mejor uso de ese conocimiento.

De acuerdo a Fundación Iberoamericana (2006, párrafo 2-5) los inicios de la Gestión del Conocimiento, se dan a partir de “el Fondo de comercio” que es la diferencia entre el valor contable de la empresa y el precio pagado por ella en una adquisición de empresas. Este concepto es una aproximación a la valoración de los intangibles de una empresa, pero en sí mismo no aporta nada (es un concepto estático). De esta forma, podemos enlazar con los conceptos desarrollados por la Teoría de Recursos y Capacidades, en la cual vemos los recursos y capacidades como instrumento necesario para el análisis interno de cualquier organización, formulación o colocación de una estrategia; Carrión (2007), siendo estos como eje principal el conocimiento humano de la cual está impregnada. Esta teoría aparece en la década de los ochenta en el ámbito académico, y se puede considerar la precursora de la Gestión del Conocimiento. En el campo de la gestión del conocimiento podemos mencionar a Chris Argyris, que, junto con Schön, utilizaron el término de aprendizaje organizativo; donde se distinguen dos tipos o niveles de aprendizaje organizativo: la perspectiva del cambio y la perspectiva del conocimiento, Chiva et al (2002) .

Esta teoría aparece en los 80's, pues terminando esta década se acuña el concepto como tal de Gestión del Conocimiento, el Aprendizaje Organizativo rescata la importancia de estudiar a lo intangible. Dentro de esta misma línea de investigaciones encuentra la Teoría de Recursos y Capacidades con el aprendizaje organizativo. De manera que estas tan sólo son algunas de las teorías que dan pie a que la Gestión del Conocimiento, para que sea acuñada y dada a conocer como un mecanismo de desarrollo



empresarial. También es necesario tomar en cuenta que diversos estudios realizados en el área Administrativa dieron las pautas suficientes para que la Gestión del Conocimiento sea parte del desarrollo e impulso en las organizaciones sobre todo a lo largo de la década de los 90"s donde emergió como una clave de éxito.

Este aprendizaje organizativo tiene principalmente los siguientes objetivos:

- Identificar, recoger y organizar el conocimiento existente.
- Facilitar la creación de nuevo conocimiento.
- Apuntalar la innovación a través de la reutilización y apoyo de la habilidad de la gente a través de organizaciones para lograr un mejor desempeño en la empresa.

La transferencia del conocimiento ha existido siempre como proceso en las organizaciones, "La gestión del conocimiento consistiría en transferir conocimiento de quien lo tiene a quien lo necesita" (Cornella 2002). De manera informal por medio de las discusiones, sesiones, reuniones de reflexión, etc., y de manera formal por medio del aprendizaje, el entrenamiento profesional y los programas de capacitación. Como práctica emergente de negocio, la administración del conocimiento ha considerado la introducción del principal oficial del conocimiento, y el establecimiento de Intranets corporativos, de wikis, y de otras prácticas de la tecnología del conocimiento y de la información.

Hay dos factores que han facilitado la aparición del concepto de gestión del conocimiento. Por un lado, el desarrollo tecnológico, que facilita enormemente la gestión del capital intelectual y la hace factible desde un punto de vista financiero.

Por otro, la creciente concientización por parte del mundo empresarial (e incluso por parte de las naciones económicamente más desarrolladas) de que el conocimiento es un recurso clave en aquellas sociedades y organizaciones en las que la información es abundante—en gran medida, gracias a Internet (Bontis, 2002, citado por Serradell).

Es importante tomar en cuenta al Capital Intelectual como una fuente directa para la Gestión del Conocimiento este concepto ha sido incorporado en los últimos años enfatizado por Brooking en 1997, aunado a esto Edvinsson en 1996 presenta su Concepto de Capital Intelectual, agregando más elementos Steward en 1997 (Fundación Iberoamericana del Conocimiento, 2006)

A la par Bontis (2002, citado por Serradell, E. y Juan, A., 2003) da una definición clara que enuncia como la gestión del conocimiento dentro de las organizaciones en apoyo con las tecnología de información que facilita enormemente la gestión del capital intelectual y la hace factible desde un punto de vista financiero.

Considerando así mismo que la sociedad actual, en el 2000 se habla de una sociedad del conocimiento, pues dentro de las empresas se busca conseguir un entorno de trabajo que sea colaborativo y que esté dotado de una constante vocación de aprendizaje. De tal manera que el marco referencial marca la pauta para entender la incidencia del objeto de estudio dentro de las empresas, por lo que en el siguiente capítulo se presentarán una serie de definiciones para entender su impacto a nivel teórico.



Información, conocimiento y aprendizaje organizacional

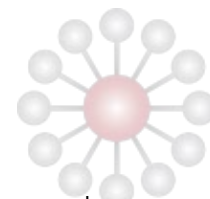
Conocer el problema que enfrentan diversas empresas con la generación de competencias selectivas, comprender los diferentes formas de aprendizaje para el conocimiento de una organización en base a la varianza, retención y selección de la organización práctica, las habilidades de la gestión del conocimiento se vuelve integradora en el eficiente funcionamiento de cualquier tipo de organización que requiere de planeación, desarrollo y evaluación. En términos sencillos la gestión es el cuidado y actividad de hacer algo (REA 2009), dicho concepto nos lleva a un proceso de búsqueda de selección, análisis y organización, de tal forma que nos lleve a realizar un proceso de visión real para su cuidado. Eficiencia significa eficacia, es decir, cumplir con ciertos objetivos y hacerlo con el mínimo de recursos. Recurrir a un punto donde converja cada uno de los puntos de continuidad, y permita así una clara evolución de la organización. Para lograr ese punto se necesita integrar acciones y reflexiones con conocimientos, habilidades, actitudes y recursos. Desde esta perspectiva utilizar un punto de evolución organizacional en su aprendizaje que permita entender ciertos puntos donde la capacidad colectiva sean las condiciones que favorezcan la formación de comunidades de aprendizaje en donde se da de manera eficiente la gestión del conocimiento, haciendo posible que emerjan ambientes virtuales de aprendizaje que propicien la creación, circulación, tratamiento y utilización de dicho conocimiento. El papel del director para una organización que aprende es vital en estas circunstancias en la sociedad del conocimiento, tal como son las demandas actuales y, sobre todo,

las previsiones futuras, pero para Taylor la idea de una organización capaz de aprender hubiera sido difícil de concebir puesto que para él había una forma científica de hacer las cosas.

En el diseño y control de programas, procesos y productos se dan intercambios de diversas materias primas, de distintas formas de energía y de todo tipo de información. Las condiciones de operación con frecuencia son cambiantes, implican riesgos, y requieren de especiales cuidados en cuanto a su generación, seguimiento y control. La administración eficiente utiliza conocimientos acerca de una estructura y el funcionamiento de cada organización que constituye su capital no financiero y corresponde a activos intangibles que deben ser percibidos, valuados y, por lo tanto, medidos (Edvinson y Malone, 1998).

Todo trabajo surge del propósito de satisfacer ciertas necesidades y se concreta en la realización de determinadas tareas por medio de actividades que involucran actores y recursos (Davenport, 1993, citado en biblioteca digital). Con propósitos específicos, las organizaciones humanas generan escenarios apropiados para estructurar y monitorear el análisis de resultados y la toma de decisiones. Para ello se diseñan métodos y herramientas que ayuden a buscar, almacenar, organizar y compartir documentos que contienen colecciones de datos, archivos con información y tratados en donde se genera y aplica el conocimiento. Un ejemplo de este tipo de métodos muy empleados en las organizaciones humanas es la Norma ISO 9000 del 2001.

Von Tunzelman (1995) (citado en biblioteca digital. conevyt.org.mx), define información como “el flujo



de mensajes” y conocimiento como “el resultado creativo del flujo de mensajes que se anclan en los compromisos y creencias de los sujetos que los sustentan”. Nótese que en ambos casos la información es sustento del conocimiento. De esta manera, las organizaciones humanas, para poder brindar servicios y elaborar productos construyen conocimientos (aprenden) para lograr dar atención adecuada a sus usuarios.

Generalmentelosdocumentosdelasorganizaciones humanas en donde interviene la información, se ve afectado por un desconocimiento en el manejo, uso y control de la comunicación en la realización de sus acciones, generando con ello problemas de mala circulación y baja productividad.

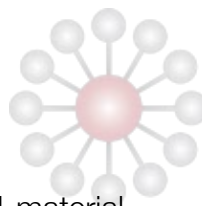
El planteamiento de la gestión del conocimiento organizacional insiste en que la representación y manejo del conocimiento debe implicar un aprendizaje y a su vez generar una consecuencia de ese aprendizaje entre los individuos que se relacionan entre sí. Para ello es necesario que los individuos se asuman como integrantes de una comunidad de aprendices que pretenden la obtención de determinado conocimiento organizacional, especialmente si se pretende generar un ambiente de aprendizaje en donde la prestación de servicios, la innovación de ideas y la elaboración de productos satisfagan las metas y objetivos de la organización. La solución a problemas de manera conjunta es una forma de lograr conocimiento organizacional. La información es fácil de duplicar aunque su aplicación no es automática y el conocimiento es difícil de replicar, puesto que el proceso de validación requiere de las habilidades y experiencias de los expertos que, en general, son difíciles de obtener en el corto plazo

y a diferencia de la información, permite resolver problemas.

Por otra parte, una adecuada gestión del conocimiento fomenta y capitaliza, de manera continua, el conocimiento colectivo de los empleados de una organización para mejorar su capacidad de crear valor. Al mismo tiempo, estimula el aprendizaje de cada persona dentro de una organización y fomenta la colaboración del personal de diferentes áreas del conocimiento respecto a los principales temas, problemas y productos para crear nuevos conocimientos y materializar la transformación del conocimiento tácito en conocimiento explícito.

El conocimiento es la principal riqueza de las instituciones de investigación y desarrollo tecnológico. Por lo que es fundamental para toda organización predominantemente productora de conocimientos, fomentar la cultura de colaboración individual e inter-departamental para integrar paquetes tecnológicos más valiosos; además de proteger mediante esquemas de derechos de autor y patentes la propiedad intelectual de los conocimientos y retribuir, con estímulos específicos, al personal participante en la generación de los conocimientos, esto con el fin de promover la generación creciente de los mismos.

Con la constante creciente de información que se genera en las organizaciones, es imprescindible el conocimiento para la definición de un problema más que de su solución, Chiva et al (2002) donde menciona que el conocimiento radica en la mente, cuerpo y sistema social, para ser compartido a través de la comunicación. Así como también donde la información es algo que no se posee sino donde el conocimiento se adquiere dándole forma



a esos “datos”, haciendo que esos “datos” tengan valor para quien lo recibe, dando de esa manera un sentido de integración a la información con el conocimiento para su evaluación.

Organización

Las organizaciones se constituyen como fenómenos que se caracterizan en la sociedad moderna, de tal forma que los subsistemas que integran y funcionan en la misma, dan soluciones específicas a los problemas que enfrenta la sociedad. Una definición específica la dan Beckles, Carmichael y Sarchet, con la “Estructura de relaciones entre personas, trabajo y recursos”. (Reyes, 1992).

Las organizaciones son parte fundamental de la sociedad, las personas se desenvuelven en distintas organizaciones, como la familia, la iglesia, las escuelas, los clubes, etc. La organización influye de tal forma en la sociedad dentro de sus variados contrastes sociales a la que pertenecemos, la organización es un concepto que se da por su valor enteramente de integración y por los objetivos para lograr un esfuerzo conjunto, muchas personas conjuntan sus esfuerzos para la obtención de más objetivos, que si fuera de una forma aislada. De acuerdo con Murguía et al (2006) el concepto se vincula con el campo de estudio del comportamiento y en específico, donde éste último se inclina a las actividades y resultados orientados a un objetivo.

El individuo en su afán de obtener eficiencia a través de un orden coordinado y razonado con los recursos, establece objetivos sobre lo que se quiere hacer, planeando y determinando cómo y qué utilizar para obtenerlo. La organización es en sí una estructura que se forma con un complejo sistema

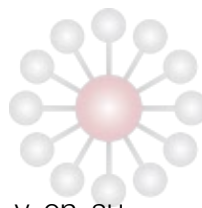
para realizar dicho orden, tanto como el material o los recursos que utiliza para la comunicación que genera, poner en orden y priorizar un objetivo en común. Algunos estudiosos la definen como un sistema conscientemente coordinado de actividades o fuerzas de dos o más personas.

De acuerdo a Parsons T. (1987), nos destaca algunos tipos de organizaciones que existen basados en la función que éstas tienen en la sociedad:

- a) La organización de producción (empresas) se encarga de elaborar productos que serán consumidos por la sociedad.
- b) Asociaciones de beneficio mutuo (sindicatos, partidos políticos, sectas, clubes y sociedades profesionales).
- c) Firmas comerciales que benefician a propietarios y/o directivos (industrias, bancos, compañías de seguros, almacenes).
- d) Empresas de servicio que benefician a los clientes (hospitales, escuelas, agencias de promoción social).
- e) Organizaciones de bienestar común que benefician al público en general (oficinas de gobierno, policía, bomberos, institutos de investigación científica).

Comunicación organizacional

Es importante que se observe que a través del tiempo y evolución del ser humano en sus exigencias se perciba que las ideas desarrolladas independientemente de su momento histórico y del pensamiento de cada autor se contemple un proceso en donde cada uno hace hincapié de cómo se comunican e interrelacionan los individuos en un ambiente estructurado y donde las ideas, los hechos y las situaciones en ese momento sean



comunes.

Los distintos tipos de comunicación son partes integradoras con la sociedad para proveer y proporcionar información adecuada de acuerdo a su aplicación con su entorno: como un proceso social, la organización es un conjunto total de mensajes, la comunicación organizacional tiene un sistema donde es influenciado y a su vez influencia en el medio ambiente que le rodea, de tal forma que los mensajes que se utilizan tanto dentro como fuera de una organización, surge de una influencia de la empresa misma, de fuera hacia adentro y viceversa, (Goldhaber, 2001), por lo tanto se debe cuidar el manejo de esos recursos gramaticales, simbólicos y culturales para la creación de esos mensajes, como disciplina, por el conocimiento que se estudia en el proceso de la comunicación y su aplicación en la organización y por último como conjunto de técnicas y actividades, ya que ayudan a desarrollar estrategias, encaminan y agilizan el flujo de mensajes que se da entre los miembros-organización y entre estos y su entorno, (Berlo 1994). En las organizaciones se integraron diversas maneras para la comunicación, permitiendo hacer llegar un mensaje de muchas formas y que en la misma se utilice el sentido por el cual corra la información; de acuerdo con F. Collado (2002) “éstas que sirven como uso de la jerarquía para dirigir la información a su conveniencia”, la comunicación organizacional es integral por que abarca distintas modalidades; la interna y la externa, en donde se distinguen los mensajes que se dan dentro de la empresa, como entre ésta y su entorno.

Comunicólogo

A partir de que el comunicólogo se ha hecho

presente en las diversas organizaciones y en su búsqueda constante para integrarse y evolucionar en la sociedad empresarial organizando espacios y mejorando las interacciones sociales, su desarrollo profesional cada vez se ha visto con mucho más interés para participar en las empresas tanto públicas como privadas, en el manejo del lenguaje para los mensajes que se utilizan dentro y fuera de una organización o empresa. Este profesional debe ser capaz de organizar espacios para la interacción social, contribuir a mejorar el clima laboral, sustentar la cultura corporativa, saber de cómo hacer uso de sus habilidades en momentos de crisis para renovar aspectos de la organización.

Ahora también con la creación de tecnologías que empezaron a ser partícipes para la generación de mensajes y los primeros en incursionar en el manejo y utilización de las mismas, podemos ver que este mundo de la comunicación ha crecido a manera de hacer presente cuan útil es estar bien informado, comunicar no sólo es concepto fundamental entre dos personas que tienen o buscan algo en común, también el de ser copartícipes de un conocimiento compartido donde nos permite ampliar y mejorar nuestra estructura social, y sobre todo la organizacional.

Retomando las palabras de Llano Et al (2007) explicar el fenómeno comunicativo en las organizaciones es de vital importancia para la proyección de este subcampo de estudio, los aportes de Manuel Castell desde la estructura social de la información y del conocimiento, para un estudio profundo del impacto de la implantación de las llamadas nuevas tecnologías de comunicación e información en las organizaciones.



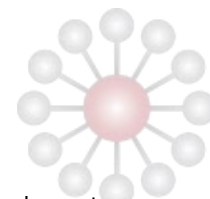
Al comenzar este nuevo siglo XXI los nuevos comunicólogos podrían integrarse con más fuerza en las empresas para apoyar la dirección de los mensajes que se envían, apoyar la cultura de la información, ya que la industria informática ha avanzado tanto y que es una de las principales herramientas para apoyarnos en la gestión de la información, además de estar más obligados a realizar la función de estar al tanto en los avances tecnológicos, sobre todo porque la actividad profesional a la que participa un comunicólogo no lo exime de optimizarse en tiempo y esfuerzo ya que el esfuerzo principal es la transferencia de información y conocimiento que es útil a la comunidad organizacional, como apunta Cornella (2002) “en la transferencia de información es primero conseguir que los sistemas de información nos permitan intercambiar información, transaccionarla”; como la computadora y el software son un auxiliar para el diseño de fotografías, audios, videos, elaboración de guiones, libretos y story board, se auxilia también en las presentaciones de trabajo. La computadora ha evolucionado para aportar toda esta utilidad, el incremento de su capacidad en la memoria y disco duro, ha facilitado el trabajo a muchos profesionales, entre ellos el comunicólogo quién busca constantemente potencializar e incrementar sus habilidades de creatividad e innovación para la comunicación. Para ello el comunicólogo debe saber el uso de cada uno de esas potentes herramientas, ya no solo para hablar (como el celular, teléfono o chat), enviar imágenes con voz (videos) sino también saber ser el líder de esa captación de ideas o mensajes y poderlos re direccionar en una organización sólida, para su adecuado rumbo en los envíos y recepción de mensajes.

El comunicólogo actual, podría ahora actuar como gestor de la información, apoyándose en estas tecnologías que se utilizan cada día en las empresas que desean estar a la vanguardia tecnológica, innovando en la creación de nuevas formas o estilos de implementación de talleres, diagnósticos de clima laboral, gestión de imagen empresarial entre otros; sumándose día a día a la integración de la transferencia, estudio y análisis de la información que se transmite en toda organización.

La gestión del comunicólogo

La palabra gestionar tiene un significado que alude a la administración, ya que cuenta de forma similar con los conceptos de controlar, dirigir, organizar y planificar. Estos conceptos se tornan presentes en toda organización donde son manejados muchas veces por personas que carecen del mando para realizar dicha función, generando muchas veces errores en los procesos y baja productividad. Recordemos cada uno de los mandos mencionados y su concepto primero la palabra Planificación se relaciona con la decisión actual para llegar a los objetivos de la empresa; Organizar es la combinación del mando con los recursos ya sea materiales y/o humanos para la estructura formal de funciones o tareas y autoridad; Dirigir, se vincula con el liderazgo, es decir los tipos de líder que se presentan en cada mando y Controlar es el proceso del uso de la supervisión mediante el cual se maneja en forma, tiempo y procedimiento para la ejecución de una acción.

Hoy en día la gestión que se realiza en las organizaciones y específicamente donde los gerentes de las mismas las basan en una suma de



planes y programas que evalúan para realizarlo, son sin fundamentos precisos, esto es, que carecen de la información correcta y necesaria.

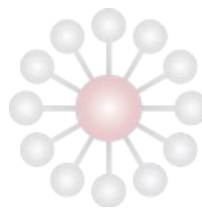
La palabra gestión se vincula a la forma en que se realizaban visitas a domicilio, donde se tocaba a la puerta para dar paso a una persona encargada de “gestionar” ciertos asuntos que le incumbían a la organización (hoy en día se sigue solicitando personal como “gestor” de cobranza) ya sea como cobrador u observador.

Como señala Fajardo (2005) “El desarrollo empresarial depende de la capacidad de gestión estratégica de la organización de las empresas para informarse, tomar decisiones, ejecutar y controlar los recursos las acciones y los resultados en relación con los cambios institucionales del mercado, la organización efectiva...en interacción con una red de organizaciones”. Una de las primeras escuelas a la cual erigir este modelo de gestión es la escuela de sistemas, llamada así por Von Bertalanffy y otros seguidores; sabemos desde este punto que toda organización es un sistema; a su vez esta escuela recoge conceptos importantes sobre la gestión y sobre la información.

Gestionar es llevar a cabo un manejo en la supervisión de los activos que se manejan para poder realizar la toma de decisiones pertinentes para el equilibrio y vida saludable de una organización, (Dupuy, et al 1992). La gestión forma parte de procedimientos que deben llevar a cabo algunas organizaciones, ya sea formal o informal y que les permita salvaguardar los activos de la empresa, en sus prácticas organizativas, así como la información con la que cuenta y lo integre, de manera que esta deba ser llevada a

cabo con un control en el cumplimiento de estos procedimientos dependiendo el área de trabajo y siempre considerando su cultura organizacional, sus objetivos, riesgos y soluciones. El gestor debe poseer habilidades y conocimientos que le permitan adaptarse a la organización donde desempeñara sus funciones, y no sólo poseer unos cuantos, inclinados a las áreas financieras, informáticas administrativas y directivas como propone el Manual de Control de Gestión (2010) por la editorial Bresca de España. Es por ello para propuesta de este estudio que permite no solo a algún profesional específico sino el de acompañar esta dinámica con opciones donde el comunicólogo dentro de su trayectoria y conocimiento de las áreas humanas y de comunicación sea participe activo con los mismos componentes de aprendizaje e integridad, para llevar a una organización a mejorar en un entorno social y ambiental considerando siempre el concepto económico y estratégico.

En la información y en el conocimiento se constituyen activos importantes donde las perspectivas del profesional encargado son variadas, llenas de responsabilidad donde su compromiso sea con alto sentido a la integridad organizacional y empresarial, puesto que debe saber cuándo cambiar procesos que dañen a una organización y la empresa sin afectar el sustento o estabilidad interna, debe ser objetivo, y como el niño que suele preguntar todo, con la finalidad de evitar que algo se le escape y tomar la decisión adecuada para la organización, también es el comunicólogo que además de cubrir estos requisitos también debe ser un administrador de la información quien dará a conocer de forma clara y adecuada a su público interno y externo así como también adaptarse a las distintas culturas de los distintos mercados para



abrirse campo, eliminando todo tipo de rumor, radio pasillos negativos y temores que afecten a la organización, (Esteva, 2009). Todo esto es con la finalidad de que este profesional se mantenga eficiente para otorgar la información necesaria y adecuada e imprescindible para el manejo de la fuerza de trabajo que existe.

Debe motivar la comprensión de las distintas culturas existentes para evitar crisis; generar confianza a su público interno y externo, quien aportara salud y productividad a la organización así mismo cubrirá con lo indispensable de toda empresa-organización, la de obtener reconocimiento por destacarse en los rubros de productividad financiera, social y ambiental a nivel mundial, deseo de toda organización.

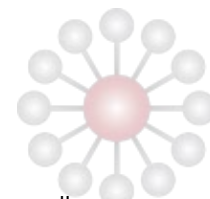
Así mismo la gestión del conocimiento apunta a crear valor a partir de los activos intangibles de una organización. Es el proceso de captura de la pericia colectiva de una compañía en cualquier lugar donde ésta resida –ya sea en bases de datos, papel, o la mente de las personas y su distribución hacia cualquier lugar donde ayude a producir mejores resultados. También lo que se busca es llevar el conocimiento adecuado en la forma y el momento justo a la persona apropiada para que sepa comprenderlo y tomar las mejores decisiones (Malvicino y Serra, 2006). No obstante, la Gestión del conocimiento no es una teoría del conocimiento, ni una concepción particular de éste.

Resultados

Los resultados que se obtuvieron dan pautas importantes para proponer al comunicólogo como gestor de la información. En la búsqueda de datos nos dimos cuenta lo limitado que ha estado el campo de acción para este profesional, y que tiene aún mucho donde estudiar y aplicar. Como profesional en aras del conocimiento y estrategia en las organizaciones a favor de la información y comunicación se obtuvieron herramientas para seguir con su estudio, con autores del pensamiento de la innovación donde Alfonso Cornella nos hace ver la importancia de saber emplear el conocimiento, gestionar la información en las organizaciones y sobre todo saber cómo utilizar las tecnologías de la información en el ramo del servicio, la responsabilidad con que se debe manejar este conjunto de herramientas útiles a la organización en favor de su existencia y productividad.

Sobre este estudio se concluye que la idea de proponer al comunicólogo como gestor de la información va acompañada con una reflexión sobre el tema de estudio y de la metodología con la cual se lleva a cabo esta investigación fue de análisis-síntesis, donde se realiza la recopilación de información escrita; en esta primera etapa nos lleva a la recolección de datos sobre el tema de estudio, permitiéndonos examinar las bases teóricas realizadas desde décadas atrás y a lo actualmente posible, permitiendo de esta manera generar una mayor observación y comprensión de teóricos anteriores hasta nuestros días.

De los documentos recabados se consideraron partes esenciales para realizar la síntesis; tomar una parte del todo nos permite comprender con



mayor detenimiento su contenido textual, de forma que el método analítico consiste en la separación de las partes de estudio y realizarlos de forma particular y la reunión lógica de esos elementos disgregados para su estudio, (Muñoz,1998). En el desempeño que nos permitiera desenvolver y ahondar de forma más específica sobre el tema de estudio al analizar posteriormente en un sentido más amplio cada uno de los contenidos obtenidos, en todo caso la discusión metodológica no debe reducirse a un simple estudio, sino más bien a un profundo análisis que nos permita observar a la organización sobre los métodos en el uso de la información y la aplicación de conocimientos entre los integrantes de la misma.

El tipo de estudio a plantear en la investigación es de acuerdo al objetivo de adquirir conocimientos, que permitan una mayor estructuración en este campo de estudio. Este tipo de estudio que se realiza es de forma cualitativa, lo que permite observar sin manipulación de variables el fenómeno en su contexto natural, analizando el campo de acción a la que ha de internarse el comunicólogo al internarse en las distintas áreas de estudio, y, recoger datos que le ayuden a describir variables y analizar sucesos donde se haya dado la información. Además por el valor intangible del que hemos estado hablando también en esta investigación, el conocimiento; se logra obtener una cantidad con la que se comienza a comprender la diferencia entre el paso del tiempo de épocas pasadas y actuales, los diferentes puntos de vista y empiezan a converger ideas de unos y otros, los distintos géneros lingüísticos, ideas, costumbres o culturas de lugares distintos.

En conclusión, considerando a la organización como

un sistema de fuerzas sociales, para lograr llegar a un determinado fin, (Bernard 1938) Fernández-Ríos (1997) y con la explicación mencionados de cada concepto en este tema de estudio al inicio como la gestión, el conocimiento, la información, la comunicación y la infonomía, libro del cual se desprendió aún más la idea para proponer al comunicólogo donde se manifiesta no solo la de obtener un lugar adicional en su campo profesional sino la de desenvolverse en áreas paralelas a su estudio profesional; para esta investigación y considerando a las tecnologías de información y comunicación como herramientas principales en su quehacer profesional y mantenerse fuertemente a la vanguardia de la profesión de la comunicación organizacional debe sostener con convicción el quehacer de cada organización existente para su desarrollo, sobre todo por los cambios que existen para mantener su economía sólida y creciente, así como su posicionamiento en un mundo tan demandante; generando una gestión en sus recursos, sobre todo intangibles, esto para la formación de cada uno de los miembros de esa organización y en el incremento de sus recursos, económicos, humanos y ambientales.

Para que una organización funcione es necesario disponer de herramientas no sólo nuevas tecnológicamente hablando, sino también innovar en la idea de cómo actuar en los procesos de gestión de las organizaciones, combinar cada uno de los elementos mencionados permite a este profesional incrementar y fortalecer su capacidad de comunicar estratégicamente con la habilidad de integrarse hábilmente, adaptarse a las necesidades de la organización y llevar a cabo una buena fluidez en la transmisión de la información, que es punto clave donde se genera la confusión



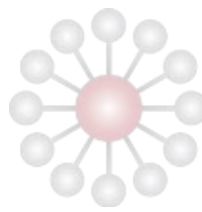
de ideas, y de donde los conocimientos adquiridos se ven estropeados en las acciones. Dar valor a los conocimientos adquiridos con una buena gestión sobre la información que se entrega a la organización, el aprendizaje en la organización será redituable en la productividad económica e intangible de la organización, con la formación de la planeación de los procesos y de control, basados en los intercambios de experiencias que permitan el proceso de este aprendizaje y la transformación positiva de la organización y la empresa de forma conjunta y equilibrada donde se genere una comunicación eficaz dentro y fuera de su ambiente social.

De este modo el comunicólogo siendo un profesional que se aplica a las demandas organizacionales donde la objetividad es su punto de partida para dar respuestas ante una situación de análisis, el poder de usar la palabra frente a situaciones de distintas culturas, ideas, costumbres y donde la información debe ser confiable para quienes se les va a enviar, y para que la comunicación surta efecto requiere de un feed back para fortalecer la idea que se vuelve acción en las empresas, la razón por la cual el comunicólogo se mantiene a la vanguardia no sólo en el campo de las tecnologías, también en su ambiente natural, el conocimiento sobre el uso de las palabras para la comunicación efectiva e interrelación con los demás, así como generar una reducción en costos, generar competitividad en los productos que generan las empresas, aumentar la eficiencia en la ejecución de procesos de producción, obtener éxito en la organización en base a sus expectativas; todo esto nos lleva a generar una buena gestión de la información con base en los recursos de la organización.

Siendo un tema de mucha expectativa para este profesional de la comunicación dentro de las organizaciones y donde se presenta la oportunidad de valorar lo intangible, de medir y controlar a la base de estudio dentro de las organizaciones por medio de un buen control como lo es la gestión del conocimiento, mismo que se presenta hoy día de forma creciente y acelerada, generando así un control en su forma de adquirir datos mal estructurados, definiéndolos a manera de generar un aprendizaje óptimo dentro de las organizaciones para su desarrollo productivo y conjuntamente con su entorno social y económico.

Hoy en día muchas organizaciones dependen de muchas funciones y herramientas para obtener una comunicación eficaz para su buen desempeño en la generación de sus productos y el desempeño de sus integrantes, y estos se deben mover de forma uniforme a lo que la empresa, misma que requiere para su proceso de sinergia constante, tanto la planeación y administración de la información y el uso de las tecnologías que existen dentro y fuera de las empresas debe ser dirigida, controlada y procesada de forma natural, este es el ambiente natural que maneja de forma constante, responsable y objetivo de un comunicólogo. Su experiencia en la interacción social le permite generar confiabilidad entre los miembros de la organización, así como el compromiso en los procesos de elaboración en dicho trabajo basado también en el resultado de la retroalimentación en la comunicación con los miembros pertenecientes a la organización para su crecimiento y aprendizaje conjunto.

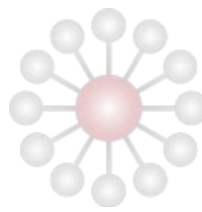
Este estudio aún tiene mucho por investigar, para seguir aportando en las organizaciones, sobre todo



porque vivimos una era de crecimiento constante en las tecnologías, como lo son los programas o software, el internet, las redes sociales, la intranet empresarial. Los medios de comunicación actuales hacen que las organizaciones de las empresas se mantengan en la búsqueda de la evolución para sobrevivir y producir constantemente, generar innovación con las ideas es punto clave para seguir en la vista del consumidor de servicios y de los productos de manera efectiva. Es necesario reafirmar el rol del comunicólogo como gestor de la información para su desarrollo profesional en las organizaciones y evitar que llegue a verse limitado en su función de dirigir y administrar información; es necesaria dicha pretensión de integrar a un profesional en comunicación organizacional en esa función, para que otorgue un mundo de oportunidades a la sobrevivencia de una empresa en función de todos sus recursos dentro y fuera de la organización.

Bibliografía

- ESCAT CORTÉS, María (15-09-2004) Diferencia entre comunicación e Información: Comunicación en los negocios. Obtenido el 20 DE AGOSTO DE 2010 http://www.degerencia.com/articulo/diferencia_entre_comunicacion_e_informacion
- AUMATELL, Soy i Cristina (2003) Auditoría de la Información: análisis de la información generada en la empresa, Barcelona: Editorial UOC, pág. 27
- CORNELLA, Alfons (2002) Infonomía.com. La Gestión Inteligente de la Información en las Organizaciones. España; Ediciones Deusto.
- MARTINET, André (1993) Función y Dinámica de las Lenguas. 1ª Edición, España; Editorial Gredos.
- COSTA, Joan (1999) La Comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de la gestión; Barcelona, España Ediciones Páidos Ibérica S.A.
- CARRIÓN MAROT, Juan (2007) Estrategia. De la visión a la acción. 2ª Edición; Madrid, España. Editorial Esic. Pág. 119.
- TOMASSINI BASSOLS, Alejandro (2001) Teoría del conocimiento clásica y epistemología Wittgensteniana. 1ª Edición. México: Editorial Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- EDVINSONN, L. y MALONE M.S. (1998) El capital intelectual. Cómo identificar y calcular el valor inexplorado de los recursos intangibles de su empresa. Bogotá: Editorial Norma.
- CHIVA GÓMEZ, Ricardo Et al. (2002) Aprendizaje organizativo y teoría de la complejidad: implicación en la gestión del diseño del producto. Edición. Universidad Jaume I; Editorial Athenea Castellon de la Plana, España.
- REYES PONCE, Agustín (2004) Administración Moderna. Editorial Limusa, S.A. de C.V. México, D.F.
- MURGUÍA, Enrique G. Alonso Et al (2006) Teoría de las organizaciones. Editorial, Umbral Editorial



S.A. de C.V. México. Pág. 17.

GOLDHABER, Gerald M. (2001) Comunicación Organizacional. Novena impresión. México, D.F. Editorial Diana S.A.

LLANO ARISTIZABAL, Sergio L. Et al (2007) Comunicación Empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial Universidad de La Sabana, Chía, Colombia.

DUPUY, Yves Et al (1992) Manual de control de gestión, Ediciones Díaz de Santos, S.A. Madrid, España. Pág. 4.

MANUAL de CONTROL de GESTION Bresca Editorial, S.L; Barcelona, España, Profit Editorial 2010

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto Et al (2003) Metodología de la investigación. Tercera edición. México: Editorial Mc Graw Hill.

MUÑOZ RAZO, Carlos (1998) Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis, Prentice Hall Hispanoamericana, S.A. de C.V. México. pág. 192.

ESTEVA ARMIDA, Eduardo, ¿Cómo tendrá que ser el comunicólogo del nuevo milenio?, Director de la carrera de comunicación ITESM Campus Guadalajara; Documento PDF, obtenido el 24 de noviembre de 2009.

<http://bibliotecadigital.conevyt.org.mx/colecciones/documentos/somece/29.pdf>

Sobre los autores:

Ma. Guadalupe Curro Lau.

Profesor investigador de tiempo completo en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Licenciada en Psicología por la UAP, Maestría en Administración por el IEU.

Georgina Palacios Arias.

Pasante de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación y asistente de investigación por parte de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP).



Comunicación no violenta en las organizaciones

Mtra. Ruth Ildebranda López Landeros
Universidad Loyola del Pacífico

Resumen: La búsqueda constante por mejorar la comunicación en las organizaciones, ha llevado al análisis y diseño de estrategias para optimizar canales de comunicación, flujos, procesos y plantear soluciones que requieren de un trabajo constante, consciente e intencional de los miembros de las instituciones. Una parte vital debe estar en reconocer que cuando la interacción comunicativa está condicionada por formas violentas de percepción, tales como prejuicios, expectativas, temores y falta de compasión hacia los demás, se entorpecen esas estrategias de comunicación. Esta subjetividad no siempre es percibida por el emisor, es más fácil reconocerla en los demás y responsabilizarlos por los problemas internos de comunicación. Rosenberg (2000), citando a Schmookler, señala que las causas de la violencia son una incapacidad de pensar en sí mismo y en los demás desde el ángulo de la vulnerabilidad: qué sentimos, qué tememos, qué anhelamos, qué nos falta, etcétera. Las críticas, juicios de valor y evaluaciones subjetivas, son reflejo de necesidades no satisfechas. Si por ejemplo, un compañero de trabajo dice a otro "Tú no colaboras ni eres solidario", esto significa que sus necesidades de ser apoyado no están satisfechas.

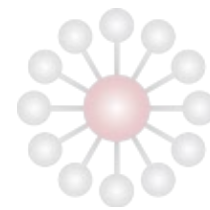
El ejercicio de la Comunicación no Violenta (CNV) motiva a las personas a reconocer hechos que generan sentimientos y responsabilizarse de esas emociones, para entonces poder comunicarse desde la compasión a sí mismo y a los otros. Así se construye desde una perspectiva solidaria capaz de promover la construcción de consensos donde las diferencias son una riqueza para aprender de la visión de los demás.

Palabras clave: Comunicación, Comunicación no violenta, empatía, satisfacción de necesidades y reconocimiento al desempeño.

A modo de acercamiento al Concepto de Violencia Laboral.

Son variados los autores que han hablado sobre la violencia y cómo en algunos contextos es parte de la cultura y está legitimada, en contraste con otros ámbitos donde es considerada un delito.

Incluso se ha señalado que los índices de violencia se han ido incrementando en la última década, no sólo en los hogares, sino en las universidades o en los centros de trabajo. En ocasiones adquieren formas burdas, fáciles de reconocer o detectar a sus protagonistas, en otras se requieren de herramientas para detectar las formas sutiles de



violencia que se ejerce por género, rol, jerarquía o formas de comunicación.

Según la Secretaria de Igualdad de Oportunidades de la Unión del Personal Civil de la Nación, la violencia laboral es toda acción ejercida en el ámbito del trabajo que manifieste abuso de poder por parte del empleador, del personal jerárquico, de quien tenga la función de mando, de un tercero vinculado directa o indirectamente con él o de quien tenga influencias de cualquier tipo sobre la superioridad.

Esta acción es ejercida sobre el/la trabajador/a, atentando contra su dignidad, integridad física, sexual, psicológica o social, mediante amenazas, intimidación, maltrato, persecución, menosprecio, insultos, bromas sarcásticas reiteradas, discriminación negativa, desvalorización de la tarea realizada, imposición, inequidad salarial, traslados compulsivos, acoso y acoso sexual propiamente dicho.

La violencia laboral que ha estado documentada más en el caso de las mujeres, en específico sobre el acoso sexual. Es significativo señalar que los últimos años ha ido incrementándose y abarcando también a los varones este tipo de violencia, ya sea que sufran asedio por sus jefas o por otros varones.

1. Representaciones de la violencia laboral

En México se cuenta con una Norma Mexicana para la igualdad laboral entre mujeres y hombres, NMX-R-025-SCFI-2009 que sirve para comprobar que en las organizaciones se trabaje sin discriminación

para ningún género y que haya equidad.

Anteriormente se consideraba que sólo las mujeres eran objeto de discriminación, sin embargo esto ha ido cambiando. Hay empleos que no debieran estar dirigidos exclusivamente a contratar mujeres pero ocurre como es en el caso de algunas organizaciones del sector educativo por mencionar alguna.

Esta norma también verifica tanto en el sector público, privado o social, el clima laboral adecuado y ahí entrarían las formas de interacción entre las personas que acuden día a día a sus empleos.

La norma contará con varios ejes importantes entre los que destacan para este trabajo los siguientes: la igualdad y no discriminación, en la comunicación tanto interna como externa y un clima laboral adecuado libre de violencia laboral.

Pero cómo y qué indicadores permiten hacer esta fina detección,

La discriminación es otra forma conocida de violencia tanto para hombres como para mujeres. Hay puestos directivos que están en algunas compañías en manos de hombres y hay unas más que por el perfil sólo demandan mujeres. La norma Mexicana marcaría que cuando menos debe haber el 35% de miembros de un género. La brecha que debe haber entre personas que laboran de un mismo género y aquellos que ocupan puestos directivos es de un 20%. Revisemos las instituciones en las cuales laboramos y analicemos si estos porcentajes se cumplen.

Han reportes de quejas de hombres que argumentan que por aquello de cuidar la equidad



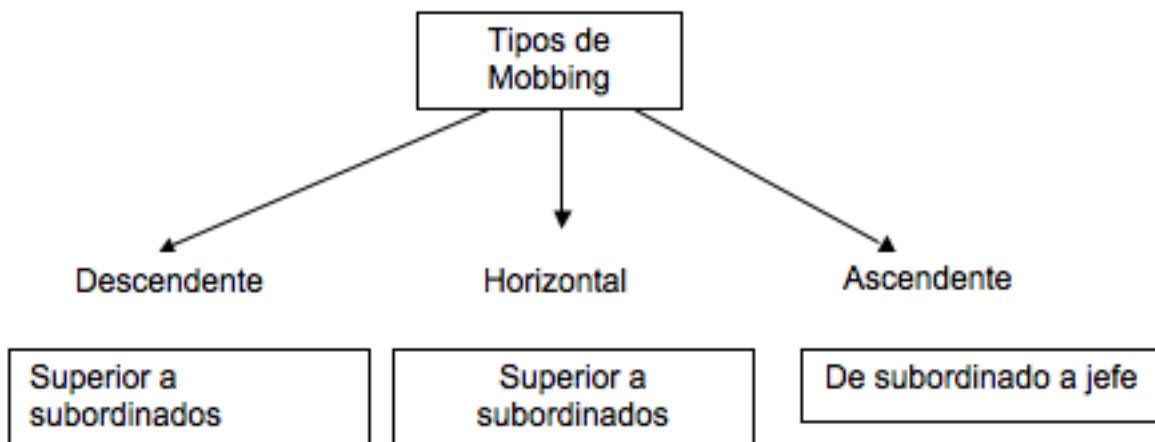
de género en algunos empleos no es la capacidad ni la formación lo que determina obtener un puesto, sino las cuotas que deben existir en una empresa o partido político de miembros de ambos géneros.

En un trabajo sobre violencia y productividad en el estado de México, Rosa Silvia Arciniega Arce rescata una definición de la Secretaria del Trabajo y Previsión social donde se señala que la violencia laboral es una acción que manifieste abuso de poder, ejercida en el ámbito laboral o en el lugar de trabajo, por el empleador, por el personal jerárquico, o quien sea delegada la función de mando, un tercero vinculado directa o indirectamente a él o quién tenga influencia de cualquier tipo de superioridad.

Además señala tres categorías que pueden incluir las manifestaciones de la violencia:

- Violencia realizada entre trabajadores,
- Violencia que se centra en daño psicológico, como hostigamiento verbal intimidación, soborno, imposición, acoso moral y
- Violencia encubierto, relativamente difícil de detectar

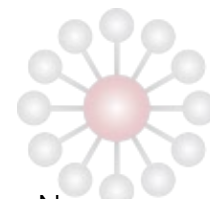
Complementando con estas clasificaciones, recientemente se ha incorporado el concepto de Mobbing, con el cual se desglosan algunos comportamientos violentos asociados al acoso emocional que se presentan de manera recurrente y tienen por intensión la destrucción psicológica del sujeto. (Rojo, 2005) El autor señala una clasificación del este tipo de agresión:



Estos tipos de Mobbing van a tener varias fases: la primera tiene que ver con la aparición del conflicto, la segunda ya con presencia de actos violentos que pueden ser directos o indirectos y por último una serie de acciones de hostigamiento y hostilidad. (idem)

Este Mobbing puede verse reflejado en:

- Críticas desmedidas hacia la persona y el trabajo.
- Aislar comunicativamente a los sujetos.
- Calumniarlos para dañar la reputación personal y laboral.
- Ridiculizarlos o reírse de ellos tanto en público como en privado.



En la página de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) señalan que el fenómeno de la violencia laboral es una preocupación que alcanza proporciones internacionales, un ejemplo es el estudio sobre, “Violencia en el trabajo” fue realizado por Vittorio Di Martino, autoridad internacional en el análisis de y violencia en el trabajo, y por Duncan Chappell, ex Presidente de la Revista de Salud Mental de New South Wales, en Australia, y del Tribunal Arbitral del Commonwealth, en el Reino Unido. Esta investigación fue avalada por la (OIT), dichos autores señalaron que cada vez aparecen con más frecuencia casos de violencia. Por ejemplo en un estudio realizado en el 2002 en Alemania reflejaba como el acoso psicológico era realizado por compañeros del trabajo, se estimó que alrededor de 800,000 trabajadores vivían el mobbing. En España las víctimas de este mal alcanzaban el 22% de los funcionarios públicos.

En México aunque hay esfuerzos por conocer los índices de violencia laboral, la mayoría está orientado al acoso sexual, la discriminación y la falta de equidad, sobre todo hacia las mujeres. Se ha trabajado con éxito leyes que permiten proteger a las mujeres no sólo de la violencia laboral sino de la violencia doméstica. No en todos los estados se cuenta con dicha legislación pero los ejemplos de su aplicación en la capital del país están generando la atención en el resto del territorio. Sobre todo si consideramos que según estos estudios, no hay distinción de nivel socioeconómico ni escolaridad para que aparezcan estos brotes de violencia.

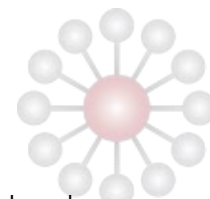
En la página del INEGI aparece un porcentaje que nos permite entender un poco la dimensión del problema, el 29.9 % de las mujeres en el trabajo han sufrido algún tipo de violencia laboral.

Como se señaló anteriormente existe una Norma Mexicana para la igualdad laboral entre mujeres y hombres que puede permitir regular algunos tipos de violencia laboral, sin embargo es importante señalar que aunque contempla algunas formas de violencia física, emocional, no existe una clarificación sobre la violencia en la comunicación dentro de las organizaciones. Hay algunos señalamientos con relación a la comunicación interna y externa pero hay formas sutiles en este tipo de interacción que pudieran pasar desapercibidas.

2. La comunicación dentro de las organizaciones

En términos generales la cultura organizacional y el tipo de comunicación que se genera en las organizaciones pueden estar propiciando la aparición de manifestación de violencia laboral. Aunque no es una norma, una institución que cuenta con una estructura rígida en donde el flujo de información es preponderantemente vertical puede existir esa rigidez en la interacción de los sujetos. Es probable que se presenten algunas formas de violencia, la que nos ocuparía sería aquella que tiene que ver con el tipo de comunicación que se está manejando.

Tendríamos entonces una organización con El enfoque mecánico, que se centra en la dinámica de transmisión y recepción de mensajes a través del canal que liga al emisor con el receptor. La comunicación es asimilada como un proceso lineal y transitivo, el interés puesto en la retroalimentación es a los fines de abundar en datos estadísticos y tienen la función de ofrecer la información precisa para lograr la eficiencia organizacional necesaria,



pero con predominio de flujos verticales descendentes que refuerza la autoridad de la administración. (Abatedaga :2008: 61)

En contraposición en un modelo psicológico las organizaciones están orientadas a las intenciones en los aspectos humanos de la comunicación ya que se presume la existencia de una correlación entre las cogniciones y el comportamiento, de ahí que centren su atención en la influencia de las características de los individuos en los procesos de comunicación. Ello imprime un papel activo al receptor el cual seleccione mensaje y activa su interpretación de acuerdo a los rasgos específicos de su personalidad. (...) se centran en procesos como la atención, el significado, el compromiso para la acción, entre otros. (...) Hovalnd un modelo enfatiza en variables vinculadas al cambio de actitud producido por la comunicación (idem)

Sin embargo, aún en este modelo pueden existir formas violenta de comunicación sutiles que no empalizan con la demás personas. Es indispensable también precisar que en ocasiones se confunden los problemas de actitud con los de comunicación. Además que cabe señalar que son pocas las organizaciones que tienen un modelo con una apertura crítica y abierta que permita detectar estas problemáticas e intervenir, no sólo con cursos que mejoren la comunicación sino con verdaderas estrategias que modifiquen la cultura organizacional.

En algunos diagnósticos de necesidades de capacitación se detectan problemas actitudinales y pretenden ser resueltos a través de cursos de

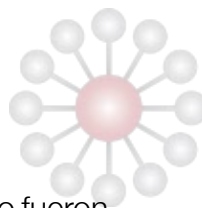
comunicación efectiva cuando debieran abordarse desde ambas perspectivas, la parte actitudinal y comunicacional. Es importante hacer una clara distinción entre ambas, no significa que no estén mutuamente relacionadas, pero son aristas de varios problemas de violencia laboral.

2.1 Problemas de actitud no son problemas de comunicación

Altrabajarcontalleresendondesebuscabadetectan problemas de comunicación, para reconocer la presencia de la violencia en los mensajes, se logran percibir problemas más de actitud en sus áreas laborales (tanto a nivel ascendente, descendente u horizontal) que problemas de intercambio de información o comunicación. Sin embargo, valdría la pena detectar que en el trasfondo si hubo un origen en la CNV.

En algunos casos se manifiestan:

- ☐ Se enoja cuando le digo que todo está mal. (Problema de actitud)
- ☐ La forma de realimentar puede contener un lenguaje violento (Problema de comunicación)
- ☐ Es egoísta y no me da suficiente información, lo que me hace tomar decisiones equivocadas. (Problema de actitud)
- ☐ Conserva información para la toma de decisiones. (Comunicación)
- ☐ Mis colaboradores me entregan de mala gana lo que pido. (Problema de actitud)
- ☐ Los colaboradores pueden estar percibiendo lenguaje violento que les predispone ante las tareas. Además puede faltar claridad en las instrucciones y en la forma de evaluar el desempeño. (Problema de comunicación)

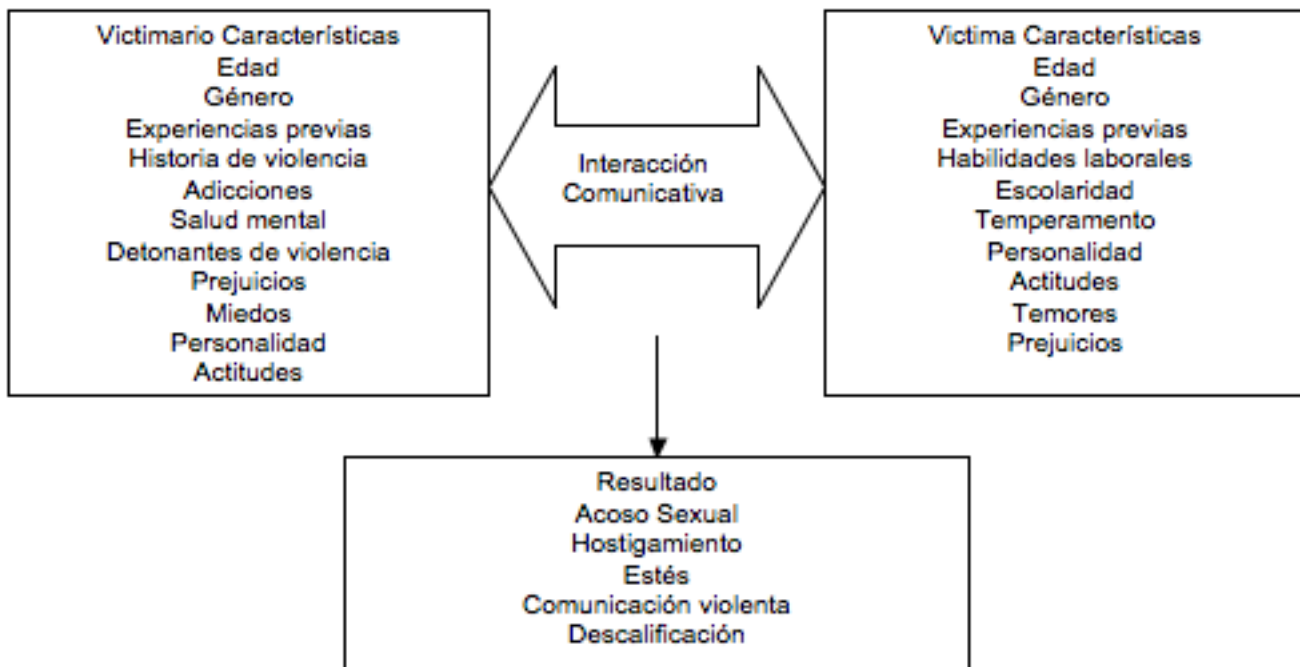


- Mi jefe quiere imponer su voluntad. (Problema de actitud)
- Al tomar decisiones o implementar medidas, no son escuchadas las opiniones de los colaboradores (Problema de comunicación)
- No hay disponibilidad de los demás jefes de división. Tienen miedo de trabajar juntos. (Problema de actitud)
- No hay colaboración con sus opiniones, es necesario encontrar formas de comunicarse adecuadamente para trabajar en conjunto. (Problema de actitud)
- Mi jefe me quiere arruinar la vida con la cantidad de trabajo que me da a diferencia de otros compañeros. (Problema de actitud)

- Los objetivos o requisitos del trabajo no fueron compartidos o analizados por las personas involucradas (Problema de Comunicación)

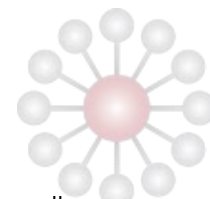
En los ejemplos anteriores se puede detectar como un actitud pudiera estar impactando en la comunicación. A veces es necesario resolver primero el problema actitudinal que el de comunicación porque el primero generará una disposición negativa ante cualquier intento de diálogo.

Es importante distinguir las diferencias ya que cada uno requiere un abordaje distinto, ambos pueden ocasionar problemas de violencia laboral de distintas gradaciones. A continuación se presenta una adaptación de elementos de la comunicación violenta y los posibles mediadores de la violencia laboral.



Adaptado de Rosenberg (2000) y del Modelo Interactivo de Chepple y DI Martino¹

¹ Este modelo fue retomado del estudio de Pobrete (2005) http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1132-2962005000300008&script=sci_arttext Recuperado el 12 agosto de 2010



En el modelo se observan como algunas características de las personas pueden ser detonadores o mediadores de distintas formas de violencia laboral.

3. Formas de comunicación violenta en las organizaciones

Es aquí en donde está el primer punto de atención. Aquellos factores que pueden provocar una inadecuada codificación y por tanto una confusa decodificación. Hablar atentamente implica tener claro el propósito del mensaje emitido y a veces esa claridad se ve empañada por temores tales como:

- Búsqueda de aceptación o reconocimiento a toda costa.
- Pobre auto concepto del emisor o del receptor.
- Creer que sólo es valioso si es competente y triunfador en todo.
- Etiquetar por los errores cometidos.
- Suponer que si algo terrible puede ocurrir, invariablemente ocurrirá.
- Frustrarse porque las cosas no ocurrieron como se planearon.
- Considerarse víctimas de otros o de la vida.
- Ser dependientes de otros para no asumir las responsabilidades.
- Trabajar con base al castigo o premio.
- Considerar los factores externos como bienestar propio.
- Esperar el momento ideal para actuar y la realidad los rebasa.
- Creer que todos entienden lo mismo o tienen las mismas capacidades.

Estos factores pueden provocar que los mensajes sean emitidos o percibidos de forma distinta a

como fueron enviados. Un ejemplo de ello es cuando una persona recibe reconocimiento de su jefe y lo interpreta como una forma de afecto y no como una realimentación al desempeño. Si en otro momento no recibe la aprobación de su jefe, entonces se sentirá rechazado y no amado. En este caso habría temores infundados presentes: no ser aceptado y no ser valioso en todo. Si la subjetividad estuviera en el jefe el reconocimiento no fue manejado de forma adecuada ya que trata de manipular al colaborador presionándolo para que “de lo mejor de sí”.

Si la persona que hace el reconocimiento lo centra en el cumplimiento de la tarea y el beneficio a la organización, el subalterno lo verá sólo como la evaluación al desempeño. Es verdad que a todas las personas les agrada ser evaluados de manera positiva, entonces en la intención del reconocimiento estaría la violencia o no del mensaje. Si se busca la manipulación sería el primer caso, si se busca la motivación entonces estaríamos hablando de una comunicación no violenta.

4. Comunicación no violenta

De Brabandère (2006), describe que para que pueda darse el cambio cualquiera que este sea, en una situación, comportamiento, e incluso formas de comunicación es necesario que ocurran dos condiciones, la primera es que en el entorno algo esté demandando el cambio y que la percepción de quien deba cambiar se vea modificada. Traducido esto en la mirada de la comunicación no violenta, sería que en una organización el clima laboral fuera inadecuado y afectara las relaciones interpersonales y que tanto directivos como miembros de la organización percibieran que es necesario modificar las formas de comunicación.

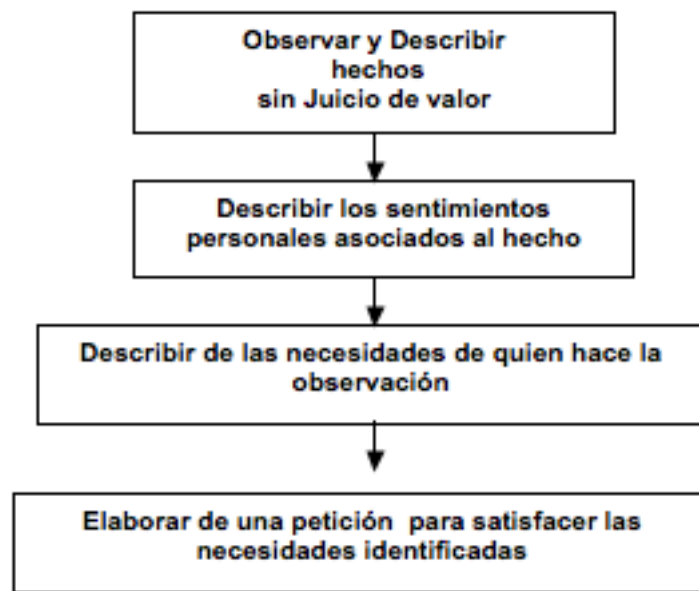


Si estas dos condiciones están presentes, entonces se puede pensar que la CNV es una herramienta para mejorar ese ambiente laboral. Siempre y cuando se reconozcan actos o hechos observados, se establezcan los sentimientos ante esos hechos y se haga la petición de lo que se necesita para estar bien ambas partes.

La forma de comunicarse desde la compasión, tiene como principal componente en su estructura separar los sentimientos de los hechos, dándole a cada uno su lugar para ser manifestados. Al escuchar el receptor primero los hechos como

una simple observación sin juicios de valor, es muy probable que pueda prestar atención sin predisponerse a la crítica o descalificación. Si el emisor reconoce internamente las emociones que le generó el hecho y lo señala, asume sus sentimientos y no hace a otro responsable de haberlas generado. Por último, se piden actos concretos y claros para enriquecer la vida de ambos interlocutores (adaptado de Rosenberg, 2000).

Fases de la Comunicación no Violenta



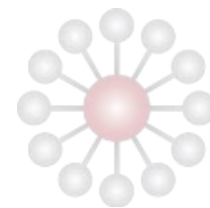
Adaptado de Rosenberg (2000)

La CNV potencia la conciencia de que aquello que hacen o dicen los demás puede ser el estímulo, pero nunca la causa, de nuestros sentimientos. Nuestros sentimientos son el resultado de cómo elegimos o tomarnos lo que nos dicen y hacen los demás, así como de nuestras necesidades y expectativas particulares en ese momento. (Rosenberg, 2000, 65) El autor señala que cuando alguien recibe un mensaje negativo en su realimentación laboral tienen cuatro opciones: echarse la culpa, echar la

culpa a otros, darse cuenta de sus sentimientos y necesidades y, por último, puede darse cuenta de lo que sienten y necesitan los demás. En el siguiente apartado se verán ejemplos.

4.1 Ejemplos de comunicación violenta. Comunicación no violenta.

A continuación se analizarán algunos casos en donde están presentes ambos tipos de comunicación.



Mi jefe es controlador, siempre retiene la información que necesitamos y nos mete en problemas. No tenemos toda la información necesaria para realizar el trabajo. Ésta debe ser proporcionada por nuestro jefe.

Caso Rojas-Ramos

El licenciado Ramos es responsable de Recursos Humanos. Fue contratada una recién egresada para el Departamento de Relaciones Públicas. El licenciado Rojas duda del procedimiento para la contratación. Manifestó esto en un primer correo electrónico señalándolo y recibió una respuesta del responsable de Recursos Humanos.

Licenciado Rojas:

Le informo que las personas que hicieron el examen y la entrevista a la licenciada Silvia Solano señalaron que fue la mejor evaluada, a pesar de no contar con mucha experiencia laboral. Por esa razón se contempló para el puesto, además, considero que todos de alguna forma, merecemos una primera oportunidad. Y digo esto de manera personal, porque yo mismo recibí una primera oportunidad recién egresado, y fue precisamente en esta empresa. No debe negarse esto por prejuicios y malas interpretaciones de su parte.

Quiero que este comentario, como lo dije anteriormente, se tome de forma personal.

Lic. Raúl Ramos Cázares
Coordinación de Recursos Humanos
Empacadora El Gallo, S.A.

Licenciado Ramos:

Me parece que la “recién egresada”, por bien evaluada que hay salido en su entrevista, no significa que sea la mejor opción que podamos tener. Le recuerdo que las evaluaciones en su mayoría pueden estar influidas por la simpatía y no por una verdadera observación del entrevistador.

Comparto con usted lo de dar una oportunidad, pero en nuestra empresa las oportunidades se deben dar a quien cumple con el mínimo establecido, que por supuesto éste no es el caso.

Si algún coordinador de mi área hubiera hecho lo mismo, ya lo hubieran reprendido, pero me parece que ese departamento tiene muchos privilegios y saben aprovecharlos. Reciba mi más rigurosa crítica por este acto, estoy en desacuerdo por la falta de equidad. No estoy de acuerdo con el trato diferente a áreas diferentes. No estoy de acuerdo en que los puestos clave estén en manos de personas incapaces y novatas.

Lic. José Rojas Luna
Depto. de Contabilidad

Empacadora El Gallo, S.A.

En ocasiones se hacen afirmaciones sin contar con las evidencias suficientes. Se parte de supuestos y no necesariamente de hechos. Esto puede provocar distintas reacciones o tipos de respuestas, Rosenberg (2000) señala que existen cuatro maneras de recibir un mensaje negativo, a continuación se ejemplifican con el caso



1. Echarse la culpa.

“Asumo que puede ser un error esta contratación, pero ya está hecha”.

2. Echar la culpa a otros.

“El entrevistador dio su recomendación y fue aceptada”.

3. Darse cuenta de sus sentimientos y necesidades.

“Es importante que los jóvenes reciban oportunidades para desarrollarse, sino cuándo. Además, a mi me dieron una oportunidad”.

4. Darse cuenta de lo que siente y necesita el otro.

“El licenciado Rojas está preocupado por el desempeño de una persona con poca experiencia en un área de mucha responsabilidad. Siente que las condiciones de contratación han sido injustas”.

Existe entonces una diferencia cuando ponemos en juego la CNV para interactuar con otras personas.

Si el licenciado Ramos usara la CNV para responder el correo diría:

Licenciado Rojas:

Entiendo su preocupación, es importante que las personas más capacitadas y con experiencia sean las que ocupen los puestos de la empresa. Le solicitaría que tuviera una entrevista con la licenciada Solano para posteriormente intercambiar opiniones sobre la impresión que le causó. Puede previamente, si así lo requiere, revisar las entrevistas y las evaluaciones que se le hicieron. Si a pesar de ello tiene elementos que pongan en riesgo a la empresa, podremos

reconsiderar la contratación. Comparto con usted que la licenciada está en etapa de prueba.

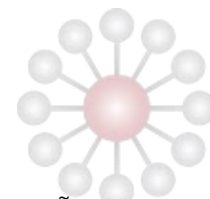
Comprendo que le alarme que algunas áreas pudieran tener privilegios, y comparto que debe existir equidad en los procesos, le solicitaría que nos lo señale para remediarlo.

Lic. Raúl Ramos Cázares
Coordinación de Recursos Humanos
Empacadora El Gallo, S.A.

Esta respuesta estaría empatizando con la otra persona y haciendo solicitudes para que ambas partes estén bien. ¿Cómo articular esta técnica en las organizaciones? El primer punto sería diagnosticar la presencia de comunicación violenta, una forma sencilla de hacerlo es revisando los correos electrónicos o minutas o memorandas en papel que circulan, así como las instrucciones y realimentación que se dan.

El objetivo del uso de la CNV sería revertir lo que Carballo (2004) menciona sobre el bajo coeficiente de la calidad de sus intercomunicaciones, al encontrar formas más eficaces de manejar la subjetividad y las emociones.

Una vez que se tiene el diagnóstico deberá capacitarse a los colaboradores en el uso de la comunicación no violenta, para que ésta pueda mediar no sólo en sus procesos laborales si no también en los personales. Mientras más se practique la CNV en distintos escenarios, más rápidamente se incorpora no sólo en las prácticas comunicativas si no en la cultura y climas laborales.



En el texto *La organización habitable* (Serrano, 2001), señala que en el proceso de comunicación existen múltiples actores y que en el mejor de los casos se desarrolla un espíritu donde el orden, la disposición y el adquirir sentido son indispensables. Estas mismas condiciones que se mencionan deben estar presentes en la comunicación no violenta (CNV) y cerraría con una frase de Carballo (2004) que reflejaría una organización que promueve la comunicación empática: “El mejor indicador de la potencia innovadora y/o de competencia de la empresa es la comunicación y el estado de sus relaciones”.

Las formas sutiles de la violencia han permeado el campo laboral. Son los sometimientos, la falta de atención y el uso de un lenguaje alejado de la empatía algunas manifestaciones de esos actos agresivos para otros. No es imprescindible que haya palabras ofensivas o tonos elevados de voz, la forma en la cual están contruidos los mensajes puede reflejar violencia.

Desde la perspectiva de Rosenberg (2000), al intentar manipular al otro para que satisfaga nuestros intereses o los intereses de la organización estaría haciéndose presenta la violencia. Entonces esto nos llevaría a señalar que todos somos violentos, definitivamente sí, en algún momento lo hemos sido, hemos usado nuestros mejores argumentos para que un colaborador permanezca más allá de las horas debidas, o para que un compañero continúe con el trabajo que no queremos hacer o que no podemos hacer y no queremos aprender a hacerlo.

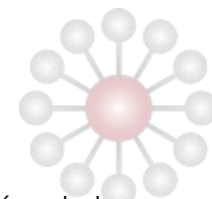
En algunos talleres donde se ha trabajado el tema, sorprende a los asistentes descubrir que mientras

ellos reconocían entre sus jefes, compañeros o clientes algunos rasgos poco corteses en la comunicación, no eran capaces de reconocer que ellos habían participado de esa comunicación violenta e incluso había sido ellos los iniciadores de una cadena interminable de mensajes cargados de palabras poco empáticas o falta de claridad en la solicitud de necesidades plagadas de interpretaciones subjetivas.

Cuando nos comunicamos desde los miedos y los prejuicios, generalmente usamos una comunicación violenta que descalifica al otro o que hace interpretaciones injustas de lo que el otro hace o dice. Si una persona se encuentra en una situación emocional vulnerable y los acontecimientos del trabajo le recuerdan problemáticas del hogar, entonces habrá un verdadero cóctel para iniciar una interacción comunicativa violenta; si su interlocutor también trae una carga subjetiva que le hace ser sensible en ese momento entonces se dará un exceso de palabras que nos alejan del verdadero objetivo de la conversación, que pudiera ser solicitar material, confirmar información o simplemente concertar una cita.

A modo de conclusión

La Comunicación No Violenta puede ser no sólo una herramienta para mejorar el estilo de comunicación en las organizaciones, sino que establece una nueva mirada para la interacción con las demás personas en distintos ámbitos ya que reconoce el valor de la empatía, la vulnerabilidad y permite situar a las emociones y sentimientos en el lugar preciso para no generar predisposiciones en los demás. Responsabiliza a cada una de las personas que intervienen en el proceso comunicativo de sus



sentimientos, sus reacciones y permite a largo plazo madurar como personas en un mundo que demanda la búsqueda de consensos, la tolerancia y la participación comprometida con los demás.

Un requisito importante para trabajar la comunicación no violenta en una organización será la apertura y la inquietud por mejorar por procesos internos, las relaciones tanto con los públicos internos como externos. Además de una madurez para reconocer, desde sus directivo hasta los operativos, que es necesario un cambio en la forma de relacionarse con los demás.

Evidentemente los resultados en las primeras etapas permitirán hacer ajustes en los ritmos de trabajo, en las prácticas cotidianas y en la propia escala de valores. Ya que uno de los puntos importantes será incorporar la empatía, la solidaridad y el interés no sólo por alcanzar las metas productiva sino por mejorar las condiciones y el desarrollo humano de los miembros de la organización. Esta puede parecer una labor titánica, que va requerir esfuerzo y persistencia elementos indispensables para cambiar y que esos cambios sean trascendentes para todos.

Bibliografía

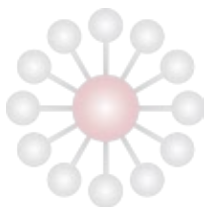
1. Abatedaga Nadia, (2008) Comunicación Epistemología y metodologías para planificar consensos, Argentina: Colección Comunicándonos, Editorial Brujas, 1ª Edición,
2. Brabandère, Luc. (2006). La otra mitad olvidada del cambio. México: Editorial Grupo Patria Cultural.
3. Carballo, Roberto. (2004). En la espiral de

la innovación, España: Editorial Díaz de los Santos.

4. Lévy-Leboyer, Claude. (2003). La motivación en la empresa. España: Gestión 2000.com.
5. Rojo, Vicente José (2005) Mobbing o Acoso laboral, Madrid :Editorial Tebar.
6. Rosenberg, Marshall. (2000). Comunicación no violenta. España: Editorial Urano.
7. Serrano, Rafael, et al.. (2001). La organización habitable. México: Editorial Fecha.

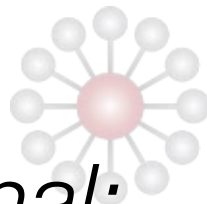
Electrónicas

1. http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-95532006000100005&script=sci_arttext. Recuperado el 10 de septiembre de 2010
2. (<http://igualdadlaboral.stps.gob.mx/igualdadlaboral/CT/CTReactivos.aspx>). Recuperado 23 de agosto de 2010
3. Arciniega, www.amet.uady.mx/?dl_id=3. Recuperado el 23 de septiembre de 2010
4. <http://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/406821.moobing-violencia-laboral-en-la-oficina.html> (recuperado el día 20 de septiembre 2010)
5. http://web.oit.or.cr/index.php?option=com_content&task=view&id=139&Itemid=82. Recuperado el 15 de agosto 2010
6. www.inegi.org.mx/est/contenidos/.../2006/panorama_gral. Recuperado el 12 de agosto.
7. Pobrete (2005) http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S1132-2962005000300008&script=sci_arttext Recuperado el 12 agosto de 2010



Sobre el autor:

- Mtra. Ruth Ildebranda López Landeros.
Licenciada en Ciencias y Técnicas de la Comunicación.
- Mtra. en Docencia Universitaria
 - Coordinadora de la Licenciatura en Comunicación en la Universidad Loyola del Pacífico del 1998-2004.
 - Coordinadora de la Vocalía Golfo Sureste del CONEICC durante el período 2003-2006
 - Docente de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Loyola del Pacífico desde 1994 a la fecha.
 - Miembro evaluador en el CONAC.



Comunicación organizacional: Reencontrando pautas de reflexión y recomendaciones para su desarrollo en México

Clemente Sánchez Uribe
Facultad de Comunicación
Universidad Anáhuac México Norte

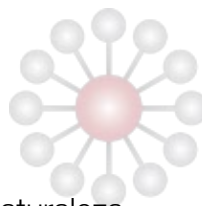
Resumen: Abordar la institucionalización de una disciplina como la comunicación organizacional en México implica no solo el recuento histórico y teórico-metodológico de conocimientos que le han dado forma. Se trata también de una serie de acciones encaminadas al análisis de las preguntas, recomendaciones y pautas de reflexión que, desde el punto de vista de especialistas y profesionales, se requieren para que la comunidad académica, de investigación y laboral.

No obstante, estas pautas de reflexión no siempre se consideran de atención colectiva y al paso de los años y de la revisión de textos sobre la disciplina, se encuentran que las preguntas y tareas pendientes para consolidarla, siguen siendo las mismas, lo que indica que no necesariamente se ha podido llegar a un consenso.

La alerta para los profesionistas especializados en comunicación organizacional es que los propios sectores productivos consideran que la existencia o no de una comunidad de comunicadores organizacionales no es necesaria puesto que no han hecho ni clara ni patente sus características que la consoliden.

El presente texto está basado en fragmentos del proyecto de Tesis Doctoral del Mtro. Sánchez Uribe.

Palabras clave: Comunicación organizacional, institucionalización, Disciplina de la Comunicación, Comunicación en México.



Introducción

Luis Montaña Hirose, coordinador general del libro *Los estudios organizacionales en México* (Montaña, 2004), señala que:

La organización, en tanto espacio social complejo, puede ser entendida como un punto de encuentro, donde se entrecruzan diversas lógicas de acción –política, cultural, afectiva, racional, etcétera-, múltiples actores que propugnan por diversos proyectos y sociales y, por lo tanto, distintas interpretaciones del sentido institucional, reflejando intereses particulares, pero también ilusiones, fantasías y angustias. La organización multiplica así sus propias representaciones y funcionalidades: es a la vez un lugar donde se negocian aspiraciones sociales, se construyen identidades, se combaten fantasmas, se produce conocimiento y, entre otros, se lucha por recursos y estatus. (...)

La organización, por otro lado, asume diversas modalidades institucionales –escuela, empresa, partido político, municipio, hospital, etcétera-, que se debaten entre las tendencias isomórficas –calidad, excelencia, eficacia, productividad, servicio, etcétera- y la necesidad de salvaguardar su propia identidad, arraigada en las particularidades de su génesis e inscripción sociales.

¿Qué disciplina puede asumir la titularidad del estudio de tal objeto social? Ninguna en particular; se trata de un objeto difícilmente asible desde una sola perspectiva disciplinar; para abordarlos se requiere de la concurrencia de diversas miradas;

se trata de un proyecto de naturaleza necesariamente interdisciplinaria (...) –tales como economistas, antropólogos, filósofos, sociólogos, comunicadores, administradores, psicólogos, politólogos, entre otros- (...).

Es importante asumir la parte que le corresponde a la comunicación, y particularmente a la comunicación organizacional.

Esto es, ¿cuáles son los aspectos que analiza la disciplina a lo largo de su existencia en México? Pero así también es importante reflexionar en torno a ¿cuáles de esos aspectos quedan pendientes de atención y si existen recomendaciones o reflexiones que sirvan de referencia para garantizar la debida continuidad en el desarrollo de la disciplina misma en beneficio de ella y del entorno donde se aplica?

El surgimiento de esta rama de la comunicación en México data de hace poco más de 40 años, de acuerdo con la coincidencia que refieren diversos investigadores en textos que hablan sobre el tema referidos en el presente artículo. Esto habla de un área que se encuentra aún en desarrollo, no por el hecho de que no se hayan llevado a cabo trabajos teórico-metodológicos, ni de investigación, e incluso aplicaciones en el campo laboral profesional, sino por la vasta serie de cambios que en estos años han podido experimentar los diferentes tipos de organización en el país, al igual que el desarrollo académico del área y su extensión en el ámbito de la investigación.

Y además, todavía existe terreno amplio para generar nuevos conocimientos, estudios y aportaciones que enriquezcan a la disciplina. No obstante, ese es un buen motivo para valorar y analizar el nivel en que se encuentra la institucionalización de la comunicación organizacional en México, en virtud de que cada vez más se pueden vislumbrar nuevos programas académicos para la formación de estudios superiores y de posgrado, así como extensiones o generación de nuevos casos y estudios que revisen nuevos fenómenos y paradigmas a la luz de este campo,



y así también los requerimientos que el mundo laboral-profesional implican a los profesionistas en formación, o bien, a los ya egresados que ejercen desde alguno de los múltiples ámbitos que contempla la comunicación organizacional: la comunicación interna, la comunicación corporativa o institucional, y la comunicación mercadológica.

Sin embargo, tras revisar diversos materiales de referencia, además de encontrar posibles fases para el desarrollo de la disciplina de comunicación organizacional, queda en evidencia otro aspecto:

- Llama la atención encontrar que los textos revisados se dan la tarea de plantear cuestionamientos profundos y serios sobre el desempeño de la comunicación organizacional, así como recomendaciones que se pueden retomar en siguientes investigaciones y estudios, al igual que tareas específicas que lleven hacia un mejor desarrollo y desempeño de la disciplina. No obstante, parece dar la impresión que los cuestionamientos y pautas de reflexión en mención no necesariamente se retoman entre sí.

Refiriendo nuevamente la reflexión de Montaña Hirose (2004), es clara la oportunidad para abordar la parte que le corresponde a la Comunicación, en particular a la comunicación organizacional, en el análisis y desarrollo de propuestas y contenidos en torno al ámbito de las organizaciones en el país y cómo la disciplina aporte investigaciones que den lugar a vislumbrar los nuevos paradigmas que el siglo XXI depara para la vida en las organizaciones y su interrelación con sus diferentes entornos, pero también no podría pretenderse un avance, si permanecen aspectos que de fondo, puedan reflejar posibles debilidades de la disciplina para validar su institucionalización.

Por ello, la revisión y análisis no sólo debe reflejar el fondo teórico y metodológico de la comunicación organizacional a través de sus fuentes de origen, sus autores e investigadores y las tendencias que valida, sino también considerar la observación de nuevas categorías de análisis e indicadores

descriptivos, a través de estrategias metodológicas ya elaboradas, o bien generar nuevas. Un referente de este tipo de estrategias son la Metodología para identificar las prácticas institucionales en el campo de la comunicación (MIPICC) o la Metodología para identificar las características estructurales en el campo de la comunicación (MICECC), ambas desarrolladas por el Dr. Gustavo Adolfo León Duarte (2010), cuyos objetivos respectivamente son llevar cabo el acopio y el análisis de información que de cuenta del contexto institucional del campo académico de la comunicación en Latinoamérica, y por otro lado, el establecimiento de relaciones teóricas y prácticas específicas que pueden permitir una aproximación a la comprensión de las características estructurales que definen la producción de conocimiento.

El propósito central del presente artículo es reencontrar las preguntas y pautas de reflexión sobre la disciplina de comunicación organizacional en México. Esto, a partir de una primera revisión de materiales documentales que comprendan un periodo de tiempo entre 1998¹ a la fecha, a fin de entender de manera más amplia qué aspectos son los que se han recomendado por otros investigadores del área, tanto para el ámbito académico, científico, como profesional, que permitan ser el preámbulo para una siguiente fase de investigación (no incluida en este artículo), que implique la recopilación, revisión, y análisis más detallada y profunda de los enfoques teóricos que establecen las bases de la disciplina a nivel de Euroamérica.

Contexto

Señala Inés Cornejo (2007) en *El lugar de los encuentros*, que la comunicación, así como ocurre con otras disciplinas relacionadas con las ciencias sociales, pasa por diversas fases de desarrollo que

¹ Se toma como referencia el año de 1998, en virtud de ser el año de publicación de un material de referencia en la investigación de la comunicación organizacional en el país. Se trata del libro *El poder de la comunicación en las organizaciones* (1998), coordinado por María Antonieta Rebeil y Celia RuizSandoval.



va desde la parte fundacional, la de expansión-especialización-fragmentación, y la de hibridación, configurándola así como un patrimonio específico y un capital acumulado que cuenta con las aportaciones de científicos que ayudan a forjar el cuerpo central de la misma.

En el caso de comunicación organizacional no es la excepción y bien se puede referir que su desarrollo se pueda encontrar entre la fase de expansión-especialización-fragmentación y la de hibridación, motivo por el cual aún quedan pendientes que podrían relacionarse con los cuestionamientos reflexivos y recomendaciones que se abordan en el artículo.

Lo importante es que no permanezcan como pendientes, puesto que pueden tratarse de situaciones que lejos de ser elementos discursivos, se trata de aspectos que generan confusión y sesgos conforme transcurre la vida de la disciplina.

Esto resulta contraproducente si se compara con avances que puedan estar llevando a cabo otras regiones del mundo en torno a la disciplina y que restan vigencia a los esfuerzos y aportaciones propias.

Por ejemplo, Joan Costa (Varios, 2001), hace referencia que en Europa durante los últimos años de la década de los 70 (alrededor de 1977), no existen herramientas técnicas específicas para tratar la diversidad de los nuevos problemas y aspectos que solían presentar las empresas. Sólo se dispone de una palabra, que aparentemente podría ayudar a atenderlos: la comunicación.

Se afirma que los problemas podrían solucionarse comunicando mejor, y ahí era donde se despeja una paradoja: al mismo tiempo existía un desconocimiento indiscutible de lo que la comunicación aplicada era y lo que podía hacer realmente por la empresa.

La situación apremiante de poder contribuir con las organizaciones lleva a integrar las técnicas de comunicación como una acción unitaria, vislumbrando una nueva cultura de la comunicación empresarial en Europa. Así surge la metáfora del “director de orquesta” y comienza a acotar la idea de una comunicación integral, que de acuerdo al artículo de Costa, el término integral se usa en la Northwestern University de Illinois, E.U.A., aproximadamente diez años después -1987- de que Costa la refiere ya en Europa.

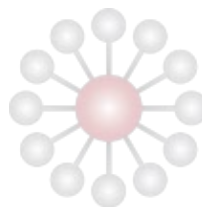
Esta es la forma de abordar en retrospectiva por Europa y Estados Unidos, y queda un nuevo cuestionamiento: ¿En qué momento se aborda la comunicación organizacional en el mismo ámbito profesional, pero en México?

Históricamente en México la Asociación Mexicana de Comunicaciones Internas (AMCI) surge como primer antecedente de institucionalización profesional en 1973.

Y es hasta 1986 cuando dicha asociación cambia su objetivo y denominación a Asociación Mexicana de Comunicación Organizacional (AMCO), la cual incluso se modifica nuevamente en 1996, conservando las siglas, pero se constituye como la Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales.

Así, a partir de lo que describe Costa para Europa en comparación con México, pareciera que la consolidación de la disciplina en el ámbito profesional dilata alrededor de 20 años con respecto a lo que ya se hablaba en 1977 en aquel continente.

Reencontrando preguntas y pautas de reflexión sobre la comunicación organizacional en México



Como primer objetivo del artículo, se realiza a continuación la revisión de aquellos cuestionamientos reflexivos sobre la disciplina, mismos que se localizan en diversos textos de referencia.

La identificación de las preguntas y pautas de reflexión toma como base la categoría 5.4. sobre identificación de propuestas del texto, indicador descriptivo 20 sobre identificar, describir y analizar cuáles son los argumentos, condiciones y perspectivas que anulan y superan la crítica del autor en el texto, referidos por el instrumento de observación y codificación de categorías de análisis e indicadores descriptivos de la Metodología para identificar las características estructurales en el campo de la comunicación (MICECC) (León Duarte, 2010), a partir del cual se establece un nuevo modelo.

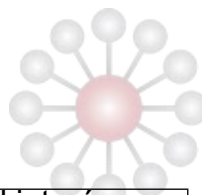
Cabe referir que este ejercicio es un modelo en revisión y depuración para poder ofrecer un análisis más detallado:

Cuadro 1.

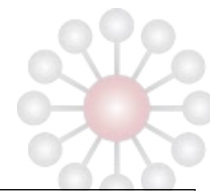
Fragmento del Modelo de análisis de preguntas y pautas de reflexión (MAPPRE) sobre comunicación organizacional en México (Periodo estimado incluido: 1998-2010)



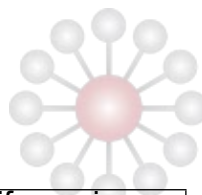
Nombre del autor(a) de la pregunta o pauta de reflexión	Texto/capítulo donde realiza pregunta o pauta de reflexión / Año	Campo que aborda la pregunta o pauta de reflexión (Sombrear opción)	Pregunta o pauta de reflexión que realiza
1. María Antonieta Rebeil / Jacinta Hernández	Comunicación integral en las organizaciones: revisión de avances, en La comunicación en México: Una agenda de investigación (2008)	Académico Investigación Laboral- Profesional	¿Cuáles son las causas que influyen para que los estrategias de la comunicación integral en las organizaciones tengan poca presencia en la difusión del conocimiento, como resultado de la investigación científica, en las publicaciones académicas y profesionales del ámbito nacional?
2. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	¿Qué factores determinan que una parte importante de los egresados de la carrera de comunicación elijan el área de la comunicación integral en las organizaciones para desarrollar, en muchos de los casos, su primera incursión como investigadores?
3. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	¿Está listo el mercado laboral mexicano para recibir estos talentos y esta energía creativa en el seno de sus organizaciones?
4. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	¿Es el campo académico el lugar por excelencia para desarrollar la investigación de la comunicación integral en las organizaciones?
5. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	¿O bien es que los estudios realizados en el contexto laboral no se difunden por el factor de confidencialidad que exigen las firmas y organizaciones que los financian?
6. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	¿Cuáles son los motivos que determinan la poca, casi nula participación de los comunicadores organizacionales en las presentación de trabajos donde se muestre la epistemología de la comunicación aplicada en el ámbito laboral?
7. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Los investigadores de la comunicación integral en las organizaciones pueden y deben incursionar en diversos tipos de organizaciones tales como los procesos de las instituciones públicas y a las organizaciones de la sociedad civil, además del camino ya transitado de las empresas privadas



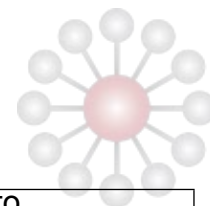
8. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	En el caso de las empresas privadas, el interés de los investigadores se puede extender a los inexplorados campos de las medianas, pequeñas y micro unidades productivas que integran el 99 por ciento de la realidad industrial del país y que generan el 65 por ciento del empleo de México. De ahí que mayores esfuerzos de investigación se deben dedicar a estas unidades.
9. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	El desarrollo conceptual de términos tales como la productividad, la competitividad, la sustentabilidad, la responsabilidad social, todas asociadas a la comunicación integral en las organizaciones, se puede llevar a cabo en los centros de investigación y por los estudiosos independientes, con el fin de lograr un amplio entendimiento entre las instancias interesadas en la comunicación integral en las organizaciones
10. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Los términos, con frecuencia empleados unos en el lugar de los otros de: comunicación interna, comunicación corporativa, comunicación organizacional, comunicación integral, comunicación mercadológica y publicidad, comunicación administrativa, comunicación estratégica en las organizaciones, deben ser el objeto de discusión y análisis por parte de los docentes y profesionistas de la comunicación y de la administración a fin de distinguir y ubicar los campos de estudio y de acción que abarca la comunicación integral en las organizaciones
11. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	La planeación estratégica o de largo plazo en las organizaciones mexicanas, es un factor que permite decidir racionalmente el futuro de las mismas. Rebasar el inmediatismo para establecer los parámetros de acción tanto de las organizaciones como un todo, como el de la comunicación integral en las organizaciones, son elementos a tomar en cuenta para el trabajo de los pensadores interesados en la sociología organizacional



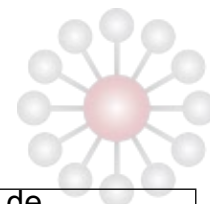
12. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	La cultura organizacional merece una atención especializada por parte de los interesados en la comunicación integral en las organizaciones, misma que pretende incidir en la comprensión global de la propia identidad, el sentido de pertenencia y en los ámbitos del clima laboral.
13. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Es urgente generar indicadores que permitan medir el desempeño, la eficiencia y la eficacia de los procesos de comunicación en las empresas, instituciones y todo tipo de organizaciones, emplearlos para la medición y diagnóstico de las mismas y como base de la planeación estratégica de la organización y del plan estratégico de comunicación
14. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	La comunicación organizacional debe rebasar la fase de exhibición y parafernalia, que con frecuencia realiza al interior de las organizaciones, para enfocarse en los problemas que las aquejan y en su desempeño dentro de la sociedad
15. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	¿Cómo puede la comunicación integral en las organizaciones, contribuir al logro de la productividad (entendida en términos que explica el trabajo) y de la sustentabilidad, equidad y responsabilidad de los procesos al interior de las organizaciones privadas (de cualquier tamaño y giro), de las instituciones públicas (municipales, estatales y federales o bien legislativas, ejecutivas o judiciales) y de las organizaciones del tercer sector?
16. Abraham Nosnik Ostrowiak, Juan Andrés Rincón González, Mónica Sierra Vasavilbaso	La investigación de la comunicación organizacional en México, en La comunicación en México: Diagnóstico, balances y retos (2005)	Académico Investigación Laboral- Profesional	Los conceptos fundamentales a partir de los cuales se ha construido el pensamiento de comunicación organizacional en México son información, comunicación y organización, además de la propia búsqueda de definiciones de comunicación organizacional.



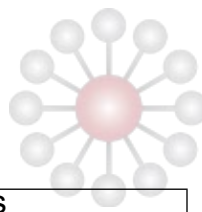
17. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Falta aún un ejercicio conceptual que diferencie, aclare y tipifique a la comunicación organizacional de las empresas, el sector público y el Tercer sector. Como parte de este ejercicio deberán abordarse las distinciones entre los modelos corporativos y no corporativos de gestión organizacional de la comunicación.
18. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Existe una notable carencia de elaboración teórica desde la vanguardia administrativa al igual que por sistematizar la revisión y construcción de modelos de comunicación organizacional y de técnicas de investigación específicas para nuestra disciplina.
19. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Los medios de comunicación organizacional no gozan de mucha atención por parte de teóricos y metodólogos. Una mayor conceptualización acerca de la naturaleza particular de estos medios y su posible estudio podrán dar más luz acerca de la naturaleza del proceso de la comunicación en las organizaciones
20. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	En cuanto al perfil, rol o función del comunicador organizacional, creemos, podemos profundizar mayormente en la identificación y medición de competencias con base en los sectores (privado, público y tercer sector) donde ejerce profesionalmente el especialista así como del tamaño de su organización, el giro o especialidad de la misma y el impacto de internacionalización del mundo en que vivimos.
21. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	En general, la proporción de tesis elaboradas con énfasis en comunicación organizacional es considerablemente inferior a aquellas que atienden otros aspectos de la comunicación. Puede denotar alguna falta de profesores especializados que funjan como directores de dichas tesis.



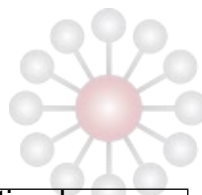
22. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Existe poca producción de conocimiento conceptual o teórico, lo cual puede cuestionar la concepción de la tesis como un elemento para este fin. Si bien el nivel de licenciatura no sería el óptimo para el desarrollo de conocimiento nuevo, toda vez que para ello existen los posgrados. Aún así, deberá trabajarse en el diseño de propuestas de aproximación teórica al conocimiento existente que pueda facilitar el desarrollo de interpretaciones regionales.
23. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Aún cuando los estudios de caso representan la segunda orientación más importante de las tesis en comunicación organizacional, debe revisarse su diseño con la intención de garantizar que la metodología de trabajo permita una exposición clara de la problemática identificada en la organización, las propuestas de solución y su fundamento.
24. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Es poca la atención que reciben las llamadas nuevas tecnologías de información o la comunicación mediada por computadora como temas centrales de los trabajos de tesis
25. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Se cuenta con un total de trabajo que refleja una orientación equilibrada al estudio de caso en cuanto a empresas u organizaciones lucrativas y entidades gubernamentales. Sin embargo, aún hace falta mayor investigación de las prácticas comunicativas del llamado tercer sector
26. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Existe poca atención a elementos específicos del proceso de comunicación organizacional (emisor, receptor, mensaje, canal y efectos) lo cual puede alertar con respecto de la solidez de las propuestas comunicativas expresadas en los trabajos de tesis.



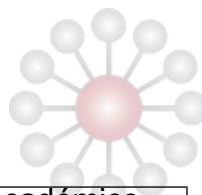
27. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	En cuanto a tendencias de la actividad de investigación, análisis y consumo de información y conocimiento en la práctica profesional de la comunicación organizacional en México, la comunicación es reconocida como actividad sustancial para el logro de los objetivos organizacionales, los aspectos críticos del negocio y la gestión empresarial e institucional
28. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	A pesar que la investigación en esta materia en México es aún escasa, ésta ha sido rica como un soporte de pensamiento empresarial e institucional. Se ha constituido en una especie de memoria y registro de los avances apoyada por la seriedad de tesis y estudios académicos del tema y esfuerzos prácticos en el mundo del trabajo
29. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	El estado de avance de la investigación de la comunicación organizacional en México con respecto a la actividad de países desarrollados como Estados Unidos y Europa es limitado, entre otras razones, por la falta de voluntad, certificación, recursos económicos y mayor vinculación con la empresa y las organizaciones de los sectores público y tercero
30. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Entre las instituciones mencionadas como promotoras, aunque no especialistas, de la investigación de la disciplina están las universidades (resaltando el sistema ITESM, Tec de Monterrey), las asociaciones profesionales y las empresas multinacionales norteamericanas y europeas.
31. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	En cuanto a instituciones percibidas como más productivas en la generación de conocimientos y técnicas de investigación en el campo de la comunicación organizacional, los respondientes destacaron las universidades (donde se promueve el posgrado de comunicación organizacional y alumnos que realizan sus tesis de maestría), los consultores y algunas personalidades del campo.



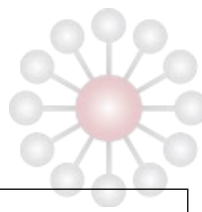
32. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	En cuanto a los medios de difusión más importantes de la investigación de la comunicación organizacional en México, predominaron las universidades y las asociaciones, los libros y reportes, las revistas e Internet. Se reconoce la ausencia de un órgano de comunicación que difunda sistemáticamente conocimientos e información relativos a la investigación en comunicación organizacional.
33. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Entre las perspectivas futuras de la investigación de comunicación organizacional destacan los temas relacionados con la comunicación y la integridad, valores empresariales e institucionales, vinculación, productividad, tecnología y educación superior.
34. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	En cuanto al perfil ideal del investigador de comunicación organizacional resaltan la educación superior en comunicación, la experiencia en consultoría, una visión estratégica y valores como sensibilidad, pasión e interés genuinos. El investigador debe formarse en universidades y facultades de comunicación reconocidas por su calidad. Debe ubicarse en medios de comunicación, entidades gubernamentales, universidades y empresas para que su actividad sea relevante a los diferentes sectores
35. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	La mayoría de los respondientes opinó que si el día de hoy desapareciera por completo la comunidad mexicana de investigadores de la comunicación organizacional, no se resentiría su ausencia porque no ha terminado de generar su propia demanda de productos y servicios.



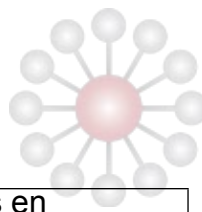
36. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	De contar con una comunidad de investigadores con infraestructura y apoyos equivalentes a los disponibles en los países más desarrollados, los beneficios se reflejarían en una mejora de los siguientes aspectos: educación y entrenamiento en el tema; la gestión de las empresas e instituciones más importantes del país; en productividad, vigilancia y rendimiento de cuentas; en competitividad y presencia de organizaciones y profesionales mexicanos a nivel internacional y en un posicionamiento más claro de la disciplina y profesión en la sociedad.
37. Gustavo Adolfo León Duarte	La comunicación organizacional en México. Enfoques, diseños y problemas en su desarrollo, en Anàlisi, Quaderns de comunicació i cultura (2006)	Académico Investigación Laboral- Profesional	A partir de que el proceso de transición del desarrollo organizacional en México se consolide a favor de una cultura organizacional tendiente a mejorar las condiciones de desarrollo del personal y del conocimiento humano como base para lograr la calidad total y los estándares de competitividad internacional que la realidad mexicana hoy en día exige, el camino para desarrollar en plenitud la comunicación productiva en las organizaciones será una realidad tangible y fértil.
38. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	La construcción de esta vía se ha iniciado ya en las grandes organizaciones privadas y públicas de nuestro país, las cuales resultan especialmente interesantes porque, además de que ya tienen intereses en juego frente a este cambio, en las que están realizando de manera ágil y razonada la concreción de la transición y a la vez quienes están inyectando mayores recursos para tal fin.



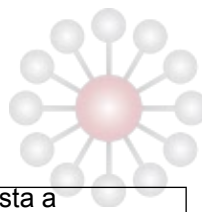
39. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Lo anterior implica por un lado, que el académico, el investigador y el profesional de la comunicación organizacional en México no se conforme con las ambigüedades de las posturas y modelos tecnicistas y estructurales de la comunicación en las organizaciones si realmente quieren contribuir a mejorar el funcionamiento de las organizaciones en los diferentes sectores productivos. Por ello, el campo de estudio de la comunicación organizacional debe seguir absorbiendo tanto reflexión y acciones productivas específicas como gestiones imbricadas y sinérgicas.
40. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Por otro lado, también implica una necesaria creación futura de campos laborales con requerimientos especializados de un alto nivel académico para solucionar, con propuestas aplicables y eficientes, los problemas integrales que la comunicación en las organizaciones privadas, públicas y sociales requiere bajo las condiciones presentes y futuras del país.
41. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Subsiste el reto fundamental de mejorar, especializar y satisfacer las necesidades ordinarias del campo laboral en los sectores productivos como espacios de formación académica universitaria a través de programas de vinculación y extensión entre ambas partes. Pero también, que lograr marcos e instrumentos formales de manera clara, consensuada y aceptada por ambas partes no es suficiente para la vinculación exitosa. Es ineludible la formación de una cultura académica, pertinente y productiva para instrumentar, con un verdadero interés, la interacción con personal calificado, con actitudes, funciones y perspectivas especializadas de extensión y práctica.



42. Salvador Sánchez Gutiérrez	La visión estratégica del comunicador organizacional en El poder de la comunicación en las organizaciones (1998, 2002 1ª reimpresión)	Académico Investigación Laboral- Profesional	La actividad de comunicación en las organizaciones es una de las más sensibles a los cambios que suceden alrededor. En un parpadeo se puede quedar “fuera de la jugada”. Por eso, muchos colegas resistentes al cambio, o simplemente impermeables, han tenido dificultades para encontrar o conservar posiciones interesantes en el mercado laboral. Alguna forma de prospectiva, entonces, debe ser componente indispensable de la caja de herramientas del comunicador, si efectivamente ha de participar como agente de cambio en la dinámica organizacional.
43. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	No hay conclusiones. ¿Cómo concluir en torno a algo que se sigue moviendo, y muy rápidamente?
44. Juan Guillermo Pérez Castillo	Importancia del uso de modelos y herramientas en El poder de la comunicación en las organizaciones (1998, 2002 1ª reimpresión)	Académico Investigación Laboral- Profesional	¿Cuál es el objeto de transformación que se entrega al cuidado de un comunicador? ¿Qué le confiere verdadero sentido a aquellos métodos y procedimientos aprendidos y aplicados en comunicación?
45. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Al hablar de comunicación organizacional nos referimos a un sistema compuesto de un proceso triple: significación, información y relación que se realiza en y con respecto a las organizaciones. Lo que caracteriza esencialmente a nuestra especialidad no son los recursos empleados ni los procesos ejecutados sino el entorno particular donde estos se ponen en juego para modificarlo. El problema es que los comunicadores, como muchos otros profesionales, no contamos con un mapa del territorio o con un modelo del objeto de transformación al que nos enfrentamos específicamente. De ahí que tomemos prestadas las representaciones administrativas, vigentes tanto en círculos académicos como empresariales, sometiendo el proceso trascendente y estratégico de la comunicación a perspectivas e intereses limitantes.

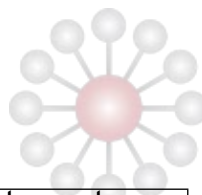


46. María Antonieta Rebeil	Perfiles de la comunicación en las organizaciones en El poder de la comunicación en las organizaciones (1998, 2002 1ª reimpresión)	Académico Investigación Laboral- Profesional	Para que las universidades interesadas en promover la comunicación organizacional, logren ser exitosas en este esfuerzo, deben ser capaces de identificar desde la observación acuciosa y desde la investigación científica aquellas prácticas comunicacionales que sean mejores para las organizaciones.
47. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Las universidades (pero no solamente éstas) deben desarrollar y profundizar en la dimensión teórica de la disciplina. Y desde luego, es tarea fundamental de las universidades enseñar tanto la teoría como la práctica de la comunicación organizacional, así como la difusión de los productos de la investigación y las innovaciones de la disciplina.
48. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	Es urgente que desde las universidades se motive a los comunicadores organizacionales en formación para que no limiten sus esfuerzos a los contextos tradicionales empresariales privados, sino que se aboquen a incidir también en organizaciones públicas, empezando por las gubernamentales y a las de interés social como son las propias universidades, las ONGs y diversas filantropías, para que el conocimiento logrado a la fecha sirva también a estos sistemas sociales.

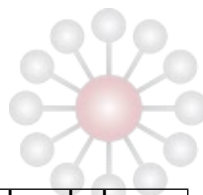


<p>49. Claudia Benassini Félix</p>	<p>Acercamiento a la evolución del campo profesional de la comunicación desde la perspectiva de sus egresados en las organizaciones en El poder de la comunicación en las organizaciones (1998, 2002 1ª reimpresión)</p>	<p>Académico Investigación Laboral- Profesional</p>	<p>Primer acercamiento de resultados de la encuesta a egresados que forma parte de la investigación sobre campos profesionales y mercados laborales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Egresados (hombres y mujeres) se insertan profesionalmente en campos de la comunicación y afines, con una serie de carencias teórico-prácticas que buscarán subsanar en su desempeño laboral o a través de estudios de actualización y posgrado. Esto repercute en la percepción que se tiene sobre las perspectivas a futuro del campo profesional en el que se desempeñan los egresados(as) en cuestión - El ejercicio de la comunicación continúa visualizándose desde una perspectiva tradicional. Todavía no se contemplan puntos de encuentro entre disciplinas por temas: por ejemplo los derechos humanos, el arte o la salud como ámbitos de competencia de diversos profesionales, los comunicadores, entre otros, en los que también pueden coincidir diversos campos. - A consecuencia de la percepción tradicional del ejercicio profesional del comunicador, se percibe que los campos tradicionales, particularmente de los medios de comunicación, continúan siendo los espacios de los egresados, mientras que los emergentes o en transición –como la promoción- apenas si son visualizados como espacios reales de desarrollo profesional - Las temáticas bajo las que se agruparon los conocimientos y habilidades, permiten una mejor sistematización de la información. Es frecuente que se presenten traslapes en conocimientos, habilidades y funciones. - Más de la cuarta parte de las respuestas¹ sobre las nuevas funciones en el campo de la comunicación aluden a las nuevas tecnologías, bajo distintas modalidades. En este sentido, cabe preguntarse hasta qué punto los planes de estudio están conscientes de esta situación y han tomado las medidas para enfrentarlas, tanto mediante la actualización de la planta docente, como en la búsqueda de soluciones creativas que permitan enfrentar los problemas económicos inherentes a la compra de equipo que permita a los alumnos practicar en situaciones de laboratorio. - Finalmente, en lo que se refiere a las funciones emergentes, cabe destacar que parte de las respuestas destaca como nuevos aspectos que hace tiempo dejaron de serlo. A pesar de que este fenómeno se presenta en porcentaje menor: la desigual evolución del campo profesional en las distintas regiones del país, misma que permitiría explicar las distintas percepciones de los cambios en el campo profesional, así como en las nuevas formas de organización para atender una demanda laboral creciente en campos emergentes y en transición.
------------------------------------	--	---	--

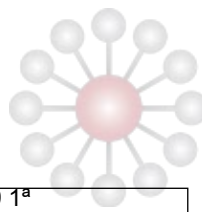
1 La muestra total fue de 668 egresados de escuelas de comunicación de distintas partes del país con respecto a dos temáticas: conocimientos y habilidades del campo comunicativo y las nuevas funciones en el campo de la comunicación



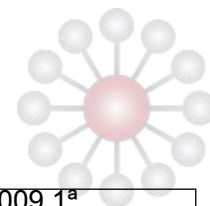
50. Serafina Llano Prieto	El perfil del comunicador organizacional en el mercado de trabajo en El poder de la comunicación en las organizaciones (1998, 2002 1ª reimpresión)	Académico Investigación Laboral- Profesional	<ul style="list-style-type: none"> - Cuando se montan los primeros departamentos de comunicación en las empresas, el objetivo era hacer medios: audiovisuales, tableros, revista, videos, carteles, entre otros, pero casi siempre siguiendo la óptica de los medios masivos: proceso unilateral y centralizado, regido por la Dirección General - Ahora se ve la comunicación como una herramienta que apoye a la organización en el logro de sus objetivos, involucrando en ello a sus colaboradores - El reto de la comunicación es ordenar los sistemas de comunicación e información y que todos los mensajes sean claros y consistentes en torno al logro de los objetivos - Consciente de que en la comunicación eficiente se encuentra la clave para el logro de sus objetivos, ahora los esfuerzos de la empresa se centran en el factor humano, en proporcionarle las herramientas necesarias para el manejo certero de sus relaciones interpersonales y los sistemas más efectivos para el flujo de la información - Se piensa que para el milenio por llegar, la información deberá difundirse básicamente a través de sistemas tecnológicos y el esfuerzo mayor tendrá que hacerse en la comunicación, impulsando un gran despliegue de energía para el manejo creativo y certero de las relaciones humanas. - ¿Cómo hacer para que la comunicación sea vista como un apoyo estratégico para informar, motivar y persuadir? - ¿Cómo hacer para que los famosos y cada vez más cotidianos ajustes de personal, el programa de reconocimientos, los programas de reingeniería, los de ahorro, los de mejora continua, las multihabilidades, entre otros aspectos, formen parte de la vida organizacional, sin que se vivan de manera confusa, equívoca y tal vez dolorosa, provocando congestión en la organización?
---------------------------	--	---	--



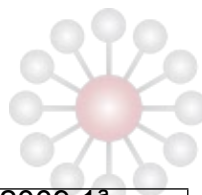
51. Idem		Académico Investigación Laboral- Profesional	<ul style="list-style-type: none">- Es responsabilidad de los profesionales de la comunicación el encontrar la forma para que los diferentes segmentos directivos tomen conciencia y se capaciten en administrar con efectividad, y en este orden: los temas, los públicos, los medios y las acciones de su organización.- Hay que reconocer también el papel fundamental de las nuevas tecnologías en la práctica de nuestra profesión, pues en un mundo tan cambiante, es necesario conocer y tener al alcance todas las herramientas que se tengan disponibles para efficientar los procesos de comunicación en las diversas organizaciones
----------	--	---	---



<p>52. Horacio Andrade Rodríguez de San Miguel</p>	<p>La comunicación en las organizaciones (1991) y (2002, 2009 1ª reimpresión)</p>	<p>Académico Investigación Laboral-Profesional</p>	<p>Edición 1991: Hacia una definición de la comunicación organizacional</p> <p>Queda todavía pendiente definir el concepto de comunicación organizacional, tarea que se emprenden en dicho capítulo. Lo propuesto sigue siendo polémico en virtud de la clasificación que se sugiere sobre las disciplinas que a su juicio constituyen la comunicación organizacional, y que no todos pueden estar de acuerdo.</p> <p>Pero tampoco se pretende convertirse en dogma, sino simple conciliación de diversos enfoques que no han logrado unificarse.</p> <p>Es difícil definir la comunicación organizacional, generalmente el concepto tiene tres acepciones: comunicación como fenómeno natural en toda organización; comunicación organizacional como disciplina cuyo objeto de estudio es la forma en se da el fenómeno de la comunicación dentro de las organizaciones y entre éstas y su medio; y por último la comunicación organizacional entendida como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización o entre la organización y su medio.</p> <p>Cada acepción tiene sus propias funciones, y existe un elemento integrador que las une y las hace ser interdependientes: la estrategia comunicativa global de la organización.</p>	<p>Edición 2002 (2009 1ª reimpresión): Definición y alcance de la comunicación organizacional</p> <p>La definición de la comunicación organizacional sigue siendo un tema de controversia, pese a que este campo conceptual y práctico, aunque es todavía joven, ya no es nuevo.</p> <p>Omitido</p> <p>La comunicación organizacional se entiende de tres maneras distintas: Comunicación es un fenómeno que se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño; comunicación organizacional como una disciplina cuyo objeto de estudio es, precisamente, la forma en que se da el fenómeno de la comunicación dentro de las organizaciones, y entre éstas y su medio; comunicación organizacional se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio.</p> <p>Las tres acepciones son igualmente válidas porque corresponden a diferentes aspectos de un mismo campo de interés y acción. A eso puede deberse la confusión que ha surgido en torno al tema. Ahora bien, en los últimos años se ha visto una fuerte tendencia a llamar comunicación organizacional a la comunicación interna, y todo parece indicar que con el tiempo, esta tendencia se acentuará. Cada acepción tiene sus propias funciones, y existe un elemento integrador que las une y las hace ser interdependientes: la estrategia comunicativa global de la organización.</p> <p>El papel del comunicador organizacional:</p> <ol style="list-style-type: none"> Debe contribuir al cumplimiento de los objetivos organizacionales Debe basarse en la investigación Debe partir de una estrategia Debe facilitar, apoyar y promover una comunicación eficiente en la organización Debe asegurar la congruencia entre lo que se dice a través de los distintos medios empleados Debe utilizar todos los medios existentes
--	---	--	--	--

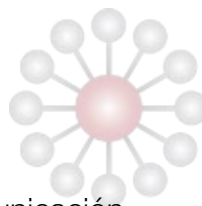


<p>53. Alberto Martínez de Velasco Arellano</p>	<p>Escuelas del comportamiento organizacional en La comunicación en las organizaciones (1991) y (2002, 2009 1ª reimpresión)</p>	<p>Académico Investigación Laboral-Profesional</p>	<p>Edición 1991</p> <p>Habrá que esperar los avances de la comunicación organizacional en sus distintas dimensiones: ambientes de comunicación (interpersonal, grupal y organizacional) y su impacto en la eficacia y eficiencia, análisis de redes formales e informales en los tres ámbitos, flujo de información organizacional (qué entra, dónde, cómo, por qué, etc), impacto del nivel de incertidumbre o de falta de información para distintos sistemas y en diferentes situaciones, impacto del avance tecnológico, etcétera.</p> <p>Han quedado atrás los días en que se podía esperar a que se desarrollaran estudios en otros ambientes para después tratar de “adecuarlos” a nuestro país.</p>	<p>Edición 2002 (2009 1ª reimpresión)</p> <p>Habrá que esperar los avances de la comunicación organizacional en sus distintas dimensiones: ambientes de comunicación (interpersonal, grupal y organizacional) y su impacto en la eficacia y eficiencia, análisis de redes formales e informales en los tres ámbitos, flujo de información organizacional (qué entra, dónde, cómo, por qué, etc), impacto del nivel de incertidumbre o de falta de información para distintos sistemas y en diferentes situaciones, impacto del avance tecnológico, etcétera.</p> <p>Han quedado atrás los días en que se podía esperar a que se desarrollaran estudios en otros ambientes para después tratar de “adecuarlos” a nuestro país.</p> <p>Enfoques teóricos complementarios (1970-2000):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Permanencia de la teoría de sistemas y contingencias -La escuela neoclásica -La administración y el desarrollo organizacional -En búsqueda de la excelencia organizacional <p>Otras tendencias de la administración contemporánea:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La administración de calidad -La administración participativa
---	---	--	---	---



<p>54. Blanca Cortés (1991); José de Jesús González Almaguer (2002)</p>	<p>La enseñanza de la comunicación organizacional en México en La comunicación en las organizaciones (1991) y (2002, 2009 1ª reimpresión)</p>	<p>Académico Investigación Laboral-Profesional</p>	<p>Edición 1991</p> <ul style="list-style-type: none"> - El comunicador debe tener una formación integral en comunicación, sin perderse en un mundo de materias desarticuladas - La licenciatura en comunicación requiere abrir sus posibilidades a campos poco explorados como la comunicación organizacional. En la medida en que el alumno egrese con una especialidad (y no como experto en generalidades), será un profesional que aportará beneficios concretos a su país - Reforzar la actualización de profesionales (mediante diplomados y maestrías) que han ingresado ya en el medio laboral y requieren de mayores recursos para su desarrollo en las organizaciones. Por supuesto, esto significa diagnosticar las necesidades para el diseño de dichos posgrados. 	<p>Edición 2002 (2009 1ª reimpresión)</p> <ul style="list-style-type: none"> - En el campo de comunicación organizacional, las instituciones educativas han opinado y sus respuestas se sintetizan en cuatro grandes grupos de reacciones: 1) incluir temáticas de comunicación organizacional en asignaturas con programas de estudio amplios o con temas cercanos; 2) incluir en su plan de estudios una o varias asignaturas de comunicación organizacional (o relativas). Es en esta situación donde se encuentra la mayoría de los programas de estudio de comunicación; 3) incluir en sus planes de estudio una preespecialidad (subespecialidad, subsistema o subárea, de acuerdo con la nomenclatura de cada institución), con esta línea temática, y 4) formular programas <i>ad hoc</i> para la formación de especialistas. Eventualmente, una licenciatura, un diplomado, o una maestría.
---	---	--	--	---

Fuente: Elaboración propia, con información obtenida de diversos textos referidos en el cuadro bajo el nombre de fuentes (2010). Modelo de revisión MAPPRE por: Sánchez U., Clemente (2010) Reg en trámite



Consolidando reflexiones, preguntas y recomendaciones para la comunicación organizacional en México

Mediante la aplicación del modelo MAPPRE se han podido analizar 11 capítulos en 6 textos (2 de los cuales se trata del mismo título pero uno corresponde a la edición original de 1991, y el segundo es la primera reimpresión en 2009 de la 2ª edición, realizada en 2002).

Esto ha permitido confrontar aproximadamente un primer acercamiento a 54 preguntas o pautas de reflexión que especialistas, profesionales e investigadores (y que en algún momento todos han podido incursionar también en el quehacer académico) de la comunicación organizacional han formulado en un periodo de aproximadamente poco más de 11 años.

Indudablemente se hace patente un primer cuestionamiento sobre el porqué se lleva a cabo una consolidación de estos elementos del texto, toda vez que un marco teórico inicia tradicionalmente por la revisión, análisis y reflexión de teorías y textos que permiten conocer las corrientes ideológicas que han tenido alguna influencia sobre cualquier disciplina.

E incluso, anticipadamente se puede considerar que este ejercicio posiblemente tendrá sesgos en el propio modelo, en la muestra de textos analizados.

No obstante, la razón de ser de esta consolidación de reflexiones, preguntas y recomendaciones para la comunicación organizacional refiere un primer acercamiento teórico a textos que presentan un acertado recuento de teorías y modelos que

han influido en el desarrollo de la comunicación organizacional en el país, pero de los cuales no necesariamente se han retomado precisamente las conclusiones, las reflexiones sobre sus análisis y de ahí las tareas y pautas para continuar el desarrollo de la disciplina.

Se hace notar que de 54 items (preguntas o pautas de reflexión detectadas), que un 37% de ellos refiere preguntas o pautas de reflexión en torno al ámbito académico de la comunicación organizacional en México, mientras que un 55.6% refirió el aspecto de investigación y otro 55.6% refirió la parte laboral-profesional.

Cuantitativamente podría suponerse que los aspectos de investigación y del ámbito laboral-profesional resultaron ser los más sobresalientes en comparación con lo académico. Sin embargo, revisando cualitativamente la información, la interpretación más que hablar de aspectos sobresalientes, hace un llamado hacia aspectos sustantivos que requieren mayor atención por parte de la comunidad de investigación y del campo profesional, por tratarse de aspectos que pueden determinar el nivel de formalización e institucionalización que goza la comunicación organizacional al paso de los años.

El realizar un trabajo de consolidación, previo a iniciar una siguiente fase de recopilación, revisión y análisis de las diferentes teorías que dan origen a la comunicación organizacional, parece vislumbrar, al menos en el caso de México, un posible reconocimiento de sesgos y tareas pendientes que una disciplina debe atender al mismo tiempo que debe continuar su desarrollo, en aras de poder compilar un panorama más integral de conocimientos que le permitan consolidarse como



disciplina.

Mediante la aplicación de esta metodología, cabe una posibilidad de no omitir las diversas pautas de reflexión que diversos especialistas, profesionales, investigadores de la comunicación organizacional han realizado al paso de los años, y que de la misma forma se hace notar hace 11 que hace 2 años.

Raúl Fuentes Navarro, investigador mexicano en Comunicación, hace referencia a una falsa disciplinarización de la comunicación en el país (Fuentes, 2008). Entre alguna de las argumentaciones que refiere es que actualmente prevalecen más de cincuenta denominaciones distintas para la carrera de comunicación en México, sin que ello afecte –dice el autor- a su identidad compartida.

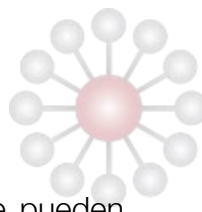
Mientras tanto, Abraham Nosnik y sus coautores Rincón y Sierra (Aceves, Villanueva, 2005), afirman que se requiere aún un ejercicio conceptual que diferencie, aclare y tipifique a la comunicación organizacional de las empresas, del sector público y del tercer sector, al mismo tiempo que sentencia que existe una notable carencia de elaboración teórica desde la vanguardia administrativa, al igual que una sistematización de modelos de comunicación organizacional y de técnicas de investigación específicas. E igualmente sentencia que existe poca producción de conocimiento conceptual o teórico, así como a través de una serie de entrevistas con especialistas, refieren algo de mayor preocupación: especialistas entrevistados opinan que si el día de hoy (cabe recordar que el artículo está publicado en 2005), desapareciera por completo la comunidad

mexicana de investigadores de la comunicación organizacional, no se resentiría su ausencia porque ésta comunidad no ha concluido la generación de su propia demanda de productos y servicios.

¿Qué diferencia existe entre 2005 al 2010 en lo que se refiere a la sentencia que cita Nosnik y coautores? A raíz de la crisis económica que detona en 2009, todavía a inicios del 2010 se puede hablar con profesionistas que están pasando por el proceso de liquidación en las sus organizaciones, como medida de previsión o atención operativa para enfrentar dichas problemáticas económicas administrativas.

León Duarte (2006) lo refiere en el ítem 37 del modelo al señalar que a partir de que el proceso de transición del desarrollo organizacional en México se consolide, la comunicación productiva en las organizaciones puede ser una realidad tangible y fértil.

La labor de revisión, selección y consolidación en la tabla del modelo propuesto no concluye aún. No obstante, las referencias que se han plasmado al momento, dan cuenta inicial de una agenda pública de la comunicación organizacional, misma que se puede vislumbrar como un posible trabajo colectivo a partir del cual los profesionales de comunicación puedan dar cuenta de lo que les corresponde en el campo organizacional en México.



Conclusión

Refieren Carlos Fernández y Laura Galguera (2008), que en la actualidad, existe un gran número de instituciones educativas y empresariales que orientan su atención para que sus alumnos y empleados sepan trabajar en equipo y desarrollen habilidades de comunicación, debido al interés de que la mayor parte del tiempo de la vida de una persona se da como parte de algún grupo, sea desde la familia hasta grupos de gran complejidad.

Por ello es que refieren también que la comunicación organizacional ha sido estudiada desde diferentes perspectivas y teorías, lo que la constituye en un complejo fenómeno de la colectividad humana, que ha logrado constituirse como una disciplina, pero que también provee de bases para entender con mayor profundidad los procesos humanos que ocurren dentro de los grupos (Fernández y Galguera, 2008).

Indiscutiblemente, la complejidad de cada sociedad y tipo de grupos que ahí se desarrollan, dará lugar también a una amplia gama de modelos y teorías. De ahí la importancia de revisar qué está ocurriendo en Brasil, en Europa, Estados Unidos, y por supuesto, también en México.

Pero también es importante revisar perspectivas y pautas que la investigación y las aportaciones de especialistas y profesionistas refieren en diversos textos y reflexiones sobre el desarrollo que ha tenido la disciplina, y al mismo tiempo las expectativas y pendientes que sugieren abordar como parte del proceso de consolidación y puede denominarse así, de institucionalización de la comunicación organizacional.

Incluir estas reflexiones y pautas es contribuir

y aclarar cuáles son las prioridades que pueden orientar las siguientes partes de análisis y desarrollo de propuestas. Es dar una continuidad a esfuerzos que se han emprendido previamente, y buscar así las perspectivas que regirán las nuevas propuestas y desarrollo de la disciplina.

Se sugiere complementar el registro de cuestionamientos y pautas de reflexión sobre la comunicación organizacional en México, como una posible forma de documentación histórica, al igual que garantice el seguimiento y cumplimiento, de ser posible, de las metas y objetivos que cada contribución documentada, puede ofrecer para la institucionalización de la disciplina, además de ser un referente necesario para conformar la construcción de un nuevo proyecto de compilación teórico-metodológico que apoye como un primer paso en la revisión de dicha institucionalización disciplinaria en los albores del siglo XXI.



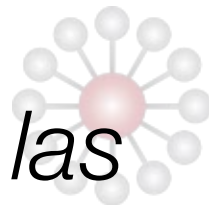
Bibliografía

- Aceves, F., Villanueva, E. (2005). La comunicación en México: Diagnóstico, balances y retos. México: ITESM-CONEICC.
- Cornejo, I. (2007). El lugar de los encuentros. Comunicación y cultura en un centro comercial. México: Universidad Iberoamericana.
- Costa, J. (2009). El DirCom hoy. Dirección y gestión de la comunicación en la nueva economía. Barcelona, España: Costa Punto Com.
- Fernández, C. (1991). La comunicación en las organizaciones. México: Trillas.
- ----- (2009). La comunicación en las organizaciones. México: Trillas.
- Fernández, C.; Galguera, L. (2009). Teorías de la comunicación. México: McGraw Hill.
- Fuentes, R. (2008). Nueve tópicos para reflexionar en plural sobre la carrera del futuro, en Revista Códigos, Otoño 2008. México: Universidad de las Américas Puebla.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.
- León, G. (2006). La comunicación organizacional en México. Enfoques, diseños y problemas en su desarrollo. En Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, Num 34. Barcelona, España: Universitat Autònoma de Barcelona.
- ----- (2009). La nueva hegemonía en el pensamiento latinoamericano de la comunicación. México: Pearson.
- ----- (2010). Sobre la institucionalización de la comunicación en América Latina. México: Pearson.
- Montaña, L. (2004). Los estudios organizacionales en México. Cambio, poder, conocimiento e identidad. México: Porrúa-UAM.
- Rebeil, M. (2008). Comunicación estratégica en las organizaciones. México: Trillas.
- Rebeil, M., RuizSandoval, C. (2002). El poder de la comunicación en las organizaciones. México: Plaza y Valdés.
- Varios (2001). Dirección de comunicación empresarial e institucional. Barcelona, España: Editorial Gestión.
- Vega, A. (2008). La comunicación en México. Una agenda de investigación. México: UNAM- CEIICH.

Sobre el autor:

Clemente Sánchez Uribe.

Maestro en Comunicaciones Corporativas. Coordinador académico de la pre-especialidad Dirección en Comunicación Integral para las Organizaciones, e Investigador Doctorando adscrito al Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México Norte. Socio de ALAIC. Coordinador Editorial del XV Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC y de la Revista electrónica de divulgación de comunicación, Sintaxis, del CICA. Funge como Vicepresidente del Consejo Directivo de la Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO) para el bienio 2009-2011. Ha publicado en el Global Public Relations Handbook (2008), así como en la Revista Organicom (2009). Cursa actualmente sus estudios doctorales en el Doctorado en Comunicación Aplicada de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México Norte. Este trabajo lo dedica al Sr. Lic. Don Abraham Sánchez de Velasco en el centenario de su natalicio (1909-2009).



Gestoría de las Relaciones Públicas desde la Web universitaria. Diagnóstico situacional para fortalecer el programa de información y comunicación de la UANL

Yolanda López Lara
Universidad Autónoma de Nuevo León

Resumen: La mayor parte de la actividad humana se desarrolla a través de la comunicación, en cuatro modalidades: interpersonal, grupal o colectiva, organizacional y mediática. La mayoría de nuestros actos cotidianos, son actos de comunicación, gracias a ella, nos relacionamos con los individuos o grupos que integran nuestro entorno para cumplir diferentes propósitos. En la actualidad, organizaciones de educación superior están implementando estrategias para gestionar sus procesos de comunicación y relaciones públicas en función de una imagen corporativa que represente de manera holística los elementos que la caracterizan y la visión que se desea alcanzar. La Universidad Autónoma de Nuevo León, es consciente de que su sistema de comunicación debe articular los flujos de ésta y coadyuvar a mantener vinculados e informados a sus públicos internos y externos eficientemente.

Por lo anterior, se desea conocer cual es la situación que conservan las áreas administrativas que gestionan los procesos de comunicación y relaciones públicas en la estructura organizacional publicada en las páginas electrónicas de los planteles universitarios, y cuantos de ellos cuentan con un área de ésta naturaleza. Para tal efecto, se desarrollo una investigación que incursiona en el enfoque cualitativo.

En su desarrollo, presenta un alcance descriptivo, porque busca especificar las propiedades importantes del fenómeno sometido a estudio. Presenta un diseño de caso intrínseco, cuya propiedad pretende alcanzar una mayor comprensión del caso concreto. Para realizar el análisis, se procedió a clasificar las 26 facultades en seis estratos, correspondientes a las seis áreas de conocimiento que imparte la Universidad. Las técnicas de recolección de datos fueron la observación directa, el análisis de contenido, revisión de documentos institucionales, y revisión de los Organigramas publicados en las páginas web de las 26 facultades.



INTRODUCCIÓN.

En la actualidad, la sociedad está experimentando un clima de cambios e innovaciones en todos los sectores que la conforma, y entre ellos, el de la educación no podría quedar fuera de ésta transición.

La Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), se encuentra inmersa en un proceso de cambio, en el cual establece como acción prioritaria, el diseño e implementación del nuevo modelo educativo, en cuyos lineamientos se privilegia “la equidad y la formación integral de los estudiantes, sustentándolo en un currículo flexible, que propicie la movilidad, la innovación y la incorporación de la dimensión internacional” (Visión 2012-UANL), en cada uno de los niveles educativos: Nivel Medio Superior, Licenciatura y Postgrado.

Acorde al Plan de Desarrollo Institucional, la UANL aglutina 15 programas en áreas estratégicas, y uno de ellos es fortalecer el Sistema de Información y Comunicación Universitario con el propósito de responder en esta área a las necesidades del contexto social e internacional.

Para cumplir con el fortalecimiento de este rubro se hizo necesario realizar un diagnóstico que mostrara la situación en que se encuentran las áreas administrativas que gestionan los procesos de Comunicación y/o Relaciones Públicas, además de conocer si las facultades cuentan con páginas web actualizadas y si en ellas se publican sus organigramas, en cuyo diseño estructural se encuentre algún puesto especializado en dichas funciones. A continuación se presenta el desarrollo del estudio.

1.- PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.

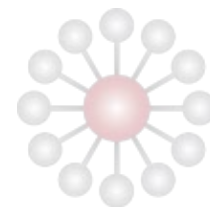
Las autoridades de la UANL conscientes de que la comunicación es un proceso estratégico en la toma de decisiones y una herramienta valiosa para difundir, compartir los cambios y las innovaciones que se están gestando al interior de la misma conforme a los Lineamientos estipulados en el Plan de Desarrollo Institucional y la Visión 2012-UANL, necesitan conocer el estatus que conservan las áreas administrativas que gestionan las funciones de Relaciones Públicas y los procesos de Comunicación Institucional en cada una de las 26 facultades, si éstas se publican en las páginas web de estos planteles y si están contenidas dentro del diseño de la estructura organizacional, de tal manera que quede expuesto si existen canales formales de comunicación que permean la información hacia los públicos de los diferentes contextos.

1.2 OBJETIVO GENERAL:

- Conocer el diseño estructural de las 26 Facultades de la UANL y el estatus de las áreas que gestionan las funciones de Relaciones Públicas y Comunicación Institucional y si éstas a su vez, están publicadas en las páginas web de cada una de las dependencias universitarias.

1.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Conocer las áreas que gestionan las Relaciones Públicas y los canales de comunicación formal que la estructura organizacional de las Facultades brindan a sus públicos en la modalidad digital.



- Conocer la nomenclatura con la que se designa a la estructura organizacional en las páginas web de cada una de las facultades.
- Conocer cuáles dependencias publican en sus páginas web sus organigramas.

1.3 PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN.

- ¿Cuál es el estado situacional en que se encuentran las áreas administrativas que gestionan las funciones de Relaciones Públicas y los procesos de respecto a la estructura organizacional de las Facultades publicadas en sus páginas web?
- ¿Cuántas son las áreas que se denominan Relaciones Públicas y cuántas de Comunicación en las estructuras organizacionales publicadas en las páginas web de las Facultades de la UANL?
- ¿Cuál es la nomenclatura con la que es designada la estructura organizacional en las páginas web de las Facultades de la UANL?

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

La realización del estudio aportará datos que no se conocen, por lo tanto, los hallazgos que se obtengan del diagnóstico, favorecerán ampliamente en la toma de decisiones respecto a un futuro rediseño de la estructura organizacional que contenga las áreas de gestión de Relaciones Públicas y Comunicación, así como alcanzar el objetivo de informar y comunicar objetivamente a los diferentes públicos conforme a los lineamientos del Plan de Desarrollo Institucional y la Visión 2012-UANL.

1.5 CRITERIOS QUE EVALÚAN LA INVESTIGACIÓN:

1.5.1 CRITERIO DE IMPLICACIONES PRÁCTICAS.

- Los hallazgos que se obtengan del estudio, aportarán datos prácticos que harán evidente las áreas de oportunidad donde se deba realizar un rediseño de la estructura organizacional con la amplitud y profundidad que requiera cada una de las facultades de la UANL, facilitando la articulación de los flujos formales de comunicación en toda la Universidad.

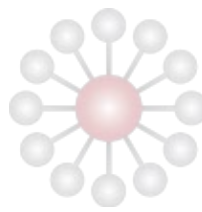
1.5.2 CRITERIO DE RELEVANCIA SOCIAL..

- La aplicación de estrategias de rediseño organizacional en las facultades de la UANL, tienen un carácter de relevancia social porque a mayor cantidad de canales formales de comunicación, mayor serán los flujos de información y datos que se articulen en los diferentes contextos sociales e internacionales, bajo una dirección de programas sinérgicos que favorezcan ampliamente los lineamientos del Plan de Desarrollo Institucional.

1.6 VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

El desarrollo de la investigación es factible, para su realización se cuentan con los elementos necesarios respecto a los recursos humanos, materiales, cronológicos, financieros e intelectuales, que en forma integral, coadyuvan a la objetivación del estudio.

1.7 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.



La amplitud del estudio contempla solamente el análisis de las 26 facultades de la Universidad, otorgándole prioridad a éstos organismos porque albergan una gran cantidad de estudiantes y personal docente.

En una segunda fase se realizaría el diagnóstico a los diversos planteles que realizan funciones complementarias a las docentes y en otro momento, se estudiaría a las Preparatorias y Escuelas Técnicas,

2. FUNDAMENTO TEÓRICO.

2.1 PERSPECTIVA TEÓRICA.

La investigación se realiza dentro de la perspectiva de la Teoría del Modelo Sociotécnico, desarrollado por A. K. Rice y a E. L. Trist y sus colaboradores, el modelo en cuestión se caracteriza porque considera a la organización como el resultado de la compleja interacción de sus elementos tecnológicos (tales como características de las tareas, el ambiente de trabajo, la maquinaria y equipo), con sus aspectos sociales (por ejemplo relaciones interpersonales, los grupos, el liderazgo), de tal manera que al estudiarla se debe considerar ante todo las relaciones entre variables o factores (lo tecnológico y lo social), y tratar de comprender que se influyen entre si. Este modelo se ocupa también del estudio de la interacción del medio ambiente a partir del concepto de sistema abierto. Otra variable que este modelo considera es la estructura (la estructura organizacional y la procedimental, por ejemplo). De esta manera, las organizaciones se representan como sistemas abiertos conformados por tres subsistemas abiertos que se conforman a su vez por tres subsistemas básicos: el de la estructura, la tecnología y el de procesos sociales. (Rodríguez, 2002).

2.2 COMUNICACIÓN.

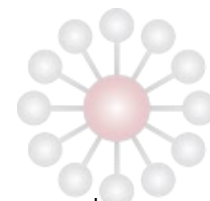
La Comunicación humana se caracteriza por ser un proceso de dos sentidos, y cuyos elementos son el emisor, el receptor, el mensaje, el canal, y el ruido, que interfiere y limita su exactitud.

En una organización los administradores tienen que buscar formas de compartir información, ideas, innovaciones, órdenes y comunicados diversos, para ello, se emplea la comunicación en diferentes direcciones: descendente, utilizada cuando los gerentes suelen comunicar, brindar información, girar órdenes y establecer directivas para los empleados; la comunicación ascendente se refiere a los mensajes que los empleados envían a sus administradores; la comunicación lateral o directa entre los subalternos suele ser más veloz y exacta y normalmente facilita la resolución de problemas y la coordinación de trabajo, además propicia que se desarrolle en toda la compañía una visión de las metas y las preocupaciones de la organización (Gordon, 1997).

2.3 EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN.

En las organizaciones se aprendió a trabajar con la potencia de las computadoras y otras técnicas nuevas para automatizar los procesos de trabajo, para rediseñar los puestos y por tanto, para mejorar el desempeño.

La tecnología de la información se refiere al hardware y software de computadora y a los aparatos de comunicación. Un sistema de información combina la tecnología de la información con datos, procedimientos para procesar estos datos y las personas que reúnen y usan los datos. Las personas usan los sistemas de información para reunir, archivar, procesar, recuperar y comunicar



información. Los sistemas de información ayudan al administrador a manejar la información con eficiencia y colocar grandes cantidades de información a disposición de los empleados con relativa velocidad y a un costo bajo.

2.4 INNOVACIÓN EN EL CENTRO DE TRABAJO.

La reingeniería ilustra un tipo de trabajo que han emprendido las organizaciones para ser más competitivas. Además de la forma de desempeñar el trabajo, se ha concentrado en actualizar la tecnología y en desarrollar y ofrecer productos y servicios nuevos.

Por reingeniería se entiende volver a concebir, volver a inventar y volver a diseñar uno o varios sistemas de una organización, este proceso va más allá de la afinación típica de los procesos existentes y, por tanto, identifica los procesos centrales y reorganiza el trabajo para eliminar los procesos y los pasos innecesarios. Por lo general, este tipo de rediseño básico usa la tecnología de la información ampliamente y reduce el trabajo, la cantidad de empleados involucrados y, en última instancia, el costo del proceso.

Cuando se habla de reingeniería también involucra aspectos de diseño, donde los cambios a la estructura organizacional, facilitan la creación o el ajuste de niveles, y puestos propiciando una mayor productividad en la relación de mando, autoridad, funciones y perfiles. (Pepar y Rouland, 2004).

2.5 RELACIONES PÚBLICAS.

Las Relaciones Públicas constituyen un proceso que implica varios factores de gran importancia, para realizarlo eficientemente, es necesario que se incluyan: la investigación y el análisis, la creación de una política, la programación, comunicación y retroalimentación de muchos públicos. Los

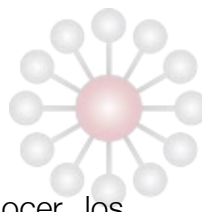
profesionales en esta área se desempeñan en dos niveles distintos: como asesores de sus clientes o de Alta Dirección de una organización, y como técnicos que producen y difunden mensajes en múltiples canales de comunicación. (Wilcox: 2001)

La perspectiva europea de las Relaciones Públicas considera que las definiciones de las Relaciones Públicas acuñadas por teóricos y profesionales europeos (de forma análoga a sus colegas americanos) suelen incluir objetivos y funciones: "Karl Nessman, catedrático de la Universidad de Klagenfurt (Austria), destaca los siguientes elementos:

- Crean, y fortalecen la confianza, la comprensión y la simpatía.
- Acaparan la atención, el interés y la necesidad.
- Crean y mantienen relaciones y comunicaciones.
- Crean una comprensión y aceptación mutuas.
- Articulan, representan y ajustan los intereses.
- Influyen sobre la opinión pública.
- Resuelven conflictos (resolución) y negociación de conflictos.
- Crean el consenso. (Public Relations Review, verano de 1955, pág. 154)

Las organizaciones de Relaciones Públicas nacionales e internacionales, incluyendo la Public Relations Society of America (PRSA), también ha dado sus propias definiciones y a continuación solo se describirán dos de ellas, por cuestión de espacio.

- "Las Relaciones Públicas consisten en un esfuerzo deliberado, planificado y continuo



por establecer y mantener una comprensión mutua entre una organización y sus públicos”. (British Institute of Public Opinion, cuya definición también ha sido adoptada por una serie de países pertenecientes a la Commonwealth)”

- “Las Relaciones Públicas consisten en la dirección, mediante la comunicación, de las percepciones y relaciones estratégicas entre una organización y sus grupos de interés externos e internos.” (Public Relations Institute of Southern África).

Para concluir este apartado conceptual se puede hacer énfasis en las siguientes palabras como clave para entender y definir que el proceso de las relaciones públicas es:

- Deliberado, porque la actividad de las relaciones públicas es intencionada.
- Planificada, porque la actividad de las relaciones públicas está organizada.
- Resultados, las relaciones públicas eficientes se basan en las políticas y resultados actuales.
- Interés público, la actividad de relaciones públicas deberá beneficiar mutuamente a la organización y al público. Consiste en alinear los intereses propios de la organización con los intereses y preocupaciones del público.
- Comunicación bidireccional, las relaciones públicas son algo más que la divulgación en un solo sentido de información. Resulta importante exigir la retroalimentación.
- Función directiva. Las relaciones públicas alcanzan su máxima efectividad cuando forman parte del proceso de toma de decisiones de la alta dirección.

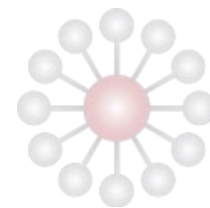
En resumen una persona puede conocer los principales elementos de las relaciones públicas recordando los siguientes términos: deliberación, planificación, resultados, interés público, comunicación bilateral y función directiva.

3. PRESENTACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.

La Universidad Autónoma de Nuevo León, ubicada geográficamente en la zona noreste de México, proporciona servicios de educación media y media superior en 1933 inicia sus operaciones contando con 1,864 alumnos y 218 profesores (Zavala, 1990).

Hoy la UANL cuenta con 26 facultades y ofrece 206 programas clasificados en seis áreas de conocimiento: Ciencias Naturales y Exactas, Ciencias de la salud, Ciencias Agropecuarias. Ciencias Sociales y Administrativas, Ingeniería y Tecnología, y Ciencias de Educación y Humanidades a 66,485 alumnos de licenciatura y postgrado. Además satisface los requerimientos de estudios de preparatoria y subprofesionales de alrededor de 45,000 estudiantes más. Sus campus abarcan más de 100,000 metros cuadrados de construcción en varios lugares del Estado de Nuevo León. Los más grandes son Ciudad Universitaria, los campus de Mederos, Área Médica, Loma Larga y Marin.

La distribución de la matrícula en las diversas áreas de conocimiento es muy similar a la del resto de las universidades del país, con variaciones menores, debido a la intención de la UANL de responder a las especificaciones regionales.



3.1 EDUCACIÓN SUPERIOR.

La educación superior comprende la licenciatura y los estudios de postgrado. Es un proceso que enlaza a las instituciones que imparten con el entorno social en que se desenvuelven.

Esta vinculación se logra al buscar la unidad entre el individuo y la sociedad, mediante una relación que contempla las necesidades complementarias de uno y de otra.

· LICENCIATURA.

Grado académico posterior al bachillerato, obtenido después de aprobar el número de créditos correspondientes que generalmente equivalen a nueve semestres o cuatro y más años de estudios universitarios.

En la UANL la mayoría de las licenciaturas constan de nueve semestres y tiene como finalidad formar profesionistas que, en el desempeño de su ocupación, participan integralmente en el devenir de la comunidad e influyen en todos los ámbitos como factor de unificación, de creación y de cambio.

· POSTGRADO.

Estudios que constituyen un ciclo de alta formación académicas y se realiza después de terminar la licenciatura. Incluye la especialización, la maestría, el doctorado y el postdoctorado.

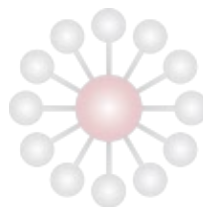
En el postdoctorado se pretende formar personas altamente calificadas que contribuyan, con su capacidad creativa, a la satisfacción de las necesidades prioritarias de la sociedad mexicana y de la Universidad, así como al logro de sus metas personales.

4. DISEÑO METODOLÓGICO.

La realización del estudio inicia con un alcance exploratorio, porque el problema investigado no ha sido estudiado en el contexto de la UANL, posteriormente se convierte en descriptivo, para conocer todos los factores que inciden en el estudio. El diseño de la investigación incursiona en el estudio de caso intrínseco, y se ubica en la tipología de investigación cualitativa, al no utilizar resultados estadísticos. El universo de las unidades administrativas corresponde a 26 facultades, las cuales para su estudio, se optó por clasificarlas en seis muestras estratificadas conforme a las seis áreas de conocimiento que se imparten en la UANL. La premisa de la investigación: El conocimiento del estatus que conservan las estructuras organizacionales de las 26 facultades de la UANL publicadas en las páginas web, propician la toma de decisiones para un rediseño organizacional donde se incorpore una área administrativa que gestione eficientemente el proceso de relaciones públicas y comunicación organizacional.

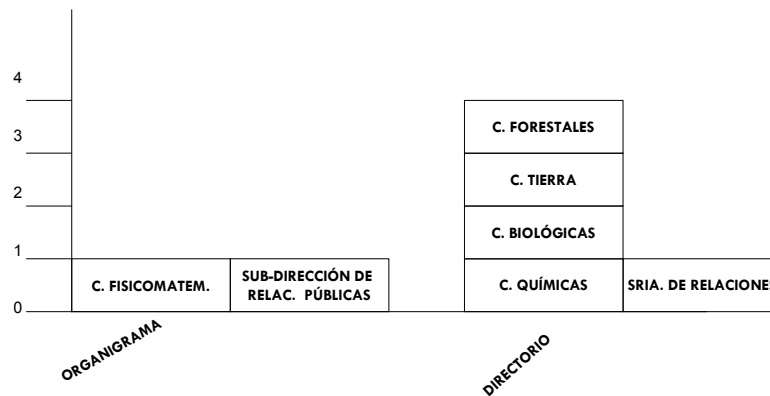
En el diseño de instrumentos de recolección de datos se optó por la técnica de observación participativa, revisión de documentos digitales (páginas Web), análisis de contenido y revisión de documentos Institucionales.

A continuación se presentan los hallazgos obtenidos. Se muestran las Facultades del lado izquierdo y a su derecha frente a ella si existe un área que gestione las Relaciones Públicas y la Comunicación Institucional. En la parte inferior del Diagrama la nomenclatura que utiliza para designar su constitución orgánica.



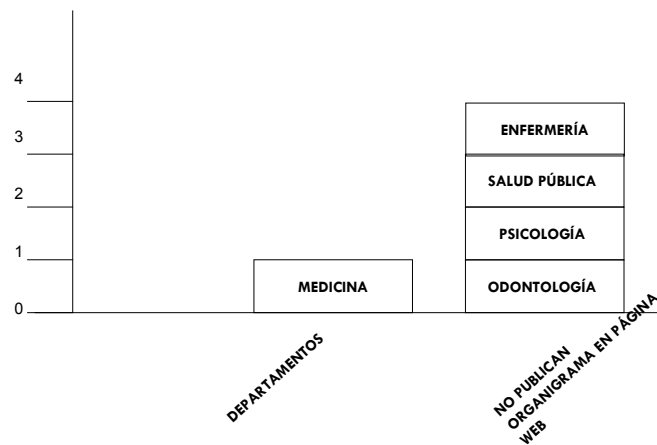
•HALLAZGOS

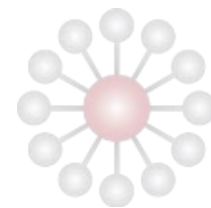
ESTRATO No. 1 CIENCIAS NATURALES Y EXACTAS



•HALLAZGOS

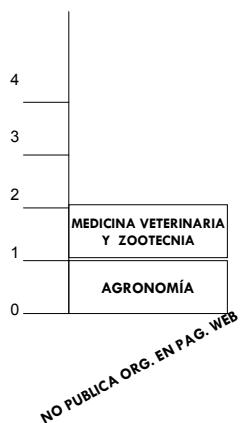
ESTRATO No. 2 CIENCIAS DE LA SALUD





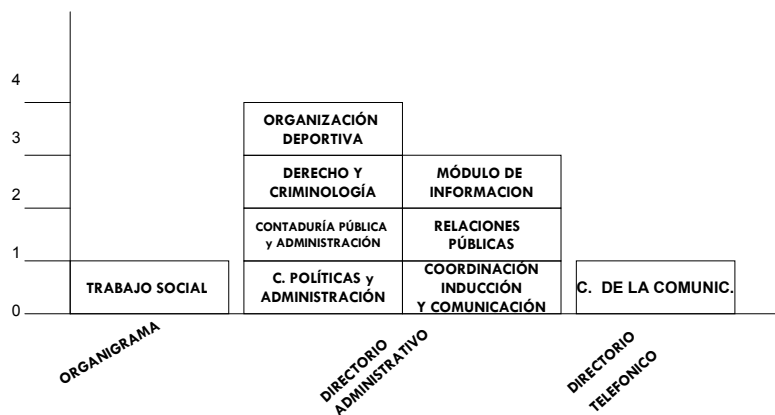
•HALLAZGOS

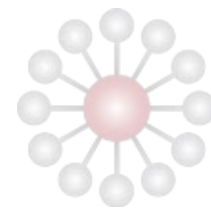
ESTRATO No. 3 CIENCIAS AGROPECUARIAS



•HALLAZGOS

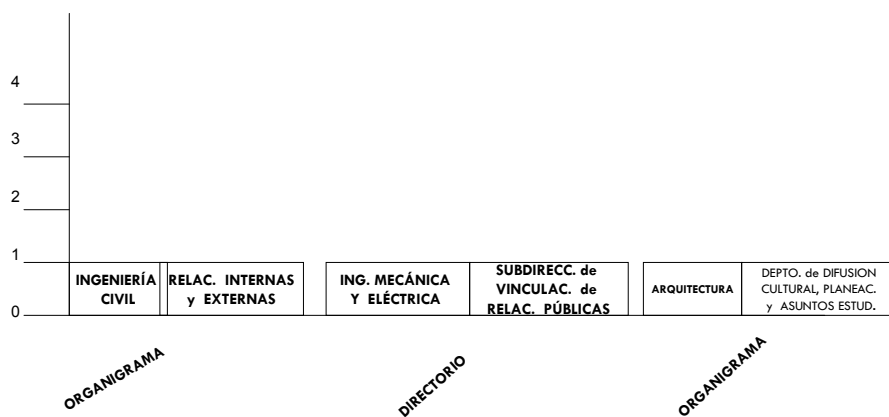
ESTRATO No. 4 CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRACIÓN





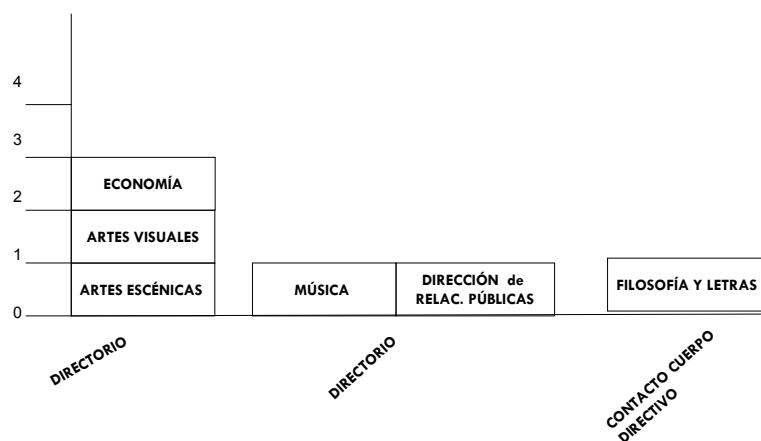
•HALLAZGOS

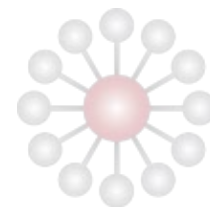
ESTRATO No. 5 INGENIERÍA Y TECNOLOGÍA



•HALLAZGOS

ESTRATO No. 6 EDUCACIÓN Y HUMANIDADES





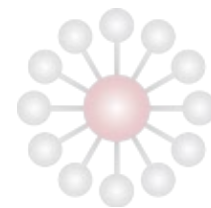
MATRIZ GENERAL DE ESTATUS DE LAS ÁREAS DE GESTIÓN DE RELAC. PUBLICAS Y DE COMUNICACION PUBLICADAS EN LAS PÁGINAS WEB DE LA U.A.N.L.

		ORGANIZACIÓN DEPORTIVA				
		C. FORESTALES				
		C. DE LA TIERRA				
		C. BIOLÓGICAS				
		C. QUÍMICAS	SRIA. de RELAC.			
INGENIERÍA CIVIL	RELACIONES INTERNAS y EXTERNAS	MÚSICA	DIRECCIÓN de RELAC. PUBLIC.			
TRABAJO SOCIAL		DERECHO y CRIMINOLOGÍA	MÓDULO de INFORMACION			
ARQUITECTURA	DEPTO. DE DIFUSIÓN CULTURAL, RELAC. y ASUNTOS ESTUD.	CONTADURÍA PÚBLIC. y ADMON.	RELACIONES PÚBLICAS	ECONOMÍA		
C. FÍSICO-MATEM.	SUBDIRECC. DE RELAC. PÚBLICAS	C. POLÍTICAS y ADMINISTRAC.	COORD. DE INDUCCIÓN y COMUNICACIÓN	ING. MECÁNICA Y ELÉCTRICA	SUBDIRECCIÓN VINCULACIÓN Y RELACIONES	
ORGANIGRAMAS		DIRECTORIO		DIRECTORIO		

MATRIZ GENERAL DE ESTATUS DE LAS ÁREAS DE GESTIÓN DE RELAC. PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN, PUBLICADAS EN LAS PÁGINAS WEB DE LA U.A.N.L.

(continuación)

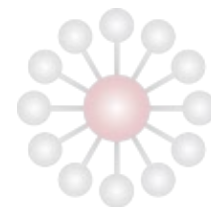
AGRONOMÍA				
MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA				
ENFERMERÍA				
ARTES ESCÉNICAS				
SALUD PÚBLICA				
PSICOLOGÍA				
ODONTOLOGÍA	C. DE LA COMUNICACIÓN	FILOSOFÍA Y LETRAS	ARTES VISUALES	MEDICINA
ORGANIGRAMAS NO PUBLICADOS EN LA WEB	DIRECTORIO TELEFÓNICO	"CONTACTO" CUERPO DIRECTIVO	"CONTACTO" DIRECTORIO	DEPARTAMENTOS



ANÁLISIS DE LOS HALLAZGOS

El estudio identifica:

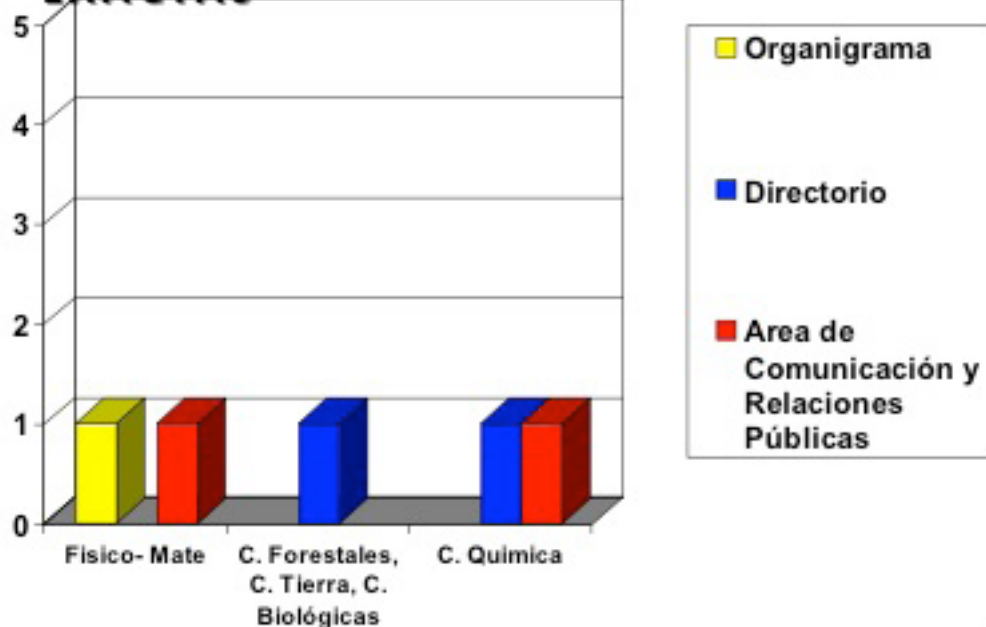
- ❑ El 15.38% (4) denomina “Organigrama”.
- ❑ El 46.15% (12) indica “Directorio”.
- ❑ El 3.84% (1) publica “Departamento”.
- ❑ El 3.84% (1) menciona “Contacto”, Cuerpo Directivo.
- ❑ El 3.84% (1) indica “Contacto”, Directorio
- ❑ El 26.92% (7) No publica la Estructura Organizacional
- ❑ **El 34.61% (9) SI PUBLICAN ÁREA DE COMUNICACIÓN y/o RELACIONES PÚBLICAS**



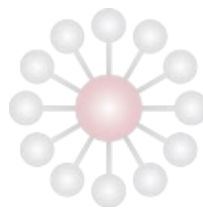
GRAFICACIÓN DE LOS HALLAZGOS

HALLAZGOS

ESTRATO No. 1 CIENCIAS NATURALES Y EXACTAS

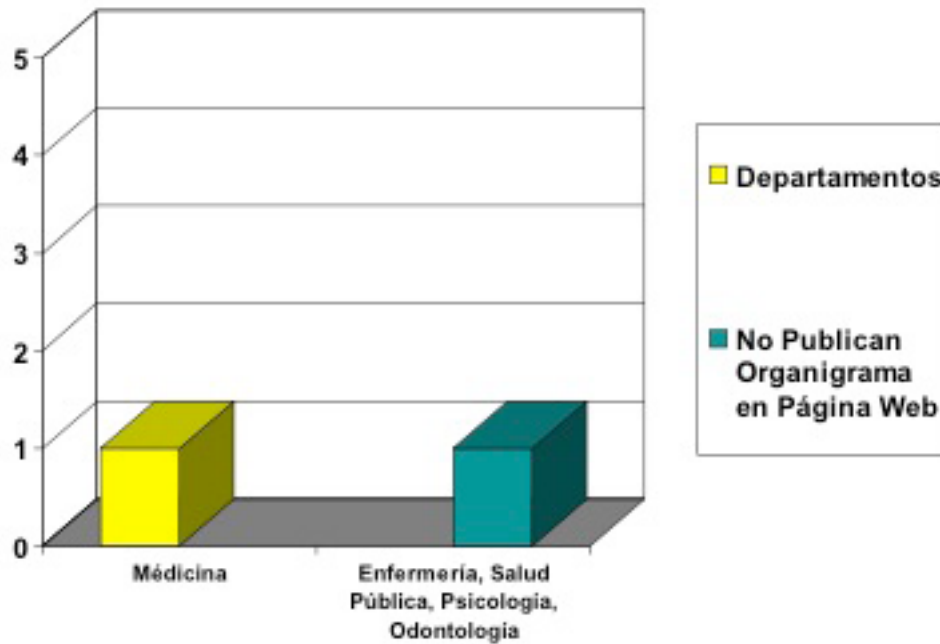


En el Estrato No. 1 que clasifica a las Facultades de Ciencias Naturales y Exactas se puede observar que la Facultad de Fisicomatemáticas contiene un organigrama que publica en su página web el cual contiene una área específica que gestiona procesos de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas. Por lo que respecta a las Facultades de Ciencias Forestales, de la Tierra y Biológicas, no publican organigrama, sino que describen su estructura orgánica con el título de “Departamentos” en su página electrónica careciendo de áreas administrativas de Relaciones Públicas y Comunicación Institucional. La Facultad de Ciencias Químicas se encuentra en la misma clasificación, solo que ésta dependencia si cuenta con áreas que gestionan las Relaciones Públicas y Comunicación Institucional.

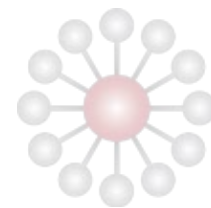


HALLAZGOS

ESTRATO No. 2 CIENCIAS DE LA SALUD

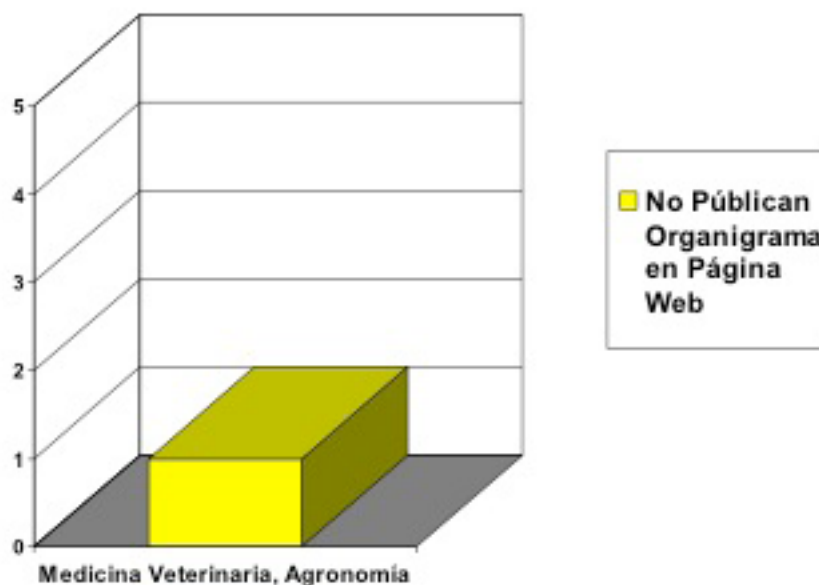


En el Estrato No. 2 de Ciencias de la Salud, en la gráfica se muestra que la nomenclatura administrativa usada por la facultad de Medicina, para mostrar su diseño organizacional en su página web lo denomina como “Departamentos”, en cambio, en las facultades de Enfermería, Salud Pública, Psicología y Odontología, hay una ausencia del diseño de su organigrama y por lo tanto, no se conoce la existencia de un área específica que gestione las Relaciones Públicas y la Comunicación Institucional.



HALLAZGOS

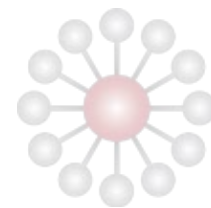
ESTRATO No. 3 CIENCIAS AGROPECUARIAS



1

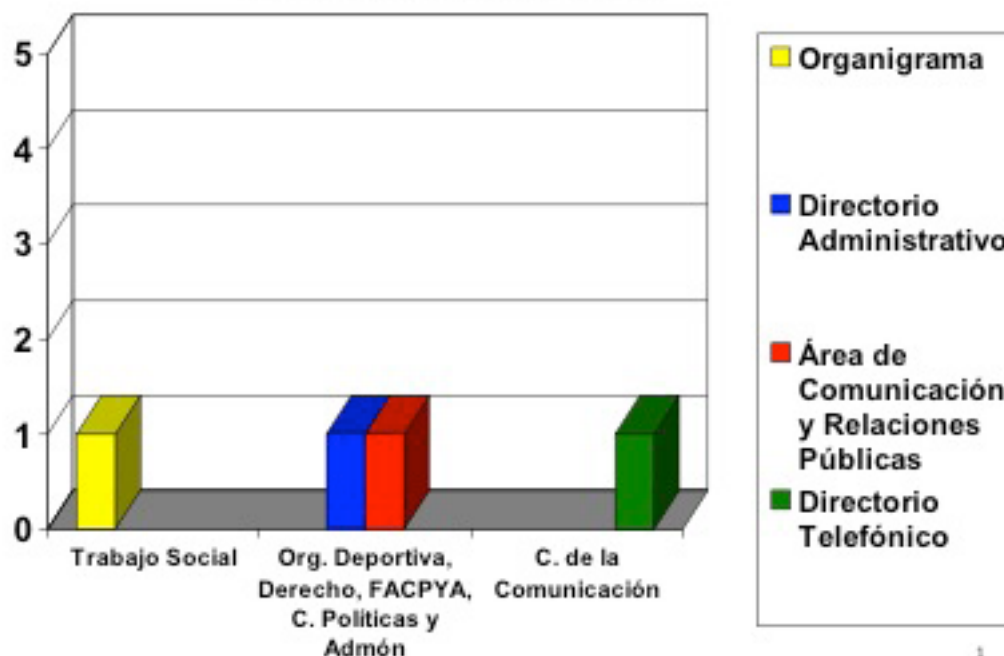
El Estrato No. 3 que clasifica a las Facultades de Medicina Veterinaria y la de Agronomía no publican en su página web su estructura organizacional, ni tampoco

Alguna otra descripción similar, por lo tanto existe una total ausencia de información para los usuarios de su página electrónica respecto a las funciones que realiza cada uno de sus puestos y específicamente de Relaciones Públicas y Comunicación Institucional.



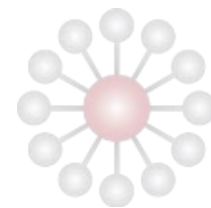
HALLAZGOS

ESTRATO No. 4 CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRACIÓN



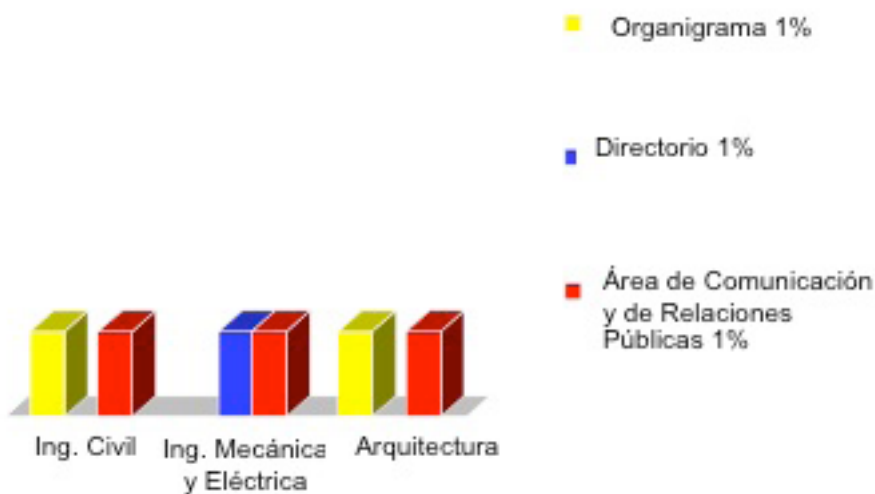
El Estrato No. 4 de Ciencias Sociales y Administración, en su clasificación contiene a las Facultades de Trabajo Social, Organización Deportiva, Derecho Contaduría Pública y Administración, Ciencias Políticas y Administración y Ciencias de la Comunicación. Solo la dependencia de Trabajo Social, publica en su página web su organigrama, el cual no muestra áreas administrativas que gestionen Relaciones Públicas y Comunicación Institucional. La Facultad de Comunicación no publica su organigrama solo muestra un "Directorio". Por último.

Las Dependencias de Organización Deportiva, Derecho, Contaduría Pública y Administración y Ciencias Políticas y Administración, publican en su página electrónica un "Directorio Administrativo" y todas ellas si contienen un área específica que gestiona procesos de Relaciones Públicas y Comunicación Institucional.



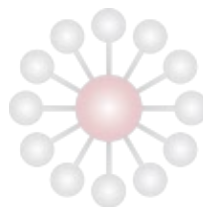
HALLAZGOS

ESTRATO No. 5 INGENIERÍA Y TECNOLOGÍA



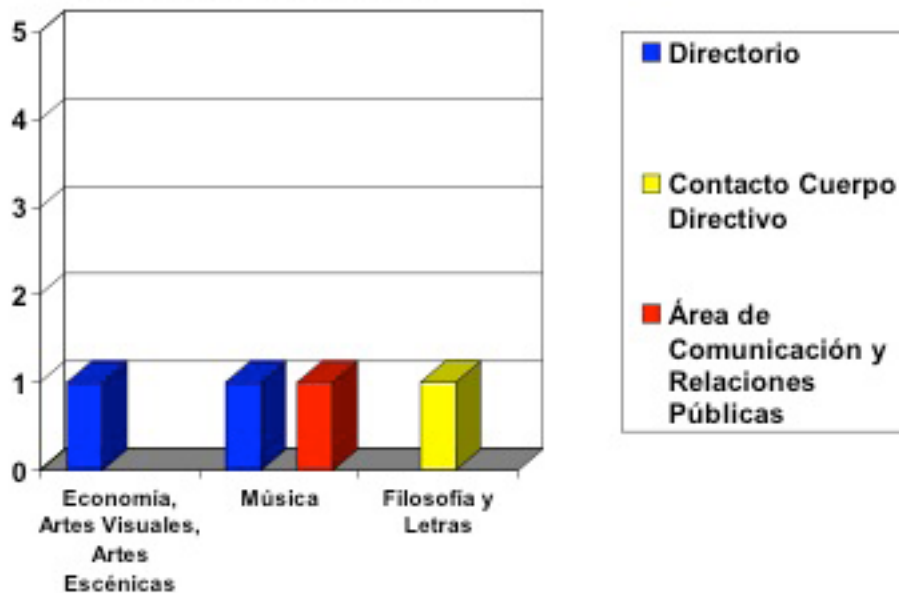
1

El Estrato No. 5 de Ingeniería y Tecnología, contiene en su clasificación a las Facultades de Ingeniería Civil y Arquitectura, cuyo organigrama se publica en su página web mostrando que si contiene su diseño, una área específica que gestiona procesos de Relaciones Públicas y Comunicación Institucional. En cambio, la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica publican en su página electrónica un “Directorio”, el cual contempla Área de Relaciones Públicas y Comunicación Institucional.

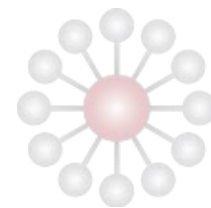


HALLAZGOS

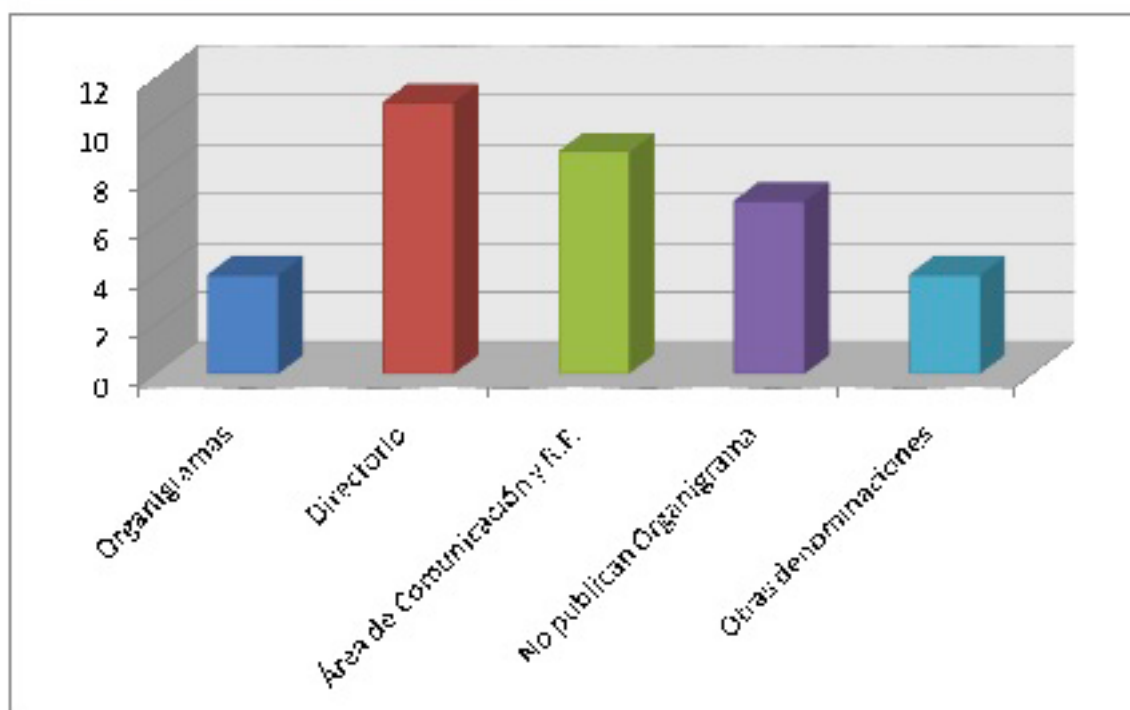
ESTRATO No. 6 EDUCACIÓN Y HUMANIDADES

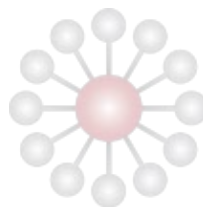


El Estrato No. 6 corresponde a Educación y Humanidades, que contempla a las Facultades de Economía, Artes Visuales, Artes Escénicas, y Música las cuales publican en su página web un “Directorio” para mostrar su constitución orgánica, y la ausencia de un área que gestione las Relaciones Públicas y Comunicación Institucional, a excepción de la Facultad de Música que si cuenta con una área administrativa en este rubro. Por último, La Facultad de Filosofía y Letras que no cuenta con un departamento del rubro antes mencionado (RP y C. Inst.) y que designa sus niveles orgánicos en su página electrónica con el título de “Contacto Cuerpo Directivo”.

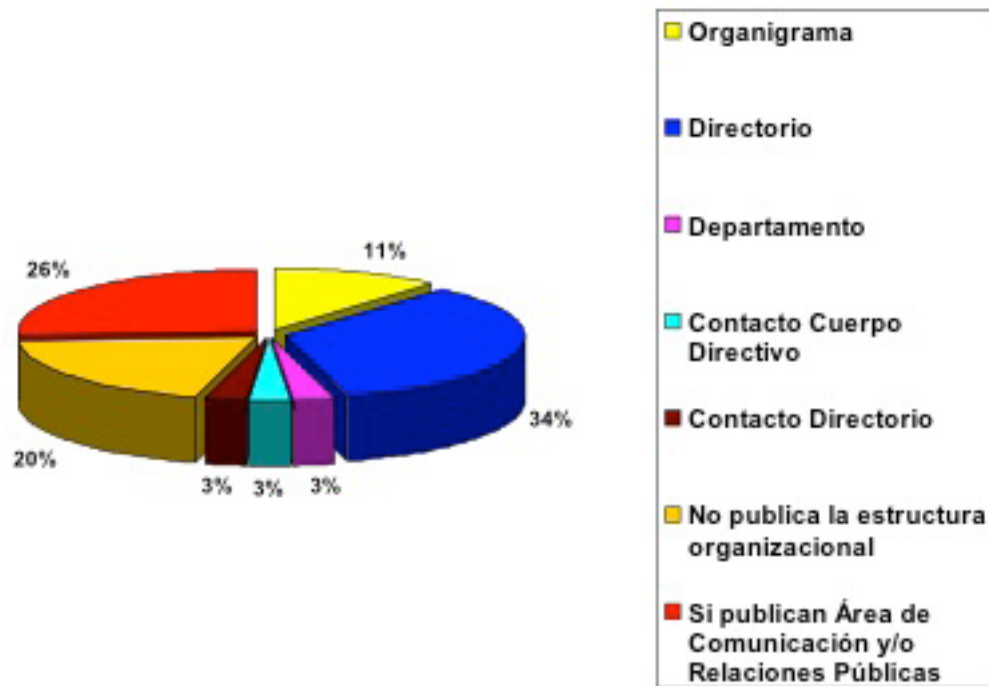


MATRIZ GENERAL DE ESTATUS DE LAS ÁREAS DE GESTIÓN DE COMUNICACION Y RELACIONES PÚBLICAS PUBLICADAS EN LAS PÁGINAS WEB DE LA U.A.N.L.





ANÁLISIS DE LOS HALLAZGOS



1

PUBLICAN EN SU PÁGINA ELECTRÓNICA:

El 11% su organigrama .

El 34% denomina sus niveles jerárquicos como “Directorio”

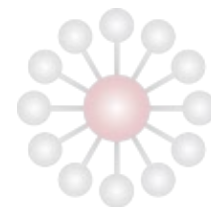
El 3% designa su constitución orgánica como “Departamento”

El 3% titula sus niveles jerárquicos como “Contacto, Cuerpo Directivo”

EL 20% no publica su estructura organizacional.

El 26% equivalente a 9 facultades si publican y contienen en su estructura

Organizacional áreas administrativas que se especializan en gestionar procesos de Relaciones Públicas y Comunicación Institucional en la Universidad Autónoma de Nuevo León.



CONCLUSIONES.

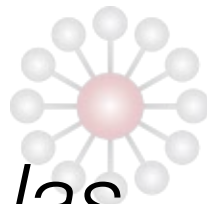
- El estudio está dirigido a conocer el diagnóstico situacional que presentan las estructuras organizacionales publicadas en las páginas web de la UANL, y se constató que todas las facultades cuentan con una página electrónica actualizada.
- Queda en evidencia el uso variado de nomenclatura administrativa utilizada, para designar la estructura organizacional.
- Una tercera parte de las páginas web no publican su organigrama.
- Se constató que solo nueve páginas electrónicas contienen en su estructura organizacional, la designación de un área especializada que gestione las Relaciones Públicas y Comunicación Institucional.
- Existe un área de oportunidad que de acuerdo al Plan de Desarrollo Institucional de la UANL es pertinente convertirla en fortaleza para estar acorde a los objetivos de la Visión 2012.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA.

- Gordon R. Judith (1997). Comportamiento Organizacional. México. Prentice-Hall Hispanoamericano, S. A.
- Harbour, Jerry L. (2003). Manual de trabajo de reingeniería de procesos. México. Editorial Panorama.
- Pepar y Rouland, (2004). La esencia de la reingeniería de negocios, México. Prentice-Hall A. Simon & Shuster, Co.
- Rodríguez, Valencia Joaquín. (2002). Cómo elaborar y usar los manuales administrativos. México. ECAFSA, Thomson Learning.
- Wilcox, Denis L. (2001). Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas. Madrid. Ed. Pearson Educación, S.A.

SOBRE EL AUTOR:

Yolanda López Lara.
Candidata a Doctor por la Universidad de la Habana, Cuba. octubre de 2010.
Maestría en Comunicación y Desarrollo, Universidad Iberoamericana UIA, campus Sta. Fe.
Miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC).
Coordinadora de Proyectos Académicos, Facultad de Ciencias de la Comunicación, UANL.



La comunicación en las organizaciones desde distintos enfoques

Yazmin Vargas Gutiérrez
Graciela Paz Alvarado
Universidad Autónoma de Baja California

Resumen: El propósito de este trabajo es tener un acercamiento a los enfoques teóricos que han contribuido al desarrollo del estudio de la comunicación en las organizaciones; ya que como disciplina (comunicación organizacional), se ha caracterizado por atender el fenómeno comunicativo en función de los procesos gerenciales. Las primeras investigaciones abordaron el estudio de la comunicación en las organizaciones desde una perspectiva funcionalista y pragmática; sin embargo, las características de la sociedad actual y la complejidad de la vida cotidiana llevan a replantear la forma de aproximarse a este objeto de estudio.

Por ello, las nuevas tendencias en los estudios de la comunicación en las organizaciones no descartan los aspectos que las investigaciones tradicionales han planteado; sin embargo, el abordaje se realiza desde otros enfoques, en los que se considera como elementos de análisis la cultura y lenguaje; y es que, como dice Lucas Marín (1997) mediante la comunicación se consigue la construcción social de la realidad que es la cultura de una organización.

Palabras claves: comunicación, organizaciones, redes, flujos y mensajes.

Introducción

En los últimos años la práctica y gestión de la comunicación organizacional ha experimentado un amplio desarrollo en el mundo. En la actualidad, un gran número de empresas ha señalado la importancia de integrar la comunicación en sus planes corporativos; por eso ya no es extraño encontrar áreas en las organizaciones dedicadas a armonizar la comunicación con sus diferentes públicos.

“Con la entrada en escena de los procesos de comunicación se pone de manifiesto lo que nadie discute: su importancia en toda actividad social y económica, a la vez que se pone en evidencia que muy pocos dentro de una empresa comprenden que la comunicación aplicada es un nuevo y poderoso instrumento estratégico y de gestión en las organizaciones” (Costa, 2006).



Enfoque clásico o tradicional

Como disciplina, la comunicación organizacional se ha caracterizado por atender el fenómeno comunicativo en función de los procesos gerenciales. Basta con hacer una revisión a las diversas investigaciones realizadas para decir que los aspectos relacionados con público, flujos, medios, mensajes y redes, han sido los principales aspectos que se han abordado en los estudios sobre la comunicación organizacional.

Goldhaber (1984) considera la comunicación organizacional como el flujo de mensajes dentro de una red de relaciones interdependientes, en tanto que Jablin (en Fernández Collado, 1991) como un proceso de creación, intercambio, procesamiento y almacenamiento de mensajes en un sistema de objetivos determinados.

Lucas Marín (1997), por su parte, considera que la comunicación en las organizaciones tiene como función crucial, reunir datos para los miembros de la organización, con el fin de proporcionarles información con sentido.

Por su parte, Deetz (en Jablin y Putman, 2001) elaboró una cartografía sobre los estudios de la comunicación organizacional, y las subdivisiones a partir de las cuales se ha analizado este fenómeno social. En este trabajo, el autor encontró algunas diferencias en el método utilizado, las cuales estuvieron determinadas por la época en que se realizaron las investigaciones y los avances en el desarrollo teórico en el campo de la comunicación; aunque la mayor parte de los estudios consideraron los flujos, redes, mensajes y medios como elementos de análisis.

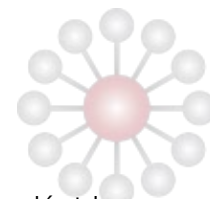
Sin embargo, autores como Allen, Gotcher y Seibert (en Jablin y Putman, 2001) incluyeron 17

áreas de trabajo para el estudio de la comunicación organizacional, que son: relaciones interpersonales, habilidades comunicativas, cultura y simbolismo, flujos de información y canales, poder influencia, toma de decisiones y resolución de problemas, redes de comunicación, comunicación y estilos de dirección, interacción organización-medio ambiente, tecnología, lenguaje y mensajes, incertidumbre y adecuación de la información, grupos, ética, interculturalidad y clima.

Cabe aclarar, que las investigaciones de la comunicación en las organizaciones se realizaron en un primer momento, desde un enfoque funcionalista; esto se debió principalmente a que las bases teóricas se originaron bajo el amparo de la administración, tal como lo asegura Curvello (en Brönstrup, Godoi y Ribeiro, 2007):

La comunicación organizacional recibió contribuciones de textos clásicos de las áreas de la economía y administración, así como la influencia de la doctrina tradicional de la retórica, con énfasis en los estudios del discurso estructurado y formal. Otra vinculación proviene de la teoría de la relación con la teoría de las relaciones humanas, que defendía la integración de los trabajadores con los objetivos organizacionales, procurando evitar conflictos.

En la práctica profesional, según Paz (2009) la comunicación organizacional se caracteriza por buscar soluciones pragmáticas a las necesidades de las grandes empresas que requieren de elementos para la toma rápida de decisiones. Así fue por lo menos su desempeño en lo esencial, la búsqueda de productividad, manejo de personal, desarrollo organizacional, y de las relaciones



humanas. Lo que hizo que el campo de estudio de la comunicación en las organizaciones, esté parcializado y a favor de los intereses de quienes detentan el poder económico y financiero por tanto se ha convertido en un instrumento de dominación ideológica y explotación.

El enfoque clásico en la práctica

El enfoque clásico o tradicional de la comunicación organizacional, ha clasificado a los públicos en interno y externo (Goldhaber, 1984); aunque autores como Lucas Marín (1997) los concibe como actores de la comunicación, mientras que Piñuel (1997) como agentes de cambio.

Los públicos, actores o agentes, no cumplen la función de emisor o de receptor en un momento determinado, son ambos a la vez; por lo tanto, su comportamiento en el trabajo se basa en lo que denomina Trelles (2001) rol taking el cual define como intercambio de roles en el que emisor-receptor, desde la perspectiva simbólico interpretativa, es el protagonista de las acciones que representan, la mayoría de las veces, conductas concretas que serán interpretadas por cada uno, de acuerdo a su visión del mundo.

Los públicos o actores utilizan los diversos medios de comunicación ya sean interpersonales o mediáticos, y a través de los cuales envían mensajes que se producen al interior de las organizaciones. Lo que para otros autores son medios de comunicación, para Goldhaber (1984) métodos de difusión, los cuales divide en dos categorías hardware (televisión, teléfono, telex, walkie-talkie, radio, computadora, etc.) y software (hablar, escuchar y escribir). Los primeros son los

que dependen de una fuente de energía eléctrica para su funcionamiento; mientras los segundos, de la capacidad y habilidad para comunicarse entre los individuos, o mejor dicho de la competencia comunicativa.

Para Brönstrup, Godoi y Ribeiro (2007) la competencia comunicativa se refiere tanto al conocimiento (lo que alguien sabe consciente o inconscientemente) como a las habilidades (que utiliza bien o mal, los conocimientos) cuando se participa de la comunicación real.

Por otra parte, Redding (Trelles, 2001), clasifica los mensajes en tres categorías: tarea, mantenimiento y humanos. Los mensajes de tarea guardan estrecha relación con aquellos productos, servicios o actividades que tienen un especial interés para la organización; los de mantenimiento ayudan a la organización a seguir con vida y a perpetuarse a sí misma, mientras los humanos están dirigidos a los individuos de la organización principalmente sus actitudes, su satisfacción y su realización; de acuerdo con Goldhaber (1984) los mensajes deben cumplir con un propósito en específico; es decir, deben hacer referencia al porqué son enviados y recibidos en las organizaciones y a qué funciones específicas sirven.

La forma en que los mensajes de la organización fluyen es a través de lo que denominan como red. La red está compuesta de dos o más personas y puede ser más o menos eficiente de acuerdo a cómo esté conformada. De acuerdo con Fernández Collado (1991) las redes pueden ser centralizadas o descentralizadas; además de formales e informales.



La formal se subdivide en vertical (ascendente o descendente) y horizontal, para Lucas Marín: “en la práctica la comunicación formal viene perfectamente definida, incluso dibujada, ya que es la que sigue las líneas del organigrama, que nos da una visión clara de los cauces de traslado de información planeados para la organización” (Trelles, 2001, p. 44); es decir, que toma como dirección los caminos oficiales, que son los dictados por la jerarquía de la organización; o bien, por la función laboral.

Estas redes se clasifican en vertical descendentes y ascendente; la descendente, es la que se da de jefes-subordinados y la ascendente de subordinados-jefes. Por otra parte, la comunicación informal, se establece a partir de los procesos de interacción de un grupo, y regularmente se da en la comunicación interpersonal; aunque aquí también se presenta de forma ascendente, descendente y horizontal, este aspecto es poco tratado debido a que no existe una planificación en el flujo de información, el que además tiende a ser ambiguo. “La comunicación informal es algo más vago, se manifiesta continuamente de muchas maneras, de forma muy concreta en los rumores, que continuamente funcionan en la organización en un flujo incontrolable” (Lucas, 1997, p.168).

La comunicación informal se presenta de manera natural, a través de la interacción humana, por lo que es de utilidad en la organización para la retroalimentación; ya que permite a los sujetos la comprensión mutua y su proyección, “la comunicación informal se produce de manera espontánea y no obedece a patrones de comportamiento establecidos por la organización, es reconocida por los sujetos indagados como

una forma básica de conocimiento del otro, de incorporar información de carácter situacional (Suárez, Ruiz y otros, 2001).

Como parte de la comunicación informal se encuentra el rumor, este surge en la comunicación interpersonal y es considerado como negativo debido a la existencia de ambigüedad para identificar la fuente de la cual surge la información, mas se acrecienta en momentos difíciles o de incertidumbre para la organización. “Contraria a la creencia popular, el rumor es un canal de comunicación muy poderoso y potencialmente útil en la vida organizativa. La información diseminada a través del rumor viaja con extrema rapidez por la organización (Lucas Marín, 1997, p.187).

Otros enfoques

Las nuevas tendencias en los estudios de la comunicación en las organizaciones no descartan los aspectos que las investigaciones tradicionales han planteado; sin embargo, el abordaje al objeto de estudio se realiza desde otra mirada.

Así lo hace ver Kröhling (2006), al decir que la comunicación debe ser considerada como una de las prioridades organizacionales, frente a las transformaciones mundiales y a la revolución tecnológica de la información y debe ejercer un poder expresivo en el día a día de la vida organizacional y en los procesos de gestión participativa.

Y es que debido a lo complejo de la vida en la sociedad, la comunicación siempre resulta complicada, pues no sólo es la transmisión de datos sino transmisión de significados comunes;



es decir, traspasar la frontera de la señal para convertirla en sentido, tal como lo dice Eco (1999). Para Martín Algarra (1993) “el mundo de la vida cotidiana o mundo del sentido común es el mundo intersubjetivo que experimenta el hombre en la actitud natural. Se constituye, pues, como un ámbito dentro del significado finito del mundo de la vida” (p. 86).

Para Lucas Marín (1997) mediante la comunicación se consigue la construcción social de la realidad que es la cultura de una organización, mediante la adquisición de los propios hábitos (diálogos internos), la creación de instituciones (elaboración de hábitos cruzados, solamente posible en una transacción comunicativa) y la elaboración de legitimaciones compartidas que dan sentido a la acción-social común.

Razón por la que para Jablin (2001) la comunicación en las organizaciones debe centrarse en estudios interdisciplinarios que permitan una nueva mirada a los espacios productivos en los factores del contexto que contribuyan a determinar una realidad social.

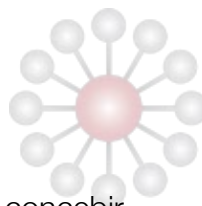
Desde este punto de vista se puede considerar la aportación de José Luis Piñuel al estudio del campo de la comunicación en las organizaciones a partir del Modelo Dialéctico de Martín Serrano. El método dialéctico, según Serrano (2007), es adecuado para entender los cambios socio-históricos en la producción social de la comunicación.

De acuerdo con Piñuel (1997) para Serrano, la relación de los sujetos está en función de el Sistema UMWELT (SU) o histórico que define la significación de los procesos de interacción del

individuo desde de la relación Sistema Social (SS), Sistema Comunicativo (SC) y Sistema de Representaciones, de apropiación del Entorno o Sistema Ecológico (SE).

El sistema social es una estructura que regula los derechos y obligaciones que afecten a individuos e instituciones respecto a la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, objeto de la interacción social. En las organizaciones laborales, el sistema social está en las políticas y las normas de comportamiento; es decir, algunos aspectos de la cultura organizacional como los que menciona Lucas Marín (1997) como principales vías de acción que fundadores y directivos impulsan, como son: las declaraciones oficiales sobre la filosofía de la organización; estatutos, selección, reclutamiento y socialización del personal; enseñanzas e instrucciones impartidas por la dirección; sistemas para la designación de premios y estatus; las cosas a las que la dirección presta atención, mide y controla; el diseño de la estructura organizativa: el diseño del trabajo, los mecanismos de descentralización o de centralización, y los mecanismos de integración; y los criterios para el reclutamiento, la selección, la promoción, la jubilación y el despido.

Todos los acuerdos estipulados en el sistema social, son resultado de la información procesada por los individuos y que contribuyen al trabajo en equipo; es decir, que los individuos se agrupan de acuerdo a intereses en común, que los llevan a alcanzar metas y objetivos en tiempos y para espacios previamente establecidos; que en la mayoría de los casos, son regulados por un sistema de control creado por el mismo grupo social, pero que no es inamovible, ya que el cumplimiento



de sus funciones exige un esfuerzo continuo de adaptación del público.

Para Serrano un sistema de comunicación (SC) es la estructura en la que se articulan pautas y patrones de expresión correspondiente a los diversos códigos (icónicos, gráficos y audiovisuales) que facilitan la producción e interpretación de signos y mensajes, objetos de la interacción comunicativa (Piñuel, 1997); que en las organizaciones laborales son todos aquellos medios de comunicación utilizados, los cuales pueden ser personales, directos, colectivos o mediáticos.

Nosnik (Flores y Portillo, 1997) concibe tres funciones de los sistemas de comunicación en la organización: la función descriptiva que persigue exponer lo que sucede, el estado de cosas o la concepción de las situaciones en los diferentes ámbitos de la organización; la función evaluadora que explica las razones por las cuales los diferentes ámbitos organizacionales dan cuenta de lo que les sucede y la manera en que lo hacen; y la función de desarrollo efectúa un análisis de cómo reforzar aquello que ha sido evaluado como acertado y mejorar aquello que fue considerado erróneo en las actividades del ámbito organizacional que se haya estudiado.

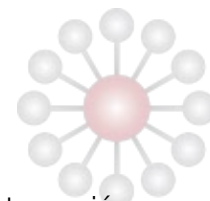
Por otra parte, un sistema de apropiación del entorno (SE) para Serrano es, el funcionamiento hace posible que las cosas, a los acontecimientos, a las personas, cualquier sujeto le atribuye valores, símbolos, expectativas, capaces de propiciarles gratificaciones o sufrimiento, objeto de la interacción ecológica, o adaptativa (Piñuel, 1997); es decir, todos aquellos aspectos simbólicos, que de acuerdo con Eisenberg y Goodall, pueden asociarse a “un conjunto de creencias y valores

que prescriben una manera de enfocar o concebir un determinado orden, es decir, como son las cosas, y también la explicación acerca de por qué son de esa manera y no de otra” (Trelles, 2001, p.15).

Los aspectos simbólicos contribuyen como dice Trelles (2001) a fortalecer la cultura organizacional, a validar los significados de las construcciones simbólicas que conforman la estructura, el orden y las normas de la entidad, y ello vitaliza a la organización, se trate de una empresa, institución, comunidad, provincia o país.

Ávila (2004), por su parte, considera que la comunicación debe ser problematizada, situando la vida cotidiana como plano privilegiado de análisis, de modo que la vía de una mayor comprensión comunicacional se consideren restricciones estructurales, pero sin excluir los atributos intersubjetivos, normativos y de significación que le dan sentido sociocultural.

Por lo tanto, el estudio de la comunicación organizacional debe considerar como un factor clave, la interacción y la comunicación en la dinámica cotidiana; es decir, en el mundo de la vida cotidiana de las organizaciones, ese mundo que de acuerdo con Algarra (1993) no es para ser simplemente contemplado o interpretado, sino para actuar en él y sobre él; porque “el mundo no es para el hombre un objeto de conocimiento, sino el ámbito de su acción y el objeto de su dominio. El dominio del mundo se alcanza justamente a través de su acción” (Algarra, 1993, p.87).



Desde esa perspectiva, se puede considerar la propuesta de Brönstrup, Godoi y Ribeiro (2007) quienes aseguran que la comunicación es parte de un proceso de construcción social de la realidad en el cotidiano, lo que posibilita la creación de identidad y credibilidad de la organización delante del conjunto de la sociedad.

Esta es la razón por la que los autores, retoman lo dicho por Daniels, Spiker y Papa sobre perspectiva o modelo interpretativo, en el que son vistas las organizaciones como culturas y espacios de negociación de las transacciones y discursos colectivos; es decir, como espacios de interacción y comunicación.

Martha Rizo (2004) utiliza los términos interacción y comunicación como interacción comunicativa, la cual define como un proceso de organización discursiva entre sujetos que, mediante el lenguaje, actúan en constante afectación recíproca, de manera que, los individuos de una misma organización social puedan compartir un código común, que intersubjetivamente conocen y reconocen, como el medio natural para que se produzca una interrelación significativa.

En “la interacción comunicativa las expresiones tienen un papel muy relevante y definido. La elaboración a la que se someten las expresiones condicionan qué información se procesa y, por consiguiente, cómo afectará la comunicación al comportamiento” (Sainz y Sainz, 1986, p.152).

A saber de Peñuela y Álvarez (2002) “la interacción es la trama discursiva que permite la socialización del sujeto por medio de sus actos dinámicos, en tanto que imbrican sentidos en su experiencia de ser sujetos del lenguaje”; para Goffman (1991) la interacción se da exclusivamente en las situaciones sociales, en la que dos individuos se hallan en presencia de sus respuestas físicas respectivamente; aunque no descarta el uso de algunos medios alternativos como teléfono y correo, porque para él representan versiones reducidas de la realidad; por lo tanto, es en las organizaciones donde se puede dar esa trama discursiva entre los públicos, actores o agentes de cambio.

Cabe señalar que la interacción comunicativa en las organizaciones se da a partir del lenguaje; para Benveniste el lenguaje “representa la forma más alta de una facultad que es inherente a la condición humana, la facultad de simbolizar” (Arrivé, 2001, p. 36); y es lo que “hace posible la existencia de lo que llamamos sociedad” (Rizo, 2005, p.2), y si se considera que las organizaciones son mini-sociedades, entonces el lenguaje hace posible su existencia.

Por su parte, Mead (1973) dice que el lenguaje parece expresar una serie de símbolos que responden a ciertos contenidos con características similares en la experiencia de los distintos individuos; porque un símbolo tiende a provocar en el individuo reacciones a las de otros individuos, pues es “el juego de acciones y reacciones consiguientes al empleo de fuerzas o energías aplicadas para intercambiar espaciotemporalmente señales cuya secuencia se ajusta informativamente a



códigos preexistentes” (Piñuel, 1997, p. 67), porque.

El lenguaje es capaz no sólo de construir símbolos sumamente abstraídos de la experiencia cotidiana, sino también de “recuperar” estos símbolos y presentarlos como elementos objetivamente reales en la vida cotidiana. De esta manera el simbolismo y el lenguaje simbólico llegan a ser constituyentes esenciales de la realidad de la vida cotidiana y de la aprehensión que tiene de esta realidad el sentido común. Vive todos los días en un mundo de signos y símbolos (Berger y Luckmann, 1995, p. 59).

Aunque debe quedar claro que “el lenguaje no simboliza solamente una situación u objeto porque es una parte o mecanismo por medio del cual esa situación u objeto fue creado” (Mead, 1973, p.116), razón por la que Berger y Luckmann, (1995) aseguran que el lenguaje es capaz de trascender por completo la realidad de la vida cotidiana, porque no sólo describe experiencias que corresponden a zonas limitadas de significado, sino que abarca zonas aisladas de la realidad; incluso aquellas no vividas ni experimentadas.

El lenguaje “constituye un sistema estructurado que se construye a partir de cierto modo particular de categorizar y organizar la experiencia” (O’Keefe y Delia; en Fernández, 1991, p. 274), porque el lenguaje según Benveniste “representa la forma más alta de una facultad que es inherente a la condición humana, la facultad de simbolizar” (Arrivé, 2001, p. 36).

Por lo tanto, una organización requiere un lenguaje

común con la finalidad de que los grupos se consoliden en función de la integración y orientación de ideas, creencias y valores culturales, así como de significados y sentidos que lleven a la organización hacia una meta específica; es por eso que el lenguaje como parte del sistema comunicativo comprende las pautas de trabajo expresivo para la producción, transmisión y recepción de señales (Piñuel, 1997).

Sin embargo, para que dentro de la organización se pueda trabajar sobre las expectativas e intereses de sus miembros, la información ofrecida sobre lo que acontece en la organización deberá orientar al sujeto a que se conduzca de acuerdo con los paradigmas de acción previamente establecidos, para ello, será necesario que el público o actores de la comunicación se sienta involucrado de manera personal con la información que se ofrece.

Conclusión

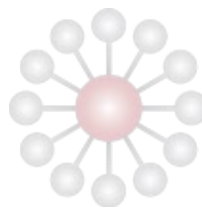
Durante décadas el estudio de la comunicación en las organizaciones se centró principalmente en el análisis de flujos, redes y mensajes; sin embargo, el acelerado cambio en la estructura organizacional y la complejidad en los procesos de interacción, obliga a replantear el abordaje en ese campo del conocimiento.

Aunque los estudios desde el enfoque clásico han contribuido al conocimiento de la vida cotidiana de las organizaciones, no es suficiente para la comprensión de la dinámica de la comunicación en los espacios de producción, debido a lo complejo de la estructura social, de las formas de interacción, del lenguaje y de la cultura.



Bibliografía

1. Arrivé, Michel. (2001). Lingüística y psicoanálisis. Puebla: Siglo XXI.
2. Ávila, Rafael. (2004). Crítica de la comunicación organizacional. México: CONEICC
3. Berger, Peter y Luckmann, Thomas. (1995). La construcción de la realidad social. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
4. Blumer, Herbert. (1998) Symbolic interactionism: perspective and method. Berkeley: University of California Press.
5. Brönstrup, Celsi; Godoi, Elena y Ribeiro, Anely. (2007). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. *Signos y Pensamiento*, 51. Recuperado el 18 de agosto de 2010, de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/860/86005104.pdf>
6. Eco, Umberto. (1999). La estructura ausente. Introducción a la semiótica. Barcelona: Editorial Lumen.
7. Fernández Collado, Carlos. (1991). La comunicación en las organizaciones. México: Ed. Trillas.
8. Flores, Claudio y Portillo, Maricela. (1997). La Metodología de los Sistemas Heurísticos y el Modelo de Gestión Comunicativa en la Organización: Una propuesta para el estudio de la comunicación organizacional. *Razón y Palabra*, primera edición especial. Recuperado el 20 de octubre de 2008, de <http://www.razonypalabra.org.mx/mcluhan/heuris.htm>
9. Giddens, Antoni y otros. (1991). La teoría social, hoy. México. Editorial Conaculta-Alianza
10. Goffman, Erving. (1971). Ritual de la interacción. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo
11. Goldhaber, Gerald M. (1994). Comunicación Organizacional. México, Editorial Diana, S.A.
12. Jablin, Fredric y Putman, Linda. (2001). The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods. California: Sage Publication.
13. Krohling Kunsch, Margarida. (2003). Campos de estudios emergentes em comunicação nas novas cidadanias en CD XI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, San Juan, Puerto Rico.
14. Lucas Marín, Antonio. (1997). La comunicación en la empresa y en las organizaciones. Barcelona: Editorial Colección Bosch Comunicación.
15. Martín Algarra, Manuel. (1993). La comunicación en la vida cotidiana. La fenomenología de Alfred Schütz. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, S.A.
16. Martín Algarra, Manuel. (2003). Teoría de la comunicación: una propuesta. España: Editorial Tecnos
17. Martín Serrano, Manuel. (2007). Teoría de la Comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad. Madrid: McGrawHill
18. Mead, George Herbert. (1973). Espíritu, persona y sociedad. Barcelona: Paidós.
19. Mead, George Herbert. (1973). Espíritu, persona y sociedad. Barcelona: Paidós.
20. Paz, Graciela. (2009). Formación Profesional del Comunicador Organizacional. Un proceso mediador y mediado examinado desde un estudio de caso. Tesis Doctoral. La Habana, Cuba.
21. Peñuela, Alejandro y Álvarez, Luis Guillermo (2002). Comunicación compleja: "Perturbaciones y fluctuaciones en la interacción comunicativa". *Razón y Palabra*,



25. Recuperado el 20 de octubre de 2008, de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n25/apenuela.html>
22. Piñuel Raigada, José Luis. (1997). Teoría de la Comunicación y gestión de las organizaciones. Madrid: Editorial Síntesis.
23. Rizo, Marta. (2004). Comunicación e interacción social. Aportes de la comunicología al estudio de la ciudad, la identidad y la inmigración. *Global Media Journal*, 2. Recuperado el 20 de octubre de 2008, de <http://gmje.mty.itesm.mx/articulos2/pdf2/MartaRizo-GMJE.pdf>
24. Rizo, Marta. (2005). La Psicología Social y la Sociología Fenomenológica. Apuntes teóricos para la exploración de la dimensión comunicológica de la interacción. *Global Media Journal*, 3. Recuperado el 20 de octubre de 2008, de http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_4.html
25. Rizo, Marta. (2007). Intersubjetividad, comunicación e interacción. Los aportes de Alfred Schütz a la comunicología. *Razón y Palabra*, 57. Recuperado el 20 de octubre de 2008, de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n57/index.html>
26. Sainz, E y Sainz, F. (1986). La interacción comunicativa como representación: la forma del sujeto desde la teoría de la atribución. *REIS*, 33. Recuperado el 20 de octubre de 2008, de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=249073>
27. Suarez, Ruiz y otros. (2001 octubre-noviembre). La comunicación informal en la organización, otra mirada desde la intersubjetividad, *Razón y Palabra*, 23, Recuperado 18 de enero de 2009, de http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n23/23_osuarez.html
28. Trelles, Irene. (2001). Comunicación organizacional, selección de lecturas. La Habana: Editorial Félix Varela.
29. Weil, Pascale. (1992). La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión. Barcelona: Editorial Paidós.

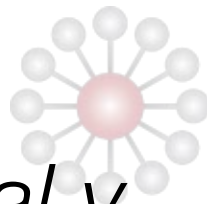
Sobre los Autores:

Yazmin Vargas Gutiérrez.

Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), Maestra en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana, coordinadora de la Maestría en Comunicación de la UABC y líder del cuerpo académico "Comunicación, cultura y desarrollo". Ha participado con ponencias en eventos académicos nacionales e internacionales. Actualmente es estudiante del Doctorado en Comunicación Social en la Universidad de La Habana, Cuba.

Graciela Paz Alvarado.

Profesora de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma de Baja California, Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la UABC. Maestra y Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana, Perfil PROMEP, Coordinadora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC de 1997-2000. Coordinadora del Programa de Intercambio Académico de la Maestría en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de La Habana, de 2000-2003. Coordinadora de la Modalidad de Estudios Semiescolarizados de 2003-2006-1, Miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), Miembro del Consejo de Acreditación de la Comunicación A.C. (CONAC). Subdirectora de la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC de 2006 a la fecha.



La comunicación integral y organizaciones del tercer sector

Mtra. Patricia Durán Bravo
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Resumen: Un estudio internacional identifica en México un escaso desarrollo de la sociedad civil organizada, comparado con otros países con un trasfondo cultural y económico similar (Salomón, 1999) ¿Cuáles son las razones de este rezago? ¿Por qué la sociedad en México se muestra reticente a participar organizadamente en la vida pública?

La Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), tiene una de las muchas respuestas a estas interrogantes. La encuesta revela que el 74% de la sociedad mexicana no confía en el sector no lucrativo, y por lo tanto no lo apoya, ya que el 79% prefiere dar su apoyo directo a una persona necesitada más que a una institución. En México, la supervivencia y la calidad de muchas organizaciones no lucrativas dependerán de la transparencia con la que conduzcan su desempeño, es decir, de cómo sepan comunicar ese valor a los públicos internos y externos de la organización.

La gestión de comunicación de las organizaciones del tercer sector, a tenor de los estudios y trabajos realizados hasta el momento, no parece ser el punto fuerte de su gestión. Por lo que resulta interesante estudiar de qué manera se realiza la gestión de la comunicación en las OTS en México, para diseñar propuestas comunicacionales que les permitan fortalecer su capital humano y social, y de esta manera logren el cumplimiento de su mandato: el cambio social.

Dada la transversalidad y su carácter global, la comunicación integral hace que en la organización “todo comunique”, por lo que las OTS deben aprovechar esta circunstancia para generar credibilidad y confianza; es decir, que la comunicación se convierta en un elemento generador de transparencia, confianza y reputación en toda la organización.

Introducción

El escenario actual ha obligado a plantear nuevas formas de interacción de los actores sociales y su evolución ha respondido a nuevas necesidades y demandas. Este entorno vive un momento de crisis económicas, políticas y sociales, aunado a una revolución tecnológica de la información y bajo los

efectos de los fenómenos de la globalización. De esta manera, históricamente, se pueden detectar diversas corrientes y perspectivas sobre los objetivos, funciones y mandatos tanto, del sector gubernamental, el sector público y por supuesto el sector social.



El sector social es ámbito al que se le conoce como sociedad civil o Tercer Sector. Durante muchos años intelectuales de muchas partes del mundo han intentado dar explicaciones acerca del funcionamiento y el deber ser de este sector. El concepto de sociedad civil, históricamente, ha sido abordado por diversos autores clásicos (Hegel, Marx, Gramsci) y contemporáneos (Keane, Wolf, Cohen). Todos ellos, han definido la función de la sociedad civil de diversas maneras, desde la expresión de la lucha de los ciudadanos en contra el autoritarismo y capitalismo, o la participación social en la defensa de los derechos humanos o políticos en el ámbito público, hasta una conceptualización más actual en la que se plantea una función de influencia para promover el cambio social, agilizando la atención de las necesidades locales, regionales, nacionales y globales.

Actualmente se considera a la sociedad civil (SC) como la esfera de relaciones entre individuos, grupos y organizaciones que se desarrollan fuera de las relaciones de poder, que caracteriza a las organizaciones gubernamentales. (Bobbio, 2006). Según esto, la Sociedad Civil se divide en el sector lucrativo, y el sector no lucrativo también conocido como el Tercer Sector. En el marco del Estudio del Sector No Lucrativo de la Universidad Johns Hopkins, Salomón y Anheier (1999) plantean las siguientes características de las Organizaciones del Tercer Sector (OTS):

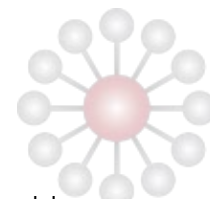
- ∅ Estructura: Supone la presencia de cierto grado de formalidad y de permanencia en el tiempo.
- ∅ Autonomía: Significa la libertad de una entidad de asumir sus intereses mediante normativas y poderes propios, sin ningún tipo de dependencias organizativas o funcionales

con ninguna otra organización, pública o privada.

- ∅ Sin fines de lucro: Es decir, que no buscan ningún tipo de utilidad en sus transacciones.
- ∅ Voluntarias: Implica libre afiliación, o de adhesión voluntaria en general.
- ∅ Beneficio social y público: Lo que significa que buscan la mejora del nivel de bienestar social o condiciones de vida de los beneficiarios.

Las formas prototípicas de asociación del tercer sector son las organizaciones civiles (OC), organizaciones no gubernamentales (ONG), organizaciones de la sociedad civil (OSC). En la actualidad, dentro del concepto de este tipo organizaciones se incluye a las formas tradicionales de ayuda mutua, los movimientos sociales, el asociacionismo civil, las ONG y las fundaciones. Es decir, incluye desde un club deportivo, hasta una ONG de desarrollo comunitario, pasando por una asociación de vecinos, un sindicato o una universidad, no existe una palabra precisa que agrupe a este sector tan heterogéneo y tan numeroso de organizaciones. Independientemente de su denominación a estas organizaciones se le denominará Organizaciones del Tercer Sector (OTS).

La existencia de OTS no es un fenómeno reciente en el mundo, han existido desde el siglo XIX, una de las más antiguas es la Cruz Roja. El reconocimiento formal de las ONG es a partir de la “Carta de las Naciones Unidas” en el año 1945, que en su artículo 71 dice: “El Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas podrá hacer arreglos adecuados para celebrar consultas con organizaciones no gubernamentales que se ocupen de asuntos de competencia del Consejo”



(ONU, 2010). Las OTS además de su participación como consultores en Organización de las Naciones Unidas (ONU), también lo han hecho a nivel de los países en calidad de observadores, gestores o como agentes de presión social ciudadana, etc. En la segunda mitad del siglo XX, las OTS empiezan a interesar como conjunto de entidades que forman un espacio social, político y económico relevante. En ese momento cuando, se empieza a investigar el Tercer Sector, diferenciado de los otros dos sectores, público (Estado) y privado (mercado). Las organizaciones de Tercer Sector forman una realidad heterogénea y cambiante dependiendo del país en el que desarrollen.

A partir de la década de 1990 se presentan dos fenómenos: un cambio del papel del Estado en la provisión de servicios públicos y un nuevo modelo de política económica y social, el neoliberalismo; éstos provocaron el incremento de la brechas entre de los sectores de la sociedad por lo tanto un incremento en la participación de las OTS en la gestión de los programas sociales.

En los países latinoamericanos la situación de exclusión fue más profunda para una gran porción de la población que, al no contar con medios para satisfacer sus necesidades en el mercado y ante la ausencia del Estado como proveedor, requirió de la acción de la sociedad civil para establecer un esquema sustentable de funcionamiento.

Últimamente, se observa un fuerte aumento en el número de organizaciones de la sociedad civil. El Fondo Monetario Internacional (FMI, 2008) afirma que:

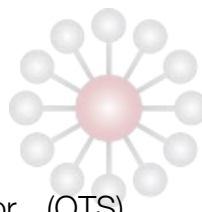
“En los últimos veinticinco años han proliferado tanto las organizaciones de la

sociedad civil (OSC) como los problemas que tratan de solucionar. En las sociedades democráticas la labor de las OSC es ofrecer algún beneficio, servicio o incluso influencia política a grupos específicos que integran la sociedad”.

El Consejo Económico y Social de la ONU, también reporta un incremento significativo de las OTS en los últimos años, ha pasado de 41 en 1946; a 2350 en 2003 (ONU, 2010).

La relevancia de las OTS dentro del ámbito social, político y económico es evidente. En “La sociedad civil global”, Salomón y Anheiner, (1999) reportan que:

- ∅ Si el Tercer Sector fuera un país sería la octava economía mundial (por delante de Brasil, Rusia, España y Canadá). Manejan 1,1 billones de dólares en gastos (el 4,6% del PIB).
- ∅ El Tercer Sector ocupa el equivalente a 19 millones de trabajadores remunerados a jornada completa; el 4,8% del total de la ocupación no agraria en el mundo.
- ∅ Los voluntarios representan una fuerza de trabajo equivalente a 10,6 millones de trabajadores de tiempo completo.
- ∅ Dos terceras partes de la ocupación se encuentran concentradas en los tres ámbitos tradicionales de servicios de bienestar social: educación (30%), sanidad (20%) y servicios sociales (18%), seguidas del área de actividades recreativas y culturales (14%).
- ∅ La principal fuente de ingresos son las cuotas y pagos por servicios (49%), después el sector público (40%) y finalmente la filantropía (donaciones) (11%).



Según el observatorio del tercer sector las OTS son de las instituciones que gozan de mayor credibilidad en una gran mayoría de países del mundo. Son instituciones que proponen modelos alternativos de relación en la sociedad, ofrecen soluciones a problemas locales, preservan la calidad de vida, aportan nuevas vías de comunicación social, entre otros. (Observatorio del Tercer Sector, 2010)

Sobre la función de la sociedad civil, Anthony Giddens (1999) señala que el estado y la sociedad civil deben actuar en colaboración para facilitar las acciones que se traduzcan en un bienestar de la comunidad. Por lo que las organizaciones del Tercer Sector (OTS) en nuestra sociedad contemporánea deben ser gestores de transformación social y productores de capital social.

Existen diferentes posturas y definiciones del capital social; que va desde el concepto de Coleman (1990) que señalan que es un conjunto de recursos socio-estructurales potenciales y reales de una red de relaciones, hasta los autores que se refieren al activo de los vínculos de confianza social que producen bienes colectivos.

Ya que, independientemente, de gestionar recursos económicos, generan otro tipo de recursos importantes en términos de redes sociales, influencia, prestigio e información; elementos vitales que permiten la ejecución de soluciones a complejos problemas sociales. Por lo que, el valor añadido que aporta el Tercer Sector a la sociedad es el capital social, que se define como un tipo de activo que reside en las redes de cooperación y los vínculos de confianza entre diferentes actores de la sociedad (Putman, 2001).

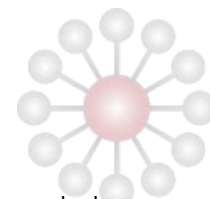
Las organizaciones del tercer sector (OTS) desarrollan una diversidad de actividades de atención oportuna a los problemas sociales locales, con un espíritu de servicio y corresponsabilidad, que permiten una proximidad con la población. “Estas entidades que existen para impregnar todos los actores sociales con sus ideas. El reto es hacerlo con profesionalidad, creatividad y eficacia” (Vidal, 2004).

El tercer sector en México

Las organizaciones del Tercer Sector favorecen el desarrollo social debido a su capacidad de producir capital humano y capital social en una sociedad (Putman, 2001). Esto implica un cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad, con la finalidad de alcanzar el bienestar social.

Sin embargo, la reciente inserción de las OTS en el escenario social demandante, complejo, dinámico y en constante crisis ha ocasionado que, al interior, aún existan carencias importantes en su profesionalización y desarrollo; y al exterior, crezca la exigencia de resultados e impactos directos en el desarrollo social.

Hoy más que nunca, las OTS deben tomar iniciativas que refuercen la confianza y la reputación. La gestión efectiva de la comunicación organizacional es una estrategia que busca mejorar la transparencia, fomentar la confianza social y la reputación en las organizaciones, activos fundamentales para la producción de capital social. Así, es necesario contar con una gestión de la comunicación que logre vínculos sociales fuertes que provoquen colaboración, participación e integración de todos



los actores públicos, privados o sociales, y así abordar de la mejor manera una problemática.

En México, existe un bajo nivel de desarrollo de la sociedad civil organizada, comparado con otros países. Estos son algunos datos de nuestro país:

- ∅ La mayoría de las organizaciones de la sociedad civil que se tiene registro tienen un ciclo de vida corto, cada año desaparece alrededor de la mitad de todas las organizaciones existentes, en tanto que se suma un número ligeramente mayor de nuevas entidades.
- ∅ La mayoría de las OTS mexicanas son organizaciones de tamaño micro y pequeño.
- ∅ Mientras que Chile tiene existe una densidad institucional de 50 organizaciones para cada 10,000 personas; en México se cuenta con una organización por cada 20,000 habitantes (ITAM, 2009).

Por otra parte, en innumerables ocasiones, se ha demostrado que los mexicanos son solidarios. Ante la ocurrencia de un desastre, un huracán, un terremoto, responden con generosidad. Sin embargo, en términos del apoyo y participación en las organizaciones de la sociedad civil, México ocupa el último lugar entre 36 países, desarrollados y no desarrollados de América Latina, Europa y África, la sociedad civil en México presenta las siguientes características:

- ∅ El 0.4% de la Población Económicamente Activa es parte de la fuerza laboral del sector no lucrativo. El promedio para los países en vías de desarrollo fue de 1.9%, es decir, cinco veces mayor que en México.
- ∅ Menos del 7% son donativos del sector privado, lo que constituyen el 0.04% del PIB.

Esto sitúa a México en el último lugar de los países estudiados.

- ∅ Un 8.5% son recursos gubernamentales, lo que ubica a México en el último lugar entre los países latinoamericanos.
- ∅ Un 85% de su financiamiento es de cuotas. En este rubro México se colocó en segundo lugar a nivel internacional (Salomón, 1999).

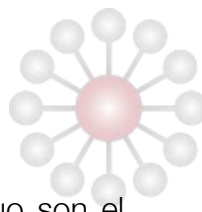
La 1a. Encuesta Nacional sobre Filantropía y Sociedad Civil del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), revela que los mexicanos no confían en el sector no lucrativo:

- 1) 74% de los mexicanos tienen poca o ninguna confianza en el sector.
- 2) 79% prefiere dar su apoyo directo a una persona necesitada más que a una institución (Layton, 2005).

Los resultados de la 2da. Encuesta Nacional sobre la filantropía y la sociedad civil efectuada en 2008 concluye que:

- ∅ La generosidad mexicana se efectúa por vías informales.
- ∅ Los mexicanos no se sienten vinculados a las organizaciones sociales.
- ∅ Los mexicanos no participan directamente en proyectos de asistencia social (Layton, 2008).

Los datos presentados demuestran el bajo nivel de desarrollo organización de la sociedad civil en México. Esto puede ser consecuencia de una tradición política paternalista y autoritaria que no permitió el fomento del asociacionismo entre los



mexicanos. Hoy en México, existen problemas que impiden el desarrollo y sustentabilidad del tercer sector en México, pues, se carece de políticas públicas, marco legal y fiscal, que fomente la corresponsabilidad y la filantropía formal.

En los próximos años, la supervivencia las organizaciones del Tercer Sector dependerán de la calidad y transparencia con la que conduzcan su desempeño. En México, esta problemática es más compleja, ya que es necesario enfrentar la escasa profesionalización, el bajo nivel de transparencia y una débil cultura de la participación en la sociedad civil organizada (ITAM 2010). Ante esto, es necesario señalar que el desarrollo de la sociedad civil organizada dependerá en gran medida de su capacidad comunicar sus valores a la sociedad mexicana.

De acuerdo con el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI, 2008) existen 33, 010 organizaciones que componen el Tercer Sector y se agrupan en 4 tipos:

- ∅ Religiosas (6,806): Que nacen a raíz de las actividades de culto, algunas con fines de evangelización y otras con fines de asistencia social.
- ∅ Beneficio mutuo (6,659): Son las que surgen por la necesidad de defender los intereses por una problemática común.
- ∅ De servicios a terceros (19, 428): Buscan otorgar asistencia social a grupos vulnerables y atiende problemáticas sociales.
- ∅ Partidos y asociaciones políticas (117): Su finalidad es promover ideologías políticas.

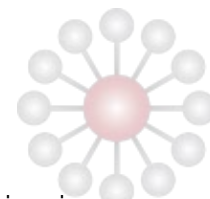
Las funciones centrales de estas OTS de

servicios a terceros y de beneficio mutuo son el financiamiento social y la articulación de esfuerzos locales. Por lo que, es importante el trabajo de estas organizaciones en la construcción de capital social en diversas regiones del país; Putman (2001) afirma que: “Capital social se refiere a aquellos rasgos distintivos de la organización social, tales como confianza, normas y redes, que pueden mejorar la eficiencia de una sociedad facilitando la acción coordinada”.

Es importante considerar que, para que una OTS logre sus objetivos, se necesita de algo más que acciones aisladas, se requiere gestionar de manera integral todos los procesos que generen credibilidad, confianza y solidaridad al interior y exterior de la organización.

En este contexto nacional, las OTS enfrentan los siguientes retos:

1. Fomentar el liderazgo ciudadano: Se requiere de esfuerzos de detección, acercamiento, vinculación, acompañamiento y motivación de los diversos actores que contribuyan en el desarrollo social. Y además, es necesario concientizar a los miembros de la comunidad de su responsabilidad en los cambios deseados y en el que esos cambios no pueden lograrse sin el compromiso y participación directa de los involucrados.
2. Incrementar la filantropía: Buscar la movilización de recursos locales, nacionales, públicos y privados, así como con la creación de puentes con otras organizaciones, fundaciones y donantes de todo tipo también a nivel internacional, a través de esfuerzos de vinculación que ofrezcan soluciones a problemáticas e intereses comunes. Lograr la credibilidad y el fomento de una cultura solidaria con terceros, en un contexto en donde las necesidades son apremiantes y los recursos



escasos es una meta difícil de alcanzar.

3. Fortalecer sus propios procesos de organización interna: Para ello deben contar con consejos directivos o patronatos comprometidos y representativos de las comunidades. Desarrollar e implementar metodologías efectivas, para el análisis, diagnóstico y evaluación comunitaria. Incrementar y fortalecer su transparencia, la rendición de cuentas y visibilidad de sus acciones y logros.

La comunicación en el tercer sector

La confianza es un favor fundamental para la construcción de una cultura solidaria y de corresponsabilidad social. En este sentido Drucker (1994) señala que:

«Las organizaciones se fundan en la confianza. Confiar en los otros significa saber qué podemos esperar de ellos. Confianza es sinónimo de entendimiento mutuo...Esto es mucho más importante en una entidad sin fines de lucro que en una empresa comercial, porque típicamente aquélla tiene que depender del trabajo de un sinnúmero de voluntarios y personas que escapan a su control. [...] En estas entidades es muy importante (mucho más que en una empresa) insistir en la claridad de los compromisos y las relaciones.»

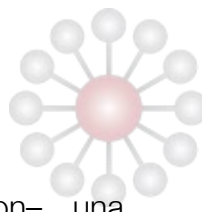
La teoría de la acción colectiva y de las redes sociales afirman que el capital social formado por redes de reciprocidad, cooperación voluntaria y compromiso, contribuye a la formación de la comunidad (Vargas, 2003). Esto se basa en: Primero, que las redes sociales son un proceso de fusión de elementos cognitivos y relaciones de

poder entre individuos, grupos y organizaciones que se interrelacionan en estructuras para construir un colectivo; y segundo, sostiene que la acción colectiva es una forma de potencializar los recursos simbólicos individuales ante la exclusión que ha generado el mercado y el estado en la sociedad postmoderna.

Por otra parte, Burt (1978) al definir el principio de cohesión de la teoría de redes sociales, asevera que los actores de una red se vinculan, realizando procesos de socialización por interacción y la fuerza se basa en la intensidad de los lazos de comunicación.

Entender la comunicación como oportunidad de tejer lazos, plantea una amplia gama de posibilidades de interacción en el ámbito social. Por lo que, en la medida en que las OTS cuenten con mecanismos de comunicación facilitarán el entendimiento, la coordinación y la cooperación que posibilitan el crecimiento y desarrollo de las organizaciones y finalmente de la sociedad.

En la Teoría de la acción colectiva, Olson (1992) señala que, los individuos llegan racionalmente a la acción colectiva cuando existen intereses compartidos con los miembros del colectivo y buscan incentivos selectivos y privados. Para lograr los intereses compartidos es necesario que se informen de manera efectiva sus alcances para que se adopten por los integrantes de la sociedad. El mantener una comunicación constante de la organización con sus públicos permite informar, motivar, apalancar, alinear, mantener, actualizar e involucrar en torno a los objetivos, metas y procesos evolutivos de la organización, con el fin de incrementar y facilitar su sentido de pertenencia, compromiso, identificación en el cumplimiento de



los objetivos, entre otros factores.

La práctica de la comunicación organizacional configuró desde los años cuarenta una experiencia dentro de las empresas para planificar las relaciones, la participación y la comunicación de empleados y directivos de las organizaciones. Toda esta doctrina teórica tiene sus fuentes en las distintas teorías científicas de la administración y dirección de empresas que recorren la segunda mitad del siglo XIX y el siglo XX. En estas corrientes destacan la Escuela clásica con autores como Weber, Taylor o Fayol; la Escuela de relaciones humanas con Mayo, Herzberg, Maslow, Mc Gregor o Likert; la Escuela de sistemas con Wiener, Katz y Kahn, Krepes; y por último, el Modelo cultural con autores como Schein, Ouchi, Putnam, Mitroff y Mason.

El concepto de comunicación organizacional, nace en 1968, sustituye a lo que hasta ese momento se conocía como “business communication” e “industrial communication”, y que hasta esos años integraba toda la comunicación interna y el ámbito empresarial. Este espacio de la comunicación organizacional pasa entonces a designar a todo proceso de comunicación que ocurre entre los miembros de una colectividad social. (Del Pozo, 1997). A finales de la década de los 80 surgen nuevas ideas entorno a la práctica de la comunicación organizacional como idea integral.

Este concepto se entiende como espacios de relación entre la organización y un público determinado. Todas estas áreas estratégicas forman lo que denomina Costa (1995) “el ecosistema de la comunicación corporativa”. Entendiendo lo corporativo como empresa, desde

su significado anglosajón –corporation– una empresa como resultado de «emprender» una acción ardua, que entraña riesgos o como una causa noble, una misión trascendente, ya sea la puesta en marcha de una sociedad anónima, una asociación o un partido político.

Gestionar la comunicación en las organizaciones planeando los mensajes clave dirigidos a sus públicos estratégicos que permita comprometer a su integrantes, lograr la productividad y sensibilizar a la opinión pública no es una tarea sencilla o un esfuerzo esporádico. De acuerdo con Rebeil y Nosnik (2000), la comunicación organizacional:

“...es aquella que dentro de un sistema económico, político, social o cultural se da a la tarea de rescatar la contribución activa de todas las personas que lo integran operativa y tangencialmente y busca abrir espacios para la discusión de los problemas de la empresa o institución esforzándose por lograr soluciones colectivas que benefician al sistema y que lo hacen más productivo”.

La estrategia de comunicación de las OTS, según los estudios y trabajos realizados hasta el momento, no es el punto fuerte de su gestión. Las pequeñas y medianas asociaciones tienen una visión crítica sobre sus propias estrategias:

«Carecemos de una estrategia de comunicación adecuada. Tenemos poca capacidad para transmitir a la sociedad problemas muy importantes, la gente no nos conoce o nos conoce mal, a menudo no conseguimos captar su interés..... En general, tenemos serias dificultades para romper el silencio de la prensa y los medios de comunicación, para difundir y



proyectar nuestra realidad asociativa hacia el entorno social. Sólo atraemos la atención de los medios cuando hay una catástrofe o algún escándalo en el que estén implicados asociaciones u ONL. Nuestros propios medios de comunicación son inexistentes, insuficientes o inadecuados. La comunicación es una asignatura pendiente en la mayor parte de las asociaciones.» (Fundación Esplai, 2002:20).

La gestión de la comunicación contribuye no sólo como estrategia que difusión sino también como herramienta de socialización y cohesión dentro y fuera de la organización. Este comportamiento diario debe alcanzar a toda la organización, y debe fluir en todos los sentidos. El carácter global de la comunicación hace que en la organización “todo comunique” (Costa, 2001), por lo que las OTS beben aprovechar esta circunstancia para generar compromiso en su voluntariado, credibilidad y confianza en sus donantes y en la sociedad; es decir, que la comunicación se convierta en un elemento generador de capital humano, relacional y social para que de esta manera se logre el cambio social.

El carácter integral y global de la gestión de la comunicación permite interrelacionar todas las áreas de la organización: área financiera, área de planificación estratégica, área de recursos humanos, etc. Esto se debe a que: “La comunicación en las organizaciones mexicanas se expresa como una estrategia integral de comunicación que incorpora, entre sus tareas, la comunicación interna, la comunicación corporativa o institucional, así como los procesos publicitarios, que incluyen la mercadotecnia entre los clientes

actuales y los clientes potenciales de las mismas organizaciones” (Rebeil, 2000: p 160).

Por esta razón, la comunicación pasará a formar parte de los planes estratégicos de las organizaciones como señala Pizzolante (2004:240): «La comunicación estratégica depende de un proceso de planificación que permite diseñar un plan que contribuya a difundir adecuadamente nuestras acciones, a través de mensajes transmitidos frecuentemente por voceros formales e informales de la organización, quienes juegan un papel fundamental en la construcción transparente de confianza.»

A este concepto se le conoce como Comunicación Integral, que es una forma de entender a la comunicación en una organización tanto en una dimensión interna como exterior con el objetivo de generar una imagen pública favorable a los objetivos de la organización.

Un enfoque integral de la comunicación permite lograr uniformidad y el cumplimiento de objetivos estratégicos desde la planeación, en la ejecución, empleo de medios y herramientas y la evaluación de la misma. Esta visión de 360° de la comunicación contempla que la organización es una comunidad viva de personas que evolucionan y cambian en su interacción constante con el entorno o supra sistema. A esto se le conoce como Comunicación Integrada. (Rebeil, 2000)

Actualmente, debido a la complejidad de las organizaciones y la exigencia del entorno, la



comunicación no sólo puede considerarse en un nivel de básico de la producción del mensaje correcto, por los canales y medios adecuados, además debemos buscar la eficiencia efectividad por lo que “toda comunicación tiene una intención” (Nosnik, 1995). Esto significa que la intención de la comunicación busca “producir” un efecto. Un enfoque productivo de la comunicación estudia los flujos de información y los mecanismos de retroalimentación necesarios para la calidad de vida a la que un grupo humano aspira.

Es decir, la Comunicación Productiva consiste en situar al proceso de la comunicación en su propio contexto, o en el sistema al que sirve para que dicho sistema como un todo cumpla, a su vez, con sus propios objetivos y metas. La Comunicación Productiva, nace de la retroalimentación que nos permite conocer las necesidades de los sistemas donde ocurre la comunicación para que ésta se alinee con los fines últimos de éstos y así contribuir a su logro (Nosnik, 1995).

Conclusión

La gestión de la comunicación no es ajena al mundo de las OTS y es una práctica ligada tanto a su quehacer productivo cotidiano como estratégico. Comunicar significa: concientizar, sensibilizar, difundir, denunciar, educar, luchar, cambiar, promover o presionar, y es a través del proceso de comunicación como las OTS se convierten en verdaderos y legítimos interlocutores sociales.

Como señala Edgar (2001), está probada la relación directa entre la inversión realizada en manejar la comunicación y la efectividad en el logro de los objetivos de los programas exitosos. Y agrega que, se ha podido demostrar que la inversión en comunicación de la Fundación “California Wellness” en su programa de prevención contra la violencia

juvenil, ha logrado muy buenos resultados, ya que a través de distintas acciones de comunicación ha conseguido cambiar la opinión pública sobre la violencia en el estado de California, USA y propiciar el incremento de la inversión estatal en la prevención de la misma.

Según Costa (1995:293), la comunicación es “el sistema nervioso central de las organizaciones”, que el flujo que se genera en el conjunto de relaciones interpersonales en la organización y de ésta con su entorno.

En este sentido, las organizaciones del Tercer Sector juegan un papel muy importante a la hora de comunicar valores y romper con prejuicios, puesto que esta función comunicativa está inserta en su propia identidad como afirma Vicente Vidal (2004):

“Las empresas comunican para existir, pero las organizaciones del Tercer Sector existen para comunicar, para transmitir sus valores a la sociedad. Se puede decir que la comunicación forma parte de la esencia misma de estas organizaciones, y está presente en todos sus procesos, en toda la gestión”.

Por medio de las organizaciones de la sociedad civil las personas ejercen su ciudadanía, construyen soluciones para atender los problemas públicos. Por lo que la gestión de la comunicación contribuye de manera significativa en el logro de sus objetivos: coordinar y vincular acciones colectivas con base en valores compartidos para lograr un cambio que contribuya al bienestar social.



Cuando esta gestión se desarrolla con un enfoque integral (Rebeill, 2000) y con una perspectiva productiva (Nosnik, 1995) las formas de comunicación de las OTS, se convierten formas de influir en otras las relaciones, percepciones y acciones de los actores sociales que tienen la capacidad de provocar un cambio a favor del bienestar social.

La labor de vinculación entre lo público y lo privado para atender demandas sociales, es un complejo y difícil campo de actuación, de ahí la importancia de una gestión estratégica de la comunicación que agilice estos procesos de interacción social. La gestión integral de la comunicación productiva es una propuesta efectiva que facilitará la administración de los recursos humanos, materiales y culturales, y que, finalmente se reflejará en su capacidad de “producción de capital social”

Por ello, resulta importante investigar de que manera gestionan la comunicación las organizaciones del Tercer Sector para describir experiencias exitosas y proponer modelos que permitan mejorar las prácticas comunicativas de este tipo de organizaciones. Profesionalizar las organizaciones del Tercer significa mayor generación de capital social y bienes colectivos que contribuyan a bienestar social: el mandato del Tercer Sector.

Bibliografía

BOBBIO, N. (2006). Estado Gobierno y sociedad.

Por una teoría general de la política, Fondo de cultura Económica.

BURT, R.S. (1978). Cohesion versus structural equivalence as a basis for network subgroups en Sociological Methods & Research.

CENTRO MEXICANO PARA LA FINLANTROPIA. (2010). Disponible en: www.cemefi.org

COLEMAN, J.S. (1990), Foundations of social theory, Cambridge: Belknap Press.

COSTA, J. (2001). Imagen corporativa en el siglo XXI, Buenos Aires: La Crujía ediciones.

COSTA, Joan (1995). Comunicación corporativa y revolución de los servicios. Madrid, España: Ediciones de las Ciencias Sociales.

DEL POZO LITE, Marisa (1997). Cultura empresarial y comunicación interna. Su influencia en la gestión estratégica. Madrid, España: Fragua.

DRUCKER, P. (1994). Dirección de instituciones sin fines de lucro, Buenos Aires: El Ateneo.

EDGAR, J. (2001). Don't cut spending on communications. The Chronicle of Philanthropy, 19 de abril, vol. 13, issue 13, pp. 43-44.

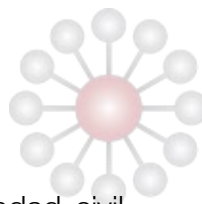
FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (2008). Ficha técnica. Septiembre 2008. Disponible en: <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/spa/civs.htm>

FUNDACIÓN ESPLAI (2002). El Tercer Sector visto desde dentro. La renovación de las ONG y los retos de la exclusión social, Barcelona.

GIDDENS, A. (1999). La Tercera Vía: Reflexiones sobre la situación política actual y el futuro de la social-democracia. Rio de Janeiro: Record.

HALL, R. (1996). Organizaciones: estructura, procesos y resultados (6ª. Ed.) México: Editorial Prentice Hall Internacional.

LAYTON, M.; CÓRDOVA, R.; MORENO A. (2005). I Encuesta Nacional sobre filantropía y la sociedad



civil. ITAM Disponible en: http://www.filantropia.itam.mx/docs/ENAFI_2005.pdf

LAYTON, M.; CÓRDOVA, R.; MORENO A. (2008). II Encuesta Nacional sobre filantropía y la sociedad civil. ITAM Disponible en: <http://www.filantropia.itam.mx/enafi/enafi.html>

LAYTON, M.; CÓRDOVA, R.; MORENO A. (2008) Proyecto sobre filantropía y la sociedad civil. ITAM Disponible en: <http://www.filantropia.itam.mx>

NOSNIK OSTROWIAK, ABRAHAM (1995) Linealidad, Dinamismo y Productividad: Tres Concepciones de la Comunicación Humana y social, trabajo presentado en la Universidad del Tepeyac, a invitación del Centro de Investigación de dicha institución académica el 10 de octubre de 1995.

OBSERVATORIO DEL TERCER SECTOR (2010). Disponible en: www.tercersector.net

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (2010). Carta de las Naciones Unidas. Disponible en: <http://www.un.org/es/>

OLSON, M. (1992), "La lógica de la acción colectiva", México: Limusa

PIZZOLANTE NEGRÓN, I. (2004). Portavocía. En: LOSADA DÍAZ, J. C. (coord.). Gestión de la comunicación en las organizaciones, Barcelona: Ariel, pp. 239-258.

PUTMAN, R. D. (2001). "Social Capital: Measurement and Consequences". Canadian Journal of Policy Research, Social Capital. Vol. 2, núm. 1, primavera 2001.

REBEIL, M. A. Y NOSNIK, A (2000), "Introducción" en Rebeil, M.A. y RuízSandoval, C. (Coords.) El Poder de la Comunicación en las Organizaciones, Universidad Iberoamericana- Editorial Plaza y Valdés, pp. 13 – 32.

SALAMON, L.; ANHEIER, H.; LIST, R.; TOEPLER,

S. Y SOKOLOWSKI, S. (1999). La sociedad civil global. Las dimensiones del sector no lucrativo. Buenos Aires, Fundación BBVA.

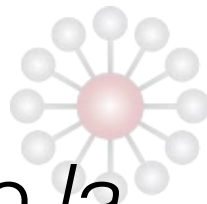
VARGAS, J.G. (2003). Teoría de la acción colectiva: Sociedad civil y movimientos sociales en las nuevas formas de gobernabilidad en Latinoamérica. Nómadas, Enero-Junio no. 7 año 2003. Universidad Complutense de Madrid.

VIDAL, P. (2002) Llibre blanc del tercer sector cívicosocial: document de síntesis, Barcelona: Centre d'estudis de Temes contemporanis.

Sobre el Autor:

Mtra. Patricia Durán Bravo.

Profesor Investigador de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la BUAP. Licenciada en Comunicación, Maestra en Administración y Estudiante del Doctorado en Comunicación Aplicada de la Universidad Anáhuac Norte.



Los retos de la comunicación organizacional en el modelo neoliberal

Rosa Ma. Macías
Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Resumen: La comunicación organizacional nace con una visión humanista descubriendo con el tiempo la importancia de la comunicación interpersonal, sin embargo ante el modelo neoliberal la comunicación organizacional ha transformado sus raíces y ha sucumbido ante una visión funcionalista debido a la globalización y las exigencias de competitividad que de ella se derivan. Ello trae como consecuencia replantearse en el ámbito académico el procesos de impartición de la materia para formar comunicadores organizacionales y no sólo administradores de información.

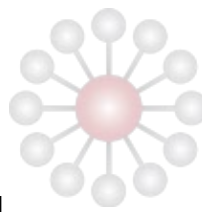
Génesis y trayectorias de la comunicación organizacional. Del paradigma humanista al funcionalista, y viceversa

La filosofía que da pie al surgimiento de la comunicación organizacional se inicia con la crisis de los años treinta en los Estados Unidos, producto del agotamiento del modelo capitalista aplicado hasta esos momentos. De ahí que sus inicios estén signados por la necesidad de enfatizar el peso del factor humano en las empresas.

Debido a la guerra de superproducción que Carlos Marx pronosticara como una de las crisis económicas del capitalismo, en los años 30's un empresario con visión como lo fue Henry Ford, ante la certeza de que no vendería muchos automóviles tuvo la ocurrencia de otorgar a cada uno de los empleados una unidad lo que permitió sacar la

mercancía del almacén, proyectar una imagen de confianza y éxito al consumidor, y además motivar a sus empleados (esto es sólo de unos de los ejemplos de los cambios organizacionales que se dieron en esa época).

Esta concepción del empleado como parte medular de la organización constituyó el punto clave de la llamada revolución de los recursos humanos enfocada a la mejora sustancial de la calidad de vida de los trabajadores mediante una intensa sensibilización ante sus necesidades, la ampliación de prestaciones y el cambio de fondo en los roles organizacionales. Estos son los años, también, del surgimiento de los sindicatos y las grandes conquistas de los trabajadores en materia laboral como la jornada laboral de 40 horas semanales, las prestaciones de ley como el servicio médico, el pago de vacaciones y aguinaldo, entre



otras, donde se centraría la esencia del enfoque organizacional desde sus inicios.

Sin embargo, a pesar de este origen humanista de la comunicación organizacional, las escuelas del comportamiento organizacional han transitado por varias etapas y enfoques. A continuación haremos una revisión muy somera de las mismas.

Desde el punto de vista teórico es Max Weber el primero que se empieza a preocupar por el funcionamiento de las organizaciones, lo que puede observarse en su texto *La teoría de las organizaciones económicas y sociales*, 1947. En él, el autor intenta determinar una forma de organización que fuera útil a las necesidades de la sociedad industrial. Sus estudios y análisis lo llevaron a plantear su teoría de la burocracia. Algunos de sus elementos son:

- a) División precisa del trabajo y como consecuencia la especialización en las funciones
- b) Contar con una jerarquía de autoridad bien definida.
- c) Desarrollar normas, reglas y estándares de operación que sean precisas.
- d) Delimitar la injerencia del personal en la propiedad de la organización, etc

Otros autores que comparten en algunos aspectos la teoría de Weber son Taylor (1911) y Fayol (1929)¹ quienes buscan que dentro de las organizaciones existan jerarquías bien delimitadas, definir en forma clara la posición de cada uno de los miembros dentro de la organización y la existencia de reglamentos y normas objetivas que generen

¹ Para mayor información consultar: Taylor, Frederick (1947) *The Principles of Scientific Management*. New York: Harper, y Fayol, Henry (1929) *General and Industrial Management*. Ginebra: International Management Institute.

una comunicación formal, oficial y vertical.

Si bien es cierto que estas primeras teorías resultan base fundamental de la conformación de la comunicación organizacional desde un punto de vista administrativo-organizacional, en sentido estricto constituyen un antecedente fehaciente en los inicios de este sub-campo, mas no forman parte del cuerpo teórico de la comunicación organizacional porque aún no tienen contemplado la parte esencial de la organización que es el factor humano.

Otra postura la encabezan autores como: Elton Mayo, Kurt Lewin y Rensis Likert con el surgimiento de la Teoría Humanista donde ya intervienen los elementos humanos de la organización. Para estos teóricos, el impacto de los factores físicos que inciden en el comportamiento organizacional como la iluminación, el liderazgo, la comunicación interna, entre la que se encuentran las relaciones entre grupos, la moral, la solución de problemas, etc., constituyen elementos insoslayables en la valoración del papel del factor humano dentro de las organizaciones.

A través de los estudios realizados en esta dirección la escuela humanista empieza a influir en las organizaciones para lograr por ejemplo, una mayor participación de todos los integrantes en las decisiones de la organización, o bien estructuras más flexibles e integradas que permitan conciliar las necesidades organizacionales con las individuales, lo que instala una nueva orientación de lo que puede ser la cultura organizacional al preocuparse por el desarrollo y la motivación de los miembros de una organización.

Es precisamente esta teoría la que influye en la revolución de los recursos humanos de la que hablábamos más arriba y es precisamente a la que podemos atribuir el origen de la comunicación



organizacional ya como una disciplina propia del área humanística e independiente de la disciplina administrativa.

Más adelante la Teoría de Sistemas encabezada por autores como E. Trist, Daniel Katz y Robert Kahn hace contribuciones importantes a la teoría humanista entre las que podemos destacar: la profundización de la comunicación interna dentro de las organizaciones mediante la implementación de la retroalimentación como aspecto determinante entre los distintos actores de la organización con vistas al control y la evaluación.

Con esta nueva contribución se empiezan a considerar como parte importante de la comunicación organizacional elementos de la psicología del trabajador para determinar cuáles podrían ser las funciones óptimas a desarrollar de acuerdo a su personalidad, habilidades, etc. En esa misma tónica puede decirse que inicia la preocupación por la comunicación entre los empleados y no exclusivamente entre el jefe y el empleado.

No obstante lo anterior, hacia mediados de la década los años sesentas, la comunicación organizacional deja de enfocarse en los factores internos de la organización para ampliar su visión hacia afuera, es decir, hacia el entorno exterior, considerando también a los competidores, a los proveedores y a la sociedad en general. En este nuevo orden de cosas, la Teoría Contingente es la que ofrece el sustento teórico que posibilita la consolidación de este enfoque en el entorno de la organización que comprende tanto aspectos internos como externos.

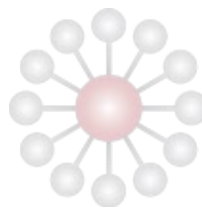
Para los autores de esta corriente (Joan Woodward, Tom Burns, G.S. Stalker, Paul Lawrence y Jay Lorsch) la comunicación en la comunicación organizacional es el elemento integrador de una

organización en el mundo cambiante y dinámico en que vivimos. Ello incluye una visión de psicología social y no sólo psicología conductual como las anteriores teorías ya que la teoría contingente toma en cuenta aspectos como la motivación, la participación, el desarrollo individual y de grupo, la evolución de los empleados en el plano profesional, etc, mientras que en los enfoques anteriores el énfasis se encuentra en la productividad del trabajador.

En ese sentido, consideramos a la teoría contingente como la que pule o perfecciona los rasgos humanistas que encontramos en los enfoques iniciales de la comunicación organizacional y que luego son desechados por la teoría funcionalista y más recientemente por la teoría neoclásica que debido a los cambios económicos sociales y políticos de los últimos tiempos ha logrado dar un giro muy importante a la comunicación organizacional.

Es evidente que la llegada de la globalización y el neoliberalismo nos han obligado a ver las cosas de distinta manera. La caída del socialismo ha provocado un desequilibrio mundial en la competencia de los modelos económicos y ha provocado un regreso a un capitalismo salvaje, neoliberalista. Los niveles de competencia a nivel global y la velocidad de los cambios mundiales en cada rubro, han trastocado muchos de los logros alcanzados en materia organizacional debido a los niveles de competitividad exigidos en estos momentos, dando origen así a la llamada Escuela Neoclásica cuyo énfasis en la innovación constante, la productividad y la competitividad, ha sustituido el enfoque humanista por un nuevo funcionalismo basado en resultados y calidad a toda costa.

Este nuevo enfoque pragmático, entre cuyos autores más importantes se encuentran Peter



Drucker, Louis Allen, Ralph Davis y Ernest Dale, prioriza el factor de productividad sobre el factor humano, trayendo como consecuencia la pérdida de muchos de los avances en materia de seguridad laboral logrados durante la revolución de los recursos humanos a través de los años y desechadas ahora en pos de la competitividad.

Hoy en día las organizaciones no se pueden dar el lujo de tener en sus filas un empleado que no garantice productividad máxima, reduciendo además su capacidad para ofrecer las prestaciones básicas debido a que tienen que equiparar sus precios de producción a nivel internacional. Ejemplos tenemos muchos respecto a estos cambios: personas mayores de cuarenta años con dificultades para encontrar empleos, rotaciones altas en las organizaciones y pérdida de derechos básicos en los trabajadores como seguro médico, pago de vacaciones, aguinaldo, primas por antigüedad, etc. Al contratarlos por honorarios las organizaciones no se comprometen a brindar ninguno de los derechos anteriores; todo ello con la finalidad de reducir costos de operación y entrar en el difícil mundo de la competitividad.

Este estado de cosas no sólo afecta al trabajador que es evidentemente quien a corto y mediano plazo sale altamente perjudicado, sino también a la organización pues no logra comprometer al trabajador más allá de su beneficio económico. En estos momentos de crisis del modelo pos industrialista, es fundamental comprender que perder de vista el factor humano en una organización conduce a la destrucción de ese espacio común que la constituye e identifica interna y externamente. De ahí que la falta de interés por el factor humano en las organizaciones tienda a su vez a consolidar el carácter efímero y temporal de las mismas.

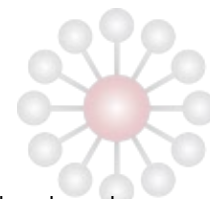
La cultura organizacional

La organización en el último cuarto de siglo se ha convertido en un hecho cultural más que económico porque se ha transformado en algo que desborda el campo meramente administrativo y financiero para situarse como una instancia nada despreciable de respuesta a los problemas culturales y sociales como: el equilibrio ecológico, el desarrollo profesional, la migración, la estabilidad laboral y política, etc.

Su dinamismo alcanza a afectar toda la cultura porque la organización forma parte de la cultura y ésta a su vez no puede ser entendida sin referencia a las organizaciones en tanto parte del desarrollo de la humanidad. De hecho las organizaciones e instituciones han sido el factor cultural más importante de la sociedad occidental de los últimos doscientos años, así como la empresa moderna lo fue de la era industrial.

Desde el punto de vista sociocultural, las organizaciones pueden ser entendidas como sistemas de intercambio de relaciones humanas encaminadas a la producción de bienes y servicios que toma en cuenta tanto al capital como a la fuerza laboral, amén del proceso productivo mismo, y se rige por las leyes y la dinámica del mercado. Su contribución al campo económico se extiende como ya hemos advertido al campo social y cultural toda vez que constituyen también espacios de producción de bienes simbólicos, y en consecuencia contribuyen a la comprensión e interpretación del mundo que nos rodea ayudando a la conformación del sistema de creencias que permite al ser humano conocer su realidad, juzgarla e incidir en ella con sus acciones.

Sin embargo, en tanto “unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se



coordinan para elaborar una producción que responda a los requerimientos del medio humano en el que la propia empresa actúa” (Guzmán, 1969, p. 28), la organización elabora también su propia cultura, o lo que comúnmente se denomina cultura organizacional.

Tal y como sucede con la cultura, la cultura organizacional provee a los integrantes de una organización de identidad colectiva en tanto comparten el mismo territorio, o la misma historia o memoria colectiva del pasado, mismas creencias y valores, etc., ofreciendo además un sentido de pertenencia que conduce a la conciencia del nosotros que a la manera de ordenamiento de la realidad provee de significados compartidos sobre el mundo al ser humano.

En las organizaciones, estos significados compartidos constituyen además de la información necesaria para su funcionamiento, las reglas explícitas e implícitas que dan forma a la organización misma, es decir, que la identifica y la cohesiona tanto a nivel interno como externo y que al mismo tiempo permiten definir lo aceptable y lo inaceptable en las organizaciones, o lo que es lo mismo las normas y significados que posibilitan el buen funcionamiento de la cultura organizacional (aquí consideramos desde quien puede recibir un ascenso y cómo, qué decisiones se toman, cuáles son las funciones y los roles de determinado empleado, cómo se deben comunicar entre sí los integrantes de una organización ya sea verbalmente o no, cómo se visten e incluso los deportes que practican).

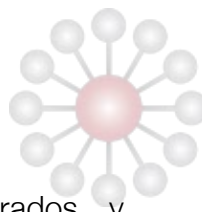
Es por ello que la cultura organizacional debe fortalecerse y consolidarse mediante el auxilio de la comunicación pues esta, como ya definimos, es punto de partida y final de la existencia de una organización. Pensar en la forma en que

fluyen los mensajes, su dirección, o el hecho de que la comunicación vertical sea ascendente o descendente o exista horizontalidad, o si la comunicación formal tiene credibilidad o no, si la comunicación se da a través de un lenguaje directo o indirecto, si se busca o no la retroalimentación, entre otros factores... todo ello va a derivarse en valores y creencias de las organizaciones, más aún va a contribuir a definir el estilo de la comunicación dentro de una organización.

En ese sentido podemos definir la cultura organizacional como “el conjunto de elementos interactivos fundamentales, compartidos grupalmente, sedimentados a lo largo de la vida de una organización, a la cual identifican, por lo que son transmitidos a los nuevos miembros y que son eficaces en la resolución de problemas.” (Aguirre, 1996, p. 42) y además como sistema de valores, creencias, actitudes, hábitos, normas y políticas que dan identidad, personalidad y destino a una organización en el logro de sus fines económicos y sociales” (Casares-Siliceo, 2005, p. 48).

Para concluir, podemos resumir que la cultura organizacional está conformada por los siguientes elementos:

- a) Los valores: son los principios regidores de una organización, son las creencias y conceptos básicos; ellos proporcionan identidad porque otorgan sentido de pertenencia, orientan el comportamiento, regulan la vida social y son un instrumento de realización humana.
- b) Los visionarios: son los individuos que personifican los valores de la cultura y proporcionan modelos tangibles de papeles que deben desempeñar los integrantes de la organización. Algunos nacen y a otros los hacen los momentos memorables que ocurren en la vida cotidiana de la organización. El visionario es un gran motivador.



Ve el potencial a largo plazo de la organización y lo transmite.

- c) Los líderes: son los individuos con autoridad moral para conducir al grupo hacia una progresiva integración de relaciones, comportamientos internos y externos, dentro de la escala de valores, creando o reforzando una mística organizacional.
- d) Rituales y ceremonia: son rutinas programadas de la vida cotidiana con simbología y que brindan significación a sus miembros.
- e) Las comunicaciones: es la operación de la red cultural de la organización; cada integrante ocupa un rol dentro de la institución, incluye toda la información pero también la interpretación que se da.

Como se puede observar, entre los elementos que conforman la cultura organizacional se halla la comunicación, misma que ha sido definida en términos de significación, es decir, de información simbólica o información con sentido que opera como red para ser intercambiada entre los miembros de una organización. Por ello, la cultura de la organización, las redes de comunicación y las reglas de la comunicación están estrechamente unidas, afectándose mutuamente en tanto la cultura determina la frecuencia y calidad de la comunicación, así como la comunicación condiciona el desarrollo de la cultura organizacional.

Las implicaciones del modelo Neoliberal a la comunicación organizacional

Es evidente que el mundo ha cambiado a raíz de la llegada del sistema Neoliberal al mundo, la globalización ha implicado que la competitividad y la productividad se vuelvan una prioridad dentro de las organizaciones. Todo ello ha traído como

consecuencia que derechos consagrados y logrados con grandes sacrificios por revoluciones de recursos humanos se pasen por alto.

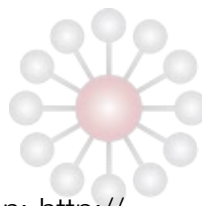
Cada vez más nos enteramos de organizaciones que no otorgan una serie de beneficios básicos a sus miembros. Contratos determinados, que legalmente amparan eximir a las organizaciones de brindar derechos como el pago de aguinaldo, las vacaciones e incluso derechos tan básicos como un seguro médico.

Todo lo anterior nos permite reflexionar sobre la verdadera vocación del comunicador organizacional. Como dijimos en un principio sus inicios se formaron bajo la filosofía humanista de que el factor humano es lo prioritario dentro de la organización.

De otro modo el comunicador organizacional se limita a ser un administrador de información, al servicio de un modelo que no contempla los derechos de los trabajadores y no puede realizar a cabalidad su vocación.

También con ello bien el reto de los académicos de comunicación organizacional en replantear la impartición de la materia e ir más allá de simplemente proveer de herramientas para el manejo de información sino como una filosofía y una vocación al interior de cualquier organización ya sea privada, pública, política, civil, etc.

Es ahí pues donde está el reto de los comunicadores organizacionales de este tiempo ante el modelo neoliberal.



Bibliografía

Aguirre Baztán, A. (1996). La antropología aplicada a la empresa. Revista de Antropología Aplicada 1/96, Instituto de Antropología de Barcelona, Barcelona.

Aristazábal, Pedro Juan (2009). "Intersubjetividad y comunicación". En Acta fenomenológica latinoamericana, Volumen 3 (IV Coloquio Latinoamericano de Fenomenología) Círculo Latinoamericano de Fenomenología. Lima, Pontificia Universidad del Perú y Morelia, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, pp. 335-355. Artículo disponible en línea en

Casares A., David, Siliceo A., Alfonso (2005) Liderazgo, valores y cultura organizacional. México: Mc Graw-Hill.

Fernández Collado, Carlos (1986) La comunicación humana, ciencias sociales. Mc Graw Hill, México.

Galindo, Jesús (1998) "Redes, comunidad virtual y cibercultura". En Héctor Gómez Vargas (comp.) Realidad virtual. Redes de interacción y comunidades de investigación. Universidad Iberoamericana, Cuadernos de Mass Culturas No. 8, pp. 15-28. Artículo en línea, disponible en: <http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=browse&id=2673>. Fecha de consulta: 9 de julio de 2010.

Gadamer, Hans George (1991). Verdad y método. Salamanca: Sígueme.

Grimson, A. (2007) Debates acerca de la interculturalidad y la comunicación. Revista Diálogos núm. 75, septiembre-diciembre.

FELAFACS. Artículo disponible en línea en: http://www.dialogosfelafacs.net/75/articulo_resultado.php?v_idcodigo=39&v_idclase=7 (fecha de consulta 21 de julio de 2010)

Guzmán Valdivia, Isaac. (1969) La sociología de la empresa. México: Jus.

Sánchez G. Salvador R. (2002). "La comunicación interpersonal en las organizaciones". En Carlos Fernández Collado, La comunicación en las organizaciones. Trillas, México, pp. 47-67.

Ricoeur, Paul (1996) Sí mismo como otro. Madrid: Siglo XXI.

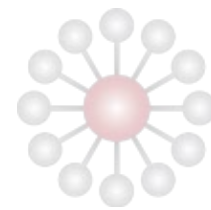
Schütz, A. y Luckmann, Th. (1977). La estructura del mundo de la vida. Buenos Aires: Amorrurtu.

Vattimo Gianni (1991). Ética de la interpretación. Barcelona: Paidós.

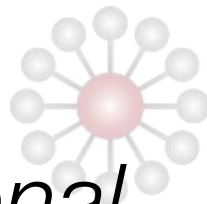
Sobre el Autor

Rosa Ma. Macías.

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Intercontinental, Especialidad



en Mercadotecnia Estratégica por el Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación y Maestría en Filosofía de la Cultura por la Universidad Intercontinental. Actualmente profesora-investigadora de la Academia de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la ciudad de México. Líneas de investigación: Identidad cultural y migración, filosofía intercultural, publicidad, comunicación organizacional, nuevas tecnologías, marketing político.



Y la comunicación organizacional ¿Para qué sirve?

María del Carmen Torres Salazar
Marco Antonio Petriz Mayen
Universidad Autónoma del Estado de Morelos

Resumen: Es innegable que la comunicación es de suma importancia para cualquier organización, desde una pequeña empresa comercial hasta una gran empresa manufacturera transnacional; desde una asociación filantrópica hasta una institución generadora de conocimientos tal como una universidad. Pero ¿Cuáles son los beneficios concretos de la comunicación organizacional? ¿Cuáles son los problemas de la comunicación en las organizaciones? ¿Qué tan importante es el tipo de estructura organizativa para fomentar o inhibir la comunicación? El presente trabajo hace un recorrido por la teoría administrativa para encontrar cuales son los fines concretos de la comunicación, cuales los problemas encontrados en los procesos comunicativos organizacionales y cómo influye la estructura organizativa en la comunicación. Posteriormente se aterrizan los conceptos anteriores en un estudio de caso llevado a cabo en la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM), en la oficina de gestión del Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP), particularmente en la comunicación que se llevaba a cabo entre profesores-investigadores y personal administrativo de dicha oficina.

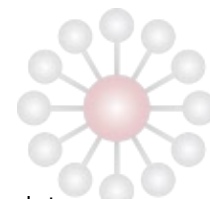
Palabras clave: Comunicación Organizacional, Estructura Organizativa, Estudio de Caso, PROMEP, Profesores-Investigadores.

La comunicación en las organizaciones
Etimológicamente, la palabra comunicación deriva del latín *communicare*, que puede traducirse como “poner en común, compartir algo”. Simon (1988: 147), señala que la comunicación es: “un proceso mediante el cual las premisas decisorias se transmiten de un miembro de la organización a otro”.

En cambio, Browne, citado por Scott y Mitchell (1981: 112) plantea que comunicación es el

“proceso de transmitir ideas o pensamientos de una persona a otra, o en una misma persona, a fin de crear comprensión en el pensamiento de la persona que recibe la comunicación”.

Rogers y Agarwala (1980: 10), definen la comunicación como un: “proceso por el cual se transfiere una idea de una fuente a un receptor, con la intención de cambiar su comportamiento”. Esta definición es la que más nos interesa porque enfatiza las modificaciones que en su forma de ser



pueden tener las personas a partir de la información que reciben y, la cual puede repercutir de manera positiva o negativa sobre el logro de los objetivos de la organización.

Considerando las distintas definiciones de lo que es comunicación (véase Cuadro 1) podemos establecer que la comunicación es: el proceso por el cual se comparte información, decisiones, influencia y autoridad entre las varias partes

interdependientes de la organización o subsistemas (que pueden ser desde una persona hasta toda una división) y que tiene como objetivo estimular sentimientos y desarrollar fuerzas que logren cambios en el comportamiento de los individuos. Estos cambios pueden ayudar o perjudicar la consecución de las metas organizacionales de acuerdo al manejo que se haga de la comunicación o ante la falta de la misma.

Cuadro 1

El concepto de comunicación

Existen diferentes acepciones respecto a lo que debe entenderse por comunicación, a continuación se presentan las definiciones que dan algunos autores:

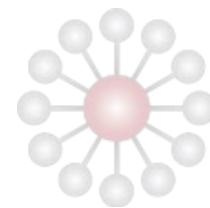
De acuerdo a Scott y Mitchel (1981: 111) "La comunicación es el **nexo** entre un individuo y otro, entre el individuo y el grupo, entre el individuo y la actividad, entre dos grupos, entre el grupo y la actividad, y entre diferentes actividades. La comunicación es el **medio** de obtener acción de otros o de las cosas. Se manifiesta de muchos modos: como influencia, como autoridad, o como información que fluye a través de las redes formadas por los canales de comunicación."

Johnson, Kast y Rosenzweig definen la comunicación como "un **sistema** que implica un emisor y un receptor, con implicaciones de control mediante la **retroacción**".¹

Para Nadler (1982b: 7) comunicación es "cualquier forma de información que pueda recopilarse y ser pertinente para el funcionamiento de los individuos, los grupos y la organización"

Fuente: Elaboración propia con datos de las fuentes citadas

¹ Obtenidas de Scott y Michell (1981: 112).



De acuerdo con estos autores la comunicación también es importante porque: transmite decisiones, es un nexo entre individuos, grupos y actividades; es un medio para obtener acción de los otros y crea comprensión en el pensamiento de las personas.

La comunicación organizacional: definición, clasificación y disfunciones

De acuerdo con Rebeil (2006: 252), la comunicación organizacional es “aquella que se da en el interior de las organizaciones privadas, públicas o filantrópicas, buscando involucrar la participación activa de sus integrantes con el fin de hacerlas más productivas y que todos obtengan mayores beneficios”.

Por otra parte, Andrade (2006: 12) nos dice que la comunicación organizacional, como un fenómeno, “es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tienen en su entorno”, y que se puede entender también como

Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. (Andrade, 2006: 12).

En otro sentido, la comunicación organizacional se puede clasificar en: formal e informal. La comunicación formal es la comunicación planeada, es la que se emite deliberadamente. De acuerdo con Simon (1988) los medios de comunicación

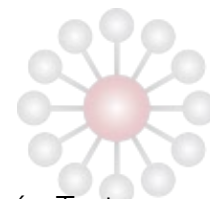
formal incluyen:

- a) Comunicaciones verbales.- Para la cual es de suma importancia la proximidad física de los departamentos (oficinas).
- b) Cartas y Memorandums.- En la mayoría de las organizaciones estos documentos no deben saltar más de un eslabón en las cadenas de autoridad.
- c) Actas e informes.- Los cuales se generan de acuerdo a espacios de tiempo y/o acontecimientos especiales.
- d) Manuales.- Estos comunican las prácticas generales de la organización y tienen una vigencia relativamente permanente dentro de la misma.

De la comunicación informal Simon (1988: 153-154) nos dice:

El sistema de comunicaciones no formales se levanta en torno a las relaciones sociales de los miembros de la organización. La amistad entre dos individuos crea frecuentes ocasiones para el contacto y “las charlas de negocios”. Puede también crear una relación de autoridad si uno de los individuos termina por aceptar la jefatura del otro. Así es como los “jefes naturales” se aseguran en la organización un papel que no siempre se encuentra reflejado en el organigrama.

El sistema de comunicaciones no formales adquiere una importancia adicional si recordamos que el comportamiento de los individuos en las organizaciones se orienta no sólo hacia las finalidades de la organización, sino también, hasta cierto punto, hacia sus finalidades personales, y que estas dos series de finalidades no siempre son mutuamente coherentes. De aquí que, cuando los miembros de la organización tratan uno con otro, cada cual intenta apreciar hasta qué punto las actitudes y las acciones del otro se encuentran



condicionadas por motivos personales más que organizativos. Cuando se ha establecido entre ellas una relación primaria, les resulta a ambos más fácil realizar esta apreciación y ser francos acerca de sus móviles.

Una tarea importante de los ejecutivos es mantener las actitudes de amistad y de cooperación en estas relaciones personales directas, de manera que el sistema de comunicación no formal contribuya al funcionamiento eficiente de la organización más bien que a impedirlo.

Hay ocasiones en que los miembros de la organización se sirven del sistema de comunicaciones no formales con objeto de hacer progresar sus finalidades personales. Surge de aquí el fenómeno de las camarillas, de los grupos que construyen una red no formal de comunicaciones y la emplean como medio de conseguir poder dentro de la organización. La rivalidad entre las camarillas puede llevar a su vez a la enemistad general en las relaciones sociales y a echar abajo el propósito del sistema no formal de comunicaciones.

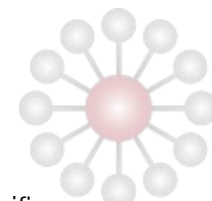
En la mayoría de las organizaciones, el “coqueo” desempeña probablemente, en conjunto, un papel constructivo, el coqueo tiene importancia como barómetro de la “opinión pública” dentro de la organización. Si el administrador le presta oídos, se entera de los temas que tienen interés para los miembros de la organización y de sus actividades frente a esos temas Simon (1988: 153-154).

Por otro lado, uno de los aspectos que afecta la comunicación organizacional es la disfunción. Como en todo proceso existen situaciones en las que la comunicación no cumple con los objetivos que se esperan de ella, pues los mensajes son transformados o alterados al pasar a través del sistema y por tanto el receptor final recibe algo

muy diferente a lo que la fuente original envió. Tanto Hall (1980) como Scott y Michell (1981) hablan de estas problemáticas. Hall las llama disfunciones de la comunicación y Scott y Michell las llaman problemas de la comunicación.

De acuerdo a Scott y Mitchell (1981), algunas de las disfunciones de la comunicación son las siguientes: la deformación, la filtración, la sobrecarga de información, la sincronización, y el corto circuito. En lo que resta de este apartado se explica brevemente en que consiste cada una de ellas.

La deformación, llamada por Hall (1980) distorsión, se refiere a la alteración del sentido de los mensajes en su paso por la organización. La medida de la deformación contenida en un acto de comunicación es función de tres variables: la eficiencia relativa del lenguaje, el tipo de lenguaje empleado, y el grado de incongruencia de los marcos de referencia del emisor y el receptor. Los mensajes ascendentes y descendentes transmitidos en una organización deben traducirse para ajustarlos a los niveles en que se los recibe. La deformación también es fruto de los distintos marcos de referencia. Las personas que cumplen distintas funciones de organización perciben los problemas de diferente modo. La deformación es pues, la interpretación que el receptor da al mensaje y cómo lo transmite a los otros niveles de la organización. Es lo que usualmente denominamos “teléfono descompuesto”, es cuando lo que realmente se quiso transmitir en la cúpula de la organización no es lo que entiende el nivel operativo de la misma. Por su parte, la filtración es la manipulación consciente de los “hechos” con el propósito de presentar los acontecimientos bajo una luz favorable para el emisor. La filtración podría ser tal vez mejor entendida como manipulación de la información,



es decir, comunicamos lo que es más conveniente para quien realiza la comunicación (el emisor). Es el clásico ocultamiento o transformación de la información a los niveles superiores con objeto de “quedar bien”.

En cambio, la sobrecarga de comunicación se da cuando el ejecutivo recibe más información de la que puede procesar. El administrador está saturado. No puede absorber bien todos los mensajes que gravitan sobre él, ni responder eficazmente. Este problema plantea la cuestión del principio de suficiencia¹ y el principio de excepción.²

En relación con la sincronización, este proceso se da cuando se emite un comunicado y se debe retransmitir en el momento adecuado para evitar retrasos en los resultados de la organización. La incapacidad para sincronizar adecuadamente la comunicación es uno de los principales problemas causados por la complejidad de la organización. La sincronización implica dos aspectos principales: la liberación estratégica de información, y la recepción simultánea o –según el caso- en una secuencia apropiada de la información por los individuos o las unidades de la organización.

Finalmente los cortos circuitos son otro tipo de distorsión. El corto circuito es un defecto usual

1 El concepto de suficiencia se relaciona con la regulación de la comunicación, para poder garantizar un flujo óptimo de información hacia los ejecutivos. Por lo tanto, la comunicación debe regularse por referencia a la calidad y la cantidad. Se realiza la suficiencia mediante lo que Dubin denomina el “efecto de supervisión”. La unidad de supervisión actúa como una válvula que libera información según cierto orden de prioridad y condensa todos los mensajes, de modo que sólo la información importante llegue a los ejecutivos de los niveles superiores de la línea. Scott y Mitchel (1981: 132)

2 El principio de excepción hace referencia a que las unidades subsidiarias o los subordinados deben atender todos los asuntos que corresponden al alcance de su jurisdicción. Por lo tanto, el superior debe recibir comunicaciones referidas sólo a asuntos excepcionales, desvinculados de la práctica corriente. Scott y Mitchel (1981: 132)

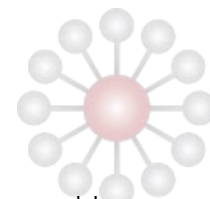
del mecanismo de los recorridos. Significa que se excluye de la cadena de comunicación a una persona que normalmente debería ser incluida. Corto circuito entonces es lo que usualmente llamamos “saltarse las trancas”, es decir, cuando no seguimos las líneas jerárquicas y omitimos los niveles de autoridad para comunicar a los mandos superiores sin tomar en cuenta a los jefes inmediatos.

La importancia de la comunicación en las organizaciones

Existen diversas interpretaciones sobre la importancia de la comunicación en las organizaciones, por ejemplo Hall (1980: 251) plantea que:

La comunicación será lo más importante para las organizaciones y los segmentos organizacionales que necesariamente traten con la incertidumbre, que sean complejos y que tengan una tecnología que no permita la fácil rutinización. A medida que una organización se orienta en mayor grado hacia las ideas y hacia las personas, la comunicación se hace más importante. Las personas –y máquinas- importantes son aquellas que pueden de hecho o por diseño proporcionar una entrada al sistema de comunicaciones.

Por su parte, D’Aprix (1986) afirma que la administración es comunicación. Esta frase motiva a considerar que la comunicación es un factor muy importante en la administración de un departamento, una dirección, una secretaría o una universidad. Muchas veces, la comunicación se considera solo como: “una actividad separada, fuera de programa, que se lleva a cabo cuando las reuniones han terminado, cuando todo el trabajo de oficina se ha resuelto y todas las llamadas



telefónicas se han contestado” (D’Aprix, 1986: 49). Sin embargo, como dice la primera frase de este párrafo, la administración es comunicación, es decir la comunicación no es una actividad aparte de la administración. El acto de administrar incluye necesariamente el de comunicar, la administración no existe si no existe la comunicación.

Por otro lado, Scott y Mitchell (1981: 111) nos dicen que “el propósito y resultado de la comunicación es la resolución de la incertidumbre.”, algo sumamente importante para toda organización ya que esto mejora el ambiente laboral y el desempeño de los trabajadores. La seguridad (la resolución de la incertidumbre) es una necesidad humana y por tanto de suma importancia para el trabajador.

Asimismo, Chester I. Bernard (citado por Hall, 1980: 250) afirma que “En toda teoría exhaustiva de organización, la comunicación debería ocupar un lugar central, porque la estructura, amplitud y ámbito de las organizaciones están casi por completo determinadas por las técnicas de comunicación”.

Rogers y Agarwala (1980: 6), por su parte, se refieren a la comunicación como “lo que le da vida a la estructura organizacional”, y “es el hilo que mantiene unidas las varias partes interdependientes de una organización”. Citando a Guetzkow, Rogers y Agarwala (1980: 8), nos dicen que “el sistema de comunicación viene a ser el vehículo gracias al cual las organizaciones están incrustadas en el ambiente”.

Otra opinión respecto a la importancia de la comunicación en las organizaciones es la siguiente: La comunicación es el fluido vital de una organización, si en alguna forma se pudieran eliminar los flujos de comunicación de una organización, no tendríamos organización. La comunicación penetra a todas las actividades de una organización, representa una

importante herramienta de trabajo con la cual los individuos entienden su papel en la organización, e integra las subunidades organizacionales. Desde la perspectiva de un sistema abierto, una organización es un complicado conjunto de canales de comunicación interconectados, concebido para importar, seleccionar y analizar la información procedente del ambiente y para exportar mensajes procesados de regreso al ambiente externo. La comunicación proporciona un medio para tomar y ejecutar decisiones, para obtener retroacción y para corregir los objetivos organizacionales y los procedimientos según la situación lo demande (Rogers y Agarwala, 1980: 7).

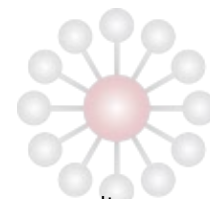
En efecto, la comunicación reduce la incertidumbre, permite la coordinación y la cooperación de los miembros de un grupo, influye sobre la toma de decisiones y en la retroalimentación de las actividades administrativas.

Hichs también coincide en afirmar que cuando la comunicación se detiene, la actividad organizada cesa de existir. Se vuelve a la actividad individual no coordinada (Citado por Rogers y Agarwala, 1980: 8).

Cómo proceso, la comunicación además influye sobre el comportamiento de las personas. Por ejemplo, Deustch puntualiza:

Si pudiéramos trazar un mapa de las rutas por las cuales se transmite la comunicación entre las distintas partes de la organización y por las cuales se aplica al comportamiento de la organización en relación con el mundo exterior, habremos avanzado mucho hacia la comprensión de la organización. (Citado por Rogers y Agarwala, 1980: 8).

Nadler (1982) nos indica que la comunicación puede estimular sentimientos y desarrollar fuerzas que logren cambios en el comportamiento y dirigir dicho comportamiento a la obtención de resultados



benéficos para la organización, es decir, a través de la comunicación podemos influir en las personas para modificar su comportamiento en beneficio de las organizaciones para las cuales trabajan.

Para otros como Litterer, la falta de comunicación puede influir sobre la eficiencia de las organizaciones. Este autor afirma que “Los problemas de comunicación originan errores en el rendimiento individual y de grupo” (Litterer, 1986: 463).

Por tanto estamos convencidos que la comunicación es un elemento indispensable para el funcionamiento de una organización puesto que:

Dada la importancia que la comunicación tiene en las organizaciones, en este momento es necesario saber cómo es que ésta fluye en las estructuras organizacionales y cómo influye esa estructura en los caminos que sigue la comunicación.

La comunicación y su relación con la estructura organizacional

El tipo de comunicación depende en gran medida de la estructura con la que cuenta la institución o empresa en la cual se genera el proceso de comunicación.

De acuerdo con Litterer (1986), la comunicación en las organizaciones mecanicistas sigue patrones jerárquicos y transmite instrucciones y órdenes, las interacciones laterales prácticamente no existen, y la toma de decisiones se realiza también de manera jerárquica. La solución de los conflictos se centraliza. La estandarización de los procesos es alta y se refleja en manuales e instrucciones de trabajo (comunicación formal).

Por el contrario en las organizaciones orgánicas, la comunicación fluye a través de redes amplias y de manera lateral, cuando se da entre diferentes

niveles jerárquicos es generalmente como consulta y no como orden; se transmiten información, opiniones y consejos. La toma de decisiones, la autoridad y la solución de los conflictos está descentralizada, y se da generalmente en el lugar donde se encuentra la experiencia (Litterer, 1986). Por darse la comunicación a través de redes amplias y laterales, podríamos inferir que la comunicación en las organizaciones orgánicas, es esencialmente informal

Porque en el párrafo anterior se habla de decisión y autoridad, es importante recordar que en nuestra definición de comunicación organizacional, incluimos estos conceptos como aquello que se transmite (además de la información) en la comunicación organizacional.

Por otro lado Mintzberg (1991) al hablar de mecanismos de coordinación como el adhesivo que mantiene la cohesión de las organizaciones, nos está hablando de la comunicación, entendiendo también como coordinación al proceso para lograr conjuntar los esfuerzos de los diversos subsistemas de la organización con objeto de conseguir las metas propuestas.

Cuando no existen mecanismos de coordinación (comunicación formal y/o informal, estándares e ideología), las organizaciones tienden a desunir sus diferentes partes. Este tipo de organizaciones se denominan políticas y no podrían clasificarse en ninguna de las concebidas por Litterer (1986). En las organizaciones políticas se tiene dificultad para resolver los conflictos internos que generalmente se dan porque las personas tienen que rivalizar para obtener el poder.

El establecimiento mismo de una estructura organizacional es señal de que las comunicaciones deben seguir un camino determinado (Hall, 1980). Las comunicaciones en una organización deben



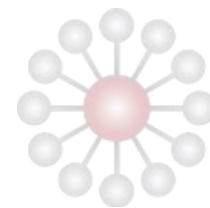
seguir las rutas que mandan sus organigramas, es decir, deben seguir una línea jerárquica como lo afirma Litterer (1986) en las organizaciones mecanicistas. En las organizaciones orgánicas las comunicaciones se dan bajo una amplia red basada en un compromiso común. Para Hall (1980) (ver Cuadro 2 y Figura 1), existen comunicaciones verticales (de un nivel a otro de

la estructura) y éstas pueden ser descendentes (del jefe al subordinado) o ascendentes (del subordinado al jefe). Este tipo de comunicación es condicionado por los niveles jerárquicos, pues como dicen Rogers y Agarwala, (1980) la comunicación entre un subordinado y un superior es muy distinta a la comunicación entre iguales.

FIGURA 1
LOS CAMINOS DE COMUNICACIÓN SEGÚN HALL (1980)



Fuente: Elaboración propia con información de Hall (1980: 255-263)



Cuadro 2

Los caminos de la comunicación según Hall (1980)

Comunicaciones Verticales	Comunicaciones Ascendentes. Lo que las personas dicen acerca de:	Si misma, su realización y sus problemas
		Los otros y sus problemas
		Los usos y las políticas organizacionales
		Lo que es necesario hacer y cómo puede ser hecho
	Comunicaciones Descendentes	Instrucciones de trabajo
		Lo racional de la tarea
		Información sobre procedimientos y practicas
		Retroalimentación del desempeño
		Ideología
	Antifunciones de la Jerarquía	Las diferencias inhiben la comunicación
		Se busca la aprobación de los superiores
		Existe una función correctora de errores para evitar la crítica del superior
Comunicaciones Horizontales	Entre los miembros de una misma subunidad	Son cruciales para un funcionamiento efectivo del sistema
	Entre subunidades	Las partes involucradas se comunican por lo general directamente una con otra

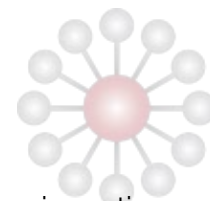
Fuente: Elaboración propia con información de Hall (1980: 255-263)

Existen cinco formas de comunicación vertical descendente (Hall, 1980) dentro de la estructura organizacional: la instrucción de trabajo, lo racional de la tarea, la información sobre procedimientos y prácticas, la retroalimentación del individuo en relación con su desempeño y la ideología.

Instrucción de trabajo. Es la que por medio de

órdenes directas, sesiones de entrenamiento, descripción del trabajo u otros mecanismos, se indica al subordinado lo que debe hacer. La intención de tales instrucciones es asegurar una realización confiable del trabajo.

Lo racional de la tarea y sus relaciones con el resto de la organización. En este punto los diferentes



enfoques de la vida afectan la cantidad de tal información. Todas las organizaciones incluso aquellas más interesadas en las cualidades humanas de sus miembros, tienen en determinados momentos programas secretos de cierta índole. Si el total racional de todas las actividades fuera conocido por todos los miembros, el potencial de caos sería alto, ya que no todos los miembros estarían en capacidad de entender y aceptar la información a nivel emocional y cognitivo.

Información sobre procedimientos y prácticas dentro de la organización. Este elemento es relativamente directo y no controversial.

Retroalimentación del individuo en relación con su desempeño. Este tipo de comunicación se torna más difícil cuando faltan criterios claros para fundamentarlo.

Ideología. La organización intenta adoctrinar a los subordinados en la aceptación y creencia en las metas de la organización (o subunidad). El propósito de este caso es, por supuesto, lograr que el personal se comprometa emocionalmente en su trabajo, agregando tal hecho al sistema de motivación.

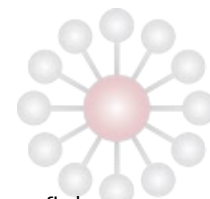
Estos elementos aparentemente simples cuando se contempla el ejemplo de la relación entre el trabajador y el supervisor de primera línea, se complican al llevar el enfoque hacia situaciones tales como la relación entre un alto ejecutivo y un vicepresidente (entre un secretario y el rector). Si bien los elementos presentes son los mismos, los tipos de información y la gama de ideas cubiertas tienden a ser mucho mayores en el último ejemplo. (Hall, 1980)

También, para Hall (1980), existen antifunciones de la jerarquía, es decir el simple hecho de existir una jerarquía introduce problemas de comunicación. En primer lugar tales diferencias inhiben la

comunicación. Una segunda consecuencia anti funcional es el hecho de que en tales situaciones se busca la aprobación de los superiores antes que la de los semejantes. La tercera anti función tiene que ver con la función correctora de errores de la interacción social normal, la crítica del superior no es el tipo de comunicación más popular. Otro problema es cuando el jefe es bien escogido y está más capacitado que sus subalternos, entonces esta capacidad se transforma en superioridad intelectual, lo que provoca una brecha en la comunicación en razón de los diferentes niveles de pensamiento en que operan el superior y los subalternos. La misma situación ocurre cuando los subalternos son expertos y el superior se convierte en generalizador a causa de sus deberes administrativos (el caso de la universidad), en este caso el superior debe confiar en su poder y aplicarlo sutilmente.

La contribución más clara de una jerarquía es la coordinación. Corresponde al superior decidir quién recibe determinado tipo de comunicaciones y cuándo. Él se convierte en el centro de distribución y filtraje. La conclusión de estas anti funciones es que las diferencias de status son obviamente importantes y endémicas en las comunicaciones descendentes.

Según Katz y Khan citados por Hall (1980: 255): La comunicación ascendente adopta muchas formas. Sin embargo, puede reducirse a lo que la persona dice (1) acerca de sí misma, su realización y sus problemas; (2) acerca de otros y sus problemas; (3) acerca de los usos y las políticas organizacionales; y (4) acerca de lo que es necesario hacer y como puede ser hecho. El contenido de estos mensajes puede obviamente abarcar desde la opinión más personal hasta la más inteligente sugerencia para la mejora de la



organización y del mundo; así mismo puede tener consecuencias positivas o negativas que vayan desde una promoción hasta un despido.

Los siguientes párrafos son reflexiones sobre la problemática que implica la jerarquía para la comunicación vertical en una organización y fueron hechas por Hall (1980: 259-260):

Los problemas más evidentes en las comunicaciones ascendentes radican de nuevo en el hecho de la jerarquía. Las tendencias que anotamos en relación con las comunicaciones descendentes pueden invertirse en este caso y verse como impedimentos también para las comunicaciones ascendentes.

Las personas en comunicación ascendente pueden realmente sentirse amenazadas o temer por su grupo de trabajo si cierto tipo de información llega a los superiores del sistema. Así pues, la cantidad y calidad de la información que pasa hacia arriba es afectada por el hecho de la jerarquía. De la misma manera que las comunicaciones descendentes se hacen más detalladas y específicas, aquellas que van en el sentido opuesto deben condensarse y resumirse. El proceso de filtraje y redacción es vital en la jerarquía. Hay un potencial muy concreto de comunicaciones distorsionadas y más importante aún, de decisiones distintas de aquellas que hubieran resultado a raíz de un proceso de redacción diferente.

En una organización no solo existen comunicaciones verticales, existen también comunicaciones horizontales como se pudo ver en el Cuadro 2 y la Figura 1:

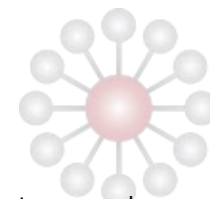
El primer tipo de comunicación horizontal es la que se da entre los miembros de una misma subunidad. Este tipo de comunicaciones se dan por el simple hecho de que aquellos del mismo nivel tienden a compartir características comunes, haciendo aun

más probable la comunicación. Es beneficioso permitirles a los grupos de trabajo en cada nivel de la organización sostener comunicaciones orientadas hacia las tareas que están en sus manos, en lugar de permitir que comunicaciones potencialmente contraproducentes llenen el vacío. Puesto que las comunicaciones entre semejantes tienden a fundamentarse en el entendimiento común, y como las comunicaciones continuas crean la solidaridad de grupo, los grupos de trabajo desarrollan una respuesta colectiva al mundo que los rodea (Hall, 1980).

El siguiente tipo de comunicación horizontal es el que se da entre subunidades. Existe una gran cantidad de comunicaciones verbales o por memorando a lo largo de los niveles de las subunidades. Una razón importante para esta forma de comunicación es el hecho de que si toda información acerca de la interacción de las subunidades tuviese que ascender todo el camino de una de ellas para luego descender todo el camino hacia la otra, el sistema de comunicaciones se vería totalmente obstruido. Esta congestión del sistema resultaría en comunicaciones insoportablemente lentas o en la ausencia total de comunicación. Por lo tanto, las partes involucradas se comunican por lo general directamente una con otra (Hall, 1980).

Gran parte de estas comunicaciones se basan en el conflicto, porque las áreas de especialización de los profesionales o expertos que conforman cada subunidad, tienden a llevarlos a conclusiones diferentes sobre el mismo asunto (por ejemplo: ventas vs producción, la academia vs la administración) (Hall, 1980)

Por definición, tal conflicto contribuirá a la distorsión de las comunicaciones de una u otra forma. Al mismo tiempo, pasar cada mensaje hacia arriba para eliminar tal distorsión por medio de la



coordinación de la cima, tiene el peligro de diluir el mensaje en intentos por evitar el conflicto y de tomar tanto tiempo que el mensaje pierda sentido. (Hall, 1980)

Los párrafos anteriores nos han explicado cómo fluye la comunicación formal de acuerdo con la estructura organizacional, representada en este caso por un organigrama. La última parte nos habla de que existen comunicaciones horizontales que de alguna manera obvian la estructura para poder tener un flujo de comunicación más funcional (entre gente del mismo nivel, pueden ser de la misma subunidad o de diferente subunidad). Este tipo de comunicación es más común en las estructuras orgánicas o ad hoc. Sin embargo, existen otro tipo de comunicaciones que no siguen necesariamente las estructuras organizacionales, pero que permiten el flujo de información, toma de decisiones, influencia y autoridad y que es muy usual en todo tipo de empresas e instituciones: la comunicación informal.

Después de analizar los fundamentos teóricos de la comunicación donde vimos los problemas que presenta y los flujos que sigue de acuerdo a la estructura organizativa, en los siguientes apartados vamos a ver cómo se comporta la comunicación en una unidad administrativa de una universidad pública. Es decir, vamos a presentar un caso.

La unidad de análisis y sus antecedentes

La UAEM nació como tal, en el año de 1967 a través de la promulgación de su Ley Orgánica que fue vigente hasta el año 2007. Dicha Ley contempla, como una de sus finalidades: “Organizar y realizar trabajos de investigación científica principalmente sobre las condiciones económicas y problemas sociales del Estado y de la Nación” (UAEM 2000: 7). La UAEM atiende actualmente al 35% de la

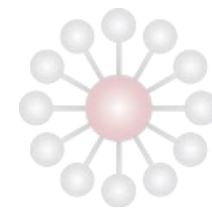
matrícula total del estado a nivel licenciatura y al 36% a nivel posgrado (ANUIES, 2008 y Bilbao, 2008: 3). Es la única universidad pública en el estado que imparte carreras en todas las áreas del conocimiento, incluyendo, por supuesto, a las humanidades y las artes. Hasta el ciclo 2006-2007, esta institución contaba con 43 Licenciaturas, 6 Especialidades, 23 Maestrías y 12 Doctorados (PROMEP, 2007a).

La UAEM se divide en Dependencias de Educación Superior (DES) que contienen a las Unidades Académicas (UA), que pueden ser: Centros de Investigación, Escuelas, Institutos o Facultades. En 1996, la Secretaría de Educación Pública (SEP) diseñó el Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP), cuyos objetivos fueron inicialmente:

Mejorar el nivel de habilitación del personal académico de tiempo completo en activo de las instituciones públicas de educación superior; y fomentar el desarrollo y consolidación de los cuerpos académicos adscritos a las dependencias de educación superior de esas instituciones y con ello sustentar la mejor formación de los estudiantes en el sistema público de educación superior (PROMEP, 2006: IX)

En el 2007, el PROMEP fue contemplado en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, y se formularon los objetivos estratégicos que hoy lo rigen. Entre dichos objetivos se mencionan los siguientes: consolidar el perfil y desempeño del personal académico, mejorar la calidad educativa y promover la habilitación académica (PROMEP, 2008a).

Para la operación del programa mencionado, las universidades públicas estatales generaron diferentes estrategias. La UAEM consideró el establecimiento de la oficina del PROMEP que tuvo



como objetivo facilitar la vinculación administrativa entre los Profesores de Tiempo Completo (PTCs) de esta institución con el PROMEP dependiente de la Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica (SESIC) (Torres, 2004).

En la UAEM la oficina del PROMEP se convirtió en un lugar estratégico porque se abrió la posibilidad para que los PTCs concursarán, a nivel nacional, en la obtención de distintos apoyos a la investigación y a la habilitación, tales como: becas para estudios de posgrado, apoyos para elementos individuales de trabajo y a la generación del conocimiento tanto de profesores como de Cuerpos Académicos.

Hasta el año 2007, había en la UAEM 445 Profesores de Tiempo Completo, de los cuales 210 (47%) pertenecían al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) y 252 (56%) contaban con el Perfil Deseable³ correspondiente a un profesor universitario. El nivel de habilitación de los PTCs era el siguiente: 305 con el grado de doctor (69%), 82 con el de maestro (19%) y 58 con el de licenciado (12%) (Bilbao, 2008: 4).

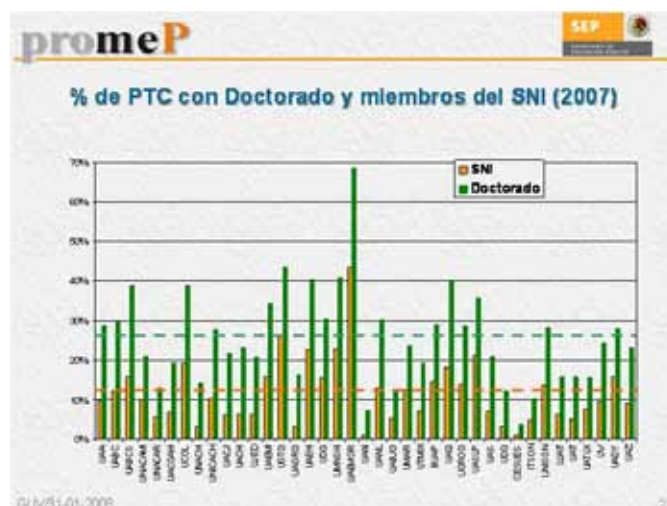
Durante 2007, los investigadores de la UAEM tenían vigentes 119 proyectos con un monto poco mayor a los 45 millones de pesos (Torres, 2007a). Este monto no estaba incluido en el presupuesto ordinario de la UAEM, puesto que el financiamiento de estos proyectos es concursable y de recursos extraordinarios (tipo PROMEP, CONACYT y algunas fundaciones extranjeras y/o filantrópicas). Si consideramos que el subsidio federal ordinario para 2007 fue cercano a los 570 millones de pesos (Bilbao, 2008: 14), el monto que los PTC ingresaron por recursos extraordinarios fue de un

³ Se refiere al nivel de habilitación que posee un profesor universitario de tiempo completo y a las funciones que con tal nombramiento realiza de manera equilibrada (docencia, generación o aplicación innovadora del conocimiento, gestión académica y tutorías) (PROMEP, 2007b: 5).

8% adicional.

La relevancia de la planta académica de la UAEM, queda demostrada gráficamente en la Figura 2 donde se observa el porcentaje de PTC's con grado de doctor y dentro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) de las Universidades Públicas Estatales pertenecientes al PROMEP durante 2007. En la gráfica se nota como la UAEM (para ellos UAEMOR) estaba muy por encima de instituciones similares y de la media nacional.

Figura 2
Porcentaje de PTC con grado de Doctor y dentro del SIN



Fuente: Urbano (2008: 27)

Después de estudiar los antecedentes de la oficina del PROMEP de la UAEM en la siguiente sección veremos cómo se establecieron los procesos de comunicación entre dicho departamento y los PTC's.

La comunicación entre la oficina del PROMEP en la UAEM y los investigadores

La tarea principal de la oficina del PROMEP en la UAEM era informar a los investigadores sobre las



convocatorias relacionadas con la posibilidad de acceder a financiamiento, darle seguimiento a los trámites correspondientes y finiquitar los proyectos en los casos en los que alguien obtenía recursos. Esta comunicación se daba de manera general a través de un correo electrónico masivo.

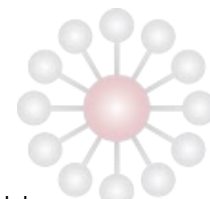
Posteriormente, el profesor establecía contacto telefónico o personal con esta oficina para recibir asesoría personalizada tanto del contenido de las convocatorias como del llenado de las solicitudes en línea, qué implicaba el participar en ellas o de cualquier otra información que el profesor necesitaba con respecto al programa o a los procedimientos institucionales. Si el profesor era beneficiado con algún apoyo o era rechazada su solicitud por algún motivo, también se le informaba vía electrónica y posteriormente de manera personal.

En los párrafos siguientes queremos resaltar la percepción que los investigadores entrevistados tuvieron sobre los procesos de comunicación y de qué manera ésta contribuyó a mejorar el ambiente de trabajo, a obtener objetivos personales e institucionales, y en general, al apoyo que obtuvieron en su labor cotidiana:

Algunos autores como Hall (1980) y Scott y Michell (1981) nos dicen que la comunicación es necesaria en los segmentos organizacionales que tratan con altos grados de incertidumbre, puesto que establecer procesos comunicativos permite aclarar dudas y dar seguridad. Un investigador de la DES de Ciencias Agropecuarias, consideró en entrevista que la comunicación con el PROMEP en la UAEM le reducía la incertidumbre a tal nivel, que muchas veces dejaba cosas importantes en manos del personal de PROMEP, dándole esto una mayor seguridad. La disminución de la incertidumbre mejora el ambiente de trabajo

y genera satisfacción fue lo que señaló un PTC de la DES de Ciencias Naturales. El disminuir la incertidumbre no sólo implica aclarar las dudas, sino también dar seguridad. Esa seguridad se otorga cuando la información utilizada para aclarar dudas es verídica nos explicó un profesor de la DES de Ciencias Naturales.

Pero la comunicación no sólo ayuda a disminuir la incertidumbre, es también un componente importante para la obtención de metas organizacionales. En el caso de la UAEM, el conseguir los objetivos académicos personales, permite, en última instancia, conseguir también los objetivos institucionales. Por ejemplo, cuando un profesor incrementa su nivel de estímulos al desempeño, quiere decir que ha logrado obtener mayor calidad en su trabajo, tener mayor incidencia en los estudiantes y ejercer mayor número de horas de docencia, entre otras cosas. Si el profesor logra un proyecto financiado, éste se refleja en adquisición de infraestructura para la universidad y del otorgamiento de becas para sus estudiantes. Si logra obtener el reconocimiento como perfil deseable otorgado por PROMEP o ingresar al Sistema Nacional de Investigadores (SNI), los indicadores de calidad de la universidad se incrementan. Los Profesores de Tiempo Completo, consideran que la comunicación con la oficina de PROMEP les permitió obtener sus objetivos académicos personales, lo que tiene como consecuencia conseguir también los objetivos de la universidad. Al respecto, los comentarios de un profesor de la DES de Educación y Humanidades fueron que él pudo incrementar sus estímulos al desempeño del nivel tres al nivel cinco; consideraba que este incremento se debía a que obtuvo proyectos financiados de los cuales fue informado oportunamente por la oficina del PROMEP

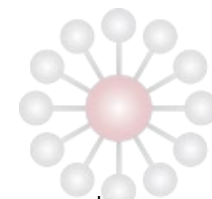


en la UAEM. Un PTC de la DES de Ciencias Agropecuarias nos dijo que la comunicación con esta unidad de gestión fue fundamental para conseguir sus objetivos académicos, porque se fue incrementando su beca al desempeño, obtuvo el perfil PROMEP e ingreso al Sistema Nacional de Investigadores.

También a través de la comunicación se pueden establecer relaciones con el exterior. En los últimos tiempos, las políticas nacionales de investigación solicitan la vinculación entre personas y grupos, dando a esta relación un alto peso específico. La SEP pide, para considerar a un Cuerpo Académico como Consolidado, una intensa participación en redes de intercambio académico con sus pares. Un investigador de la DES de Salud nos informó que él consideraba que existía falta de conexión con el exterior porque no había un centro de reunión y difusión académica. Sin embargo, y a pesar de ese aislamiento, hubo algunas situaciones, tal vez fortuitas, en las que sí se crearon vínculos con el exterior. Por ejemplo, cuando se invitaba a los profesores a evaluaciones de pares, debido a las gestiones realizadas por el PROMEP de la UAEM. Un profesor de la DES de Ciencias Naturales comentó que a través de estos eventos pudo establecer contacto con personas de la UNAM y de la Universidad Autónoma del Estado de México. Aun cuando la comunicación es de utilidad para establecer vínculos con el exterior, esto no se da per se. Debe haber un esfuerzo focalizado para que esto ocurra.

Otro aspecto igual de importante es el papel de la comunicación en la toma y ejecución de decisiones. De acuerdo con Rogers y Agarwala (1980) y Simon (1988), la comunicación es útil para la toma de decisiones y la transmisión de éstas a otros miembros de la organización. Si se

tiene información suficiente sobre un problema en particular, se puede tomar una mejor decisión para la resolución del mismo. Esta información que influye para la toma de decisiones en una organización se obtiene a través de la comunicación. Por esta razón, la comunicación organizacional es tan importante en instituciones como las universidades donde la toma de decisiones implica mucho tiempo y trabajo (Vries e Ibarra, 2004). La comunicación influyó en la toma de decisiones de los investigadores con respecto a los financiamientos que el PROMEP otorga. Un PTC de la DES de Ciencias Agropecuarias nos comentó que en esta oficina fue guiado para saber qué tipo de proyecto presentar, que información debía contener y cuáles eran los alcances del mismo. Por último, para este apartado de toma de decisiones, consideramos conveniente ilustrar con un ejemplo a un PTC de la DES de Ciencias Naturales. Este profesor ya tenía aprobado un proyecto CONACYT y a través de la comunicación con la oficina del PROMEP decidió presentar un proyecto como Nuevo PTC, el cual también le fue financiado. A pesar de que la toma de decisiones en una universidad es lenta y complicada, la comunicación permitió a los investigadores tomar decisiones acertadas con respecto a los apoyos otorgados por el programa. Los PTCs de la UAEM son un grupo altamente especializado. Sin embargo, y debido principalmente a esta característica, la realización de trámites burocrático administrativo es algo que desconocen y que es ineludible que aprendan para obtener y ejercer recursos asociados a su vida académica y laboral. Aún cuando estos conocimientos y trámites son muchas veces menospreciados por los investigadores, reconocen que son necesarios y que los adquirieron en esta oficina a través de la comunicación y la práctica. Un profesor de la



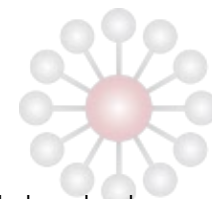
DES de Ciencias Exactas e Ingeniería mencionó que inicialmente no sabía como solicitar y ejercer los apoyos de PROMEP, pero que ya a través de la conexión con esta oficina logró realizar estos trámites para él desconocidos y engorrosos.

El ingreso de las universidades en la economía de mercado introdujo una nueva cultura de evaluación del rendimiento (Ibarra, 2006). En este contexto, los profesores de la UAEM consideran que la comunicación existente entre su apoyo administrativo (el PROMEP en la UAEM) y ellos, contribuyó a mejorar sus evaluaciones. Esta mejora individual repercute directamente en el rendimiento institucional. El ingreso al Sistema Nacional de Investigadores, el reconocimiento como Perfil Deseable del PROMEP, el ascenso de categoría y la publicación de artículos en revistas de prestigio internacional, son sólo algunas de las evidencias de la mejora en las evaluaciones externas de un PTC, como señaló un profesor de la DES de Salud. Las evaluaciones no sólo se realizan a los PTC's, también a los RIP's (Representantes Institucionales del PROMEP). Las evaluaciones en cuanto al trabajo del Representante Institucional de la UAEM, y de todas las instituciones adscritas al PROMEP, se hacen a través de un sistema electrónico en la SEP (SISUP: Sistema Unificado PROMEP). Estas evaluaciones se generan con una pregunta al profesor que ingresa una solicitud de apoyo al sistema. Los resultados de esta encuesta de calidad para el año 2007⁴ arrojaron que el 95% de los profesores que contestaron la pregunta (y que ingresaron una solicitud) consideraron que la atención recibida por el RIP de la UAEM era entre buena y excelente (PROMEP, 2008b).

4 Se considera solo el año 2007 porque es el año donde el RIP era el que atendía personalmente a los PTC's. Los años anteriores esa atención la daba personal que no ostentaba el nombramiento de RIP.

Mitzberg (1991), considera que en las universidades la estructura organizacional que debería prevalecer es de tipo profesionalizante. Efectivamente, creemos que los Profesores de Tiempo Completo a nivel institucional, con la Universidad como un todo, se establecen dentro de una estructura profesionalizante dado que su mecanismo de coordinación es la estandarización de los conocimientos. El grupo de profesores-investigadores está constituido por personas altamente especializadas y con un control considerable de su trabajo⁵. Ambas, características fundamentales de una organización profesional. Los PTC's como gremio, actúan como el núcleo de operaciones, los que realizan el trabajo básico. Considerando esto, un PTC de la DES de Ciencias Agropecuarias opina que ellos son una parte esencial de la institución, pero que están hasta abajo: como soldaditos. Dentro del contexto de estructura profesionalizante, la oficina que operaba el PROMEP en la UAEM, actuaba como apoyo administrativo de los PTC's. Para un investigador de la DES de Ciencias Naturales, el apoyo administrativo era más bien una guía personalizada para desenvolverse en el entretrejo organizacional. Era de forma personalizada porque cada investigador tiene una manera diferente de entender los procesos administrativos. Esta guía para insertarse en la organización, tenía como consecuencia la aprobación de proyectos y el número de profesores adscritos a la universidad. Otro PTC, este de la DES de Ciencias Sociales y Administrativas, nos resume lo que considera como apoyo administrativo, lo más básico para establecerlo como tal: contestar los trámites,

5 Una evidencia de este control de su trabajo es la consecución de 119 proyectos individuales financiados para el año 2007 por un monto de poco más de 45 millones de pesos (Torres, 2007)

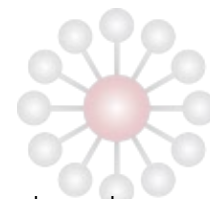


dar información y llevar un control de lo que se entregaba.

Continuando con la estructura organizacional y a raíz de la transformación de las universidades debido a la incorporación de la investigación en las mismas (Ibarra, 2006), se ha generado una contraposición de estructuras: una vieja de tipo mecánico-burocrático que lucha por sobrevivir y otra nueva de tipo orgánico que es apoyada por las instancias nacionales de educación y que pretende imponerse sobre la primera. Una PTC de la DES de Educación y Humanidades, reflexionó en la entrevista diciendo que las políticas nacionales establecen que son los cuerpos académicos los que están facultados para trabajar de manera colegiada y para hacer una probable reforma de la educación superior mexicana y que esto choca con las estructuras rígidas existentes en la UAEM. Es decir, aun cuando las tendencias nacionales e internacionales tratan de fomentar las estructuras orgánicas en las universidades, la tradición (50 años de vida institucional, en la UAEM, por ejemplo), continúa inercialmente con estructuras rígidas de tipo mecánico. Estas estructuras impiden el desarrollo de la investigación en la universidad, porque el exceso de burocracia y de los tiempos de respuesta retrasa considerablemente la obtención de resultados de los proyectos. Un ejemplo muy comentado dentro del ambiente de los investigadores de la UAEM es el que se generó en la DES de Salud. Ahí se trabaja en investigaciones con animales (ratones de una cepa determinada utilizados para pruebas de vacunas). Las instancias financieras no entendían la premura en la compra del alimento para estos animales y retrasaron casi un mes la realización del trámite. Los profesores involucrados tuvieron que aportar recursos financieros personales con tal de evitar la

muerte de los ratones prueba y echar por la borda el trabajo de casi un año de investigación. Algo similar ocurrió en la DES de Ciencias Agropecuarias, pero esta vez con borregos utilizados para reproducción. Y en un contexto menos dramático, pero no por eso menos importante, ocurrió en la DES de Educación y Humanidades cuando los recursos financieros no salieron a tiempo (aun cuando se solicitaron dentro los plazos establecidos) para asistir a una ceremonia ritual que sólo se realiza anualmente en una comunidad indígena del estado. Este tipo de problemas se deben a la falta de comunicación entre las instancias financieras y las de investigación representadas por los PTC's porque sus marcos de referencia son diferentes y persiguen objetivos también diferentes.

La comunicación formal es la comunicación planeada, la que se emite deliberadamente y se puede traducir en cartas (su equivalente y adicional ahora es el correo electrónico), memorándums, actas, informes y manuales. El sistema de comunicaciones no formales (informales) se levanta en torno a las relaciones sociales de los miembros de la organización (Simon, 1988). Los PTC's, en su relación cotidiana con el PROMEP, traducen la informalidad como confianza y trato personalizado. Consideran que las relaciones sociales establecidas permitieron mejores resultados en una situación de incertidumbre. Un PTC de la DES de Ciencias Naturales ejemplificó una situación de incertidumbre donde se utilizó la comunicación informal: consideró que los formatos para la solicitud de apoyos dan lugar a mucha interpretación y que el llenado de los mismos solo se puede realizar si es acompañado de manera personal por algún integrante de la oficina de PROMEP en la UAEM. Para otro profesor, este de la DES de Salud, la formalidad



se traduce en falta de flexibilidad y considera a la informalidad, como ya lo dijimos anteriormente, como un trato personalizado. Un investigador de la DES de Educación y Humanidades señaló que la comunicación formal era con la que se iniciaba el proceso y de ésta derivaba ya una serie de comunicaciones informales de manera personal con preguntas específicas y con una respuesta amable permanente. La comunicación que se estableció entre los PTC's y la oficina del PROMEP en la UAEM era de corte formal e informal.

Como en toda actividad humana los límites entre la formalidad y la informalidad en las comunicaciones no son claros y éstas pueden coexistir y complementarse sin conflicto. Los investigadores consideran a la informalidad como sinónimo de confianza y eso es lo que ellos perciben existía entre ellos y el personal que operaba el PROMEP. Más allá de la relación de trabajo, existía un vínculo de amistad que se fortaleció día con día y que es lo que Simón (1988) llama comunicación informal.

Conclusiones

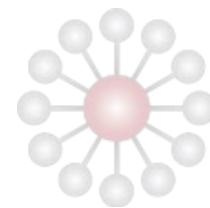
Después de analizar la información, podemos establecer que la comunicación influye en la disminución de la incertidumbre en el gremio que nos ocupa: los investigadores, traducido esto como seguridad y aclaración de dudas. La comunicación los convence y los ayuda para la obtención de metas académicas personales, que se traducen en la obtención de objetivos institucionales. Así mismo, los auxilia para interrelacionarse con el exterior. La toma de decisiones también es un proceso que se puede realizar gracias a la comunicación. Un ejemplo de esta toma de decisiones es la obtención de financiamiento de proyectos a través de las convocatorias emitidas por PROMEP. Con esa información ellos tomaban la decisión respecto a

qué proyecto presentar y cómo hacerlo, incluso de si era conveniente presentarlo. Del mismo modo, los procesos de comunicación establecidos por la Coordinación de Servicios PROMEP, contribuyeron a la mejora de la calificación de las evaluaciones de los PTC's de forma individual, que se tradujo en el incremento de las evaluaciones de la institución.

De manera análoga, la comunicación de los PTC's con el RIP de la UAEM contribuyó a que esta oficina obtuviera altas calificaciones en la evaluación de su desempeño. La comunicación permite elevar el rendimiento de personas e instituciones.

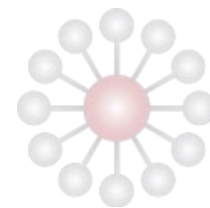
Concretamente, la comunicación en las organizaciones es útil para

- ∅ Da resolución a la incertidumbre
- ∅ Cambia el comportamiento de los individuos, es decir, puede convencerlos y motivarlos para obtener los objetivos institucionales
- ∅ Es el “pegamento” entre las partes interdependientes de la organización
- ∅ Es la manera en como la organización se interrelaciona con el medio ambiente externo
- ∅ Permite tomar y ejecutar decisiones
- ∅ Es la forma de obtener retroalimentación
- ∅ Sirve para informar y corregir objetivos y metas institucionales
- ∅ Puede mejorar el rendimiento de grupos e individuos



Bibliografía.

- Andrade, R.S.M.H. (2006). Definición y alcance de la comunicación organizacional. *La comunicación en las organizaciones* (pp. 11-17). México: Trillas
- ANUIES. (2008). *Cuadros generales revisados 2006-2007*. Obtenido el 20 de agosto de 2008 desde http://www.anui.es.mx/servicios/e_educacion/index2.php
- Bilbao, M.F.J. (2008). *2007 Primer Informe de Actividades*. Rector 2007-2013. México: UAEM.
- D' Aprix, R. (1986). La administración es comunicación. *La comunicación: Clave de la productividad* (pp. 45-68). México: Limusa
- Hall, R.H. (1980). Comunicaciones. *Organizaciones: Estructura y proceso* (pp. 249-271). Madrid: Prentice/Hall Internacional
- Ibarra, C.E. (2006). Educación superior, entre el mercado y la sociedad: apuntes para imaginar su función social. *Revista de la Educación Superior XXXV(2)*, 123-133
- Litterer, J. (1986). Organizaciones formales. *Análisis de las organizaciones* (pp. 295-324). México: Editorial Limusa
- Mintzberg, H. (1991). La estructuración de las organizaciones. *El proceso estratégico: Conceptos, contextos y casos* (pp. 371-392) México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.
- Nadler, D.A. (1982). La información y el cambio organizacional. *La retroalimentación y el desarrollo organizacional* (pp. 2-23). México: Fondo Educativo Interamericano
- PROMEP (2006). *Programa de Mejoramiento del Profesorado: Un primer análisis de su operación e impactos en el proceso de fortalecimiento académico de las universidades públicas*. México: SEP
- PROMEP (2007a). Modulo FPI. Obtenido el 30 de noviembre de 2007 desde <http://promep.sep.gob.mx/fpi/>
- PROMEP (2008a). *Objetivos Estratégicos*. Obtenido el 15 de junio de 2008 desde http://promep.sep.gob.mx/objetivos_estrategicos.html
- PROMEP (2008b). *Proceso para participar en una convocatoria*. Obtenida el 15 de junio de 2008 desde <http://promep.sep.gob.mx/temporales/Proceso.pdf>
- Rebeil, C.M.A. (2006). *Comunicación estratégica en las organizaciones*. México: Trillas-Universidad Anahuac
- Rogers, E.M., y Agarwala-Rogers, R. (1980). Naturaleza de la comunicación en las organizaciones. *La comunicación en las organizaciones* (pp. 1-28). México, D.F.: MacGraw-Hill



- Scott, W.G., y Mitchell, T.R. (1981). Procesos de Comunicación. *Sociología de la organización* (pp. 111-135). Buenos Aires: El Ateneo Editorial
- Simon, H.A. (1988). Comunicación. *El comportamiento administrativo: Estudio de los procesos de adopción de decisiones en la organización administrativa* (pp. 147-163). Buenos Aires: Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara S.A. de Ediciones
- Torres, S.M.C. (2004). *Informe de Actividades 2003 PROMEP UAEM*
- Torres, S.M.C. (2007a). *Dirección de Investigación y Posgrado*. Presentación realizada el 23 de Mayo de 2007 en la Universidad Tecnológica Emiliano Zapata en Reunión de trabajo UAEM-UTEZ
- UAEM. (2000). *Compendio de legislación universitaria*. Cuernavaca: UAEM
- Urbano, V.G. (2008). *Los Cuerpos Académicos: Balance del periodo 1996-2006 y perspectiva 2007-2012*. Presentación realizada el 31 de enero de 2008 en la Universidad Autónoma de Sinaloa en el marco del encuentro nacional de “Cuerpos Académicos y Redes de Colaboración. Experiencias y Perspectivas”
- Vries, W. e Ibarra C.E. (2004). La gestión de la universidad: Interrogantes y problemas en busca de respuestas. *Revista Mexicana de Investigación Educativa* 9 (22), 575-584

Sobre los autores:

María del Carmen Torres Salazar.

Profesora Investigadora de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Químicas e Ingeniería de la UAEM. Maestra en Ingeniería Industrial e Ingeniera Industrial. Ha trabajado en diversas empresas e instituciones como directora y gerente en las áreas de producción y recursos humanos. Fue Representante Institucional del Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP) en la UAEM.

Marco Antonio Petriz Mayen.

Profesor Investigador de Tiempo Completo de la Facultad de Contaduría, Administración e Informática de la UAEM. Doctor en enseñanza superior. Responsable de la línea de investigación Competencias académicas de conocimientos básicos y metodológicos en ciencias sociales y administrativas. . 27 años de experiencia en la docencia. Logró con una de su publicaciones el premio como uno de los diez mejores trabajos presentados en el X Congreso Internacional sobre Innovaciones en Docencia en Investigación en Ciencias Económicas Administrativas e International Research Conference for Accounting Educators.

