

JOURNAL *de*

Comunicación Social

Sociología de la Comunicación de Masas
Estudios Mediáticos y Culturales
Comunicación y Desarrollo
Sociología Política

ISSN (Edición impresa): 2412-5733
ISSN (On-line): 2413-970X

Año 5/ Vol. 6/ N.º 6/ Mayo de 2018/ La Paz, Bolivia/ Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

El derecho a la comunicación, un camino de retorno al diálogo y eje impulsor del cambio social
Mgr. José Luis Aguirre

Situación del periodismo de opinión: Tópicos, autores y situación de las mujeres como opinadoras en *La Razón* y *Página Siete*
Mgr. Rodrigo Fernández

¿Dónde está la falla?: La simbología de las violencias a través de los medios
Lic. Tatiana Fernández

La función de los medios de comunicación en un Estado de derecho: Un análisis a partir de la operación del sistema de los medios de comunicación en una sociedad democrática
Lic. Aida Berfordt

La disminución de la distancia entre lo público y lo privado en la modernidad tardía de Bolivia: Un análisis sociológico sobre el interés colectivo por la vida privada de figuras públicas
Lic. Lucía Meruvia

La Corporación Frida Kahlo del siglo XXI: Analizada a través de la teoría del aura de Walter Benjamin
Lic. Paolo Agramont

Entre *doramas* y telenovelas: *Hallyu* en Latinoamérica, esbozo de un nuevo frente cultural
Lic. María José Rivera



**CIBES
COM**

Centro de Investigación
Boliviano de Estudios
Sociales y de Comunicación

JOURNAL *de*

Comunicación Social
Sociología de la Comunicación de Masas
Estudios Mediáticos y Culturales
Sociología Política
Comunicación y Desarrollo

N.º 6

1-2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVIANA "SAN PABLO"
Unidad Académica Regional La Paz Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Departamento de Comunicación Social



© 2018

Universidad Católica Boliviana “San Pablo” (UCB-SP) – Regional La Paz
Departamento de Comunicación Social

Flavio Escobar Llanos

Rector Regional UCB-SP – Regional La Paz

Ximena Maclovía Peres Arenas

Decana de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas UCB-SP

Rafael Loayza Bueno

Director del Departamento de Comunicación Social UCB-SP

Guadalupe Peres-Cajías

**Coordinadora de Gestión Académica de Investigación Transdisciplinaria
del Departamento de Comunicación Social UCB-SP**

Autores

Mgr. José Luis Aguirre

Lic. Tatiana Fernández

Lic. Lucía Meruvia

Lic. María José Rivera

Mgr. Rodrigo Fernández

Lic. Aida Berfordt

Lic. Paolo Agramont

Consejo Editorial

José Antonio Quiroga (Bolivia - Plural editores)

Ximena Maclovía Peres Arenas (Bolivia - Universidad Católica Boliviana “San Pablo”)

Rafael Loayza Bueno (Bolivia - Universidad Católica Boliviana “San Pablo”)

Guadalupe Peres-Cajías (Bolivia - Universidad Católica Boliviana “San Pablo”)

Claudio Rossell Arce (Bolivia - Universidad Católica Boliviana “San Pablo”)

Fernando Tarifa Altamirano (Bolivia - Universidad Católica Boliviana “San Pablo”)

Jean Paul Guzmán (Bolivia - Universidad Católica Boliviana “San Pablo”)

Revisión y corrección

Guadalupe Peres-Cajías / Michelle Ponce Silva / María José Peña Ocampo / Andrés Martínez / Leonardo Lira

Universidad Católica Boliviana “San Pablo”

Av. 14 de septiembre N.º 4807, Obrajés

Teléfonos: (+591 2) 2782222

Fax: (+591 2) 2786707

Casilla N.º 4805

La Paz, Bolivia

E-mail: journalcom@ucb.edu.bo

Sitio web: lpz.ucb.edu.bo

Depósito Legal: 4 – 3 – 52 – 15

ISSN (edición impresa): 2412 – 5733

ISSN (on-line): 2413 – 970X

El Journal de Comunicación Social del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, regional La Paz está indexado en la red de Revistas Bolivianas.

Misión: Difundir los resultados de investigaciones y reflexiones teóricas sobre fenómenos comunicacionales bolivianos, enmarcadas en una de las líneas de investigación planteadas, para contribuir al debate académico en el área de la Comunicación, en particular, y de las Ciencias Sociales, en general.

E-mail: journalcom@ucb.edu.bo

Revistas Bolivianas: http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?script=sci_issues&pid=2412-5733&lng=es&nrm=iso
Bolivia

Diseño & Impresión

Plural editores

Editorial – Imprenta – Librería

Rosendo Gutiérrez N.º 595 esq. Ecuador

Teléfono: 2411018 - Casilla N.º 5097

Email: plural@plural.bo

Índice

| | |
|-------------------|---|
| Presentación..... | 9 |
|-------------------|---|

PRIMERA PARTE: Artículos originales

EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN, UN CAMINO DE RETORNO AL DIÁLOGO Y EJE IMPULSOR DEL CAMBIO SOCIAL:

Un trayecto del derecho a la información al de la comunicación

| | |
|---|----|
| <i>Mgr. José Luis Aguirre Alvis</i> | 15 |
| I. Introducción..... | 16 |
| II. Comprender la comunicación..... | 16 |
| III. Una comunicación que incomunica..... | 20 |
| IV. La génesis del concepto de derecho a la comunicación..... | 22 |
| V. De las libertades al alcance de los derechos..... | 25 |
| VI. La práctica del derecho a la comunicación un derecho humanizante..... | 26 |
| VII. Conclusión: los horizontes de continuidad de la utopía..... | 27 |
| VIII. Referencias..... | 30 |

SITUACIÓN DEL PERIODISMO DE OPINIÓN:

Tópicos, autores y situación de las mujeres como opinadoras

en *La Razón y Página Siete*

| | |
|---|----|
| <i>Mgr. Rodrigo Fernández Ortiz</i> | 33 |
| I. Introducción..... | 34 |
| II. Presentación..... | 34 |
| III. Diseño de la investigación..... | 35 |
| IV. Principales resultados de la investigación..... | 39 |
| V. Conclusiones: el valor de la libertad de expresión para el periodismo de opinión..... | 65 |
| VI. Referencias..... | 68 |
| VII. Bibliografía..... | 69 |

¿DÓNDE ESTÁ LA FALLA?

La simbología de las violencias a través de los medios

| | |
|--|-----|
| <i>Lic. Tatiana Carla Fernández Calleja</i> | 71 |
| I. Introducción | 72 |
| II. Desnudando la violencia | 72 |
| III. El triángulo de la violencia de Galtung..... | 74 |
| IV. Violencia simbólica y violencia estructural | 76 |
| V. Violencia entre iguales..... | 80 |
| VI. Violencia performativa | 83 |
| VII. Consumo de estereotipos que refuerzan códigos culturales en torno a la violencia | 86 |
| VIII. Consumo de productos culturales en torno a la violencia | 89 |
| X. Referencias..... | 98 |
| XI. Bibliografía | 100 |

LA FUNCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN UN ESTADO DE DERECHO

Un análisis a partir de la operación del sistema de los medios
de comunicación en una sociedad democrática

| | |
|---|-----|
| <i>Lic. Aida Andrea Berfordt Villa</i> | 103 |
| I. Introducción | 104 |
| II. La realidad de la realidad..... | 110 |
| III. Código binario | 118 |
| IV. Agenda mediática vs. derechos humanos | 122 |
| V. Esfera pública..... | 125 |
| VI. Derechos y libertades..... | 126 |
| VII. Conclusiones | 134 |
| VIII. Referencias..... | 135 |

LA DISMINUCIÓN DE LA DISTANCIA ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO EN LA MODERNIDAD TARDÍA EN BOLIVIA:

Un análisis sociológico sobre el interés colectivo por la vida privada
de figuras públicas

| | |
|---|-----|
| <i>Lic. María Lucía Fernández de Araujo Meruvia</i> | 139 |
| I. Introducción | 140 |
| II. Las sensaciones de riesgo y vigilancia en el contexto de la modernidad tardía en Bolivia..... | 142 |
| III. La disminución de la distancia entre la esfera pública y la esfera privada en la modernidad tardía..... | 148 |

| | |
|--|-----|
| IV. Entendimiento, explicación y descripción de la existencia del interés colectivo por la vida privada de figuras públicas..... | 153 |
| V. Conclusiones | 162 |
| VI. Referencias..... | 165 |

LA CORPORACIÓN FRIDA KAHLO DEL SIGLO XXI

Analizada a través de la teoría del aura de Walter Benjamin

| | |
|--|-----|
| <i>Paolo Agramont Fornis Samso</i> | 169 |
| I. Introducción | 170 |
| II. ¿Cómo ha pasado el arte y las fotos de Frida Kahlo, siendo la antítesis del cuerpo comercial, a ser un producto de comercialización masiva?..... | 172 |
| III. ¿Cómo se destruye el aura? | 174 |
| IV. El aura en el arte de Frida Kahlo..... | 174 |
| V. El Fandom de Frida Kahlo y la decadencia del Aura | 176 |
| VI. La Corporación Frida Kahlo | 179 |
| VII. Conclusiones | 180 |
| VIII. Referencias..... | 193 |

ENTRE DORAMAS Y TELENOVELAS

Hallyu en Latinoamérica, esbozo de un nuevo frente cultural

| | |
|---|-----|
| <i>Lic. María José Rivera Carballo</i> | 197 |
| I. Introducción: Llega el <i>hallyu</i> a Latinoamérica | 198 |
| II. Síntesis de métodos y procedimientos | 200 |
| III. Construcción de sentidos e interrelación con discursos | 204 |
| IV. Conclusiones y reflexiones..... | 218 |
| V. Referencias..... | 219 |

SEGUNDA PARTE: Reseñas de autores

| | |
|--|-----|
| Pollera y ojos verdes: Racismo en la interacción pública rutinaria <i>Msc. Rafael Loayza Bueno</i> | 227 |
| Semejanzas: Esbozos biográficos de gente poco común <i>Mgr. Alfonso Gumucio Dagron</i> | 230 |
| Representaciones, prensa y fiesta: Los rostros del Gran Poder <i>Dr. Cleverth Carlos Cárdenas Plaza</i> | 231 |

Presentación

El sexto número del Journal de Comunicación¹ pretende continuar con la difusión de investigaciones y reflexiones teóricas realizadas por académicos, locales e internacionales, estudiantes y profesores, en el marco de las líneas de investigación que se han construido en el Departamento para encauzar la gestión, producción y difusión de conocimiento.

En este número se podrán apreciar artículos de diversas líneas de investigación, característica que hace al Journal muy integral. Las áreas temáticas rondarán en torno a la Sociología de la Comunicación de Masas, los Estudios Culturales, la Sociología Política y Opinión Pública, y la Comunicación y Desarrollo. Se abordan prácticas y representaciones culturales y sociales que han cambiado en los últimos tiempos, a partir del contexto político y el uso de las nuevas tecnologías en nuestro país. Así, se ofrece una perspectiva del acontecer social boliviano contemporáneo, con miras a procesos globales actuales, desde un enfoque comunicacional.

El primer artículo, *El derecho a la comunicación un camino de retorno al diálogo y eje impulsor del cambio social: Un trayecto del derecho a la información al de la comunicación*, escrito por el Mgr. José Luis Aguirre Alvis, director del SECRAD (Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo) y docente de la carrera de Comunicación Social, realiza un recorrido por los hitos importantes dentro de la consecución del derecho a la comunicación. Este análisis histórico sobre los debates internacionales acerca del tema lleva al lector a la reflexión sobre el verdadero sentido del proceso comunicacional en aras del diálogo.

El Mgr. Rodrigo Fernández Ortiz, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, contribuye a la aproximación académica al ámbito del periodismo, en específico, al periodismo de opinión. Este análisis cuantitativo de los periódicos

1 La revista del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana (UCB-SP, regional La Paz), indexada en el portal de Revistas Bolivianas digitales.

La Razón y Página Siete pretende realizar un barrido sobre las tendencias de opinión y las líneas que siguen estos dos medios bolivianos. Además, la investigación responde a algunas interrogantes sobre el periodismo de opinión en cuanto a su diversidad temática, de autoría y de género. Estas tres preguntas seguramente ayudarán a comprender mejor los objetivos de este trabajo: ¿De qué temas se habla?, ¿quiénes opinan? y ¿cuántas mujeres escriben?

Continuando en el ámbito mediático, el artículo de la Lic. Tatiana Carla Fernández Calleja, asesora técnica del proyecto *ProPeriodismo*, aborda el tema de los estereotipos mediáticos que contribuyen a la perpetuación de la violencia. En este sentido, el papel de los medios como productores de contenidos violentos es bastante importante a la hora de analizar la génesis de este fenómeno que, posteriormente, se reproduce en la realidad. Este trabajo busca determinar los tipos de violencia a los que la sociedad se expone a través de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Siguiendo con la misma línea, la Lic. Aida Berfordt, exalumna de la carrera de Comunicación Social, plantea una interesante investigación sobre la función de los medios de comunicación en un Estado de derecho. Los sistemas comunicacionales de los *mass media* influyen en el modo de interpretar y comprender los problemas sociales. Por este motivo, la información es un insumo sumamente necesario para el accionar dentro de un contexto social. Es por esto que los derechos relacionados con la información y la libertad de expresión son cruciales en la sociedad actual.

Posteriormente, con la finalidad de promover la difusión de conocimiento producido en la formación de comunicadores sociales, se presentan los artículos de tres graduados del Departamento, María Lucía Fernández de Araujo Meruvia, Paolo Agramont Forns Samsó y María José Rivera Carballo.

La primera presenta un análisis sobre la disminución de la brecha entre lo público y lo privado, siendo los medios masivos de comunicación el principal soporte para el desarrollo de este fenómeno. La autora, dentro de su investigación, plantea que Bolivia, a pesar de pertenecer a una comunidad global, algunos de sus rasgos continúan formando parte de una modernidad tardía.

El artículo de Paolo Agramont, más ligado a los Estudios Culturales, realiza un análisis de la corporación creada a partir de la figura de Frida Kahlo. Este

fenómeno, según la investigación del autor, es visible sobre todo en el siglo XXI. La masificación de la imagen de esta artista la ha convertido en una mercancía rentable. ¿Es posible que esto provoque la decaída o incluso la pérdida del “aura” (la cualidad que hace que el arte sea arte)? Para ello, Agramont utiliza la teoría de Walter Benjamin.

Terminando con los artículos, María José Rivera se adentra un poco más en los espacios de las culturas globales y analiza las características de un nuevo frente cultural en Latinoamérica: la “ola coreana”. Este fenómeno permite crear conciencia de la interconexión global, la cual permite la relación entre dos culturas aparentemente distantes y diferentes. El estudio se centra sobre todo en la creación de sentidos similares entre dos producciones culturales diferentes: los *doramas* y las telenovelas mexicanas. ¿Acaso tendrán alguna relación de sentidos?, ¿serán construcciones culturales similares?

Luego de la sección de artículos, el lector podrá encontrar el apartado de reseñas bibliográficas, realizadas por académicos reconocidos en sus respectivas áreas. Así, el Msc. Rafael Loayza Bueno comenta la obra de Natalia Casanovas, *Pollera y ojos verdes: Racismo en la interacción pública rutinaria*. El Mgr. Alfonso Gumucio presenta sus impresiones sobre el libro *Semejanzas: Esbozos biográficos de gente poco común*, escrito por el periodista Juan Carlos Salazar. Por último, el Dr. Cleverth Cárdenas reseña el libro *Representaciones, prensa y fiesta: Los rostros del Gran Poder*, del Lic. Diego Limachi.

Esperamos que este número motive a los lectores y profesionales del área a producir y leer más investigaciones sobre Comunicación Social, con el fin de comprender *más* y *mejor* a nuestra sociedad y al mundo.

Mayo de 2018

Msc. Rafael Loayza Bueno
Director de la Carrera de Comunicación Social
Universidad Católica Boliviana “San Pablo”

JOURNAL *de*

Comunicación Social

Sociología de la Comunicación de Masas

Estudios Mediáticos y Culturales

Sociología Política

Comunicación y Desarrollo

PRIMERA PARTE:
Artículos originales

El derecho a la comunicación, un camino de retorno al diálogo y eje impulsor del cambio social:

Un trayecto del derecho a la información al de la comunicación

Mgr. José Luis Aguirre Alvis¹

Correo electrónico: aguirrealvisjl@gmail.com

Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo (SECRAD)

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 16/03/18

Fecha de aprobación: 10/05/18

Resumen

El derecho a la comunicación se constituye hoy tanto una aspiración como una meta dirigida a la recuperación del carácter esencial del proceso relacional humano, cual es su capacidad dialógica de comunicación. Sobre esta noción el presente trabajo trata de ofrecer un recorrido histórico desde los debates internacionales que le dieron origen hasta apuntar algunas de las dimensiones en las que se proyecta hoy superando así el llamado derecho a la información².

Palabras clave

Derecho a la comunicación, derecho a la información, Informe MacBride, comunicación para el desarrollo.

-
- 1 Presidente Regional de la World Association for Christian Communication para América Latina (WACC-AL) y Vicepresidente Mundial de la WACC (Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana). Docente de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo".
 - 2 El presente trabajo fue presentado en Seminario Internacional Comunicación y Desarrollo: ¿Episteme o práctica?, Reflexiones desde el Ande, organizado por la facultad de Educación y Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Antonio Abad del Cusco (Cusco, 31 de enero al 3 de febrero de 2018).

The right to communicate, a way to recuperate the dialogue and a way to impulse social change:

A path from the right of information to the right to communication

Abstract

The right to communicate has become today as an aspiration and also as a goal to recuperate the essence of the relational practice, the dialogic capacity to communicate to each other. This article presents a path from the origin of this term which comes from the international debates of the new order of information and communication to the goal of recuperating the essence of the process of communication marking the difference between communication right and information right.

Keywords

Right to communicate, right of information, MacBride Report, communication for development.

I. Introducción

...a riesgo de que se vea la comunicación sólo desde un espacio tecnológico o instrumental, la comunicación debe ser comprendida como un hecho 'existencial', o sea que uno es a partir de la comunicación. Y esto es de tal dimensión que cada uno deriva de una génesis comunicativa previa, entre ellas y la que nos traduce en signo corpóreo y presente es el amor de nuestros padres por el cual todos hemos sido concebidos, y así también ellos vienen de las infinitas generaciones anteriores en una suerte de cadena o prehistoria comunicativa... entonces un sentido mismo de lo comunicativo en el ser humano es que nadie se comunica desde un vacío y menos en soledad. Nuestra misma trascendencia humana como proyecto social y cultural dependerá siempre de nuestra capacidad comunicativa. (José Luis Aguirre Alvis).

II. Comprender la comunicación

La comunicación es fundamento esencial de la naturaleza humana. Una propuesta dirigida a asumir la comunicación como un derecho necesita ratificar este carácter básico a fin de luego proyectarlo y diferenciarlo de otra dimensión también válida, la de la información que supondrá el ejercicio de la circulación de ideas impulsadas por algún medio, generalmente de carácter tecnológico o instrumental y normalmente desde una única fuente. De lo que se trata, en el contexto del debate del derecho a la comunicación, es el devolver a la comunicación su dimensión ontológica, y así existencial, donde se vea a la persona en sí como un hecho de por sí comunicativo.

Somos y venimos de la palabra, estamos habitados como seres vivos de aquella capacidad intrínseca del ser humano cual es la de ser signos, además de generadores de signos... encarnamos un discurso que incluso nos antecede desde mucho antes de que hayamos nacido, además de poder asumir nuestro sentido histórico y así social como humanos desde la capacidad de transformar el entorno desde nuestra manifestación relacional... desde aquella palabra que cuando se expresa se torna en posibilidad de diálogo. Y la consecuencia del encuentro bilateral de voces las que a su vez construyen el sentido de lo que consideramos el espacio común desde las subjetividades puede pensarse que es el mutuo entendimiento.

La palabra es la que a su vez nos hace ser sujetos históricos en la medida en que nuestra voz expresa nuestra realidad dotando al decir de una condición dinámica que se encuentra en la misma palabra comunicación, la de invitar desde lo común a la acción –comunica/acción–. O sea, desde la expresión y el sentido puesto en común nos movemos a la acción edificadora de una realidad que por la condición humana se aspiraría sea siempre de elevación o de mejora. Nadie se comunica o menos dialoga si no es para invitar a un cambio, a un crecimiento, a experimentar algún tipo de desarrollo. En esta dirección, el psicólogo social Fernando González Rey (1999) señala que la comunicación siempre implica una experiencia desarrolladora:

una comunicación desarrolladora es aquella en que los sujetos implicados promueven motivos específicos hacia el proceso interactivo, lo que implica la capacidad de entrar en un contacto personalizado de profundo valor motivacional y, a través de la motivación compartida, expresar los intereses personales que se integrarán en el vínculo interactivo. (González, 1999, p. 6).

Será por eso que la incapacidad de crear motivos recíprocos hacia la interacción como proceso, hacia el disfrute del otro o los otros en diferentes aspectos de la propia interacción, con frecuencia deviene en relaciones no sanas, corrosivas, que en todo caso están marcadas por el antidiálogo porque devienen en dominancia y/o dependencia, señala el autor indicado.

Paulo Freire ya exploró esta dimensión de ruptura o desencuentro de intersubjetividades denominándola como la antidiálogo. Y el antidiálogo, como experiencia de cosificación por ser el estado de no estar en situación de aprehender los horizontes de otro, o sin poder ver su ser esencial, no contribuye

a romper el silencio de otro, del descartado, del marginado, del joven, el niño o la mujer que esperan ser al encontrar el reconocimiento de un alter. La posibilidad interactiva del diálogo conlleva la potencialidad liberadora del ayudar a ser, en el sentido de “un ser más”, pues uno ya siendo en latencia un sujeto relacional, necesita ser escuchado y experimentar esta reciprocidad liberadora del silencio que en sí no significa no tener palabra sino no tener la opción de romper una mudez porque el sujeto está siendo bajo algún mecanismo de dominación o dependencia. La comunicación que es diálogo, como el diálogo es comunicación, nos desprenden del silencio y a su vez nos ayudan a manifestar sus causas, y todo aquel que apuesta por el diálogo en el fondo actúa por la liberación del otro, liberándolo de las ataduras de un contexto que le impide ser de modo pleno, pero como el hecho comunicativo supone reciprocidad en un camino hacia una experiencia liberadora este también es recíproco. Por tanto, cuando la intención resulta ser antidialógica no se libera o apunta a la no liberación de otro, y se desperdicia la posibilidad de ser más para operar desde la negación de la palabra la dominación del otro. Pero en cambio, si se sigue el camino del diálogo liberador se aproxima a la misma experiencia poética propia de toda libertad. Sin embargo, aquí tampoco puede prevalecer la figura de un salvador mesiánico o sea unilateral frente a un liberado pues la experiencia liberadora es igualmente recíproca e intersubjetiva. Haciendo una similitud con Paulo Freire, quien al decir *nunca hay un pienso, sino un pensamos*, ya que la misma coparticipación de los sujetos en el acto de pensar se da en la comunicación (Freire, 1981, p. 75) podemos señalar que nadie se libera solo o en soledad sino nos liberamos por la voluntad de dialogar.

Así, aproximándonos a la noción del derecho a la comunicación, primero desde el plano ontológico o existencial que como se dijo a un principio nos devuelve a reconocer a la comunicación como naturaleza humana primordial del ser, podríamos volver a recurrir a Freire, quien nos marca el horizonte al decir: “...primero es necesario que los que se encuentran negados del derecho primordial de decir la palabra, reconquisten ese derecho prohibiendo que continúe este asalto deshumanizante” (Freire, 1982, p. 101). Aquí, se destaca que el no reconocer al sujeto como presencia viva de la palabra, y más aún asumir que su condición de ser histórico deviene de su capacidad interactiva de vincular su palabra con la de los demás, es un hecho deshumanizante, o sea que va en contra de la naturaleza misma del ser humano. La misma significación del ser se adquiere del pronunciar la palabra, pronunciar el mundo, pronunciar y entrar en diálogo es una exigencia existencial. Porque, “...los hombres no se hacen en el silencio, sino en la palabra” (Freire, 1982, p. 100). Por tanto,

la existencia humana no puede ser muda o silenciosa, sino estar nutrida de palabras verdaderas con las cuales los hombres transforman el mundo. Por cierto, aquí no se está hablando del silencio como aquella experiencia del silencio meditativo que en el caso de sujetos místicos o religiosos les da la posibilidad de diálogo y comprensión del mundo en dimensiones todavía mucho más infinitas. Aquí hablamos del silencio que es negación, invisibilización del otro, silencio que oprime al ser, y que le impide realizar su capacidad histórica desde donde la palabra pueda permitirle habitar el mundo para transformarlo.

Cerrando ya esta primera propuesta, la de colocar la comunicación como eje ontológico y existencial del ser, y así como el eje que define el mundo de la vida social, y prepararnos para entrar al segundo momento de este texto que se dirige a observar la comunicación como un derecho para luego rematar con un breve recorrido de los debates mundiales que han colocado el concepto de derecho a la comunicación, como aquel avance vinculado al crecimiento de los derechos humanos, se podría establecer la siguiente síntesis del primer abordaje diciendo que:

En un nivel ontológico y existencial todos y cada uno de nosotros, independientemente a nuestras cualidades diversas, ambientes y entornos de relación, momentos históricos o de existencia en contextos altamente ligados a la circulación de datos, somos seres por naturaleza habitados por la capacidad comunicativa, venimos de una prehistoria comunicativa que nos dio origen, transcurrimos una palabra que ya estaba instalada incluso antes de nacer, y que siendo somos por naturaleza un proyecto signo y palabra, para poder ser a partir del ejercicio de nuestro encuentro relacional con los demás quienes de por sí exponen igualmente sus subjetividades desde sus condiciones de diversidad afirmando todos nuestra calidad humana y de sentido histórico humanizador. Por tanto, la palabra, y el derecho a la comunicación como tal es algo que nos corresponde por nuestra misma naturaleza, que vive con nosotros y que cualquier cosa que la afecte nos cosifica impidiéndonos ser sujetos históricos y críticos ante el mundo.

Y si nos preguntamos qué fin tiene comprender el comunicar como naturaleza humana básica, la respuesta nos la da Antonio Pasquali (2007) quien dice que hacerlo permitirá ahuyentar efectos alienantes y procurar una convivencia de mejor calidad para todo y todas. Esta es la razón por la cual siempre será de mayor beneficio en cualquier debate de lo comunicativo el pensar más en

la comunicación misma que en los medios de comunicación y así reponer la centralidad de un proceso más que substituir la relación por la atención en el canal o en el instrumento.

III. Una comunicación que incomunica

Antonio Pasquali, como una parodia al clásico texto de Marshall McLuhan, *Understanding media*, de 1964, publicó en 1970 un documento medular para entender de modo crítico la comunicación desde una mirada de América Latina titulado *Comprender la comunicación*. De este documento publicado hace cuarenta años el autor presentó en España en 2007 una nueva edición revisada y actualizada. Allí, este representante de la Escuela Crítica de la Comunicación Latinoamericana, asume la relectura de sus propuestas, desde un ambiente totalmente distinto al de los años 70 del pasado siglo, señalando que hoy las tecnologías de la información y de la comunicación, las TIC, desde su ubicuidad y halo de superioridad indiscutible en todo escenario aportan una formidable capacidad al resurgir, innovar y racionalizar mercados, además de posicionarse como actores imprescindibles y reguladores de precios como aparato circulatorio del mercado. De tal modo que desde las TIC “se reina, gobierna, convence, distrae y espía el mundo” (Pasquali, 2007, p. 16).

El traspaso del actor social por el recurso tecnológico, y con este al mercado, apunta sensiblemente al control del ciudadano, de sus comportamientos y de su relación con el otro. La misma noción de servicio público está cada vez más disuelta, bajo este mismo impulso que combina las maneras de hacer política, donde ya no existe el líder carismático, o el político profesional honesto, para caer en el estilo del espectáculo o del personaje mediatizado con cualidades de *show business* en todas sus formas y manifestaciones. En medio del encandilamiento tecnológico, y los intereses que ya no se detendrán a pensar la comunicación como núcleo relacional primigenio, Pasquali señala la necesidad de ser como el Búho de Minerva, vigilantes ante el manejo y devenir de la comunicación, y el alcance de esto tiene que ver, por ejemplo, con los ejércitos de profesionales de la comunicación, y los dilemas éticos e ideológicos que sostienen los mismos paradigmas de la comprensión del hecho comunicativo desde los cuales aprenden su mismo oficio.

Y un aspecto que también se afecta ante el peso de lo tecnológico es el del pensar, y especialmente del *pensar bien* porque para hacerlo hay que cultivarse

cognoscitiva, ética y estéticamente durante toda la existencia (Pasquali, 2007, p. 20). Pero volviendo al campo de los medios o los aparatos de difusión masiva –sobre los cuales muy comúnmente, y equivocadamente, se atribuye la capacidad de comunicar–, Pasquali remarca que la “comunicación está ontológicamente emparentada con comunidad, connota mensaje-diálogo que busca generar respuestas no programadas, reciprocidad y real sociabilidad, consenso y decisiones en común”. Mientras que el término muy próximo, y que hasta se maneja como equivalente al de la comunicación –la información–, plantea una

relación ontológica con causalidad, ya que supone mensaje-*causa* de un agente emisor que busca generar en un paciente receptor un efecto-comportamiento inmediato o remoto. La información categorialmente expresa una relación comunicante imperfecta, por cuanto tiende a generar más verticalidad que igualdad, más subordinación que reciprocidad. (Pasquali, 2007, p. 60).

Las implicaciones del protagonismo tecnológico tendrán que ver con la noción del derecho a la comunicación ya que el pensar que comunicación es lo mismo que información oculta el hecho que un emisor esgrime una intencionalidad no dialogal donde un receptor en condiciones técnicas de distancia e incapacitado para convertirse de modo paralelo en interlocutor tiende a reducir su protagonismo potencialmente dialógico a ser un mudo consumidor de propaganda.

Todo esfuerzo, y práctica por hacer que los canales faciliten la reciprocidad, son el reto cognoscitivo, ético y estético de la comunicación. Porque a los medios y prácticas de información habrá que devolverles, así como insistirles, por su compromiso con la comunidad, procurar la plena práctica de la relación intersubjetiva propia de las personas, ésta es la base misma de pensar y aspirar por un derecho a la comunicación. El que por cierto tiene diferencia con el término derecho a la información, ya que este (el derecho a la información) se enmarca dentro de los alcances del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (Organización de las Naciones Unidas, 1948) donde se proclamó la libertad de expresarse, de investigar y recibir informaciones y de difundir informaciones y opiniones sin limitación de fronteras o por cualquier medio.

Bajo esta relación es necesario preguntarnos ¿qué podemos entender por derecho a la comunicación? Pasquali, en el texto al que se hizo referencia, dirá:

...siendo la comunicación, gnoseológicamente, la categoría sintética y por eso superior de toda relación comunicante, y ontológicamente la *ratio essendi* (la causa de existencia de una cosa) de la *relación humana*, el *derecho a la comunicación* pertenece al grupo de derechos humanos primigenios y orgánicos, como aquel que sin cuyo pleno disfrute se vería el ente racional impedido de acceder a la sociabilidad en tanto que animal político, de seleccionar el modo de *estar-con-el-otro* que más le plazca y de garantizarse el mayor grado posible de *reciprocidad*. (Pasquali, 2007, p. 64).

El término comunicación, según Pasquali (1978, 2007), debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre sujetos, así, no puede aceptarse un predominio del concepto de medio en la definición de comunicación. Esto quiere decir que todo medio es un simple aparato, los medios son simplemente recursos para la extensión de la preexistente capacidad humana de comunicarse.

Por lo indicado, la llegada constantemente renovada de recursos tecnológicos a los que llamamos TIC hace que ellos solo vengán a ampliar una capacidad natural preexistente en las personas y no así a engendrarla. Por tanto, como señala Pasquali, el problema esencial sigue siendo el de la comunicación interhumana, y no el de los medios o de su desarrollo.

Los medios de difusión y los informadores son importantes como aparatos y especialistas de la difusión masiva de mensajes, pero la comunicación humana la hacen las personas y así la podemos realizar todos y cada uno de nosotros y a nuestra manera y desde nuestros contextos culturales y formas de vida. Este criterio es importantísimo también para reconocer el alcance de la noción -derecho a la comunicación-, ya que este se referirá sin ningún tipo de distinción a una capacidad presente en todas y cada una de las personas. Y siendo así todo derecho a la comunicación tiene que ver con su relación estrecha con la interculturalidad. El término derecho por esencia asume la cualidad de lo diverso y si lo ve en relación es de hecho intercultural y, por tanto, propiciador del contacto intercultural.

IV. La génesis del concepto de derecho a la comunicación

El derecho humano a la comunicación se enunció por primera vez en 1969, cuando el francés Jean D'Arcy, entonces director de la Radio y de los Servicios Visuales de la Oficina de Información de la ONU en París, expuso que "La Declaración

Universal de los Derechos Humanos que (...) establecía por vez primera en su artículo 19 el derecho humano a la información, habrá de reconocer un día un derecho más amplio: el derecho humano a la comunicación” (D’Arcy, 1969).

Estas ideas fueron trasladadas años más tarde al escenario de los debates de la Unesco, y el trabajo de la Comisión Internacional del Estudio de los Problemas de Comunicación, en la que D’Arcy (1978) publicó el trabajo *Les Droits de l’homme à communiquer* (El derecho humano a comunicar), pieza antesala a la discusión internacional por el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) que desde el seno de la Unesco propondría un horizonte renovado y aspirado para la comunicación, como también se convirtió en el campo de batalla por los intereses empresariales de los medios que acusaron la postura y por el mismo trabajo de la Comisión Internacional encargada del Estudio de los problemas de la Comunicación, o Comisión MacBride, de totalitaria. En esta pieza histórica D’Arcy sostiene que

ese posible derecho futuro no ha encontrado todavía ni su forma ni su contenido real, así se encuentra todavía en la etapa de maduración y el enriquecimiento progresivos. Cuando se hayan explorado las posibles aplicaciones de la hipótesis, la comunidad internacional tendrá que determinar el valor propio de semejante concepto. Tendrá que reconocer o negar que en él reside un nuevo derecho posible para el hombre, que nos substituirá los derechos ya proclamados, sino que vendrá a complementarlos. (D’Arcy, 1978, p. 1).

D’Arcy fue partidario, por ejemplo, de que el espectro de frecuencias radioeléctricas y las órbitas de satélites geoestacionarios deberían verse como de propiedad de toda la humanidad, ya que eran riquezas naturales limitadas. Esta idea dio paso en aquel momento al nacimiento del derecho internacional de las comunicaciones. Y de modo utópico, pero asimismo esencial, él sostuvo que

el hombre tiene una necesidad específica, biológica de comunicarse. Por consiguiente, parece normal reconocerle un derecho a la comunicación, puesto que su existencia misma depende del ejercicio de esa actividad (...) toda sociedad nace de la comunicación. Hoy día, la intervención de los medios de comunicación no debe modificar en nada los datos básicos, biológicos y de principio. (D’Arcy, 1978, p. 2).

Desmond Fisher, director de desarrollo de la radiodifusión de la RTE, Organización Nacional de Radiodifusión de Irlanda, interesado de modo activo

sobre el estudio de la noción de derecho a la comunicación que apareció en la agenda internacional de la Unesco a partir de su recomendación de la resolución de la Conferencia General de la Unesco en su 20ª. Reunión (1978) sistematiza en 1984 el trabajo *El derecho a comunicar hoy*, como parte de los estudios y documentos de comunicación social de la misma Unesco. Allí hace un recuento pormenorizado de las distintas reuniones, conferencias y debates que antecedieron y dieron base a la construcción de este concepto donde figura que, en 1974, la Conferencia general de la Unesco ya autorizó al director general a analizar el derecho a la comunicación dando lugar a que la organización contribuyera a la realización de estudios para darle sustento (Fisher, 1984, p. 5).

Al indicarse que el derecho a comunicar es una idea y una idea que existe solo en forma teórica señala que “esta ausencia no quiere decir que se rechace como concepto ético o filosófico” (Fisher, 1984, p. 5). Fisher afirma:

El concepto de derecho a comunicar... concepto relativamente nuevo, fue enunciado por primera vez en 1969. Expresa un principio filosófico más fundamental y tiene una aplicación más amplia que las anteriores formulaciones de los derechos de comunicación. Procede de la naturaleza misma de la persona humana, como ser comunicador, y de la necesidad humana de comunicación, en el nivel del individuo y en el de la sociedad. (Fisher, 1984, p. 8).

En relación a la propuesta de Jean d'Arcy y calificando como innovador, su artículo, en el que propuso el concepto de derecho a comunicar Fisher señala:

La tesis de d'Arcy era que los medios de comunicación han determinado siempre las estructuras políticas y sociales, y que la persona o el grupo que controla las comunicaciones controla de hecho la sociedad. Mientras los medios de comunicación fueron limitados, el vulgo aceptó que los controlaran dirigentes religiosos, políticos o individuos privados. Los instrumentos de comunicación determinaban las estructuras de comunicación, y su posesión confería un poder. (Fisher, 1984, p. 13).

El derecho a la comunicación, dentro del Informe MacBride (*Un solo mundo voces múltiples*), aparece referido en una parte específica como *derecho a comunicarse* y señala que este significa mucho más que el derecho a recibir información a razón de que las demandas de una corriente en dos sentidos, la bilateralidad dialógica, de libre intercambio, acceso y participación en las

comunicaciones, van más allá de los principios adoptados hasta ahora por la comunidad internacional (1987, p. 148). El informe demostró la existencia de serias brechas y desequilibrios en el aprovechamiento de los recursos de la comunicación masiva y de los sistemas de información entre países con capacidades centrales y aquellas regiones empobrecidas. El razonamiento que expone muestra un camino evolutivo hacia el derecho a comunicarse al indicar que: En la época del Ágora y el Foro, cuando la comunicación era directa e interpersonal, surgió el concepto de la *libertad de opinión*. Con la llegada de la imprenta (el primero de los medios masivos) y como desafío a las prerrogativas reales y religiosas surge el concepto de *libertad de expresión*. En el siglo XIX con el extraordinario desarrollo de la prensa, surge el concepto de *libertad de prensa*. Con la aparición sucesiva de otros medios masivos (cine, radio y TV) se avanza hacia un conjunto de libertades más específicas que comprenden la libertad de *buscar, recibir y difundir información (el llamado derecho a la información)*. En este trayecto y en medio de un contexto tecnológico y en el que se presenta el riesgo de que las voces no sean plurales y equitativas se plantea la necesidad de alcanzar el *derecho humano a comunicarse*.

V. De las libertades al alcance de los derechos

El concepto de derecho a la comunicación, que para hoy se asume como un derecho de tercera generación, porque hace a los llamados derechos del pueblo o de la solidaridad haciendo referencia a la paz, desarrollo y medio ambiente, cobró fuerza después de un prolongado lapso de ausencia de debate, pero sí de práctica sobre todo en sociedades dependientes, en el contexto de los debates de la llamada Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información (Ginebra 2003 y Túnez 2005). Aquí actores de la sociedad civil como el movimiento Communication Rights in the Information Society (CRIS) recuperó esta postura señalando que el derecho a la comunicación es un derecho humano universal que supone y está al servicio de los demás derechos humanos.

Sobre la referida Cumbre que, promovida por otra agencia de las Naciones Unidas, la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT), para Pasquali (2007) implicaba un contrasentido desde su nombre y origen porque la lucha y aspiración debería más bien ser orientada a promover una Sociedad de la Comunicación más que una Sociedad de la Información, superándose así las mismas limitaciones del artículo 19 de la “Declaración Universal de los derechos Humanos”.

VI. La práctica del derecho a la comunicación, un derecho humanizante

La comunicación vista como un derecho de todos y cada una de las personas agrega cualidades adicionales al derecho a la información haciendo sobre todo visibles demandas históricas de las mismas sociedades: demandas por *relaciones de equidad, equilibrio, visibilidad, inclusión, reconocimiento y uso de sistemas culturales propios y alternativos de expresión y circulación de sentidos, empoderamiento desde la palabra y plena participación en el goce de la construcción de sentidos*. Siendo que el término derecho es una condición universal, integral, y natural de todos y todas, ninguna persona por razón alguna podría ser afectada en esta capacidad humana y ciudadana.

En síntesis, el derecho a la comunicación no se antagoniza con el derecho a la información, sino que lo amplía y enriquece, ligándolo indiscutiblemente al alcance de los derechos humanos y la construcción de ciudadanía.

La aspiración por la vigencia del derecho a la comunicación es producto sobre todo de procesos históricos prolongados donde en sociedades como las de América Latina se quiere dar respuesta a procesos de sometimiento de las libertades y derechos a la palabra, así esta propuesta ocupa un lugar fundamental en el rescate de las libertades democráticas. Prácticas y aspiraciones por una comunicación democrática, un ejercicio de formas de comunicación participativa, alternativa, horizontal y popular experimentadas iniciadas desde el siglo pasado y que tomaron fuerza desde los años ochenta especialmente en América Latina sentaron las bases objetivas para la consolidación del derecho a la comunicación.

La comunicación desde los alcances y vigencia del derecho a la comunicación en su empecinada fe por una palabra –que nos encuentra, nos amiga, nos genera la dimensión ética de la palabra– comprende por lo menos seis “c” de una verdadera comunicación como diálogo: compartir, colaborar, crear, común/ acción, contexto, y celebración del encuentro con el otro.

Operativamente este camino sobre el que han recorrido soñadores de utopías de horizontalidad desde la comunicación como Luis Ramiro Beltrán, Juan Díaz Bordenave, Francisco Gerace, Fernando Reyes Mata, María Cristina Mata, Washington Uranga, Miguel Ascueta, Alfonso Gumucio, Daniel Prieto, José Marques de Melo, Mario Kaplún, Antonio Pasquali, Juan Somavía, Rosa María

Alfaro, Rafael Roncagliolo, el mismo Paulo Freire desde la educación, y en Cusco, Carlos Gutiérrez, entre tantos otros comunicadores y comunicadoras del continente, junto a los que no se puede desconocer la presencia histórica de aquellos operadores pioneros de quimeras comunicacionales como los comunicadores campesinos, comunicadores indígenas, las radios mineras, educativas y comunitarias, los locutores en lenguas nativas, de los activistas y movilizados de una comunicación democrática, popular y alternativa de los cuales la historia de la comunicación de América Latina les guarda todavía la deuda de visibilizar su trabajo y sus esfuerzos.

VII. Conclusión: los horizontes de continuidad de la utopía

Ya el comunicador boliviano Luis Ramiro Beltrán señalaba que nunca había que renunciar a la utopía, pues siendo así, esta era el horizonte e impulso para caminar al alcance de nuestros sueños.

La multifacética vitalidad de un derecho a la comunicación se puede hacer visible por lo menos en los siguientes diez ángulos, articulando una propuesta comunicacional renovadora. Así sin ser las únicas dimensiones y como propuesta e invitación a la práctica serían:

1. Partir del establecimiento de que la comunicación es la experiencia existencial básica

Esto nos permite volver a colocar el proceso humano de la comunicación en su base ontológica y existencial básica y que hace posible la sociabilidad, la convivencia, la interdependencia, y el encuentro de intersubjetividades para un encuentro y disfrute del otro.

2. Asumir que la comunicación es un derecho humano, y siendo así no es exclusividad de los comunicadores o de los informadores

Este derecho permite a que todos y de modo universal podamos expresarnos, acceder al conocimiento y a ser gestores de nuestros propios contenidos, lenguajes y medios para entrar en relacionamiento con los demás. Por otro lado, la importancia de la comunicación es tal que no es exclusividad de los comunicadores ni tampoco de los informadores, sino de todos.

3. Asumir que la comunicación es de interés ciudadano

Este derecho nos permite asumir que la comunicación e información son un campo de interés de todos y todas. Por ejemplo, la radiodifusión y el uso del espectro serán de interés público de tal modo que las capacidades tecnológicas de que se dispongan en un Estado deben considerar a la colectividad como sujeto primordial de este derecho ciudadano. Esto permitiría en su caso ver que el espectro de la radiodifusión se habilite a que todos los actores sociales para que estos tengan igual posibilidad de acceso, uso y participación en el manejo de estos recursos.

4. Asumir la equidad en la circulación de contenidos y mensajes

Así, este derecho convoca a los medios de difusión masiva a que en la oferta de sus contenidos exista un equilibrio y pluralidad de contenidos y mensajes representando así el carácter plural de las distintas voces desde la diversidad de conjuntos y sectores humanos. Esta pluralidad además tiene que ver también con el trabajo en y desde el lenguaje para que este sea siempre inclusivo y no genere invisibilidad o discriminación.

5. Asumir que la comunicación no puede estar sujeta a prácticas monopólicas ni de concentración de ninguna forma

Este derecho posibilita que la comunicación, bajo su carácter universal, debe ser preservada, fortalecida y enriquecida para todos y todas de tal modo que se eviten prácticas de concentración monopólica o de hegemonía mediática bajo cualquier interés a fin de que el campo de la comunicación sea lo más plural posible.

6. Asumir la pluralidad de medios y discursos como esencial

La pluralidad desde la comunicación tiene que ver también con asumir que no hay modelos ni formas únicas de comprender la circulación de sentidos. Categorías de pensar el mismo hecho comunicacional desde las experiencias distintas de las culturas originarias, las formas de contacto con otros seres de la naturaleza y hasta las existencias espirituales supra terrenas deben estar tomadas en cuenta. Y desde el plano instrumental aprovechar la variedad de tipos de medios como los alternativos y comunitarios, los digitales y los de discurso *transmedia* además de garantizar un balance democrático en la presencia de diversos

actores en la gestión y propiedad de los medios. La pluralidad de medios debe asumir también el uso de lenguajes alternativos, tanto en sociedades indígenas, así como desde la diversidad de sus actores como el caso de las personas con discapacidad para no excluir a nadie de su derecho al acceso a los mensajes fortaleciendo además la capacidad de producción y presencia en los medios de difusión.

7. Asumir la comunicación desde la participación ciudadana

Este derecho posibilitará que la población tenga un papel activo en el control de la calidad de la programación y los contenidos que los medios pongan a su alcance. Por otro lado, dado que la comunicación es de interés público y colectivo los órganos estatales que la conduzcan deben dar lugar a la presencia y participación de la misma sociedad civil en su funcionamiento por ser el tema de interés colectivo.

8. Asumir la formación crítica y educación sobre los medios

Este derecho posibilitará que los centros educativos y los más variados espacios de fortalecimiento ciudadano habiliten a las personas a comprender tanto los procesos de la comunicación como la lógica en que se construyen los mensajes. La preparación de la misma sociedad en comunicación alentará su misma capacidad de producción como la presencia de formas de observación de los medios como son el caso de los observatorios de medios, las veedurías de medios, y los centros de monitoreo de medios, recursos propios de una cultura de defensa comunicativa y de avance en condiciones de una ciudadanía comunicativa.

9. La comunicación como espacio de la convivencia y de una política pública que construya comunidad

Si la comunicación como naturaleza humana apunta a estar y vivir con el otro, la calidad de la convivencia dependerá de la confianza y construcción de espacios para el encuentro, aquí las mismas tecnologías de carácter digital son convocadas no al encierro, ni el solipsismo de la autorreferencia, sino para ser puentes de salida, búsqueda y encuentro esto haciendo la tarea misma de la comunicación una misión tan evangelizadora y promotora de esperanza como el asumir el mismo sentido de la palabra originaria que nos fue entregada desde la creación.

10. Fortalecer y defender las clásicas dimensiones del derecho a la información, pero ampliando su alcance al proceso de la comunicación

Las tres cualidades del derecho a la información deben prevalecer en cualquier sociedad democrática pero nunca reducirse solo a ellas sino de modo progresivo incorporar e inventar de otras tantas oportunidades de tal modo que la palabra sea el signo de construcción social de una sociedad plural, inclusiva e intercultural.

Estamos habitados por la palabra, y la palabra es un don, siendo la mejor palabra aquella que nos invita al encuentro y al ser con el otro, así para este tiempo y el que venga, habrá que mantener en cualquier espacio por más tecnologizado que sea el hecho de que quien habla es el hombre y los hace desde su historia, su contexto y desde su corazón.

VIII. Referencias

D'Arcy, J. (1978). *El derecho a comunicar. Francia: Comisión Internacional para el estudio de los Problemas de Comunicación*. Unesco.

Fisher, D. (1984). *El derecho a comunicar, hoy*. París: Estudios y documentos de comunicación social.

Freire, P. (1981). *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural* (1.ª ed. en español, 1973). Ciudad de México: Siglo Veintiuno.

Freire, P. (1982). *Pedagogía del oprimido* (1.ª ed. en español, 1970). Ciudad de México: Siglo Veintiuno.

González, F. (1999). *Comunicación, personalidad y desarrollo* (1.ª ed. de 1995). La Habana, Cuba: Pueblo y Educación.

MacBride, S. (1987). *Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo* (1.ª ed. de 1980). Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

McLuhan, M. (2011). *Understanding media* (1.ª ed. de 1964). Berkeley, Estados Unidos: Gingko Press.

Organización de las Naciones Unidas. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Recuperado de https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf

Pasquali, A. (1978). *Comprender la comunicación* (1.ª ed. de 1970). Caracas, Venezuela: Monte Ávila.

Pasquali, A. (2007). *Comprender la comunicación*. Barcelona, España: Gedisa.

Situación del periodismo de opinión:

Tópico, autores y situación de las mujeres como opinadoras en *La Razón* y *Página Siete*

Mgr. Rodrigo Fernández Ortiz¹

Correo electrónico: rodrigoortiz@gmail.com

Universidad Andina Simón Bolívar

(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 18/03/18

Fecha de aprobación: 12/05/18

Resumen

El presente documento es una aproximación académica al estado situación del periodismo de opinión. La investigación incluye el análisis cuantitativo de 1.300 artículos de opinión y 477 editoriales de los periódicos La Razón y Página Siete publicados entre el 1 de enero y el 30 de junio del 2017.

La columna de opinión y el editorial son una representación cercana de cómo es una sociedad y de cuáles son los temas por resolver. ¿De qué temas se habla?, ¿quiénes opinan? y ¿cuántas mujeres escriben?, son los elementos centrales de esta investigación. También se establece las temáticas que concentran la atención de los editoriales en ambos periódicos.

Palabras clave

Periodismo de opinión / Agenda setting / Agenda política / Editoriales/ Columnas / La Razón / Página Siete /

1 Rodrigo Fernández Ortiz es comunicador social y politólogo. Tiene estudios de postgrado en Estudios Políticos Latinoamericanos y Relaciones Internacionales y Comunicación en Chile y España. Fue consultor en la Comisión Económica para América Latina (Cepal), investigador en el Instituto de Estudios Internacionales en la Universidad Arturo Pratt (INTE-UNAP) en Santiago de Chile y el Instituto Prisma en Bolivia. Actualmente se desempeña como consultor y docente en la Universidad Andina Simón Bolívar.

State of opinion journalism:

Topics, authors and the situation of women as opinion leaders in *La Razón* and *Página Siete*

Abstract

This document is an academic approach to the state of opinion journalism. The research includes the quantitative analysis of 1.300 opinion articles and 477 editorials from the newspapers La Razón and Página Siete published between January 1 and June 30, 2017.

The opinion column and the editorials are a close representation of what a society is like and what are the issues to be resolved. What topics are being discussed? Who gives their opinion? ¿and how many women write? are the central elements of this research. It also establishes the topics that capture the attention of the editorials in both newspapers.

Keywords

Opinion journalism / Agenda setting / Political agenda / Editorials / Opinion columns / La Razón / Página Siete /

I. Introducción

Suele considerarse que el periodismo de opinión es la expresión profunda del pensamiento ideológico, político, doctrinario y programático de la comunicación social, a través de cuyo ejercicio y práctica, un medio de comunicación analiza, interpreta y emite juicios de valor sobre los diversos problemas de carácter político, económico, internacional, social o cultural de un país (Santillán, 2006). Al hablar de periodismo de opinión nos referimos indefectiblemente a una acción inherente al ser humano: juzgar, valorar o emitir un punto de vista sobre un hecho o persona en particular.

No está demás decir que, en el proceso de creación del periodismo, la subjetividad aparece desde el mismo hecho que es realizado por una persona la cual tiene una visión particular de la realidad. El solo hecho de incluir o excluir información de un periódico ya nos deja entrever una opinión determinada, por ejemplo.

II. Presentación

El presente documento es una aproximación académica al estado situación del periodismo de opinión. La investigación incluye el análisis cuantitativo a 1.300 artículos de opinión y 477 editoriales de los periódicos *La Razón* y *Página Siete* publicados entre el 1 de enero y 30 de junio del 2017.

La columna de opinión y el editorial son una representación cercana de cómo es una sociedad y de cuáles son los temas por resolver. ¿De qué temas se habla?, ¿quiénes opinan? y ¿cuántas mujeres escriben?, son los elementos centrales de esta investigación. También se establece las temáticas que concentran la atención de los editoriales en los periódicos objeto de análisis.

III. Diseño de la investigación

1. Ficha metodológica

| | |
|-------------------------------|--|
| Alcance temporal: | 1 de enero al 30 de junio de 2017 = 181 días |
| Periódicos: | <i>La Razón</i> y <i>Página Siete</i> |
| Géneros periodísticos: | Columnas de opinión y editoriales (incluye subeditoriales) |
| Muestra: | Universo = 1.300 columnas de opinión y 477 editoriales |
| Soporte: | Los sitios web de ambos periódicos |

2. Ámbitos temáticos

El monitoreo se realizó desde el 1 de enero al 30 de junio de 2017 a la totalidad de los artículos de opinión y editoriales disponibles en los sitios web de *La Razón* y *Página Siete*. Un total de 1.300 artículos de opinión y 477 editoriales fueron agrupados en siete ámbitos temáticos:

- a) **Política:** Sistema de Justicia, Instituciones y Empresas Públicas, Democracia y Gobierno, Seguridad, Conflictos Sociales, Sistema Electoral y Política Exterior boliviana.
- b) **Internacional:** América Latina y el Caribe, EE. UU., Europa, Asia, Medio Oriente, África, Gobernanza Global, Temas Regionales y de la Agenda Internacional.
- c) **Sociedad:** Política Social, Medios de Comunicación, Tecnologías de la Información y Comunicación, Género, Laboral, Niño-Niña-Adolescente, Juventudes, Educación y Derechos Humanos.
- d) **Medio Ambiente:** Incendios Forestales, Contaminación & Cambio Climático, Bosques, Áreas Protegidas: Parques y Reservas, Ríos, Lagos, Cuencas y Glaciares, Desastres ambientales y climáticos, Flora & Fauna y Cumbres Internacionales Medioambientales (COP).
- e) **Economía:** Economía Mundial, Economía boliviana, Política Económica, Modelo de Desarrollo, Economía Sectorial y Regional.

- f) **Historia, Arte y Cultura:** Arte, Literatura, Historia, Música, Teatro, Cine, Personajes evocados y Tradiciones.
- g) **Otros:** Temas que no pertenecen a ninguno de los ámbitos temáticos anteriores.

3. Los géneros periodísticos

En la prensa se distinguen tres grandes tipos de géneros periodísticos: informativo, interpretativo y de opinión. Natalia Bernabeu Morón (2009) en el texto educativo *El Artículo y la columna*, realiza un análisis y diferencia de manera muy didáctica cada uno de los géneros y subgéneros periodísticos:

“El género informativo tiene como objetivo dar cuenta de la actualidad con un lenguaje objetivo y directo. La persona que redacta queda fuera de él o no aparece de forma explícita” (p. 9). La noticia es por excelencia su mejor expresión.

“El género interpretativo son aquellos en los que además de informar de un suceso o acontecimiento, el periodista expresa su opinión” (p. 9). El reportaje, la entrevista y la crónica son su expresión más común.

“El género de opinión tiene como finalidad expresar el punto de vista de quien escribe, interpreta y comenta la realidad” (p. 10). Se presenta en forma de editoriales, artículos y columnas de opinión, caricatura y cartas al director.

4. El periodismo de opinión

El periodismo de opinión es un género periodístico que se caracteriza por presentar, exponer y argumentar el pensamiento de una persona o de un medio de comunicación acerca de un tema.

Por lo general, se entiende por género de opinión a los artículos de opinión, columnas de opinión, editoriales, subeditoriales, caricaturas y cartas de los lectores. En la presente investigación nos centramos en sus dos formas más conocidas: la columna de opinión (que incluye a los artículos de opinión) y los editoriales (que incluye a los subeditoriales).

5. La columna de opinión y los columnistas

El artículo de opinión es un comentario que va firmado y representa la opinión particular del escritor. El tema es libre y su desarrollo también.

La columna de opinión es el género periodístico que analiza, interpreta y sitúa al público sobre un determinado tema con una asiduidad, extensión y ubicación concretas en un medio determinado; su intención es la de orientar a la sociedad en los temas más importantes de la agenda pública de acuerdo con la valoración del autor de la columna.

Es un comentario valorativo, analítico y razonado con una finalidad idéntica a la del editorial: crear opinión a partir de la propia. Su diferencia estriba en la identidad individual de la firma. Es un vehículo de comunicación personal que huye de la anonimidad y la solemnidad del editorial; de la densidad y la profundidad del ensayo y de la simpleza y la asepsia de la noticia. (Moreno, 2007, p. 131).

La columna de opinión refleja a la persona que escribe: “sus giros, tics expresivos, manías, cultura, aficiones y obsesiones, en definitiva, su forma de razonar, narrar y opinar. Todo cuanto constituye su ser más íntimo aflora en el lenguaje de esta tipología textual” (Sánchez & Armañanzas, 2009, p. 11).

Escribir una columna no es tarea fácil. Requiere disciplina, tiempo, estar muy bien documentado sobre el tema que se aborda y sobre todo tener la habilidad para proyectar una personalidad que cautive y genere empatía con el lector para mantener su atención. “La columna es un arte y una técnica que se adapta, a la personalidad del articulista. De ahí el fuerte grado de identificación que existe entre el columnista y el lector” (Moreno, 2007, p. 131).

Por tradición los columnistas de opinión son reclutados, principalmente, en dos campos, el de los medios de comunicación y el político:

situándose en la convergencia de una vertiente mediática y de una vertiente político/partidaria, con valor político en cuanto sujetos mediáticos y con valor mediático en cuanto sujetos político. No obstante, existen actores provenientes de otros campos como el académico, todos ellos próximos y en los que a menudo ocurren entrecruzamientos. (Do Carmo, 2014, p. 92).

El columnista es portador de un capital simbólico, tal como el político, que es la confianza y el prestigio que un grupo deposita en él.

La relación con el medio es altruista, de estrecharse las manos, de confianza, de amistad, de entendimiento, de fidelidad y esa comunión es la que hace al columnista libre con su idea y opinión. Sin condiciones, sin sugerencias del tema a tratar, sin presiones, sin más límite que la libertad, de plasmar sus opiniones, sus vivencias sobre cualquier tema que le interese, o le resulte curioso. (Lozano, 2013).

A través de las columnas de opinión, en teoría, se han expresado las mentes más lúcidas de nuestra intelectualidad, particularmente de aquellos comentaristas que tienen prestigio ante los lectores y que gozan al mismo tiempo de la confianza ideológica del periódico.

Por lo general, toda opinión, en mayor o menor grado, está vinculada con la ideología de un periódico. Sin embargo, el columnista puede sustentar un punto de vista diferente al que sostiene la línea editorial del mismo periódico. Esto se admite, sin embargo, por varias razones, entre ellos, “puede realizarlo justamente en contra de esa línea editorial, optando por dar voz a opiniones diferentes de la suya y dispares entre sí, recogiendo con ello dividendos de esa alusión (o “ilusión”) a la pluralidad” (Do Carmo, 2014, p. 81).

6. El editorial y los editorialistas

El editorial es el género de opinión de la empresa periodística, que se expresa a través de la contextualización, interpretación y el análisis de los hechos e ideas actuales, con la finalidad de influir en el pensamiento y la acción de los lectores (Navarro, 2010). No va firmado por una persona en particular, pero su responsable último es el (la) director (a).

La decisión de editorializar (o no) un tema y el estilo narrativo para exponer una problemática, revela su posición y valoración respecto a un hecho.

Los editorialistas suelen ser un equipo de personas que asisten al director en la tarea de decidir cada día cuáles son los temas de actualidad sobre los que el periódico debe pronunciarse y en qué sentido debe hacerlo (“El equipo de opinión”, 2018).

Las empresas periodísticas suelen ser muy cautelosas con la selección de sus editoriales por la importancia de los temas que tendrá que escribir y la sutileza con la que deberá abordarlos. En muchos casos son periodistas del equipo permanente de la redacción, y otras veces especialistas de diferentes ámbitos y disciplinas cuya ocupación habitual no es el periodismo.

La tarea del editorialista no es sencilla. Debe estar identificado con la ideología y los intereses que la empresa representa y defiende.

No hay normas que puedan aplicarse a todos los editorialistas, porque cada periódico tiene su estilo, pero debe ser claro, conciso y, en lo posible, breve en su enunciación. No obstante, es recomendable su estilo “neutro”. Ello no significa que no adopte una posición decidida respecto a un tema en particular.

IV. Principales resultados de la investigación

1. Las columnas de opinión ¿Sobre qué se escribe?

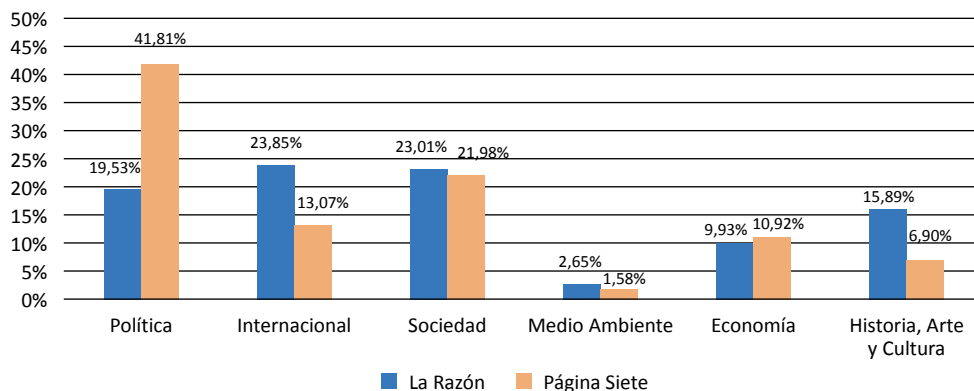
De las 1.300 opiniones que forman parte del universo del monitoreo realizado entre el 1 de enero y 30 de junio, 604 corresponden al periódico *La Razón* (46,46%) y 696 a *Página Siete* (53,54%).

El periódico *La Razón* reporta 118 columnas sobre Política, mientras que *Página Siete*, 291. Si estas cifras las cotejamos en porcentaje respecto al resto de temas publicados en el mismo periódico, entonces resulta que el 19% de los artículos o columnas de opinión en *La Razón* son sobre Política y el 81% los otros temas (Internacional, Social, Medio Ambiente, Economía, o Historia-Arte-Cultura). En el periódico *Página Siete*, la opinión sobre Política alcanza el 41% respecto al resto de temas.

En el ámbito Internacional y en el de Historia, Arte y Cultura, la diferencia entre *La Razón* y *Página Siete*, ronda el 10%. En el resto de los temas, la diferencia es muy menor. El ámbito temático “otros”² no está en la figura, pero este alcanza 5,13% en el caso de *La Razón* y 3,73% en el periódico *Página Siete*.

2 “Otros Temas” está conformado por 57 artículos de opinión (31 en *La Razón* y 26 en *Página Siete*) referidos a temas misceláneos que no calzan propiamente en ninguno de los siete ámbitos temáticos establecidos. Entre los artículos que se incluyen en esta categoría están, por ejemplo: la amistad, psicología y psiquiatría, Judas de Iscariote, los sueños, los farsantes, los gatos, las brujas, los ataques de pánico, la biblia, entre otros.

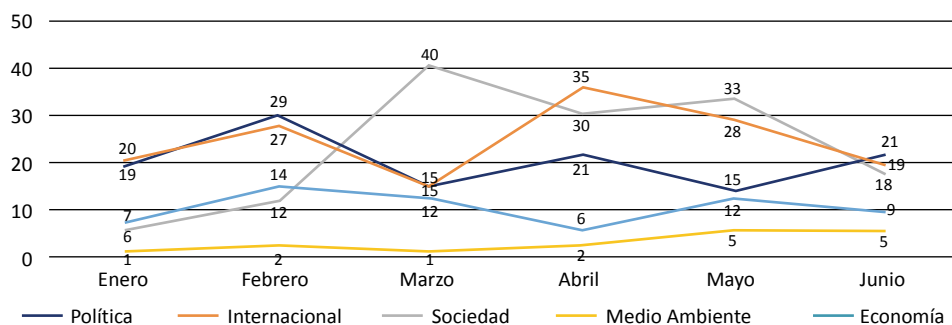
Figura 1
Columnas y artículos de opinión en *La Razón* y *Página Siete* según ámbitos temáticos: enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la figura 2, el periódico *La Razón* hace especial énfasis en los temas referidos a asuntos internacionales y sociales. Sin embargo, en los meses de febrero y junio, la política se sobrepone ligeramente al tema internacional y social.

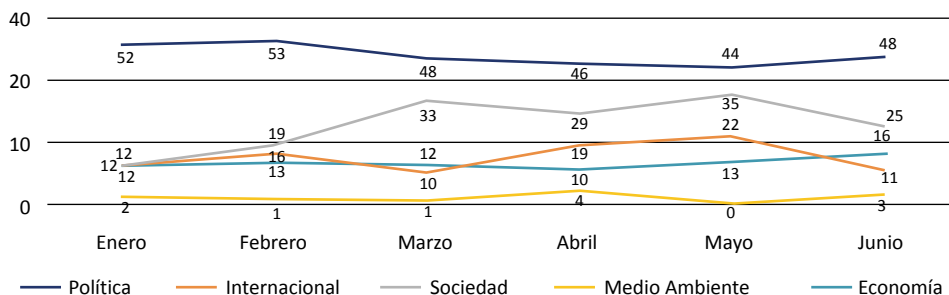
Figura 2
Artículos y columnas de opinión publicadas según ámbito temático en *La Razón*: enero a junio de 2017



Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, *Página Siete* centra su atención en el ámbito político (figura 3). La tendencia es la misma para todos los meses que forman parte del estudio: la opinión política para *Página Siete* prevalece de manera contundente sobre el resto de los temas.

Figura 3
**Artículos y columnas de opinión publicadas según ámbito temático en *Página Siete*:
 enero a junio de 2017**



Fuente: Elaboración propia.

2. La opinión según ámbitos temáticos

a) En el ámbito político

En el ámbito político, los temas referidos al Municipio de La Paz (GAMLP), Sistema de Justicia, el Referéndum del 21 de febrero (#21F), las complejas relaciones entre Bolivia-Chile y Ley de la Hoja de Coca, entre otros; son los temas que más atención han obtenido de parte de los articulistas de opinión en *La Razón* y *Página Siete*. Estos cinco temas llegaron a representar el 46,61% de los temas del ámbito Político para *La Razón* y el 39,51% de *Página Siete*. Sin embargo, el orden que *Página Siete* asigna a estos temas varía. Sistema de Justicia, Bolivia-Chile, GAMLP, #21F y la Ley de la Hoja de Coca (ver figura 4).

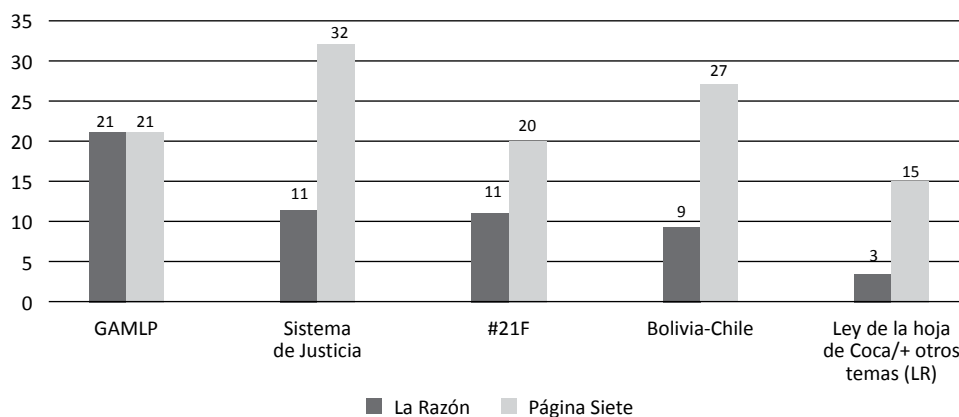
Si bien en términos nominales, la cantidad de artículos de opinión publicados en *Página Siete* sobre estas temáticas duplican o más que triplican respecto a las opiniones en *La Razón*, en términos porcentuales son equiparables. No olvidemos que 118 columnas sobre política han sido identificadas en *La Razón*, mientras que en *Página Siete* 291 (ver figura 1).

b) En el ámbito internacional

Los temas que concentraron la mayor atención de los columnistas de *La Razón* y *Página Siete* en el ámbito internacional durante el primer semestre de 2017 son: “EE. UU.”, “Francia: Elecciones Presidenciales”, “Gobernanza Global” y

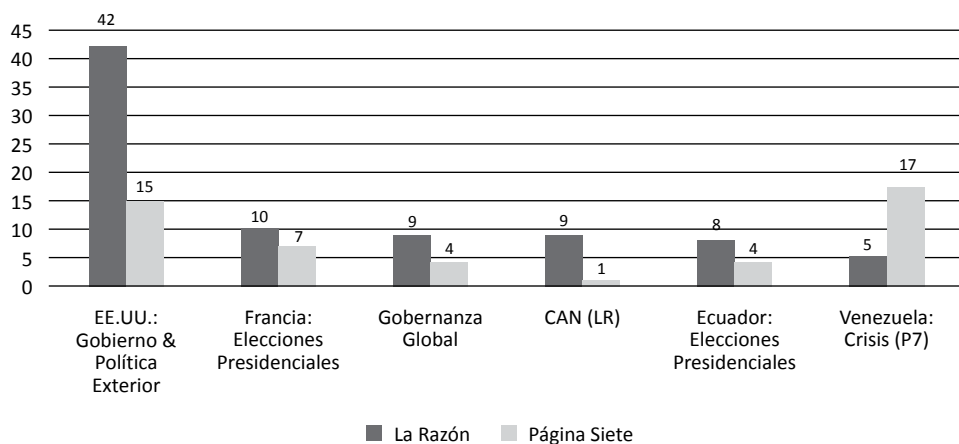
“Ecuador: Elecciones Presidenciales”; para *Página Siete* además está “Crisis en Venezuela” y para *La Razón* el tema de la “Comunidad Andina de Naciones (CAN)” (ver figura 5).

Figura 4
Los temas más publicaciones del ámbitos temáticos según periódico:
enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5
Los cinco temas con más publicaciones del ámbitos internacional según periódico:
enero a junio, 2017



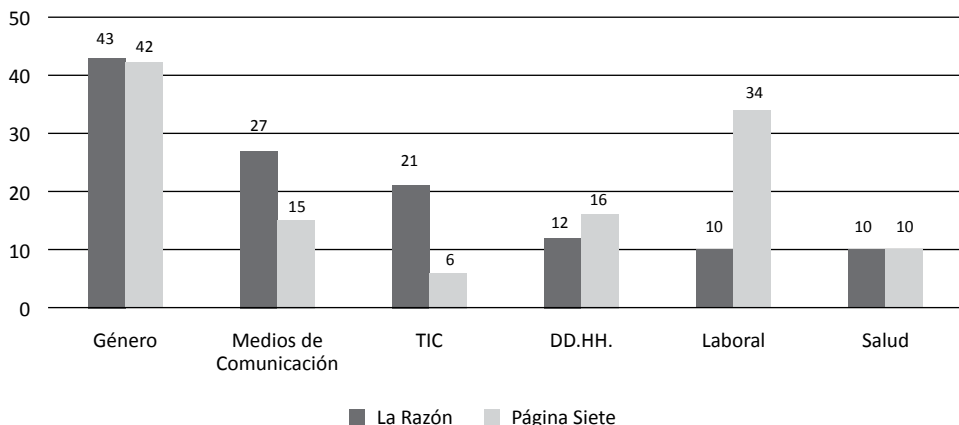
Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, el énfasis cuantitativo que hace uno y otro periódico no es el mismo. El tema principal de *La Razón* en el ámbito internacional es “EE. UU.” (29.16%), equivalente a 42 artículos de opinión, de los cuales 22 (52,38%) son de la autoría de Paul Krugman. Mientras que para *Página Siete*, el tema “Crisis en Venezuela”, es el tema que ha concentrado la mayor atención de sus opinadores: 17 artículos de opinión (18,68%).

c) En el ámbito social

Para el periódico *La Razón* los temas que más atención recibieron de parte de sus articulistas y columnistas en el ámbito Social son: género, medios de comunicación, tecnologías de la información y comunicación (TIC), derechos humanos (DD. HH.) y salud/laboral. Por su parte, *Página Siete* se concentró en los mismos temas, con excepción del tema tecnológico (TIC). Varía también la prioridad asignada a cada tema (ver figura 6).

Figura 6
Los seis temas con más publicaciones del ámbito social según periódico:
enero a junio, 2017



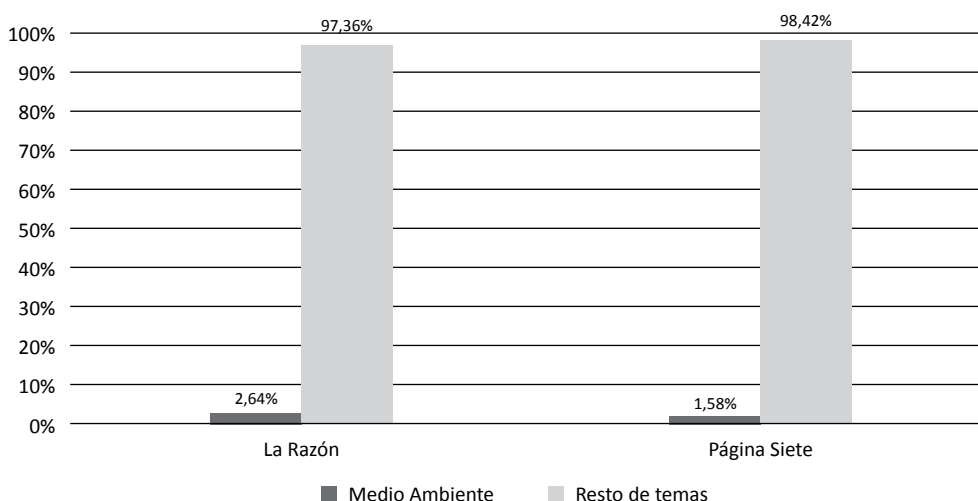
Fuente: Elaboración propia.

Es necesario destacar que los recurrentes casos de violencia contra la mujer y el debate por la ampliación de las causales para el “aborto”, ha llegado a cambiar la tendencia temática entre el mes de marzo y mayo, especialmente en el periódico *La Razón* (ver figura 2).

d) En el medio ambiente

El tema del Medio Ambiente es marginal en cuanto a la cantidad de columnas de opinión tanto en el periódico *La Razón* (2,65%) como en *Página Siete* (1,58%) (ver figura 7). Ninguno de los columnistas ni articulistas de opinión, han hecho del tema ambiental eje estructural y permanente de sus opiniones.

Figura 7
Columnas y artículos de opinión sobre Medio Ambiente según periódico:
enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

Se dice que el periodismo es un oficio que implica un compromiso con la sociedad. La función del periodismo de opinión no solo es informar y orientar, sino también formar y generar conciencia al ciudadano de a pie de que el medio ambiente es un tema global, pero sobre todo es una realidad local y personal que nos afecta en nuestro cotidiano vivir.

e) En el ámbito económico

El ámbito Económico está compuesto por dos temas: economía mundial y economía boliviana, este último a la vez está conformado por varios subtemas. Los resultados muestran que dos (2) subtemas: características de la economía boliviana en *La Razón* y modelo de desarrollo en *Página Siete*, son los temas sobre los que más se opina en materia económica (ver tabla 1).

Tabla 1
Los temas que más se abordan en el ámbito Económico según cantidad y periódico:
enero a junio, 2017

| <i>La Razón</i> | | <i>Página Siete</i> | |
|--------------------------------------|---------------|--------------------------------------|---------------|
| Temáticas | Cantidad | Temáticas | Cantidad |
| Economía de Bolivia: Características | 7 | Modelo de Desarrollo | 17 |
| Modelo de Desarrollo | 6 | Gas & Petróleo | 10 |
| Minería | 5 | Inversión Pública | 6 |
| Economía Mundial | 5 | Energía | 5 |
| La castaña | 3 | Economía de Bolivia: Características | 4 |
| Suma parcial | 26/60 | Suma parcial | 42/76 |
| Total % | 43,33% | Total % | 55,26% |

Fuente: Elaboración propia.

f) En el ámbito de la historia, arte y cultura

En el ámbito de la historia, arte y cultura –que además incluye literatura, personajes y tradiciones y Deportes–, se observa que la “Guerra del Pacífico” y la “dictadura militar/recuperación de la democracia”, son los dos capítulos de la historia boliviana sobre los que los opinadores prefieren escribir. Respecto a los personajes más citados, “Filemón Escobar” fue centro de atención entre los columnistas por su reciente fallecimiento, seguido por “Luis Espinal” y “Ernesto ‘Che’ Guevara”. No deja de ser recurrente las columnas que nos recuerdan a “Marcelo Quiroga Santa Cruz” y “René Zavaleta Mercado”. Sobre las festividades y tradiciones más comentadas por los articulistas y columnistas están los “carnavales” y la fiesta del “Gran Poder” (ver tabla 2).

Tabla 2
Los temas que más se abordan en el ámbito de la Historia, Arte y Cultura según periódico:
enero a junio, 2017

| <i>La Razón</i> | | <i>Página Siete</i> | |
|-----------------------------------|---------------|--------------------------------|---------------|
| Temáticas | Cantidad | Temáticas | Cantidad |
| Literatura, letras y libros | 17 | Literatura, letras y libros | 6 |
| Cultura y exposiciones artísticas | 7 | Dictadura Militar y Democracia | 5 |
| Dictadura Militar y Democracia | 3 | Personajes: Filemón Escobar | 4 |
| Tradiciones: Carnavales | 5 | Personajes: Luis Espinal | 3 |
| Deportes: estado situación | 5 | | |
| Suma parcial | 37/96 | Suma parcial | 18/48 |
| Total % | 38,54% | Total % | 37,50% |

Fuente: Elaboración propia.

3. El rostro de los opinadores: ¿Quiénes escriben?

Un columnista o articulista no es propiamente un líder de opinión y tampoco generan automáticamente opinión pública. Sin embargo, no se puede negar que sí pueden influenciar en la conformación de ciertos criterios sobre determinados temas o actores.

Si bien varios aspectos cualitativos como la credibilidad, confianza y el prestigio inciden en la capacidad de influencia de cada columnista, resultaba necesario identificar aquellos opinadores que más artículos de opinión publicados tienen en cada uno de los periódicos y ámbitos temáticos establecidos. Entre los opinadores con más artículos de opinión publicadas se encuentran:

Tabla 3
Nombre de los articulistas o columnistas con más opiniones publicadas según cantidad y periódico: enero a junio, 2017

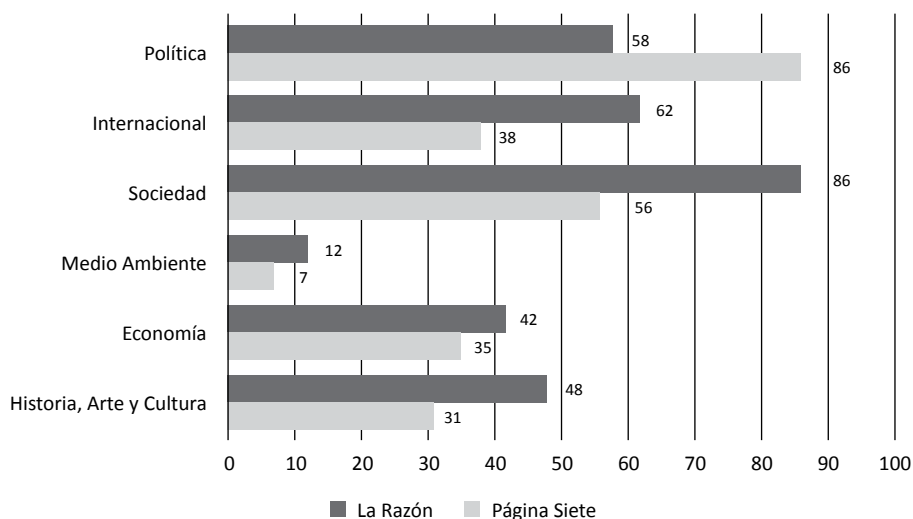
| Cantidad | <i>La Razón</i> | <i>Página Siete</i> |
|-----------------|--|---|
| 26 artículos | | María Galindo |
| 24 artículos | | Agustín Echalar Ascarrunz, Carlos D. Mesa Gisbert |
| 23 artículos | | Iván Arias D., Rafael Puente |
| 22 artículos | Paul Krugman | Gonzalo Chávez A., Ilya Fortún |
| 18 artículos | | Andrés Gómez Vela |
| 14 artículos | Alejandro A. Tagliavini | Rodolfo Eróstegui T. |
| 13 artículos | Lucía Sauma, Patricia Vargas | Cecilia Lanza Lobo, Guadalupe Peres-Cajías, Agustín Saavedra Weise, Carlos Miranda Pacheco, Carlos Toranzo Roca, Javier Torres Goita T., Mario Castro, Puka Reyes Villa, Renzo Abruzzese, Ricardo Paz Ballivián |
| 12 artículos | Adalid Contreras Baspineiro, Jorge Mansilla Torres, José Rafael Vilar, Rafael Archondo Pabón | Alfonso Gumucio Dagrón, Francesco Zaratti, Guillermo Mariaca Iturri, Iván Finot, Juan José Toro Montoya, Óscar Díaz Arnau, Roger Cortez Hurtado |
| 11 artículos | Julieta Paredes Carvajal, Lourdes Montero, Alejandro F. Mercado, Carlos Antonio Carrasco, Carlos Soria Galvarro, Carlos Villagómez, Esteban Ticona Alejo, Jaime Iturri, Ricardo Bajo Herrerías, Rubén D. Atahuichi López | Drina Ergueta, Carmen Beatriz Ruiz, Érika Brockmann Quiroga, Gonzalo Mendieta Romero |
| 10 artículos | Eliana Quiroz, Walker San Miguel, Xavier Albó | Fernanda Wanderley, Alberto Bonadona Cossío, Franco Gamboa Rocabado |

| Cantidad | La Razón | Página Siete |
|-------------|---|--|
| 9 artículos | Verónica Rocha Fuentes, Farit Rojas Tudela, Yuri Tórrez | María Teresa Zegada, Marco Antonio Barroso Mendizábal, Raúl Peñaranda U. |
| 8 artículos | Verónica Córdova, Freddy Morales, Julio Ríos Calderón, Omar Rilver Velasco Portillo | Karen Longaric, Juan Antonio Morales |
| 7 artículos | Armando Álvarez, Horst Grebe, Wilbert Villca López | Lupe Andrade Salmón, Héctor Arce Zaconeta |
| 6 artículos | Carlos Ernesto Ichuta Nina, Édgar Arandia | Flavio Machicado Saravia, Hugo del Granado Cosío, Hugo Siles Espada |
| 5 artículos | 4 personas | 2 personas |
| 4 artículos | 9 personas | 3 personas |
| 3 artículos | 6 personas | 8 personas |
| 2 artículos | 31 personas | 11 personas |
| 1 artículo | 120 personas | 69 personas |

Fuente: Elaboración propia.

También podemos señalar que la cantidad de opinadores por ámbito temático muestra que solo en el caso del ámbito político, *Página Siete* tiene más articulistas y columnistas que *La Razón*. En el resto de los ámbitos temáticos, *La Razón* tiene más personas opinando (figura 8).

Figura 8
Cantidad de articulistas y columnistas según ámbito temático y periódico:
enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

4. Los opinadores según ámbitos temáticos

a) En el ámbito político

Dos aspectos llaman la atención en este apartado: el reducido número de artículos de opinión sobre Política en *La Razón* y la concentración de una cantidad importante de artículos de opinión sobre Política en un reducido número de columnistas en *Página Siete*.

Tabla 4

Nombre de los articulistas o columnistas con más opiniones publicadas en el ámbito Político según cantidad y periódico: enero a junio, 2017

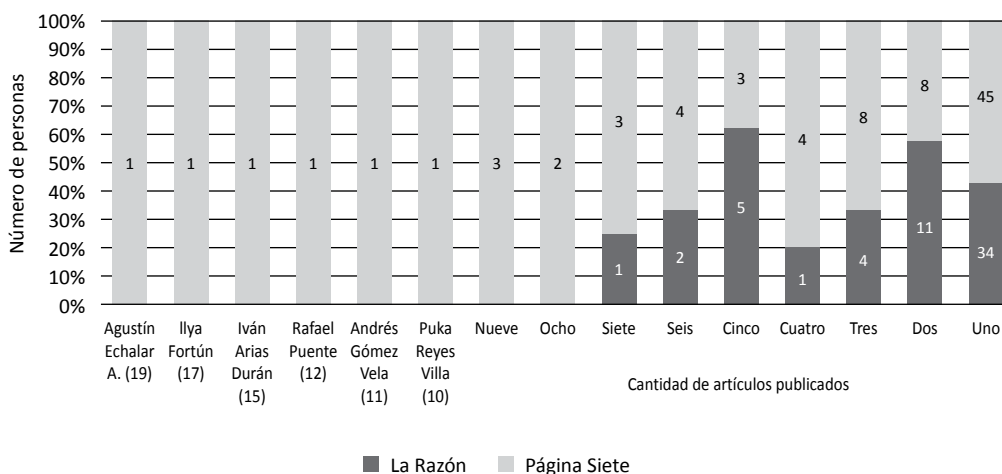
| Cantidad | <i>La Razón</i> | <i>Página Siete</i> |
|----------|---|--|
| 19 | | Agustín Echalar Ascarrunz |
| 17 | | Ilya Fortún |
| 15 | | Iván Arias Durán |
| 12 | | Rafael Puente |
| 11 | | Andrés Gómez Vela |
| 10 | | Puka Reyes Villa |
| 9 | | Érika Brockmann Quiroga; Carlos D. Mesa Gisbert; María Galindo |
| 8 | | Gonzalo Mendieta Romero; Raúl Peñaranda U. |
| 7 | | Patricia Vargas |
| 6 | Carlos Villagómez; Rubén D. Atahuichi López | Guillermo Mariaca Iturri; María Teresa Zegada; Óscar Díaz Arnau; Renzo Abruzzese |
| 5 | Esteban Ticona Alejo; Farit Rojas Tudela; Rafael Archondo; Verónica Rocha Fuentes; Yuri F. Tórrez | Francesco Zaratti; Héctor Arce Zaconeta; Juan José Toro |
| 4 | Lourdes Montero | Alberto Bonadona Cossío; Carlos Miranda Pacheco; Hugo del Granado Cosio; Karen Longaric R. |
| 3 | Gabriela Ichaso Elcuaz; Jorge Mansilla Torres; José Rafael Vilar; Patricia Montaña Durán | Agustín Saavedra Weise; Carmen Beatriz Ruiz; Cecilia Lanza Lobo; Franco Gamboa Rocabado; Guadalupe Peres-Cajías; Mario Castro; Pedro Portugal Mollinedo; Ricardo Paz Ballivián |
| 2 | 11 personas | 8 personas |
| 1 | 34 personas | 45 personas |

Fuente: Elaboración propia.

En *La Razón* solamente existen tres (3) columnistas con al menos un artículo de opinión publicado por mes sobre Política: Patricia Vargas, Carlos Villagómez y Rubén D. Atahuichi López (ver tabla 4).

En *Página Siete*, 11 columnistas son autores de 127 artículos de opinión sobre Política en seis meses. Es decir, 43,64% de las opiniones sobre Política en *Página Siete* son de la autoría de Agustín Echalar Ascarrunz, Ilya Fortún, Iván Arias Duran, Rafael Puente, Andrés Gómez Vela, Puka Reyes Villa, Érika Brockmann Quiroga, Carlos D. Mesa Gisbert, María Galindo, Gonzalo Mendieta Romero o Raúl Peñaranda (ver tabla 4 y figura 9).

Figura 9
Cantidad de articulistas y columnistas de opinión publicados por persona
según periódico en el ámbito político:
enero a junio, 2017

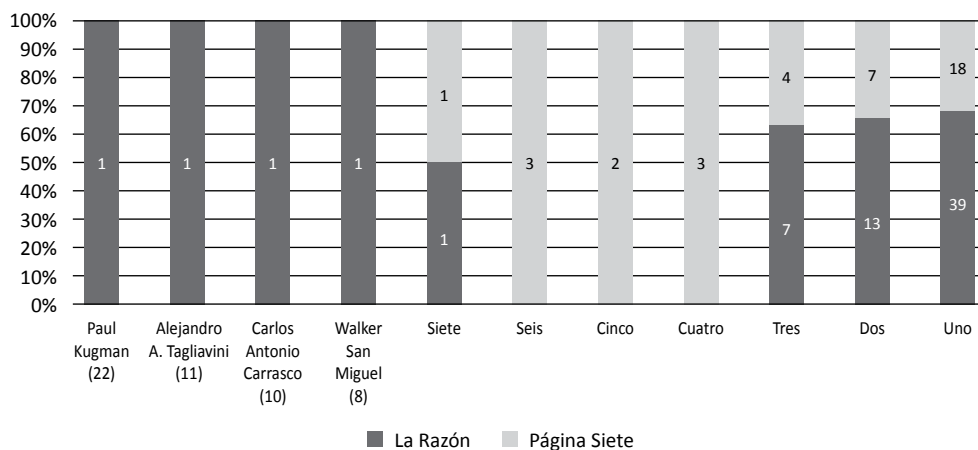


Fuente: Elaboración propia.

b) En el ámbito internacional

En el ámbito internacional, *La Razón* concentra en cuatro opinadores el 35,41% sus opiniones publicadas, en la que de lejos destaca con 22 columnas de opinión Paul Krugman: estadounidense, premio nobel de economía, profesor de asuntos internacionales en varias universidades, columnista del periódico *The New York Times*, crítico de la doctrina neoliberal y opositor de las políticas económicas de la administración de George W. Bush y del actual presidente Donald Tump; Alejandro A. Tagliavini es analista político argentino y columnista en varios periódicos de América Latina (ver figura 10 y tabla 5).

Figura 10
Cantidad de columnas y artículos de opinión publicados,
según autor y periódico en el ámbito internacional:
enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5
Nombre de los articulistas o columnistas con más opiniones publicadas en el ámbito
Internacional, según cantidad y periódico: enero a junio, 2017

| Cantidad | <i>La Razón</i> | <i>Página Siete</i> |
|----------|--|---|
| 22 | Paul Krugman | |
| 11 | Alejandro A. Tagliavini | |
| 10 | Carlos Antonio Carrasco | |
| 8 | Walker San Miguel | |
| 7 | José Rafael Vilar | Marco Antonio Barroso Mendizábal |
| 6 | | Agustín Saavedra Weise; Guadalupe Peres-Cajías; Ricardo Paz Ballivián |
| 5 | | Carlos D. Mesa Gisbert; Renzo Abruzzese |
| 4 | | Flavio Machicado Saravia; Ilya Fortún; Verónica Ormachea Gutiérrez |
| 3 | Adalid Contreras Baspineiro; Alain Mesili Rocha Fuentes; Balbino González Blanco; Fernando García Argañarás; Jaime Iturri Salmón; Rafael Archondo; Wu Yuanshan | Gabriela Keseberg Dávalos; Iván Arias Duran; Iván Finot; Karen Longaric |
| 2 | 13 personas | 7 personas |
| 1 | 39 personas | 18 personas |

Fuente: Elaboración propia.

Es necesario señalar que el tema de la política exterior boliviana se encuentra contabilizado en el ámbito político, por lo que puede verse reducida la cantidad de artículos publicados de varios connotados internacionalistas bolivianos.

c) En el ámbito social

En el ámbito social, los columnistas con más cantidad de artículos de opinión publicados son:

Tabla 6
Nombre de los articulistas o columnistas con más opiniones publicadas en el ámbito Social, según cantidad y periódico: enero a junio, 2017

| Cantidad | <i>La Razón</i> | <i>Página Siete</i> |
|----------|--|---|
| 12 | | María Galindo; Rodolfo Eróstegui T. |
| 9 | | Drina Ergueta; Javier Torres Goita T. |
| 8 | Lucía Sauma, Eliana Quiroz; Julieta Paredes Carvajal | |
| 7 | | Gonzalo Chávez A.; Rafael Puente |
| 6 | | Alberto Bonadona Cossío; Andrés Gómez Vela |
| 5 | Lourdes Montero | |
| 4 | Adalid Contreras Baspineiro; René Pereira Morató; Verónica Rocha Fuentes; Yuri F. Tórrez | Agustín Echalar Ascarrunz; Carlos D. Mesa Gisbert; Fernanda Wanderley; Francesco Zaratti; Guillermo Mariaca Iturri; Hugo Siles Espada; Juan José Toro Montoya; Mario Castro; Óscar Díaz Arnau |
| 3 | Jaime Iturri Salmón; Paula Martino; Verónica Córdova | Carmen Beatriz Ruiz; María Teresa Zegada |
| 2 | 10 personas | 5 personas |
| 1 | 64 personas | 32 personas |

Fuente: Elaboración propia.

En el ámbito social, destaca la participación de la mujer como opinadora en los temas referidos a género, que incluye subtemas como ser: “aborto”, “violencia contra la mujer”. “patriarcado”, “acoso y violencia política”, “trata y tráfico”, “paridad y alternancia” y “laboral”. Por su parte, columnistas como Javier Torres Goita T. opina frecuentemente sobre Salud y Rodolfo Eróstegui T. sobre Empleo y Trabajo en *Página Siete*, y Eliana Quiroz constantemente se refiere a las TIC en el periódico *La Razón*.

Entre otros temas que abarca el ámbito social, están política social, medios de comunicación, tecnologías de la información y comunicación (TIC), niño-niña-adolescente, juventudes, educación y derechos humanos.

d) En el medio ambiente

Las columnas de opinión en el ámbito del Medio Ambiente son muy reducidas y se limitan a un par de columnas sobre “incendios forestales”, “bosques”, “el Chepete y el Bala”, “flora & Fauna”, “cuencas y glaciares”, “Áreas Protegidas” y “cumbres internacionales sobre el cambio climático”. No se ha identificado un columnista que sea protagonista permanente de las opiniones sobre esta temática en ninguno de los dos periódicos estudiados. Entre las personas que contribuyen con artículos de opinión sobre medio ambiente se encuentran (ver tabla 7):

Tabla 7
Nombre de los articulistas o columnistas con más opiniones publicadas en el ámbito del Medio Ambiente, según cantidad y periódico: enero a junio, 2017

| Cantidad | La Razón | Página Siete |
|----------|---|--------------------------------------|
| 3 | | Franco Gamboa Rocabado; Mario Castro |
| 2 | Verónica Ibarregaray; Marlene Quintanilla; Karina Sauma | |
| 1 | 9 personas | 5 personas |

Fuente: Elaboración propia.

e) En el ámbito económico

Entre los articulistas y columnistas del ámbito económico con más publicaciones destacan (ver tabla 8):

Tabla 8
Nombre de los articulistas o columnistas con más opiniones publicadas en el ámbito Económico, según cantidad y periódico: enero a junio, 2017

| Cantidad | La Razón | Página Siete |
|----------|---|---|
| 11 | | Gonzalo Chávez A. |
| 8 | | Carlos Miranda Pacheco; Iván Finot |
| 6 | Omar Rilver Velasco Portillo | |
| 5 | Armando Álvarez Arnal | |
| 4 | Dionisio J. Garzón M | Juan Antonio Morales |
| 3 | | Agustín Saavedra Weise; Iván Arias Duran; José Guillermo Tórrez G. O.; Roger Alejandro Banegas Rivero; Roger Cortez Hurtado |
| 2 | Horst Grebe López; Luis Ballivián Cuenca; Oswaldo Quelali; César Hugo Cocarico Yana; Daniel M. Larrea | Fernanda Wanderley; Francesco Zaratti; Hugo del Granado Cosio; Hugo Siles Espada; Rafael Puente; Sergio Pablo Garnica Pantoja |
| 1 | 35 personas | 21 personas |

Fuente: Elaboración propia.

f) En el ámbito de la historia, arte y cultura

Entre los articulistas y columnistas del ámbito historia, arte y cultura –que además incluye literatura, personajes (evocados) tradiciones y deportes–, con más publicaciones destacan Ricardo Bajo H. por *La Razón* y Cecilia Lanza Lobo por *Página Siete* (ver tabla 9):

Tabla 9
Nombre de los articulistas o columnistas con más opiniones publicadas en el ámbito de la Historia, Arte y Cultura, según cantidad y periódico: enero a junio, 2017

| Cantidad | <i>La Razón</i> | <i>Página Siete</i> |
|-----------------|--|------------------------------------|
| 8 | Ricardo Bajo Herreras | |
| 6 | Carlos Soria Galvarro; Xavier Albó | Cecilia Lanza Lobo |
| 5 | Jorge Mansilla Torres; Julio Ríos Calderón | |
| 4 | | Carlos D. Mesa Gisbert |
| 3 | Adalid Contreras Baspineiro; Carlos Villagómez; Esteban Ticona Alejo; Patricia Vargas; Rafael Archondo Pabón; Verónica Córdova; Yuri F. Tórrez | Carlos Toranzo Roca; María Galindo |
| 2 | 9 personas | 5 personas |
| 1 | 27 personas | 22 personas |

Fuente: Elaboración propia con base en jukumari.com (2014).

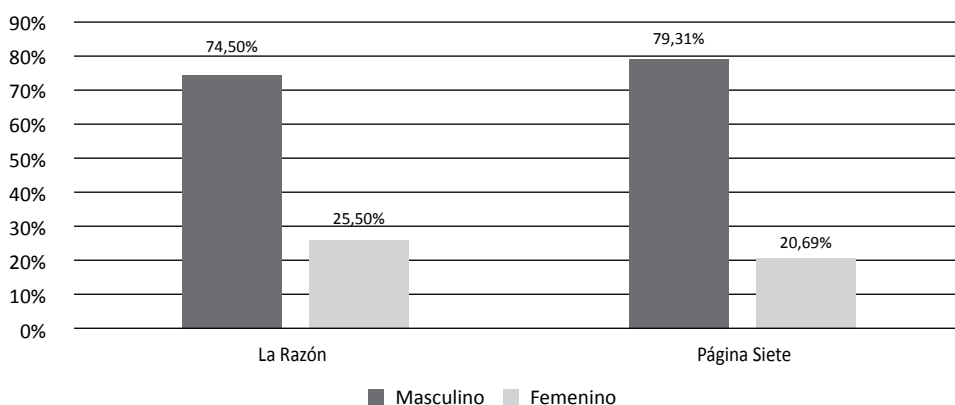
5. La mujer en el periodismo de opinión

Si bien los cargos directivos de *La Razón* y *Página Siete* se encuentran bajo la dirección de dos mujeres de gran solvencia académica y profesional, la opinión publicada es un espacio mayoritariamente masculino. Del universo de la muestra (1.300), 291 corresponden a mujeres (22%) y 1009 a varones (78%).

En *La Razón* se han identificado 154 opiniones (25,5%) firmadas por mujeres en el periodo que comprende el estudio, frente a 450 varones (74,5%). Por su parte, en *Página Siete* se han cuantificado 144 (20,69%) artículos de opinión firmados por mujeres y 552 (79,31%) por varones. En suma: en *La Razón*, uno de cada cuatro artículos de opinión publicado fue escrito por una mujer y en *Página Siete* uno de cada cinco (ver figura 11).

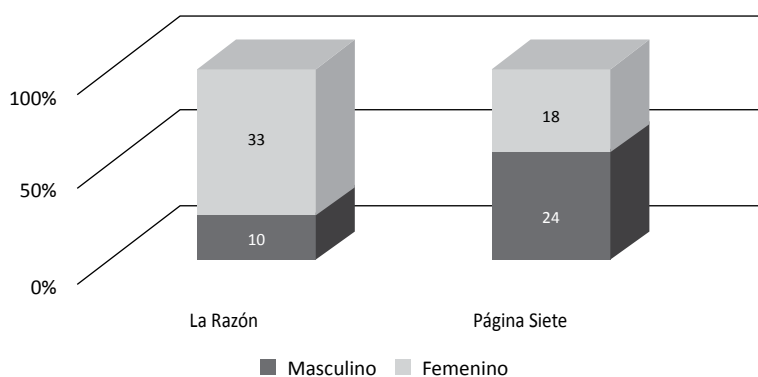
Interesante también fue establecer si las personas que escriben sobre género son más ¿varones o mujeres? El resultado muestra que en el periódico *La Razón* el tema género es un asunto abordado sobre todo por las mujeres (76,74%), mientras que en *Página Siete* son más los varones que escriben al respecto (57,14%) (ver figura 12).

Figura 11
Género de la autoría de las columnas y artículos de opinión según periódico:
enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

Figura 12
Sexo de los columnistas y articulistas que escriben sobre temas de género según periódico:
enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

Ya sea que se cruce género con las variables periódico, mes o ámbito temático, en todos los casos la cantidad de artículos de opinión firmados por mujeres resulta ser menor que la de varones, con excepción del ámbito social (53,24%) y ambiental (56,25%) en *La Razón*. Críticos resultan ser los ámbitos: internacional en *La Razón* y economía en *Página Siete*, donde la participación de la mujer como opinadora apenas alcanza 9,73% y 5,26%, respectivamente.

Entre las mujeres con más opiniones publicadas independiente del ámbito temático al que se avocan están (ver tabla 10):

Tabla 10
Nombre de las mujeres con más opiniones publicadas según cantidad y periódico:
enero a junio, 2017

| Cantidad de Opiniones Publicadas | <i>La Razón</i> | <i>Página Siete</i> |
|----------------------------------|--|--|
| 26 | | María Galindo |
| 13 | Lucía Sauma y Patricia Varga | Guadalupe Peres-Cajías y Cecilia Lanza Lobo |
| 11 | Julieta Paredes Carvajal y Lourdes Montero | Drina Ergueta, Carmen Beatríz Ruiz y Érika Brockmann Quiroga |
| 10 | Eliana Quiroz | Fernanda Wanderley |
| 9 | Verónica Rocha Fuentes | María Teresa Zegada |
| 8 | Verónica Córdova | Karen Longaric |
| 7 | | Lupe Andrade Salmón |

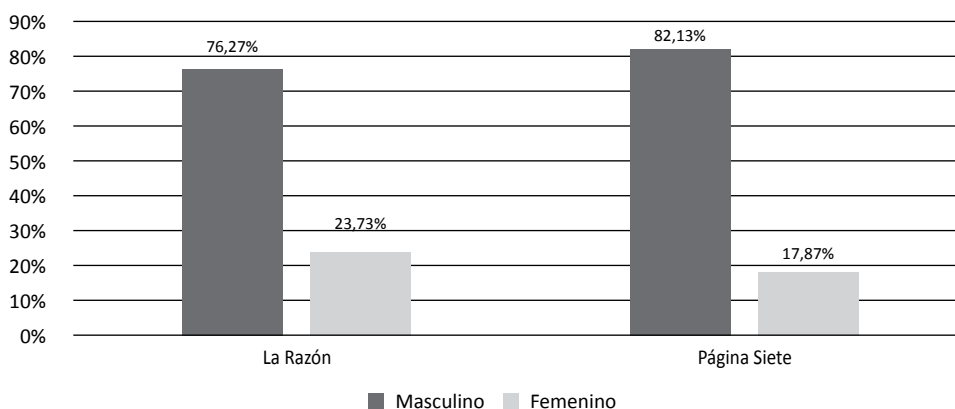
Fuente: Elaboración propia.

Según dimensión temática, en el ámbito político las columnas que están firmadas por mujeres en el periódico *La Razón*, llegan a 28 de 118 artículos de opinión (23,73%), entre las que destacan: Patricia Vargas (7 artículos de opinión), Verónica Rocha Fuentes (5), Lourdes Montero (4), y Gabriela Ichaso Elcuaz y Patricia Montaña Durán, con tres (3) cada una. En *Página Siete* 52 de 239 artículos publicados van firmados por mujeres (18%), entre ellas: Érika Brockmann Quiroga (9); María Teresa Zegada (6); Carmen Beatriz Ruiz; Cecilia Lanza Lobo; Guadalupe Peres-Cajías, con tres (3) cada una (ver figura 13). En el ámbito internacional, ninguna mujer de *La Razón* aparece con más de dos publicaciones, en *Página Siete* Karen Longaric tiene siete (7); Guadalupe Peres-Cajías (6) y Verónica Ormachea Gutiérrez (4) (ver figura 13).

El ámbito social es el espacio temático en el que las mujeres tienen mayor protagonismo en el periódico *La Razón*. De las 139 columnas de opinión, 74

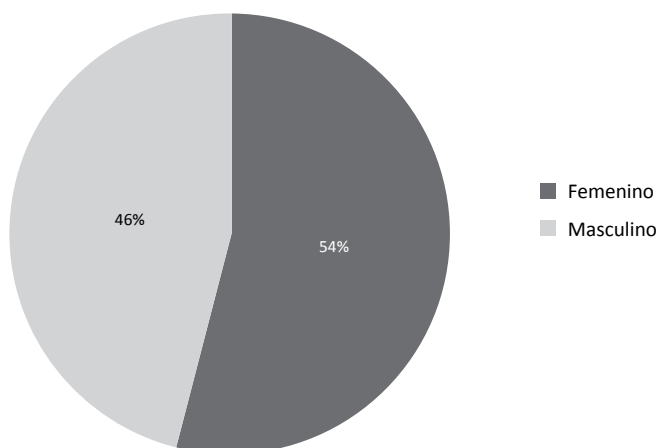
corresponden a mujeres (53,24%) y 65 a varones (46,76%) (ver figura 14). En este ámbito sobresalen las columnistas Lucía Sauma, Eliana Quiroz y Julieta Paredes Carvajal con ocho (8) artículos cada una, y Lourdes Montero (5). Por su parte, en el periódico *Página Siete* 41 de los 153 artículos de opinión publicados están firmados por una mujer (26,80%), destacan María Galindo y Drina Ergueta.

Figura 13
Mujeres articulistas y columnistas en el ámbito político según periódico:
enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

Figura 14
Mujeres articulistas y columnistas en el ámbito social en La Razón:
enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

Sobre el tema ambiental, Verónica Ibarnegaray, Marlene Quintanilla y Karina Sauma son las únicas mujeres en *La Razón* que reportan dos publicaciones cada una en el primer semestre del 2017. *Página Siete* no tiene ninguna opinadora mujer sobre el tema Ambiental con más de dos publicaciones. En el ámbito económico, no se identifica ninguna opinadora con más de dos publicaciones en *La Razón*. En *Página Siete*, Fernanda Wanderley es la única mujer que se identifica con más de dos opiniones publicadas sobre economía. En el tema de historia, arte y cultura, en *La Razón* aparecen Patricia Vargas y Verónica Córdova con tres (3) artículos cada una, y en *Página Siete*, Cecilia Lanza Lobo con seis (6).

6. Los editoriales: ¿Sobre qué se escribe?

El editorial define la postura que tiene el medio sobre asuntos que preocupan y ocupan a una sociedad. A través del editorial el periódico establece una postura respecto a un tema en particular.

Se registran un total de 477 editoriales y subeditoriales entre enero y junio de 2017, de los cuales, 244 (51%) corresponden al periódico *La Razón* y 233 a *Página Siete* (49%). De esta cifra, 65 son subeditoriales de *La Razón* y 55 de *Página Siete*.

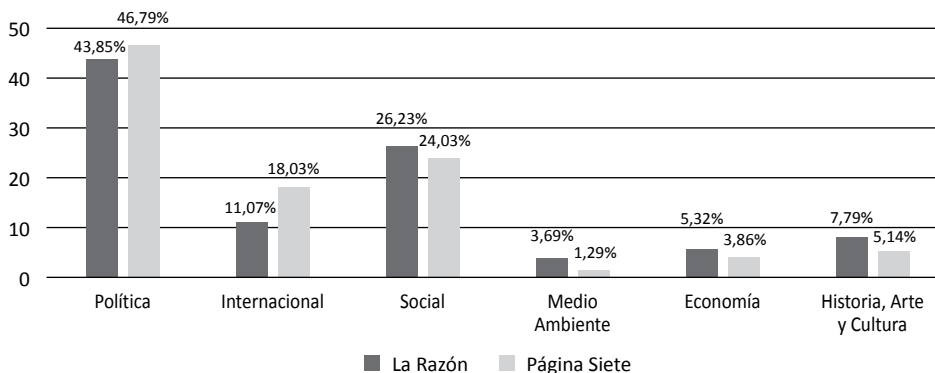
7. Los editoriales según ámbitos temáticos

De manera agregada (editoriales y subeditoriales), el orden de prioridad se repite para *La Razón* y *Página Siete* y en porcentajes similares: primero política, luego social, internacional, historia-arte-cultura, economía y Medio Ambiente (ver figura 15).

Respecto a los subeditoriales, se observa similar tendencia en ambos periódicos: política sigue siendo el ámbito temático al que asignan prioridad *La Razón* (38%) y *Página Siete* (40%), seguido por el ámbito social 26% y 34%, respectivamente. Más atrás aparecen el ámbito de la historia-arte-cultura con 10% en el periódico *La Razón* y 12% en *Página Siete*; el internacional 9% y 7%, respectivamente, y finalmente los ámbitos de economía y Medio Ambiente en ambos periódicos (ver figura 16).

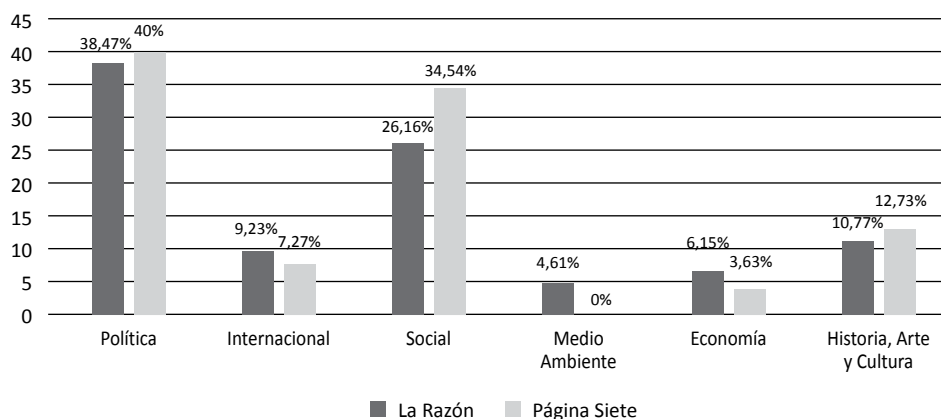
El análisis temático agrupa editoriales y subeditoriales y mantiene los mismo criterios y ámbitos temáticos establecidos para el análisis de las columnas de opinión.

Figura 15
Editoriales y subeditoriales según ámbito temático y periódico:
enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

Figura 16
Subeditoriales según ámbito temático y periódico:
enero a junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

a) En el ámbito político

Respecto a las temáticas del ámbito Político, encontramos que *La Razón* destinó 15 editoriales en seis meses al “municipio de La Paz”, 10 a “Elecciones Judiciales”, siete (7) al “municipio de El Alto”, seis (6) a “Bolivia-Chile” y cinco (5) a “Caja Nacional de Salud (CNS)”. Estos cinco temas concentran el 40,56% de los editoriales sobre Política. Por su parte, en *Página Siete*, los editoriales vinculados

a “Bolivia-Chile” y “municipio de La Paz” alcanzan los 12 editoriales cada uno, la “Ley de la Hoja de Coca” y “transparencia/corrupción” a siete (7) cada uno y cuatro (4) para “judicialización de la política”. De manera agregada, estos cinco (5) temas acumulan el 40% de los editoriales en el ámbito político (ver tabla 11).

Tabla 11
Temas que más se abordan en los editoriales sobre el ámbito Político según periódico:
enero a junio, 2017

| Temas | <i>La Razón</i> | <i>Página Siete</i> |
|--------------------------------|-----------------|---------------------|
| Municipio La Paz | 15 | 12 |
| Elecciones Judiciales | 10 | 3 |
| Municipio de El Alto | 7 | 1 |
| Bolivia-Chile | 6 | 12 |
| Caja Nacional de Salud (CNS) | 5 | 2 |
| Transparencia/Corrupción | 1 | 7 |
| Ley de la Hoja de Coca | 2 | 7 |
| Judicialización de la Política | 0 | 4 |
| Suma parcial | 43/106 | 42/105 |
| Porcentaje | 40,56% | 40,00% |

Fuente: Elaboración propia.

De igual modo, se puede observar que algunos temas que son de relevancia en la línea editorial de *La Razón*, no lo son para *Página Siete*, y viceversa. Por ejemplo, *La Razón* destinó 10 editoriales al tema de las “Elecciones “Judiciales” y siete (7) a “municipio de El Alto”, mientras que *Página Siete* elaboró tres (3) y uno (1), respectivamente. De igual modo, algunos temas que *Página Siete* editorializó no aparecen en similar proporción en *La Razón*. Así, por ejemplo, *Página Siete* destinó siete (7) editoriales al asunto de la transparencia en instituciones y empresas públicas y la Ley de la Hoja de Coca, mientras que *La Razón* aportó con uno (1) y dos (2) editoriales, respectivamente.

b) En el ámbito internacional

En el ámbito Internacional, entre enero y junio de 2017, *La Razón* destinó 10 editoriales y subeditoriales al tema de “EE. UU.”, tres (3) a la crisis humanitaria en “Siria” y tres (3) a “Ecuador: elecciones presidenciales”. Estos tres temas concentraron el 57% de los editoriales de *La Razón* sobre asuntos internacionales. Por su parte, *Página Siete* otorgó nueve (9) editoriales a “EE. UU.”, cuatro (4) a “Siria” y a la “Crisis en Venezuela”. Estos tres temas concentran el 38% de los editoriales de *Página Siete* (ver tabla 12).

Tabla 12
Temas que más se abordan en los Editoriales sobre el ámbito Internacional según periódico:
enero a junio, 2017

| Temas | <i>La Razón</i> | <i>Página Siete</i> |
|---------------------------------------|-----------------|---------------------|
| EE. UU.: Gobierno & Política Exterior | 10 | 9 |
| Siria: Crisis humanitaria | 3 | 4 |
| Ecuador: Elecciones Presidenciales | 3 | 2 |
| Venezuela: Crisis | 0 | 4 |
| Suma parcial | 16/28 | 17/44 |
| Porcentaje | 57,14% | 38,63% |

Fuente: Elaboración propia.

c) En el ámbito social

En el ámbito Social, ambos periódicos concedieron al tema “género” la mayor cantidad de sus editoriales. Los recurrentes casos de “violencia contra las mujeres”, “acoso político”, y la inclusión de causales para el “aborto” en el proyecto del nuevo Código Penal, había generado una cantidad considerable de editoriales sobre este tema. Educación es el segundo tema que más editoriales se encuentran en *La Razón*, seguido de salud y tecnologías de la información y comunicación (TIC). Por su parte, *Página Siete*, después del tema de “género”, ha preferido centrar su atención en los medios de comunicación, que incluyen temas sobre “prensa y poder”, “periodismo y periodistas”, “libertad de prensa y expresión”, “opinión pública”, entre otros (ver tabla 13).

Tabla 13
Temas que más se abordan en los Editoriales sobre el ámbito Social según periódico:
enero a junio, 2017

| Temas | <i>La Razón</i> | <i>Página Siete</i> |
|------------------------|-----------------|---------------------|
| Género | 14 | 12 |
| Educación | 11 | 4 |
| Salud | 8 | 6 |
| TIC | 8 | |
| Medios de Comunicación | 3 | 9 |
| Suma parcial | 33/64 | 27/56 |
| Porcentaje | 51,6% | 48,2% |

Fuente: Elaboración propia.

d) En el medio ambiente

Sobre el Medio Ambiente se han identificado 12 editoriales, nueve (9) publicados en *La Razón* (3%) y tres (3) en *Página Siete* (1%). No se identifican tendencias temáticas por la cantidad reducida de editoriales.

e) En el ámbito económico

Se han identificado 22 editoriales, 13 pertenecientes a *La Razón* (5,32%) y nueve (9) a *Página Siete* (3,86%). No se identificaron tendencias temáticas por la cantidad reducida de editoriales y el abanico amplio de temas. No obstante, en *La Razón* y *Página Siete* se registran dos (2) editoriales en cada uno sobre “agroindustria”.

f) En el ámbito de la historia, arte y cultura

En el ámbito temático historia, arte y cultura, *La Razón* ha realizado más editoriales sobre “dictadura militar y la recuperación de la democracia”; sobre festivales tradicionales ha destinado tres (3) editoriales al tema del “Gran Poder”, mientras que *Página Siete* un (1) editorial; sobre “personajes”: Luis Espinal ha sido editorializado en una (1) oportunidad en *La Razón* y en dos (2) en *Página Siete* (ver tabla 14).

Tabla 14
Temas que más se abordan en los editoriales sobre Historia, Arte y Cultura según periódico: enero a junio, 2017

| Editoriales en el ámbito Historia, Arte y Cultura | | <i>La Razón</i> | <i>Página Siete</i> |
|---|------------------------------|-----------------|---------------------|
| Historia | Dictadura Militar/Democracia | 4 | 0 |
| Tradiciones | Gran Poder | 3 | 1 |
| Deportes | | 3 | 0 |
| Personajes | Luis Espinal | 1 | 2 |
| Suma parcial | | 10/19 | 3/12 |
| Porcentaje | | 52,63% | 25% |

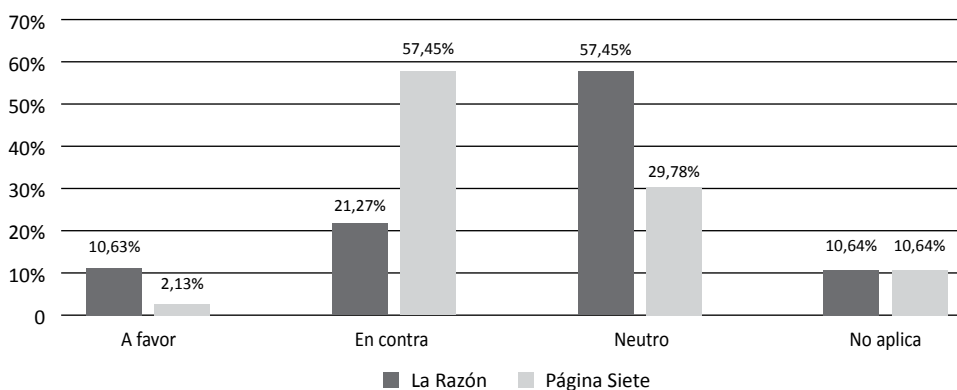
Fuente: Elaboración propia.

El apartado “otros” está conformado por editoriales o subeditoriales que difícilmente podían ser incorporados en los ámbitos temáticos anteriormente, como, por ejemplo, editoriales sobre hamburguesas ecológicas, avalanchas humanas, cuatrillizos, las bromas inocentes, entre otros.

g) Editoriales: algunos apuntes sobre su contenido

A fin de establecer la orientación del contenido de los editoriales con relación al Gobierno, se ha realizado un análisis de contenido a los 94 editoriales y sub-editoriales publicados en el mes de junio: 47 de *La Razón* y 47 de *Página Siete*. Para ello se han establecido cuatro categorías: “a favor” (del gobierno), “en contra” (del Gobierno), “neutro” (ni a favor, ni en contra) y “no aplica” que agrupa a los editoriales no vinculados a Bolivia (ver figura 17).

Figura 17
Orientación discursiva del editorial en todos los ámbitos temáticos:
junio, 2017



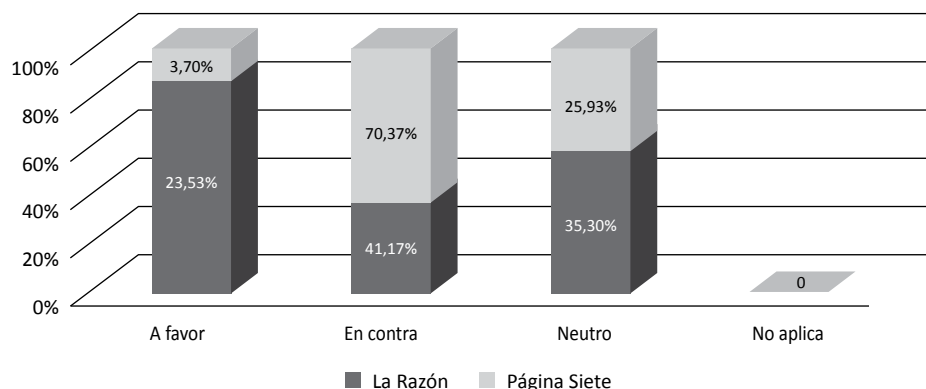
Fuente: Elaboración propia.

En el ámbito político resulta ser el más atinado para aplicar el análisis de contenido por las connotaciones e inclinaciones políticas que desprenden. Los resultados exhiben que ambos periódicos tienen la mayor parte de sus editoriales bajo la categoría “en contra”. Sin embargo, *Página Siete* supera a *La Razón* en casi 30%. A continuación “neutro” congrega el 35% de los editoriales de *La Razón* y 25% de *Página Siete*. Finalmente, el 23% de los editoriales estarían “A favor” del gobierno en *La Razón* y el 3,7% en *Página Siete* (ver figura 18).

Por otra parte, el estilo con que se redacta un editorial puede ser muy revelador: Los estilos pueden ser narrativos, descriptivos, expositivos, argumentativos, o puede ser una combinación de dos o más de estas formas discursivas. En ese contexto, se observa que varios de los editoriales de *La Razón* son narrativos/descriptivos/expositivos y en alguna medida ello explica por qué algunos de

sus editoriales ingresan en la categoría “neutros”. Por su parte, los editoriales de *Página Siete* suelen ser sobre todo argumentativos y reclaman al gobierno o institución pública por una situación o solución, de tal manera que varios de sus editoriales terminan siendo considerados como “en contra”.

Figura 18
Inclinación discursiva de las editoriales en el ámbito político según periódico:
junio, 2017



Fuente: Elaboración propia.

Entre otras particularidades que salta a la vista al revisar los editoriales publicados por *La Razón* y *Página Siete* están:

- *La Razón* destinó cuatro editoriales al conflicto en la Caja Nacional de Salud criticando a los sindicatos de trabajadores, defendiendo la libre afiliación y lamentando el perjuicio causado a los pacientes que requieren atención. *Página Siete* editorializó la problemática en dos oportunidades enfatizando el perjuicio a los pacientes por los días de no atención.
- *La Razón* lamenta en un editorial referido al Municipio de La Paz (13/01/2017), la ausencia de políticas efectivas para conservar el patrimonio arquitectónico de la ciudad de La Paz por parte del municipio, pero no comenta la construcción de la Casa Grande del Pueblo ubicada a una cuadra de la Plaza Murillo. *Página Siete*, por el contrario, resalta la afectación urbanística del centro histórico con la construcción de una “mole de cemento” (19/01/2017).

- *La Razón* destinó 10 editoriales al tema de elecciones judiciales durante el primer semestre del 2017, la mayoría de ellos describiendo aspectos de la reglamentación y procedimiento. En varios editoriales se advirtió que la experiencia del 2011 estuvo “malograda”. *Página Siete* editorializó en dos oportunidades las elecciones judiciales advirtiendo de las falencias de forma y fondo en la selección y elección de las máximas autoridades del Órgano Judicial.
- Sobre el conflicto con la ONG CEDIB, *La Razón* acentuó su editorial enfatizando la “Memoria (documental) en Riesgo”, mientras que *Página Siete* contextualizó el mismo tema desde el enfoque a las críticas gubernamentales a algunas ONG.
- Sobre la reunión de seis líderes de la oposición, *Página Siete* editorializó dos (2) veces el encuentro, mientras que *La Razón* una (1) vez. *La Razón* concluye su editorial enfatizando: “Conservan el tufo de la democracia pactada: ni una mujer, falta de indígenas (hay un ‘blaqueado’), déficit de actores sociales, ausencia de jóvenes (hay un ‘viejo prematuro’), carencia de renovación (...) La imagen del episodio, pues, a reserva del documento suscrito, es de ‘partidocracia’, pasado y exclusión” (17/04/2017). Por su parte, *Página Siete* en uno (1) de sus editoriales concluye: “Los expresidentes y líderes políticos ya han hecho un aporte importante a la democracia al concertar un pronunciamiento conjunto en su calidad de ciudadanos libres e independientes unos de otros y, si además de eso, logran que el oficialismo escoja magistrados con méritos, el país quedará conforme” (16/04/2017).
- En un tema en el que se encuentran posiciones comunes en ambas líneas editoriales, es el que se refiere a la odisea que atravesaron los nueve bolivianos detenidos en Iquique-Chile en un incidente fronterizo confuso y que significó su apresamiento y judicialización. *La Razón* destinó tres (3) editoriales y *Página Siete*, siete (7). Sobre las relaciones entre Bolivia-Chile, en *La Razón* se encontraron seis (6) editoriales y en *Página Siete*, 12.
- Sobre el tema de las empresas públicas, se han identificado dos (2) editoriales en *La Razón* sobre la Empresa Minera Huanuni, ambas referidas al robo de mineral o “juqueo” que merma los ingresos de la minera. Por su parte, *Página Siete* ha dedicado seis (6) editoriales que abordan el tema y ha enfatizado las dificultades o irregularidades en su gestión: EPSAS, Empresa Editorial del Estado (EEE), Televisión Nacional de Bolivia; en dos oportunidades sobre YPFB y una sobre el déficit de las empresas públicas.

- Sobre el tema de la transparencia en la gestión pública, *La Razón* elaboró un (1) editorial y *Página Siete* ocho (8).
- Solo en *Página Siete* se encontraron dos (2) editoriales sobre la detención de líderes opositores como Ernesto Suarez y la sentencia contra Leopoldo Fernández, en *La Razón*, ninguno (0).
- Entre febrero y marzo, mientras se informaba de la elaboración y promulgación de una nueva ley sobre la coca en reemplazo de la Ley 1008, *La Razón* destinó al tema dos (2) editoriales y *Página Siete* seis (6).
- Sobre el tema de los delitos conexos al narcotráfico, como el atraco a las remesas de la empresa Brinks en Roboré, *La Razón* no realizó ningún editorial (0). *Página Siete* elaboró dos (2). Sin embargo, en el tema de seguridad ciudadana, *La Razón* publicó tres (3) editoriales y *Página Siete* uno (1).
- *La Razón* en ningún momento se refirió al proyecto hidroeléctrico de El Bala y El Chepete, *Página Siete* editorializó el tema una (1) vez.
- No se ha identificado ningún editorial en *La Razón* (0) sobre la crisis institucional en Venezuela; en *Página Siete* se encontraron cuatro (4) editoriales al respecto.
- Ningún editorial de *La Razón* ni de *Página Siete* abordó el tema de la Asamblea Legislativa Plurinacional en el periodo que comprende el estudio.

V. Conclusiones: el valor de la libertad de expresión para el periodismo de opinión

En Bolivia hubo avances importantes en materia de libertad de expresión: la Constitución Política del Estado (CPE, arts. 21.5; 106.2 y 107.2) garantiza el derecho a la información y opinión. Sin embargo, todo gobierno, en todas partes, desarrolla una obsesión por lo mediático e intenta por todos los medios controlar la información y opinión que se genera en torno al ámbito político. El gobierno boliviano no ha sido la excepción y en ese contexto la estrategia gubernamental ha consistido en proveer mucha información y promover mucha opinión a través de un sistema de medios públicos, un sistema de medios comunitarios, más un sistema de medios privados pero controlados, más una desproporcionada inversión en publicidad y propaganda, además de presencia permanente de la agenda presidencial que no siempre se refieren a asuntos de la gestión pública.

Sin embargo, la situación boliviana no es crítica, porque no ha existido cierre de medios de comunicación, ni periodistas o columnistas arrestados o asesinados por sus opiniones, pero no se puede negar que gradualmente han mermado las voces de los medios que están dispuestos a ejercer un periodismo crítico e independiente. Muchos medios o han sido comprados por el poder, o se han visto persuadidos de cambiar el enfoque de su cobertura informativa y de opinión por su débil situación económica, presión política, tributaria o amenazas de juicios. De igual modo, los periodistas que tienen la voluntad de ejercer la profesión y no ser voceros del gobierno, la farándula o de la crónica roja, son cada vez menos.

Entre los componentes fundamentales de un Estado democrático, están las libertades, entre las que se destacan la de expresión, pensamiento, opinión, asociación y organización. Estas libertades y principios democráticos no van de manera separada; forman un ensamblaje indestructible. Como explica el politólogo italiano Giovanni Sartori (2007),

la libertad de pensamiento no es sólo la libertad de pensar en silencio, en lo cerrado del alma, lo que nos plazca: presupone que el individuo puede acceder libremente a todas las fuentes del pensamiento; presupone además que cada uno sea libre de aceptar y controlar lo que encuentre escrito u oye decir, y por lo tanto presupone, entre otras cosas, mundos abiertos, mundos atravesables que nos permitan ir a verlos en persona (...) A su vez, la libertad de expresión, la libertad de escribir o decir lo que se piensa en privado, presupone (...), en su evolución natural, la libertad para asociarse y propagar lo que tenemos que decir. (p. 87).

En suma, opinión y democracia en la tradición liberal siempre van juntas.

A partir de la investigación cuantitativa y algunas valoraciones de orden cualitativo que se ha desarrollado en la investigación, se pueden además realizar las siguientes conclusiones:

- El rol esencial de un periódico es político, porque transmite información y opinión que es de interés público y que es útil para tomar decisiones de gestión pública. Además, Bolivia es un país altamente politizado, y La Paz –por su condición de sede de gobierno– destila política y en la actual coyuntura nacional se enfatiza el campo político. En ese contexto, ningún medio puede ni debe eludir su rol político.

- La concentración de la opinión en algunos opinadores y temáticas debilita la pluralidad y el debate dentro de un periódico, ¿no hay más gente en Bolivia que pueda contribuir con artículos de opinión en el ámbito político? o ¿en el ámbito internacional?, o ¿mujeres economistas e internacionalistas?, o ¿profesionales y activistas ambientalistas?
- Si bien la investigación no aborda de manera metodológica la edad de los columnistas y articulistas, por su trayectoria profesional o política, la mayor parte de ellos son de cincuenta años en adelante, por lo que sería conveniente invitar a jóvenes que contribuyan con sus opiniones, a fin de refrescar la opinión con su enfoque y visión, además de proyectar modernidad y renovación en los periódicos.
- Ponderable es que los cargos directivos más altos en *La Razón y Página Siete* recaigan en mujeres jóvenes. No obstante, la participación de la mujer como autora todavía es escasa: una de cada cuatro columnas en *La Razón* y una de cada cinco en *Página Siete*. Ello ocurre porque en la estructura patriarcal y adulto centrista, todavía la representación del conocimiento y del saber está en el imaginario colectivo atribuido al varón mayor. Los medios de comunicación tienen que tener políticas de más acceso a la mujer y a los jóvenes como fuente de información y opinión, en especial, en los ámbitos temáticos de la economía, asuntos internacionales y medio ambiente.
- El Medio Ambiente es una temática casi totalmente ausente en el periodismo de opinión de *La Razón y Página Siete*. Un tema tan importante no puede mantenerse con cantidades mínimas de opinión y editoriales. El enfoque ambientalista es una mirada que urge a la prensa boliviana.
- El capital simbólico del cual son portadores los líderes de opinión requiere mucha responsabilidad con la palabra, es decir, con aquello que se advierte, critica, propone o fustiga.
- Una lectura cuidadosa de los editoriales de *La Razón y Página Siete*, pone en evidencia que el estilo de redacción del primero suele ser más descriptivo o de diagnóstico de una situación, mientras que los editoriales del segundo tienden a ser más argumentativos, por tanto, toman decididamente posición sobre un problema.
- El género de opinión en Bolivia refleja la polarización política en la que está sumida el país.
- Con la aparición de Internet y la obligación de competir en tiempo real con un sinnúmero de fuentes anónimas que se convierten en emisores, la prensa

debe ofrecer a sus audiencias una información diferenciada, analizada, contextualizada y explicada. La opinión, como género periodístico, se ve fortalecida por esta tendencia.

- El periodismo de opinión requiere de un entorno habilitante: libertades de prensa, expresión, opinión y asociación; componentes esenciales de una democracia. Estas libertades son indivisibles y forman un “ensamblaje indestructible”.
- El periodismo de opinión reproduce la visión cada vez más polarizada de la coyuntura política boliviana. Si los lectores esperan formar su juicio con las columnas y editoriales de *La Razón y Página Siete*, deberán conformarse con una visión parcializada de opinadores afines a una línea editorial que a su vez responde a una agenda política.
- Aunque los editoriales y las columnas de opinión sean poco leídas por la mayoría de la población, su influencia paradójicamente es muy poderosa sobre la clase política.

VI. Referencias

Bernabeu Morón, N (Ed.). (2009). *El artículo y la columna*. Madrid: Secretaría General Técnica.

Do Carmo Barriga, A. (2014). El lugar del columnismo político en el periodismo actual. *Nueva Época*, 22, 79-102.

El Equipo de Opinión. (2 de abril de 2018). *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2016/05/30/opinion/1464603999_066281.html

Lozano, M. (13 de julio de 2013). El periodismo de opinión. *Diario Información*. Recuperado de <http://www.diarioinformacion.com/blogs/la-esquina/el-periodismo-de-opinion.html>

Moreno, P. (2007): Opinión y géneros en el periodismo electrónico: redacción y escritura. *Ámbitos*, 16, 123-149.

Navarro, L. (2010). La opinión publicada en la prensa de México. *Revista de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 1, 160-176.

Sánchez Gómez, F. & Armañanzas, E. (2009). Carmen Rigalt, columnista de El Mundo. *Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 17. Recuperado de <https://www.um.es/tonosdigital/znum17/secciones/estudios-21-rigalt.htm>

Santillán, R. (2006). *El lenguaje en el periodismo de opinión*. Quito, Ecuador: Quipus-Ciespal.

VII. Bibliografía

Cohen, B. (1963). *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton Legacy Library.

Luhmann, N. (1990). *Sociedad y sistema: la ambición de la teoría*. Barcelona: Paidós.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.

Rodríguez, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. Alicante, España: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Saperas, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel.

Sartori, G. (2007). *¿Qué es la democracia?* Madrid: Taurus.

Wolf, M. (1987). *La investigación en la comunicación de masas: Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

¿Dónde está la falla?

La simbología de las violencias a través de los medios

Lic. Tatiana Carla Fernández Calleja¹

Correo electrónico: tatiana.fernandez@giz.de

GIZ

La Paz, Bolivia

Fecha de recepción: 10/04/18

Fecha de aprobación: 8/05/18

Resumen

No es un secreto que los medios de comunicación tradicionales han encontrado una veta riquísima en la naturalización de la violencia, que se difunde en innumerables formatos. Tras la incursión de nuevas tecnologías, hoy los seres humanos no solo consumen violencia, sino que la reproducen y generan.

Esta situación compleja suele abordarse desde el estereotipo mediático, dejando un amplio margen a la reproducción de la violencia y sus consecuencias sin atención. Por eso, hoy asistimos a una tensión constante entre el contexto que se manifiesta en innumerables formas de violencia y el yo, que se autopercibe ajeno a dichas manifestaciones.

Este trabajo busca determinar algunos de los muchos tipos de violencia en los que estamos inmersos hoy en día, de los que participa la sociedad tecnologicada y los códigos culturales que garantizan estas formas de interrelación.

Palabras clave

Violencia, medios de comunicación, códigos culturales, redes sociales

Where is the fault?

The symbolism of violence through the media

Abstract

It is not a secret that the traditional media have found a rich vein in the naturalization of violence, which is disseminated in countless formats. After the incursion of new technologies, today human beings not only consume violence but also reproduce and generate it.

1 Tatiana Carla Fernández Calleja es comunicadora social, titulada de la UCBS La Paz. Actualmente es asesora técnica para el proyecto ProPeriodismo, de formación dual en periodismo de la GIZ Bolivia y docente de Habilidades de la Comunicación en la Escuela de la Producción y la Competitividad de la UCBS La Paz.

This complex situation is usually approached from the media stereotype, leaving a wide margin for the reproduction of violence and its consequences without attention. That is why today we are witnessing a constant tension between the context that manifests itself in countless forms of violence and the self, which is self-aware of these manifestations.

This work seeks to determine some of the many types of violence in which we are immersed today, of which the technological society participates and the cultural codes that guarantee these forms of interrelation.

Keywords

Violence, Media, culture codes, Social net

I. Introducción

Hace poco, sectores feministas increparon duramente al compositor Gonzalo Hermosa por hacer apología de la mujer-objeto en la nueva canción de *Los Kjarkas* “Cara bonita”. Totalmente contrariado, el compositor se preguntaba, “¿dónde está la falla?” ante una sociedad donde el estereotipo de mujer aún tiende a la cosificación, se hace compleja la respuesta.

A diario y gracias a los medios de comunicación, somos testigos de feminicidios, violaciones y atracos. Entramos en “la mente de un violador” gracias a documentales pseudocientíficos o nos desesperamos por la nueva temporada de esa serie que derrocha tecnología para lucir batallas sangrientas, erotismo y venganza. El consumo de estos productos mediáticos nos mantiene o, al menos eso creemos, en un espacio ajeno y distante a la “violencia real”.

Hoy el internet ha globalizado y sobredimensionado la difusión de violencia y nos muestra abiertamente esa esquizofrenia estructural, ya descrita por Manuel Castells (1996) afirmando que “Nuestras sociedades se estructuran cada vez más en torno a una oposición bipolar entre la red y el yo” (p. 2). Así aceptamos las dosis de violencia mediática, pasiva o activa, a la vez que demandamos acciones estatales y de los gobiernos para frenar el alarmante incremento de inseguridad ciudadana, feminicidios y violaciones.

A través de este artículo, veremos algunos hechos que ilustran la tensión mediática cotidiana a la que nos exponemos y de la que somos parte en Bolivia, descubriendo cómo naturalizamos la violencia desde el consumo cultural de estereotipos y recreamos nuestras formas de interacción desde estos nuevos códigos de comportamiento.

II. Desnudando la violencia

“Así hallamos en la naturaleza del hombre tres causas principales de discordia. Primera, la competencia; segunda, la desconfianza; tercera, la gloria” (Hobbes, 2015, p. 72).

Thomas Hobbes en su obra *Leviatán*² describe las condiciones que llevan al ser humano a su felicidad o a su miseria. Describe que de la igualdad entre seres humanos surge la desconfianza y de ésta, la guerra. Asume, por tanto, que la alianza entre seres humanos para conformar una sociedad está basada en el miedo y la desconfianza a ser atacado por el otro. Esta la razón principal de conformar un Estado, donde las regulaciones dadas desde el ámbito marco permiten una interacción pacífica entre las personas. En este análisis, Hobbes nos muestra un hecho evidente, que será más tarde refrendado por otros estudiosos de la violencia: el comportamiento violento es esencialmente cultural. Si bien en la naturaleza del hombre subyace la agresividad como estado emocional, la manifestación violenta se refleja en hechos socializados y aprendidos. Por esta razón, muchos autores afirman que es posible educar para la paz.

Hobbes (2015) planteaba tres causas fundamentales para la manifestación violenta: la competencia, la desconfianza y la búsqueda de reconocimiento:

La primera causa impulsa a los hombres a atacarse para lograr un beneficio; la segunda, para lograr seguridad; la tercera, para ganar reputación. La primera hace uso de la violencia para convertirse en dueña de las personas, mujeres, niños y ganados de otros hombres; la segunda, para defenderlos; la tercera, recurre a la fuerza por motivos insignificantes, como una palabra, una sonrisa, una opinión distinta, como cualquier otro signo de subestimación, ya sea directamente en sus personas o de modo indirecto en su descendencia, en sus amigos, en su nación, en su profesión o en su apellido. (p. 72).

Aunque las formulaciones de Hobbes se hicieron en el siglo XVI, continúan vigentes para el análisis cinco siglos después, ya que estos “motivadores” de violencia, en esencia se mantienen vigentes; han mutado en formas de expresión a lo largo de los años, pero aún se pueden identificar en las manifestaciones violentas, incluso con la llegada de la tecnología y su invasión cultural. Dos fenómenos parecen

2 Traducción al español de 2015.

vislumbrarse en torno a las hipótesis de Hobbes en este tiempo: primero, que esa alianza pacífica en torno a la figura del Estado, está perdiendo legitimidad de manera paulatina y al hacerlo, se abren nuevas posibilidades de interacción, fuera de todo canon establecido. Es evidente que la era tecnológica está revolucionando no solo la información sino el modo en que ésta se recibe y se difunde, así como la forma en que se producen las interacciones por internet, entre individuos y por supuesto, entre individuos e instituciones.

Sí. La institucionalidad se cuestiona y se transforma gracias a las infinitas posibilidades de interacción social en la red.

Lejos del poder del Estado y tras el anonimato que permite una suerte de “cercanía segura”, violencias de todo tipo se manifiestan sin reparo. Esto ratificaría que la violencia estructural en este tiempo, es más fácil de reconocer fuera de las instituciones y los Estados. Es más factible identificar los elementos culturales en torno a la violencia, pero también es más sencillo que pasen desapercibidos, aunque causen controversia. Sea para competir, sea para atrincherarse en defensa de intereses propios o sea para encontrar reconocimiento, la convivencia en sociedades y grupos conlleva establecer códigos de interrelación que brinden legitimidad, valor y posición (sea económica, social o de cualquier otro tipo). Los gladiadores de este tiempo, que acuden a la arena mediática para combatir con los leones y anhelan la victoria dimensionada en cantidades de retuits o likes.

Segundo, el miedo que da lugar a la desconfianza se expresa en las redes y le da color de desesperanza. Por alguna razón, el despliegue desbordante de violencia que las personas expresan por internet y a través de productos culturales, alimentan el pesimismo y la desilusión colectiva. Consumimos la desilusión de la violencia, pero también el sentido de injusticia que trasciende del hecho violento. Lo aceptamos, nos resignamos. Las objeciones a la violencia van quedando rezagadas frente al caudal de mensajes mediáticos que la legitiman y la establecen en códigos culturales aceptados y que marcan nuevas formas de interacción social.

III. El triángulo de la violencia de Galtung

Uno de los autores más prolíficos en torno al fenómeno de la violencia es Johan Galtung, que ha dedicado su obra a determinar las expresiones de este fenómeno exclusivamente humano. El análisis de este autor explica al conflicto

como raíz que puede derivar en manifestaciones violentas o en transformaciones constructivas de paz (Bautista, 2012, p. 17).

Un conflicto surge tras la existencia de actitudes, comportamientos y contradicciones que no se explicitan y donde elementos de tiempo y espacio son determinantes. De este modo, el contexto cultural es sumamente relevante, pues es desde este contexto que se generan las autopercepciones y proyecciones en torno al comportamiento del otro. Cuando un conflicto fracasa se torna en violencia (Calderón, 2009, p. 74) y, desde la teoría de Galtung, puede ser también reserva de oportunidades. Pero afirma que puede existir violencia sin conflicto y conflicto sin violencia.

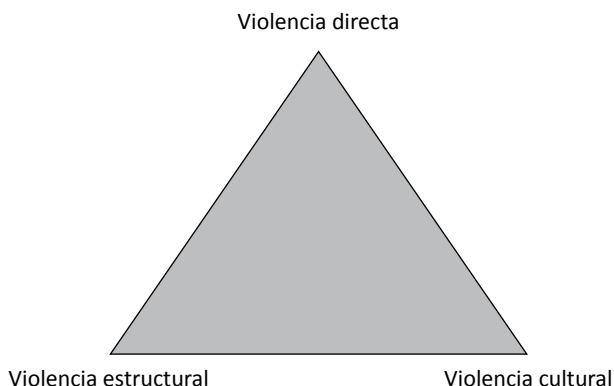
De esta manera, Galtung hace referencia a tipos de violencia que están latentes y se constituyen en elementos “fantasma” (pues no son evidentes a simple vista) y pueden ser difíciles de explicar en determinados contextos y situaciones.

La triple dimensión a la que Galtung (1998, p. 14) se refiere es el triángulo de la violencia (ver figura 1). Nos habla de violencia estructural, violencia cultural y violencia directa. La primera se sostiene en los sistemas políticos, económicos y sociales. Pero estos deben compartir ciertos códigos que les permita aceptar o legitimar la violencia desde una mirada coincidente. Esto es, la violencia cultural. Finalmente, ambas violencias constituyen la base implícita de la expresión de la violencia directa, que puede darse de manera física, verbal o psicológica.

Para Bourdieu (1999, p. 18), ambas dimensiones están subsumidas en lo que él denomina violencia simbólica. Esta violencia se liga íntimamente con las relaciones de poder y constituye esa “muralla invisible” construida en base a jerarquías, estatus, niveles sociales y culturales que los grupos sociales instauran para la convivencia. Si bien Bourdieu analiza la violencia simbólica desde los diferentes ámbitos sociales y la categoriza en opuestos, afirma que la violencia, derivada del establecimiento del poder se basa sin duda en el establecimiento de códigos aceptados por un conjunto social. Se acerca mucho al enfoque semiótico de la violencia en cuanto a su inherencia en códigos que se comparten culturalmente, pero enfatiza en que todo este conjunto simbólico en torno al poder, establece las dicotomías (dominador/ dominado) que se legitiman por consenso y se manifiestan en violencia simbólica (Fernández, 2005, p. 10).

Así, los códigos culturales son los elementos básicos en los que descansa la carga de sentido y, por tanto, la carga de violencia que se justifica, se recrea, se promueve o se difunde.

Figura 1
El triángulo de la violencia



Fuente: Galtung (como se citó en Calderón, 2009, p. 75).

La transformación de la violencia como oportunidad hacia una cultura de paz, en términos de Galtung, radica por tanto en no solo atacar las muestras evidentes de su existencia: la violencia física hacia la mujer, la exclusión de minorías étnicas o la violencia psicológica a través de la red (por citar algunos casos), sino en profundizar en las raíces culturales-simbólicas que calan la estructura social en la cual vivimos.

Al igual que un *iceberg*, mirar la violencia solo desde las consecuencias evidentes y atacarla en sus manifestaciones directas es apenas el principio. Los esfuerzos por deconstruir los sistemas de violencia serán vanos en la medida que no se vea la profundidad en la que se sostiene la violencia directa. Por esta razón, vale la pena mirar con mayor detenimiento las formas de violencia estructural y cultural, así como en qué elementos se fundan.

IV. Violencia simbólica y violencia estructural

Está claro que, a diferencia de otros seres vivos, el humano es el único capaz de generar violencia de manera consciente y de atribuirle sentido. Este aspecto fue analizado a profundidad por Bourdieu para definir violencia simbólica.

Pierre Bourdieu (1999) en los años sesenta, realiza una serie de estudios sociológicos de la violencia en cuanto instrumento para la socialización de los individuos y la configuración de clases. Concluye que la violencia como un acto no natural para los seres humanos, una construcción simbólica que favorece el orden establecido.

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... (p. 172).

Solemos reconocer la violencia cuando su manifestación es evidente: una guerra, una golpiza, actos de vandalismo o un asesinato. La nebulosa empieza al tratar de entender las violencias que no se expresan físicamente. En la perspectiva galtungniana, aún la violencia económica, psicológica o mediática constituyen formas de violencia directa.

Desde lo estructural, la violencia está instaurada desde el Estado y la institucionalidad; en los sistemas que reproducen pobreza, desigualdad, injusticia social. Viene disfrazada en la condescendencia de las autoridades, en la amenaza velada. En los sistemas de desigualdad social, la pobreza y la exclusión. Es la forma de perpetuar el *statu quo* de dominación y las relaciones de poder, al delimitar con claridad las fronteras entre dominadores y dominados. La violencia simbólica es la que permite mantener las asimetrías de poder bajo las premisas de la institucionalidad establecida y se consolida en las estructuras que permiten la interrelación entre las personas.

Todas estas expresiones de violencia subyacen en los códigos culturales que hemos aceptado para interrelacionarnos y conformar una sociedad. Son códigos culturales que hoy se han globalizado gracias a las nuevas tecnologías y hacen parte de la violencia estructural de la sociedad.

La violencia estructural, por tanto, es el entramado de jerarquías, sistemas de poder económico y simbólico que garantizan un status quo que delimita, marca y establece diferencias. Para lograrlo, este sistema recurre a formas de violencia

simbólica aceptadas culturalmente. Pone de manifiesto las contradicciones propias de la convivencia y la necesidad de defender lo propio, obtener lo deseado o legitimarse ante los demás.

En abril de 2016, el gobierno de Evo Morales encaró una de las crisis más largas de su gestión al mantener irresuelto el conflicto social con los discapacitados. Además de los momentos en que se registraron enfrentamientos violentos entre marchistas y la policía, cabe destacar algunos elementos ilustrativos de violencia estructural que desencadenan violencia directa.

A nivel estructural, el 2012 el sistema boliviano establecía políticas de incentivo a la inclusión de las personas con discapacidad a través de la Ley 223. Pero, la existencia de la norma no aseguraba su implementación. La solicitud del bono de Bs 500 mensuales por la cual marcharon los discapacitados desde Cochabamba hasta La Paz, se hizo en la lógica de mejorar las condiciones de este sector, por ejemplo, para la adquisición de medicamentos. La marcha y la vigilia visibilizaron la exclusión de este sector, la evidente desigualdad social y económica en que viven y la pobreza económica extrema en muchos casos.

A nivel simbólico, la negativa de diálogo³ desde el gobierno, las acusaciones de trasfondo político y el paso de los días sin respuesta, generaron mayor molestia en el sector de discapacitados y la solidaridad de la población. La idea de diálogo establecida desde un Gobierno poniendo reglas no aceptadas por el sector que se autopercebía vulnerado, era una muestra clara de asimetría de poder. Pero hay más. Este conflicto no solo ratifica la hipótesis de Bourdieu en torno al poder simbólico. También nos muestra la construcción de violencia internalizada desde “dominadores” y desde “dominados”.

La acumulación de poder en torno al Estado y su institucionalidad es notoria y evidente. A diferencia del sector de discapacitados, que más allá de mover la solidaridad de la población ante su causa, no lograron que sus condiciones para negociar fueran escuchadas. Pasaban los días, acentuaba el frío en la ciudad de La Paz, las condiciones en los campamentos eran trágicas. El mensaje implícito

3 Un apunte: en el lenguaje cotidiano boliviano, el uso de “diálogo” se acerca más a “negociación” que a “encuentro o conversación”. Por esta razón, es común que las partes en conflicto impongan o traten de imponer a las otras partes sus condiciones para llegar al “diálogo”.

era que la dramática situación no era suficiente para romper un sistema establecido para excluirlos. He ahí la “muralla invisible”.

La manifestación de este desequilibrio de fuerzas en torno al conflicto, se hace explícita finalmente en los intentos desesperados de los marchistas para romper el cerco metálico de Plaza Murillo y la respuesta de la policía, que arremete contra los discapacitados. ¿Qué puede llevar a personas en silla de ruedas a enfrenar a policías armados?

Desde la perspectiva de Marc Rosenberg, otro impulsor de la Comunicación No Violenta, la persistencia de esa tensión de desequilibrio de fuerzas se acumula en los individuos. Es, lo que se denomina violencia pasiva.

La violencia pasiva acaba por generar ira en la víctima que, como individuo o como miembro de una comunidad, responde también con violencia. Dicho en otras palabras, la violencia pasiva es el combustible que alimenta el fuego de la violencia física. (Rosenberg, 2006, p. 3).

Ante una situación de conflicto, por tanto, se activan los sistemas y códigos culturales de violencia estructural donde las asimetrías de poder obran y en determinados casos, pueden desencadenar expresiones de violencia directa, como punto de ebullición de violencia pasiva que se acumula en el sector considerado más vulnerable o con menor acumulación de poder simbólico.

Así que sea del lado “opresor” o del lado “oprimido”, subyacen formas de violencia que tras determinadas circunstancias pueden emerger hacia hechos de violencia directa. ¿Cuán conscientes somos de ello?

En la era digital, la tecnología se transforma también en un arma potenciadora de violencia. El bombardeo informativo y las redes sociales permiten una suerte de vivencia virtual ajena a las crudas realidades. Si bien la brecha tecnológica se acorta a medida que se abaratan los costos de la tecnología, es cierto que se vive el fenómeno de la abstracción extrema, donde es fácil percibir los factores de violencia estructural como espectáculos ajenos a la realidad de las personas. Así, es sencillo en el Facebook de las fotografías familiares de un amigo a imágenes de la guerra en Medio Oriente y luego a las ofertas del mes en el supermercado de moda. Vamos aceptando estas realidades difíciles, las seleccionamos y descartamos a conveniencia.

V. Violencia entre iguales

Dan Olweus fue uno de los primeros en acercarse al fenómeno bullying y escribir sobre él, en referencia al comportamiento de niños y adolescentes en la escuela. Define al *bullying* como

una conducta de persecución física y/o psicológica que realiza una o un estudiante contra otro, al que elige como víctima de repetidos ataques. Esta acción, negativa e intencionada, sitúa a la víctima en una posición de la que difícilmente puede salir por sus propios medios. La continuidad de estas relaciones provoca en las víctimas efectos claramente negativos: descenso de la autoestima, estados de ansiedad e incluso cuadros depresivos, lo que dificulta su integración en el medio escolar y el desarrollo normal de los aprendizajes. (Olweus, como se citó en Collel & Escudé, 2002, p. 2).

¿Qué lleva a los niños y adolescentes a agredirse entre iguales? El fenómeno *bullying* que ha causado incluso el suicidio de algunos jóvenes, suele iniciarse con un largo proceso de violencia que inicia de manera verbal o psicológica y suele desencadenar expresiones físicas. Se caracteriza por un conflicto inicial donde hay un agresor y un agredido. Las excusas son muchas: puede ser una burla, un malentendido, normalmente el agresor encontrará cualquier razón. La víctima conecta con esa agresión, ante la que se siente indefenso. Vale decir, se establece un desequilibrio de fuerzas entre ambas partes. Además, existe un consentimiento del conjunto. No necesariamente para también ejercer violencia, sino y sobretodo, por callar ante el hecho violento. Callan ante el mundo adulto, vale decir, maestros y padres de familia.

Olweus (1994, p. 1172) plantea tres situaciones presentes en todo proceso de *bullying*:

- 1) Hay un comportamiento agresivo o una intencionalidad de hacer daño.
- 2) Que se lleva a cabo repetidamente en el tiempo
- 3) En una relación interpersonal caracterizada por un desequilibrio de poder

¿Por qué sucede? Los estudios sobre el *bullying* coinciden en que los conflictos en el ámbito educativo son normales y cotidianos. Pasan inadvertidos hasta que cobran dimensiones de agresión evidente o física. Además, coinciden en que

los agresores suelen tener algunos rasgos similares: ansiedad, baja autoestima, depresión, hiperactividad u otras que en la adolescencia desencadenan consumo de sustancias. También en las víctimas se han identificado rasgos comunes como baja autoestima, depresión, soledad, aislamiento, problemas de integración en la escuela.

Las manifestaciones de violencia en el ámbito educativo, responden a violencia estructural. Dicho de otro modo, hay elementos en el sistema que alientan, permiten o simplemente desatienden aspectos de la conflictividad antes que se manifiesten de manera directa. La búsqueda de delimitación o establecimiento de poder simbólico es parte de la cotidianidad en la escuela. Es tan cotidiano, que se hace normal. Si bien hablamos de violencia entre iguales, lo que los jóvenes en conflicto buscan es establecer los límites, las asimetrías de poder y capitalizar poder simbólico entre iguales. Para ello, se valen de códigos culturales aceptados por todo el conjunto. De ahí que en el fenómeno *bullying* sea tan importante el rol de los terceros, aparentemente pasivos.

Los terceros son piezas clave, el rol que juega la complicidad del resto de estudiantes es central en el establecimiento de este tipo de violencia. Sin el refuerzo a la actitud violenta, ésta tiende a reducirse. “Si no hay quién festeje, se ría o autorice como testigo la violencia, lo que sucede es que se termina” (Acosta, 2014, p. 17).

Las investigaciones de Beatriz Lucas, Rosa Pulido e Irene Solbes (2010) en España, determinaron la dinámica del grupo más allá del rol de la víctima y el victimario. Muchos de los niños observadores de violencia no intervienen porque no gozan de total reconocimiento ante sus iguales. Por eso, su intervención podría convertirlos en una víctima. En cambio, la intervención de aquel niño o adolescente que goza de prestigio ante los profesores y ante sus pares logra ser determinante para frenar una agresión o *bullying*. Se trata de poder simbólico manifestado en ciertos ritos, en ciertas actitudes que legitimadas por el conjunto pueden escalar el conflicto hasta una manifestación directa o transformarlo hacia relaciones más armónicas entre iguales.

El *bullying*, como fenómeno escolar de pugna de poder y reconocimiento entre iguales con los roles analizados, se ha “tecnologizado” para convertirse en *ciberbullying* con dinámicas muy similares, aunque en proporciones tales como lo permite internet.

Siendo ciudadanos universales, sin restricción estatal y sin jerarquía entre usuarios, además del *ciberbullying* a adolescentes, es común en las redes encontrarse con casos de acoso.

El 1.º de noviembre de 2013, Bolivia despertó con el primer escándalo mediático en redes sociales que involucraba a la conocida conductora de televisión Paola Belmonte. Las imágenes provenían de una cámara escondida y se difundieron en un sitio de internet para adultos. Las reacciones no se dejaron esperar. Además de las miles de reproducciones del video, las agresiones verbales en Facebook y WhatsApp contra la presentadora cobraron niveles descomunales.

Dos elementos a considerar: primero, las características del *ciberbullying* presente en este caso concreto (con agravantes que le convierten en delito) y, segundo, los estereotipos a partir de los cuales se reproduce la violencia.

El acosador llevaba meses amenazando a Belmonte y su familia, exigiendo dinero a cambio de lo no difusión del video. Al no obtener la respuesta deseada, cumplió su cometido y difundió las imágenes. El caso se volvió viral. Las expresiones de censura y juzgamiento extremo a Belmonte reforzaron al agresor, aún sin conocerlo. La actuación oportuna en los marcos legales, permitió a la conductora retirar las imágenes de circulación. La violencia psicológica a la que se expuso Belmonte y su familia fue ejercida no solo por el chantajista, sino por todos quienes, expresando su opinión, consejo, amenaza, etc., sometieron a esta familia a un “linchamiento mediático” a través de las redes.

Belmonte no se quedó como la víctima indefensa. Tras una peregrinación judicial, el extorsionador fue tras las rejas. Ella estuvo 229 días ausente de su programa de televisión y admitió sentirse “destruida” tras el linchamiento mediático que sufrió, al punto de pensar en quitarse la vida (Apaza, 2014).

El segundo aspecto retoma el planteamiento de Bourdieu sobre el sentido que le otorgamos a la violencia, es decir, a los símbolos que aceptamos normalizando, naturalizando la violencia. En el caso concreto, se trataba de la infidelidad de una mujer casada. Todos los estereotipos se activaron para juzgar un acto considerado inmoral para quienes condenaron a la conductora. A la vez, muchos expresaron su solidaridad con el esposo. Todo esto bajo el imaginario colectivo del “ser una buena esposa, mujer y/o madre” desconociendo la

situación privada de esta familia. ¿En qué se basó la justificación para agredir y acosar por redes a esta pareja de conductores televisivos?

En mayo de 2014, la pareja concede una entrevista televisiva. El énfasis ahora está en las preguntas que hizo el entrevistador en esa oportunidad, que permiten comprender los códigos culturales desde los que se actúa:

Tabla 1
Tabla comparativa entre Paola Belmonte y Martín Sotomayor

| Preguntas y comentarios a Paola Belmonte | Preguntas y comentarios a Martín Sotomayor |
|--|--|
| “...Qué pasó. ¡Por qué buscar otra persona Paola!” | Sabes lo que dicen de ti. Algunos lo llaman grandeza, otros amor, otros y te lo voy a decir de esta manera más delicada, creen que hay otros intereses de por medio. |
| Paola... en el marco de una relación cuando todavía estás con tu pareja, búsqueda de otra persona, ¿qué has sacado de enseñanza de ese capítulo, que podrías tú decirle a la gente de un capítulo así? | Algunos se preguntan por qué tomas esa decisión y se dicen fríamente yo no hubiera actuado así. |
| ¿Le fallaste a la gente Paola? | ¿Tú has cometido errores Martín? |
| ¿Tú crees que le debes una disculpa a la gente Paola? | De qué te aguantaste Martín desde que te enteraste de todo esto |

Fuente: Elaboración propia en base a entrevista en <http://www.infomanos.com/2014/05/paola-belmonte-en-un-dialogo-en-pulmon.html>

El entrevistador enfatiza en el “error” de Belmonte (y ella se justifica varias veces), mientras expresa admiración a Sotomayor por tal acto de perdón.

El acoso por diversos medios es una de las formas de violencia que se hace común con el uso de tecnologías y se torna insoportable para muchas figuras públicas. Varios cantantes, políticos y actores en todo el mundo, cerraron cuentas para evitar la violencia y las amenazas de los seguidores. Es el caso de Justin Bieber, Aleks Syntek y otros.

VI. Violencia performativa

Vísperas del Día Internacional de la Mujer del 2018. Un prestigioso hotel cinco estrellas es el escenario del lanzamiento de la campaña “HeForShe” de ONU Mujeres. Esta campaña se desarrolla en Bolivia desde el 2016 para motivar a los hombres a desarrollar acciones y gestiones favorables a la igualdad de

las mujeres en todos los ámbitos. En primera fila embajadores y autoridades que se suman a la iniciativa. Entre el público puede distinguirse una mayoría de participantes varones, invitados a sumarse a la campaña. El lugar está decorado con banners institucionales, tanto de ONU Mujeres como de algunos auspiciadores, empresas sensibilizadas en la lucha contra toda forma de violencia a la mujer.

El acto transcurría con plena normalidad hasta la irrupción “fuera de programa” de las activistas de Mujeres Creando⁴. Con el grafitti “Ustedes no sirven a las mujeres, se sirven de las mujeres. Basta de despilfarro a nuestro nombre”, las activistas interpelaron duramente a los participantes.

Sirvieron un líquido rojo en tazas de porcelana, asegurando que era sangre de las víctimas de feminicidio que no encuentran justicia. “Sabemos –decían– que ustedes no toman nada en taza de plástico”. A continuación, repartieron guiraldas hechas con los nombres de las víctimas de feminicidio. “Víctimas del sistema patriarcal, del sistema que a ustedes les da la mano para que hagan sus eventos en este lujoso hotel de cinco estrellas. Porque ustedes se pasean por el mundo para vivir como ricas a nombre de la pobreza de las mujeres, a nombre de los feminicidios, de tantos feminicidios que han quedado impunes”.

Mientras se realizaba esta interpelación, una cámara captaba las expresiones de los participantes (molestia e incomodidad evidentes). Al rato, el maestro de ceremonias pidió aplausos para la participación del colectivo e invitó a continuar el programa. “No queremos sus aplausos!” retrucaron. Menos de 3 minutos y la tensión le daba un aire irrespirable al lugar. Sin perder tablas, los organizadores del evento lograron retomar el control. Primero pidiendo se retire el letrero y segundo, pidiendo respeto al acto organizado. “La verdad es que no es fácil dar un discurso después de esta presentación”, afirmó el siguiente discursante en la palestra.

Sin duda, este hecho nos habla sobre las expresiones de violencia performativa, cuyas características y finalidad veremos a continuación.

4 Colectivo ciudadano autodenominado como “referente social en Bolivia (...) de rebeldía e interpelación al sistema patriarcal y a la violencia en todas sus expresiones”. Se fundó hace aproximadamente 30 años y desarrolla diversas acciones de interpelación al machismo bajo el lema de “feminismo de la despatriarcalización”.

Para algunos autores como Jeffrey Juris (como se citó en Zarzuri, 2008, p. 8), la violencia también puede ser una expresión que promueve el cambio social, la transformación de un status quo desfavorable para ciertos sectores. Por ello, propone considerarla como “un patrón cultural de acción significativa”, que desafía el orden establecido empleando instrumentos y estrategias más estructurados. Se trata de la violencia performativa.

Quienes la emplean suelen cuestionar la institucionalidad tradicional: La iglesia, el Estado, el machismo, la exclusión de las minorías, etc., y despliegan recursos creativos, que hoy se pueden optimizar gracias a las redes sociales.

Este tipo de violencia se enfoca en la lucha simbólica y busca ante todo el reconocimiento mediático de la causa que aboga.

Las formas cotidianas y rutinarias de la protesta no son noticia, mientras que las imágenes icónicas de coches en llamas y batallas callejeras entre manifestantes enmascarados y cuerpos policiales militarizados son retransmitidas al instante a través de las redes globales de comunicación. (Juris, como se citó en Zarzuri, 2008, p. 9).

El autor remarca que muchas de estas expresiones suelen catalogarse de “sin sentido” por alterar el orden establecido, cuando en el fondo estas agrupaciones están interpelando el discurso dominante y, por ende, los modelos culturales que no les representan. He ahí la importancia de estas acciones. “Es una representación de rituales simbólicos que se manifiestan de forma violenta y que se manifiesta como un mecanismo de comunicación y de expresividad cultural” (Zarzuri, 2008, p. 9).

La finalidad de la violencia performativa es ganar visibilidad en los medios. Normalmente se utilizan actos espectaculares, dramáticos, para generar cambios. No son representaciones al azar. Tienen una estructura, una planificación, una connotación para lograr, finalmente, generar cambios a nivel cultural y, sobre todo, en cuanto al significado de ciertos códigos culturales en los que subyace el sentido de dominación que se cuestiona. Pero ¿Cuánto transforma la violencia a la propia violencia? Existe el peligro de que el mensaje sea superado por la espectacularidad y quede, finalmente como un conjunto de hechos pintorescos y llamativos que más que reflexión y cambio, generen folklore.

La violencia performativa puede entenderse como acción de resistencia y de identificación, catalogadas por Manuel Castells, Gilberto Jiménez y Andrés Piqueras, como fundamentales para generar identidad (Mercado & Hernández, 2010, p. 230).

VII. Consumo de estereotipos que refuerzan códigos culturales en torno a la violencia

Hemos visto que la violencia simbólica es un conjunto de mecanismos establecidos para asegurar la relación dominante-dominado. Y que, a través de la cultura, se arraiga en la institucionalidad, haciéndose estructural. La violencia es cuestionada desde varios ángulos, sobre todo, desde quienes sienten este sistema de sometimiento abstracto. Hoy en día muchos colectivos ciudadanos se conforman en torno fenómenos específicos para cuestionar este desequilibrio de poder. La forma en que se manifiestan (desde el arte o acontecimientos excepcionales) confrontan al orden establecido. Además, hemos reflexionado sobre la violencia como principio de asimetría de poder que también se da entre iguales, con el fin de marcar reconocimiento, diferenciación o supremacía en los espacios comunes. Pero ¿Cómo se hace posible que todos esos significados identificados y teorizados se establezcan en las interrelaciones de las personas y cobren legitimidad?

Le debemos a Umberto Eco (1972) la estructura teórica para comprender el vínculo entre comunicación y cultura desde el ámbito semiótico, donde la información se subordina a procesos de significación. El acuerdo sobre lo que un signo representa, es, desde la perspectiva de Eco, el resultado de un proceso comunicativo que le ha dado sentido. Y del mismo modo, las convenciones sociales que aceptan dicho significado configuran los códigos culturales.

En el modelo semiótico de la cultura de Eco, la comunicación es condición necesaria de los procesos de significación, mismos que requieren de un punto de vista del sujeto observador cuya competencia semiótica le permita identificar algo como signo (representación) y atribuirle un determinado significado de acuerdo con convenciones sociales establecidas (código). (Vidales, 2018, p. 1).

La asimetría de poder, el deseo de reconocimiento, la defensa de lo propio o la conquista de lo ajeno, aún marcan las formas de nuestras interacciones.

Entonces develamos violencia simbólica entre hombres y mujeres, entre adultos y jóvenes, entre collas y cambas, entre mestizos e indígenas, etc. No importan las categorías que se contrastan. Las personas de este tiempo tienen nuevos elementos para socializar y re-crear los modelos culturales del pasado. Los parámetros de socialización, aceptación o rechazo de símbolos en torno a la violencia ya no provienen únicamente de la escuela ni de la familia; mucho menos del Estado. Los parámetros de reconocimiento, de aceptación y de diferenciación vienen de los medios de comunicación. Estos son, hoy por hoy, los socializadores por excelencia.

La socialización es el proceso cultural y comunicativo que permite a las personas aprender y aprehender elementos de su contexto. Son “los procesos a través de los cuales una sociedad se reproduce, esto en sus sistemas de conocimiento, sus códigos de percepción, sus códigos de valoración y de producción simbólica de la realidad” (Martín-Barbero, 1984, p. 80).

Pero ¿qué sucede cuando además se incorpora el consumo cultural a esta socialización? Muchas de estas transformaciones de sentido y re-significaciones se hallan en manos de los medios de comunicación. Y desde los medios de comunicación, la generación de productos culturales con mensajes que se construyen desde arquetipos y estereotipos adoptados de acuerdo a las ventas, el *rating* y el consumo.

Uno de los ámbitos de la violencia que más se cuestiona en este tiempo, es la violencia de género. Abarca tanto la violencia simbólica como la violencia directa, verbal, psicológica y física, que se arraiga en estereotipos sobre la mujer objeto, la cosificación de la mujer y sus roles tradicionales. Si bien se han dado pasos importantes al respecto, es indudable que a diario los medios de comunicación ofrecen innumerables estereotipos que refuerzan la asimetría de poder entre hombres y mujeres.

En octubre de 2017, el INE presentó los datos de la Encuesta de Prevalencia y Características de la Violencia contra las Mujeres (EPCVcM). Resultados a nivel nacional otorgan información muy extensa para comprender el fenómeno de violencia hacia las mujeres 75 de cada 100 mujeres bolivianas afirma haber sufrido violencia de parte de su pareja, sea en matrimonio, unión libre o noviazgo.

Veremos el indicador de justificación de la violencia contra las mujeres, que atinge a los códigos culturales vigentes. Este indicador “mide el grado en que las mujeres justifican la violencia física, en tendiéndola como una conducta normal en determinadas circunstancias”⁵.

- “Una de cada tres mujeres justifica la violencia física hacia ellas por infidelidad de la mujer, por no obedecer a su pareja, por no cuidar bien a los hijos e hijas, por faltar al respeto a su pareja, por salir mucho o hablar con hombres”.
- “Las mujeres del área rural en mayor porcentaje, naturalizan y justifican la violencia física contra ellas, en relación a las mujeres del área urbana (comvomujer, 2017)”.

Los departamentos de La Paz, Cochabamba y Potosí presentaron los porcentajes más altos de justificación de violencia física hacia las mujeres. La causa principal que justifica la violencia es que la mujer sea infiel.

La encuesta nos muestra los estereotipos en los que hoy se fundamenta la violencia. No olvidemos que antes de hacerse manifiesta, el proceso de violencia subyace en la cotidianidad. Y esa cotidianidad muestra que la convivencia boliviana con la violencia está normalizada. Los códigos culturales reflejan que las mujeres bolivianas aceptan o ven razonable que una mujer puede ser golpeada, insultada o maltratada si ha sido infiel, si es desobediente con su pareja, si no cuida a sus hijos, si sale mucho o habla con hombres extraños. Pero a la vez, 7 de cada 10 ha sufrido algún tipo de violencia en su vida. En términos bordianos, es otra muestra de que capitalizar el poder conduce a la dicotomía dominados y dominadores, pero lo hace bajo el agrado, agradecimiento, afecto o amor del dominado. Es un tipo de poder que muchas veces no requiere de fuerza física para imponerse, pues a la larga suele transformarse en carisma y es aceptado de buen grado.

El capital simbólico es una propiedad cualquiera, fuerza física, riqueza, valor guerrero, que, percibida por unos agentes sociales dotados de las categorías de percepción y de valoración que permiten percibirla, conocerla y reconocerla, se vuelve simbólicamente eficiente, como una verdadera fuerza mágica. (Bourdieu, 1999, p. 173).

5 Extraído del informe preliminar presentado por el INE, comvomujer, AECID y el Ministerio de Justicia, 18 de octubre 2018.

Esta es una de las principales razones por las que la violencia no solo se hace normal, sino hasta atractiva. Mientras se lamenta el incremento de feminicidios en el país, a diario las y los jóvenes consumen productos mediáticos donde la violencia se muestra atractiva, carismática e inofensiva, incluso alentadora para la autoestima del joven. Más aún; se convierte en parte de los nuevos estereotipos de ídolo juvenil.

VIII. Consumo de productos culturales en torno a la violencia

Si compartimos violencia en la cotidianidad, seguro muchos de los símbolos que se han normalizado en torno a ella resultan no solo inofensivos, sino hasta positivos.

El consumo, entendido como “el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos”, es, para García Canclini (1995), mucho más que una relación de causa-efecto entre el medio masivo y el consumidor pasivo; el consumo pasa por un proceso natural de filtro del contexto, que le otorga un sentido. Se reafirma la postura bordiana: consumimos símbolos (p. 45). Desde la distinción o diferenciación, pero también desde las similitudes. Ése el énfasis que García Canclini (1995) otorga al consumo cultural:

Si los miembros de una sociedad no compartieran los sentidos de los bienes, si sólo fueran comprensibles para la élite o la minoría que los usa, no servirían como instrumentos de diferenciación. Un coche importado o una computadora con nuevas funciones distingue a sus escasos poseedores en la medida en que quienes no acceden a ellos conocen su significado sociocultural. A la inversa, una artesanía o una fiesta indígena –cuyo sentido mítico es propiedad de la etnia que la generó– se vuelven elementos de distinción o discriminación en tanto otros sectores de la misma sociedad; se interesan en ellas y entienden en alguna medida su significado. Luego, debemos admitir que en el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad. (p. 45).

Esa la base para el consumo juvenil. Los jóvenes consumen productos culturales para diferenciarse de otros, pero también para construir identidad. Es un consumo determinado para “pertenecer” o “diferenciarse”. En este sentido, los códigos culturales pueden mutar en forma y contenido, y se expresan en las formas de interrelación, el valor que se confiere a los rituales y el reconocimiento que otorga.

¿Por qué cierto tipo de música, como el reguetón, despierta tanto interés en la juventud y rechazo en los adultos? El adulto juzga desde su moralidad, mientras el joven busca símbolos de desafío a la sociedad. Conjugamos tecnología, irreverencia, diferenciación y pertenencia. Aunque en el fondo es posible que se perpetúen estereotipos o se reciclen las condiciones de violencia simbólica. Esto se expresa en los productos culturales. Y no es necesario mirar otros géneros sino la música boliviana, que también porta estos códigos, los recrea y reproduce.

Para este caso, revisaremos tres canciones de música folklórica boliviana que recurren a los estereotipos tradicionales, pero con un despliegue audiovisual que le concede elementos competitivos en el mercado cultural actual.

Canción: *El olvido* (2005)

Intérprete: Bonanza

Vistas: 200.360 hasta 07.04.18

Ritmo: huayño peruano

Cuando te fuiste de mí, mujer, quise matarme
quise encontrar en la muerte el olvidarme.
tienen mis días de sombra y dolor todo por nada
hundiéndome en el alcohol se fue la calma
qué triste es vivir así sin esperanzas,
qué triste es vivir así sin esperanzas.

Triste agonía mujer vivo en tu ausencia
tal vez el tiempo al final cure esta pena
pero olvidarte no puedo mujer por más que quiera
vives prendida a mi ser hasta que muera
aunque me mate el licor sigo en la espera,
aunque me mate el licor sigo en la espera.

No me resigno mujer a olvidarte
el tiempo se terminó ya no hay más nada
nada de ti, de tu amor, de tu piel
ya no hay más nada.

Me arrebataste la felicidad maldita suerte,
que me acompañe el licor hasta la muerte
y así recuerdes mujer cuanto te he amado.

(Énfasis propio, ver tabla 2)

Tabla 2
Análisis de la canción “El olvido”

| Elemento de análisis | Descripción | Análisis del contenido |
|----------------------|---|--|
| Trama | Dos secuencias paralelas: la secuencia 1: escenas de la historia de amor, donde la mujer descubre la infidelidad de su pareja y lo abandona. Secuencia 2: el hombre, junto a un guitarrista, están sentados en un bar, bebiendo mientras cantan. | Secuencia 1: Una mujer cariñosa, que atiende a su pareja (ordena la casa, ordena la ropa de su pareja) que descubre la infidelidad del marido y lo abandona. Secuencia 2: el hombre canta (incluye lamentos) junto al guitarrista. Sostiene su copa de licor durante toda la canción. |
| Actores | La pareja tradicional | La relación que se muestra es la que encierra la traición. |
| Vestimenta | Clase media | Casual. La mujer bien arreglada y maquillada. Ambos visten de acuerdo a la clase media |

Fuente: Elaboración propia.

Canción: *Agonías del corazón* (2012)
Vistas: 1.587.192 hasta el 07.04.18

Intérprete: Danielito y Valeria
Ritmo: Morenada

No sé cuál de los dos ha fallado más
la verdad de una vez esto que se termine,
No sé cuál de los dos ha fallado más
la verdad de una vez esto que se termine,
Dices que yo te hago daño

Que no te dejo vivir,
Y yo que puedo decir de ti
lo mismo dices de mí.

Dices que nunca te amado
Aunque di todo por ti,
Amarguras llanto y desamor
Eso tú me diste a mí.

Tanto, tanto amor donde fue a parar
 Tanta pasión entre tú y yo
 Dime, dime cuando se murió.
 Ven abrázame, acaríciame
 Amémonos, amémonos desde hoy hasta la eternidad.

(Énfasis propio, ver tabla 3)

Tabla 3
Análisis de la canción “Agonías del corazón”

| Elemento de análisis | Descripción | Análisis del contenido |
|----------------------|--|---|
| Trama | Las imágenes muestran dos secuencias narrativas: una, la del baile en sí. Otra: la historia de amor de pareja. | En la secuencia de baile, se repiten los esquemas de las bailarinas flanqueando al cantante. Se repiten todos los recursos usados por los videos folclóricos de este tiempo: primeros planos de polleras, piernas, rostros. A los varones, generalmente tomas de grupo. En la historia de pareja: la clásica escena del infiel descubierto, pero la escena es protagonizada por niños. En la secuencia se puede ver también momentos donde la parejita de niños camina de la mano y se abraza |
| Protagonistas | El cantante principal, Danielito, niño de 13 años. La niña que hace segunda voz, Valeria. Otros niños y niñas bailando. | Todos son niños. Interpretan una canción de adultos en situaciones de adultos. |
| Vestimenta | Las niñas que bailan, con traje típico de morenada. Los chicos en algunos momentos, con traje típico y sin él. Las niñas están todas claramente maquilladas. | En la secuencia de la historia, los niños visten como pequeños adultos. Las niñas peinadas y maquilladas como adultas |

Fuente: Elaboración propia.

Video: *Coplas* 2018

Intérprete Chila Jatun

Vistas: 611.450 al 07.09.18

Ritmo: Coplas tradicionales carnavales

Llega Chila Jatun desde Capinota (Llega Chila Jatun desde Capinota)
 Donde te diviertes con una y con otra (Donde te diviertes con una y con otra)
 Cuando canto coplas en el carnaval (Cuando canto coplas en el carnaval)
 De repente sale mi instinto animal (De repente sale mi instinto animal)
 Vámonos al grano, basta de fingir (Vámonos al grano, basta de fingir)
 Sabes que te gusta que te haga gemir (Sabes que te gusta que te haga gemir)
¡¡Ay carajo!! ¡¡Ay carajo!! ¡¡Que viva el trabajo!!

Para los corruptos, *¡¡cárcel pues carajo!!!*
 De ropa interior te traje un conjunto (De ropa interior te traje un conjunto)
 Para que en la noche te entierre al difunto (Para que en la noche te entierre al difunto)
 Que somos vulgares será su versión (Que somos vulgares será su versión)
 De los que no aman nuestra tradición (De los que no aman nuestra tradición)
 Si es que no les gusta las coplas picantes (Si es que no les gusta las coplas picantes)
 Apaguen su radio, pobres ignorantes (Apaguen su radio, pobres ignorantes)
¡¡Ay carajo!! ¡¡Ay carajo!! ¡¡Que viva el trabajo!!
 Para los corruptos, *¡¡nulo pues carajo!!!*
 Aquí va una copla, copla de salón (Aquí va una copla, copla de salón)
 Espérame lista voy Sin pantalón (Espérame lista voy Sin pantalón)
 Ha llegado la hora De subir el tono (Ha llegado la hora De subir el tono)
 Tendremos 2 hijos Luego te abandono (Tendremos 2 hijos Luego te abandono)
 A todos tú dices que Soy un marica (A todos tú dices que Soy un marica)
 Viéndome desnudo tu cuestión te pica (Viéndome desnudo tu cuestión te pica)
¡¡Ay carajo!! ¡¡Ay carajo!! ¡¡Que viva el trabajo!! Para los corruptos, *¡¡cárcel pues carajo!!!*

(énfasis propio, ver tabla 4)

Tabla 4
Análisis de la canción “Coplas”

| Elemento de análisis | Descripción | Análisis del contenido |
|----------------------|---|---|
| Trama | El conjunto musical rodeado de muchas personas, interpreta las coplas. En el transcurso se muestra alegría, baile, espuma de carnaval, sempertina, chicha en tutuma | Se desarrolla la escena típica de farra, exceso carnavalero y derroche de alegría. |
| Actores | Jóvenes de clase media, modelos, los músicos | A diferencia de las coplas de antaño, cantadas por comparsitas en dos bandos por gente del barrio, gente sencilla, esta fiesta es de jóvenes clasemedios. Los protagonistas son los del grupo, que turnan las estrofas de las coplas. |
| Vestimenta | Todos visten a la moda. Todos, chicos y chicas lucen a la moda, peinados modernos, el estilo de los jóvenes de clase media alta de hoy. | Muy bien producidos, (chicas maquilladas y peinadas), se asemeja a un video de reggaetón |

Fuente: Elaboración propia.

El material visto, nos muestra una clara intención de difundir el folklore boliviano, dándole además elementos de espectacularidad en las imágenes.

Los comentarios a los videos son en su mayoría positivos, siempre ponderando la difusión de la música boliviana. En el caso del video de los niños, hay una percepción muy positiva de niños talentosos difundiendo la cultura boliviana. En el caso de Chila Jatun, el apoyo desde otros países valorando la tradición cochabambina de las coplas.

Para términos de este análisis, sin embargo, se identifican en letras e imágenes, los estereotipos que reafirman estereotipos en los que subyace la violencia. A saber:

- El alcohol presente tanto para festejar como para llorar las penas. Existe un vínculo evidente entre consumo de alcohol y el incremento de violencia, pero es innegable que el triángulo alcohol-desengaño-violencia es una construcción cultural. Este es, sin duda un fuerte estereotipo en la sociedad boliviana y uno de los argumentos más empleados para justificar la violencia.
- Cosificación de la mujer. La mujer como adorno, la mujer en roles tradicionales, la mujer para el sexo, la mujer engañada. Las letras y las imágenes de los tres videos combinan elementos que muestran a la mujer exhibiendo su cuerpo y celebrando las letras “picantes”. Las imágenes de las niñas con trajes de china morena y súper maquilladas, que reafirman el segundo plano de la mujer, subordinada al liderazgo del hombre. La mujer objeto, en diferentes estratos y el hombre “de mundo” valorado positivamente por su desempeño sexual.
- Las niñas vestidas de adultas. Nos muestran que los estereotipos de feminidad de hoy (la princesa, la mujer fatal) se aceptan con normalidad para las niñas. No se percibe cómo esta exposición las vulnera. “Desde pequeñas, las niñas son expuestas a imágenes que marcan prototipos femeninos: Barbie, las princesas de Disney, Bratz, por mencionar algunos ejemplos. Cada uno de estos estilos envía a las niñas mensajes sobre cómo deben de ser ellas, como mujeres: bonitas, delgadas, sofisticadas.” (López, D en familia.com)
- Homofobia y discriminación. Las coplas entremezclan el sentido picaresco y una serie de calificativos que sientan bases de discriminación

- evidentes. Se busca reivindicar el macho, el hombre viril que no puede ser cuestionado. Así, entre risas, queda claro quién tiene el liderazgo.
- Rituales que se recrean y resignifican. En nombre de la difusión del folklore, los jóvenes toman un producto cultural y lo resignifican. Le dan nuevos sentidos, ahora, el folklore es “cool”. Las tramas contadas en los videos mantienen los estereotipos y esto coadyuva a mantener el vínculo simbólico con el consumidor. Y la forma, gracias a la tecnología en la producción, le da el sentido de calidad, identidad, reafirmación.
 - La aceptación popular. Los comentarios a los videos ensalzan el esfuerzo de difundir la música y las tradiciones bolivianas. Destacan que se inculque a los niños este amor al folklore.

IX. Conclusiones

“¿Dónde está la falla?”, preguntó Gonzalo Hermosa. La falla está en esta réplica inconsciente de estereotipos que solo reafirman las asimetrías. Está en que la fórmula fácil, la que vende, perpetúa la violencia.

Hemos visto que la violencia es un fenómeno que se manifiesta en el ser humano como un acto consciente. Se genera por tres razones: por defender lo propio, por conquistar algo nuevo o por búsqueda de reconocimiento y prestigio ante los demás. Naturalmente, el ser humano posee la capacidad de tener estados emocionales y uno de ellos es la agresividad. Esta, canalizada de diferentes maneras y bajo enfoque educativos positivos, puede transformarse en constructiva para relaciones equitativas, igualitarias y respetuosas.

Sin embargo, la violencia es una realidad. Se multiplica y establece de diversas maneras y se recrea de acuerdo a los medios que dispone un grupo social. De ahí que hoy en día, la tecnología también sirva de plataforma multiplicadora de violencia.

Así como la punta de un iceberg, nos es más sencillo identificar la violencia directa: verbal, física o psicológica. Muchas veces buscamos medidas que solucionen este tipo de violencia, que es finalmente consecuencia de un sistema mucho más profundo y arraigado en las personas: la violencia estructural en la que socializamos, gracias a los códigos culturales que hacen a la violencia cultural.

La violencia estructural se establece en diferentes sistemas e instituciones. Son barreras invisibles que perpetúan las desigualdades, las exclusiones y la pobreza. Para establecerse necesita de signos evidentes aceptados y legitimados por el conjunto social, esto es, la existencia de códigos culturales que establecen los ritos, símbolos, lenguaje, música y otros, legítimamente arraigados.

La tecnología permite sobredimensionar y difundir estos códigos, pero también permite desvincularlos entre sí. Por esto las personas no perciben contradicciones, por ejemplo, en manifestarse en contra de los feminicidios y a la vez consumir música cuyos videos, letras e imágenes acentúan la violencia y la discriminación.

Los medios de comunicación y la red se han convertido en los socializadores por excelencia. Antes, la escuela representaba el punto focal de aprendizaje y generación de conocimiento; hoy en día lo es internet y la televisión, que a través de infinidad de productos culturales, normalizan la violencia, la muestran atractiva y van recreando los códigos culturales en torno a ella, de modo que se hace cada vez más normal aceptar ciertos estereotipos violentos como modelos a seguir.

Algunas manifestaciones de violencia buscan romper ese orden de desigualdad establecido por la institucionalidad; así, no es sorprendente encontrar colectivos artísticos y contestatarios organizados para generar transformaciones sociales desde lo simbólico. Esta lucha busca espacios en los medios y encuentra en el internet un campo fértil para promover sus reivindicaciones. Aunque queda aún la interrogante de su verdadera efectividad de luchar desde la violencia, combatiendo la violencia; es decir, si hay una verdadera incidencia en la transformación de la violencia estructural.

Por otra parte, la violencia entre iguales, estudiada como fenómeno *bullying* en las escuelas, cobra efectos impredecibles y de alta vulneración a las personas cuando se transforma en *ciberbullying*, entendido como el acoso, agresión o violencias que se sirven de la tecnología. La capacidad de interacción a través de las redes, donde no hay regulaciones posibles, más el escudo del anonimato, ha permitido una transformación profunda en las interacciones humanas, convirtiéndose en campo fértil para reafirmar la violencia estructural.

La violencia se establece a través de símbolos que se traducen en códigos culturales, es decir, en modos socialmente válidos para un conjunto social. Y se

perpetúa gracias a los estereotipos que los medios de comunicación establecen y reafirman de manera permanente.

Los medios de comunicación han establecido un vínculo estrecho con la naturalización-normalización de la violencia, toda vez que la espectacularidad que la acompaña se traduce en productos y mensajes de alto consumo cultural.

El internet, especialmente las redes sociales permiten no solo la difusión de dichos productos culturales, sino una dinámica acelerada de participación y generación de violencia mediática.

Los estereotipos de violencia pasan desapercibidos y normalmente los aceptamos con toda naturalidad. Tanto los dominados como los dominantes (en términos bordianos) socializamos bajo los mismos códigos y es la razón por que cuesta identificar en dónde nos equivocamos. Hemos aceptado la desigualdad y los factores de violencia al punto de defenderlos o justificarlos, tal como demuestra la Encuesta de Violencia hacia las Mujeres 2017, donde las propias mujeres justifican la violencia hacia sí mismas.

La violencia se aprende y subyace en cada ser humano, en quien tiene poder simbólico y en quien es víctima del mismo. Todo esfuerzo por transformar la violencia desde la superficie es inútil. Los verdaderos cambios se podrán hacer si somos capaces de transformar de raíz los códigos que nos permiten interactuar. No sirve luchar contra la discriminación étnica si los productos culturales que más se consumen ensalzan la cultura occidental dominante. No se avanzará en la disminución de violencia de género si se alientan las relaciones inequitativas o que deshumanizan a los individuos.

En términos de Castells, la sociedad boliviana no está fuera de la esquizofrenia entre función y significado; estamos revolucionando nuestras interrelaciones con la tecnología, sin haber resuelto las tensiones entre nuestra propia naturaleza humana y lo que el contexto hoy tan mediatizado nos ofrece. Y en esa tensión consumimos y dinamizamos la cultura. El desafío es grande para salir del molde vertiginoso de cultura dominante para buscar nuevas formas que resignifiquen los códigos culturales hacia interacciones más justas. Si continuamos socializando desde la violencia y la desigualdad, las transformaciones posibles serán extensiones de marginación.

X. Referencias

- Acosta, R. (2014). ¿Qué es la violencia escolar entre iguales? *Revista Electrónica de Investigación Educativa Sonorense*, 6(15), 12-21. Recuperado de https://rediesonorense.files.wordpress.com/2014/09/redies_15_2_agri.pdf
- Bautista, F. (2012). Conocer para comprender la violencia: origen, causas y realidad. *Convergencia*, 19(58), 13-52.
- Bourdieu, P. (1999). *Meditaciones pascalianas*. Barcelona: Anagrama.
- Calderón, P. (2009). Teoría de conflictos de Johan Galtung. *Paz y Conflictos*, 2, 60-81.
- Castells, M (1996). *La era de la información*. Ciudad de México: Siglo Veintiuno.
- Collel, M., & Escudé, C. (2002). La violencia entre iguales en la escuela: el bullying. *Àmbits de Psicopedagogía*, 4, 20-24. Recuperado de <http://www.xtec.cat/~jcollell/ZAP%204.pdf>
- Chila Jatun (CHILA JATUN). (25 de enero de 2018). Chila Jatun-Ay carajo (coplas 2018) [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=_iP0gAO2PAo
- comvomujer. (2017). Presentación resultados: Encuesta de Prevalencia y Características de la Violencia contra las Mujeres [Entrada en un blog]. Recuperado de <http://www.mujereslibresdeviolencia.usmp.edu.pe/bolivia-presentacion-resultados-encuesta-de-prevalencia-y-caracteristicas-de-la-violencia-contra-las-mujeres-epcvcm/>
- Eco, U. (1972). *La estructura ausente*. Barcelona: Lumen.
- Flores, A. [Alex Flores Machaca]. (5 de diciembre de 2012). *Danielito agonías del corazón video oficial* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=KG2dXQ7goi0>

- Galindo, M. (7 de marzo de 2018). Intervención salvaje en la conferencia de prensa de ONU Mujeres [Entrada en un blog]. Recuperado de <http://www.muierescreando.org/>
- Galtung, J (1998). *Tras la violencia: Reconstrucción, reconciliación, resolución; Afrontando los efectos visibles e invisibles de la guerra y la violencia*. Bilbao, España: Gernika Gogoratzuz.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Ciudad de México: Grijalbo.
- Hobbes T. (2015). *Leviathan, or the matter, forme and power of a common wealth ecclesiasticall and civil*. Londres: Andrew Crooke.
- jukumari.com. (15 de abril de 2014). Paola Belmonte y Martín Sotomayor - Todo a Pulmón completo [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=ggDzjtOHXpM
- Lucas, B., Pulido, R., & Solbes, I. (2010). Violencia entre iguales en Educación Primaria: el papel de los compañeros y su relación con el estatus sociométrico. *Psicothema*, 23(2), 245-251.
- Mercado, A., & Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de identidad colectiva. *Convergencia*, 17(53), 229-251. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v17n53/v17n53a10.pdf>
- Martín-Barbero. J. (1984). De la comunicación a la cultura: Perder el “objeto” para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, 3(5), 17-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/860/86023575006.pdf>
- Olweus, D. (1994). Bullying at school: Basic facts and effects of a school based intervention. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 35(7), 1171-1190.
- Ordenan retirar todo material que involucre a Belmonte. (10 de abril de 2014). *Erbol Digital*. Recuperado de http://www.erbol.com.bo/noticia/espectaculo/10042014/ordenan_retirar_todo_material_que_involucre_belmonte

- Rojas, E. (2005). BONANZA - *El Olvido*. Video clip oficial. LyM Edgar Rojas [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=9qtM7PaypW4&t=177s>
- Rosenberg, M. (2006). *Comunicación no violenta, un lenguaje de vida*. Buenos Aires: Gran Aldea.
- Sen, C. (2017). Niñas adultas: sociedades hipersexualizadas. *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/vida/20170219/42143989742/hipersexualizacion-ninas-infancia-autoestima.html>
- Vidales, C. (2018). Semiótica, cultura y comunicación: Las bases teóricas de lagunas confusiones conceptuales entre semiótica y los estudios de la comunicación. *Razón y Palabra*, 66. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n66/actual/cvidales.html>
- Zarzuri, R. (2008). Jóvenes, violencia y medios de comunicación. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 11(3), 6-23. Recuperado de <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/viewFile/327/303>

XI. Bibliografía

- Apaza, E. (29 de marzo de 2018). Madre que causó quemaduras a su hijo es enviada a la cárcel. *Erbol Digital*. Recuperado de http://www.erbol.com.bo/noticia/seguridad/28032018/madre_que_causo_quemaduras_su_hijo_es_enviada_la_carcel
- Bourdieu, P., & Passeron, J. (2001). *Fundamentos de una teoría de la violencia simbólica*. Madrid: Popular.
- Infomanos. (3 de abril de 2014). ¡Paola Belmonte XXX! Martín y su esposa cuentan su verdad. *Bolivia viral*. Recuperado de <http://www.infomanos.com/2014/05/paola-belmonte-en-un-dialogo-en-pulmon.html>
- Juris, J. (2005). Violence performed and imagined militant action, the black bloc and the mass media in Genoa. *Critique of Anthropology*, 25(4), 413-432. Recuperado de <https://static1.squarespace.com/>

static/53fde28ee4b0f7be79e00d95/t/53fe92e8e4b0b801964dc4df/1409192680631/violence-performed-and-imagined.pdf

Lopez, D. (3 de abril de 2018). Niñas adultas, sociedades hipersexualizadas. *Familias.com*. Sitio web <https://familias.com/1303/ninas-adultas-sociedades-hipersexualizadas>

Ticona, E. (29 de marzo de 2018). Alcohol, sinónimo de violencia: El alcohol es un enemigo de la sociedad, al ser determinante para la generación de violencia. *La Razón*. Recuperado de http://m.la-razon.com/opinion/columnistas/Alcohol-sinonimo-violencia_0_2367963327.html

La función de los medios de comunicación en un Estado de derecho

Un análisis a partir de la operación del sistema de los medios de comunicación en una sociedad democrática

Lic. Aida Andrea Berfordt Villa¹

Correo electrónico: aidita_tb12@hotmail.com

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 06/04/18

Fecha de aprobación: 12/05/18

Resumen

Los mass media construyen realidad, pero no realidad que obligue al consenso. Los medios permiten la ilusión de una realidad accesible al conocimiento, estimulada por los sistemas sociales y cognitivos. Los medios promueven modos de interpretación, caminos de comprensión y de desciframiento de los problemas de una sociedad, modos de entender los acontecimientos que nos rodean. Aquel que está más o menos informado es competente para la toma de decisión y puede ser considerado responsable moralmente. Es aquí donde es vital el derecho a la información junto a la libre expresión. Esto indirectamente le sirve al sistema de los medios de comunicación para estimularse permanentemente, dando una mirada al entorno social.

Palabras clave

Comunicación, Democracia, Libertad, Derechos humanos, Opinión, Información.

1 Exalumna de la Carrera de Comunicación Social.

The role of the media in the law:

An analysis based on the operation of the media system in a democratic society.

Abstract

The mass media build reality, but not reality that forces consensus. The media allow the illusion of a reality accessible to knowledge, stimulated by social and cognitive systems. The media promotes modes of interpretation, ways of understanding and deciphering the problems of a society, ways of understanding the events that surround us. The one who is more or less informed, is competent to make a decision and can be considered morally responsible. This is where the right to information is vital, together with freedom of expression. This indirectly serves the media system to stimulate itself permanently, taking a look at the social environment.

Keywords

Communication, Democracy, Freedom, Human rights, Opinion, Information.

I. Introducción

En el año 2015, en sus reportes de prensa, el Observatorio Boliviano de Derechos Humanos monitoreó un total de 22 casos denunciados como censura y restricciones a la libertad de prensa. Estos sucesos fueron calificados como una amenaza para la libertad de información y expresión, principios que son fundamentales para el pluralismo democrático y la libre circulación de ideas.

Hasta el 30 de julio de 2015, la Asociación Nacional de la Prensa (ANP) tenía registradas 44 alertas de agresiones en todo el país. Entre estas se incluían denuncias por agresiones físicas y verbales, amenazas, acoso judicial y encarcelamiento contra trabajadores de la prensa. Estos datos son preocupantes, debido a que hubo un incremento de casos en relación al 2014, y al hecho de que no todas las agresiones se hicieron conocer al público mediante los medios de comunicación (“La ANP registra”, 2015).

Reporteros Sin Fronteras, en su estudio anual, *Clasificación mundial 2016 de la libertad de prensa*, publicado el 20 de abril de 2016, ubicó a Bolivia en el puesto 97, de un total de 180 estados evaluados. El país tuvo un descenso de tres puestos en comparación al estudio del año anterior, donde se ubicaba en el puesto 94.

Cabe destacar que el informe sobre el país (“Bolivia: RSF denuncia”, 2016) indica que

En Bolivia los medios de comunicación tienen un fuerte incentivo para evitar hacer comentarios negativos del gobierno o del presidente Evo Morales, en el poder desde 2006. La publicidad oficial no se otorga a los medios de comunicación que “mienten”, “hacen política” u “ofenden” al gobierno.

El 2 de agosto del 2015, el diario *Página Siete* informó la decisión de la periodista Amalia Pando de renunciar a radio *Erbol*. Pando afirmó que había tomado esta decisión para salvar a ese medio de comunicación, el cual se encontraba asfixiado económicamente, debido a que el gobierno rehusaba colocar publicidad en él, mientras ella condujera su programa “Cabildeo” (“Amalia Pando deja”, 2015)

De manera similar, el 7 de agosto del 2015, el conductor John Arandia se despidió de su programa de televisión que emitía por *Cadena A. Erbol Digital* consiguió una declaración del gerente del canal, y este explicó que el contrato existente entre Arandia y el canal había terminado. Sin embargo, dicho comunicador afirmó que: “mi profesión de periodista no es compatible hoy con los números de un canal de televisión”.

El mismo día, *El Deber* publicó:

Después de que, en una entrevista con los potosinos, cuando éstos se encontraban en La Paz y el presentador dijera que investigaría los puntos que supuestamente el Gobierno no cumplió con esta población, inesperadamente se lo vio fuera del aire (“John Arandia se”, 2015).

El 27 de mayo del 2016, una vez más *Erbol Digital* publicó que en medio de la polémica generada por la información que se difundió sobre el presunto hijo de Gabriela Zapata y el presidente Evo Morales, el periodista Carlos Valverde, quien había dado la primicia, decidió viajar a Argentina y permanecer allí debido a las supuestas presiones políticas que giraban en su entorno.

Por su parte, Valverde afirmó que no estaba aislado, sino que permanecía en “resguardo” respecto de la presión política, señalando a los entonces ministros de la Presidencia y de Comunicación, Juan Ramón Quintana y Marianela Paco, respectivamente, como los máximos responsables de su temporal autoexilio (“Valverde se va”, 2016).

A partir de estos casos, se ha evidenciado que, si bien el Gobierno no mandó a clausurar ciertos medios de comunicación como en épocas de dictadura, los

ha silenciado por la vía de asfixia económica, debido a que la mayoría de los medios bolivianos no pueden sobrevivir sin el apoyo económico del Estado.

El 19 de mayo del 2016, la Agencia de Noticias Fides (ANF) publicó que el entonces ministro Quintana había calificado a cuatro medios de comunicación como el “cartel de la mentira”, “por amplificar los ataques y mentiras del periodista, Carlos Valverde”, que asumió un rol político opositor al dar la primicia del caso de Gabriela Zapata, expareja del presidente, Evo Morales, al que calificó también como un proceso de desestabilización del Gobierno (“Quintana convierte”, 2016).

El 31 de agosto, el diario *La Razón* publicó que el presidente Evo Morales había afirmado que “en el país no solo existe libertad de expresión, sino exagerada libertad de expresión”. “No estoy acusando a todos ni a todas, son pocos, pero muchos quedan mal por culpa de pocos. Ese es el problema que tenemos en Bolivia”, dijo el jefe de Estado (Cuiza, 2016).

La investigadora Karina Herrera (2008) afirma, en su libro *Percepciones y situaciones acerca de la libertad de prensa, censura y ética periodística en Bolivia*, que la libertad de expresión es una condición política para el desarrollo de la democracia, pero que, sin embargo, esta no garantiza el ejercicio de la libertad de prensa (p. 13).

La Declaración de Derechos del Hombre y del ciudadano de 1789, enfatiza el principio de la libertad de expresión y prensa en sus artículos 10 y 11.

Por su parte, la Declaración Universal de los Derechos Humanos indica en su artículo 19: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

De manera complementaria, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CDIH) en la parte correspondiente sobre los principios de libertad de expresión, afirma en su artículo 1: “La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas, además es un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática”.

Dentro del mismo texto, el artículo 2, indica: “Toda persona tiene el derecho a buscar, recibir y difundir información y opiniones libremente” a partir de los términos que estipula el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, el cual se pasa a resumir.

1. Toda persona tiene libertad de buscar, recibir y difundir información.
2. La persona no puede estar sujeta a previa censura.
3. No se puede restringir el derecho de expresión por medios indirectos.
4. Los espectáculos públicos serán censurados, pero solo en el caso de protección moral de la infancia y adolescencia.
5. Está prohibida la propaganda en favor de la guerra.

El pacto de San José de Costa Rica, ratificado por Bolivia en la Ley N.º 1430, del 11 de febrero de 1993, establece en su artículo 14:

Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de difusión legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta en las condiciones que establezca la ley.

La Declaración sobre los Principios Fundamentales relativos a la Contribución de los Medios de Comunicación de Masas de la Unesco, establece en su artículo II:

El ejercicio de la libertad de opinión, de la libertad de expresión y de la libertad de información, reconocido como parte integrante de los derechos humanos y de las libertades fundamentales, constituye un factor esencial del fortalecimiento de la paz y de la comprensión internacional.

John Stuart Mill (1964), uno de los padres la doctrina liberal de la libertad de prensa, en esta señala límites específicos: el respeto a la verdad, el orden público, la moral y el bien común. El Estado de Derecho, liberal, es un Estado abstencionista, pero vigilante. La limitación del poder estatal por parte de los ciudadanos es la mejor manera de asegurar el disfrute de los derechos individuales (p. 4).

En estas circunstancias, la doctrina liberal de la libertad de prensa dio lugar a la construcción de la doctrina de la responsabilidad social de la misma, la

cual pretende limitar la verdadera libertad de expresión a fin de autentificarla, otorgando a los órganos de expresión unas mínimas condiciones de libertad en el seno de las modernas sociedades luchando contra una multiplicidad de influencias que se oponen a la existencia de una comunicación auténticamente democrática.

Una de las consecuencias de esta teoría, es la aparición de un nuevo sentido de la responsabilidad en el ejercicio de la profesión periodística, dando lugar a la aparición de códigos de conducta; la ética profesional, basada en el respeto a los intereses y objetivos generales, a la veracidad e intimidad. Como consecuencia de la evolución de la libertad de expresión, se establece el derecho a la información, acompañado de su vertiente activa: la libertad de información, que no era contemplado en las declaraciones liberales y que hoy es amparado en textos constitucionales y declaraciones internacionales de derechos.

La existencia de una enorme producción de información, asegurada por el derecho de expresión, no garantiza ni la calidad de esta, ni que sea necesaria para que la ciudadanía genere aproximaciones interpretativas de los hechos de la realidad y pueda participar en la discusión pública. Tampoco de que se acceda a ella en igualdad de condiciones y oportunidades.

José María Desantes (1974), quien fue periodista, documentalista, profesor universitario español, el primer catedrático de Derecho de la Información en España y pionero en dicha materia en el ámbito hispano, afirma que: “La función de información” es pública, pero una función pública en el sentido de función social o función de carácter público. El periodismo se ha convertido en el instrumento específico para la consecución y ampliación de ese conocimiento. Hoy día el periodismo y la información son indiscutibles para la vida pública, pero en un doble sentido. Por un lado, sirve para el conocimiento objetivo de lo que sirve y, por otro, para facilitar perspectivas, opiniones, puntos de vista que ayuden a guiarnos. De la suma de estos dos conocimientos surge la opinión pública, libre e independiente (p. 45).

La comunicación y la información son bienes públicos. De esta manera se constituyen en un beneficio de todos y todas. Si no existiera la garantía de libertad de pensamiento, opinión y prensa, no podría existir el derecho a comunicar.

Javier Del Rey Morató (1989), doctor en Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, catedrático y autor de varios libros, señala que una opinión pública solvente y bien informada, permite controlar el poder político y realiza una triple función de carácter sociopolítico: 1) sociocultural, 2) política y 3) político-democrática. Así, la opinión pública permite desarrollar la participación popular y, la integración social, que no serían posibles sin la acción de los medios de comunicación (p. 11).

Ángel Benito (como se citó en Aznar, 1999, p. 20) señala dos funciones de los medios de comunicación social en democracia:

- Presentar la realidad tal cual es “para que todos tengan conocimiento de lo que es bueno y es necesario conservar y de lo que es preciso desterrar o rectificar”.
- Ponerse al servicio de los objetivos comunes, que “debidamente estudiados, libre y socialmente queridos, se estiman como convenientes en un momento y sociedad dados”.

Walter Lippmann (1969), periodista, comentarista político, crítico de medios y filósofo, fue un pionero al señalar una serie de características del funcionamiento de los medios de comunicación y su enorme importancia en el proceso de formación de la opinión pública; además de dejarnos el concepto de estereotipo, su descripción de las razones por las cuales la mayor parte de la gente asume la realidad creada, seleccionada por los medios, como la única realidad (p. 14).

Lorenzo Gomis (1987) afirma que

la tarea esencial de los medios de comunicación es comunicar hechos al público y hacerle inteligibles estos hechos que previamente ha escogido. Para ello trata de escoger hechos “interesantes” y presentarlos y comentarlos de modo que realmente interesen. El interés de esos hechos, se dice que el medio media y esto depende de dos factores fundamentales: los comentarios que puedan suscitar y los actos que pueden provocar. Se trata de racionalizar y, en lo posible, cuantificar esta realidad por medio del coeficiente de interés periodístico, promedio de la expectativa de comentarios y la expectativa de consecuencias. (p. 10).

El gobierno actual presume de ser democrático. Sin embargo, en el presente, ¿la democracia garantiza la libertad de expresión?; ¿Existe verdadera libertad de expresión en nuestro país?; ¿Por qué el gobierno actual no creó una Ley de Comunicación? Se deben analizar los conceptos de libertad de expresión y libertad de prensa, ya que éstas son la base para un ejercicio pleno del derecho a la información y comunicación, y estos cuatro conceptos garantizan el ejercicio pleno de la democracia.

Es así que esta investigación tiene como propósito general entender la función de los medios de comunicación en un estado de derecho. En este sentido, las proposiciones de Niklas Luhmann y Jürgen Habermas ayudarán a precisar la función de los medios de comunicación en un estado de derecho y cómo ciertos hechos sociales garantizan la existencia de un debate público y cómo este genera criterio en el individuo social.

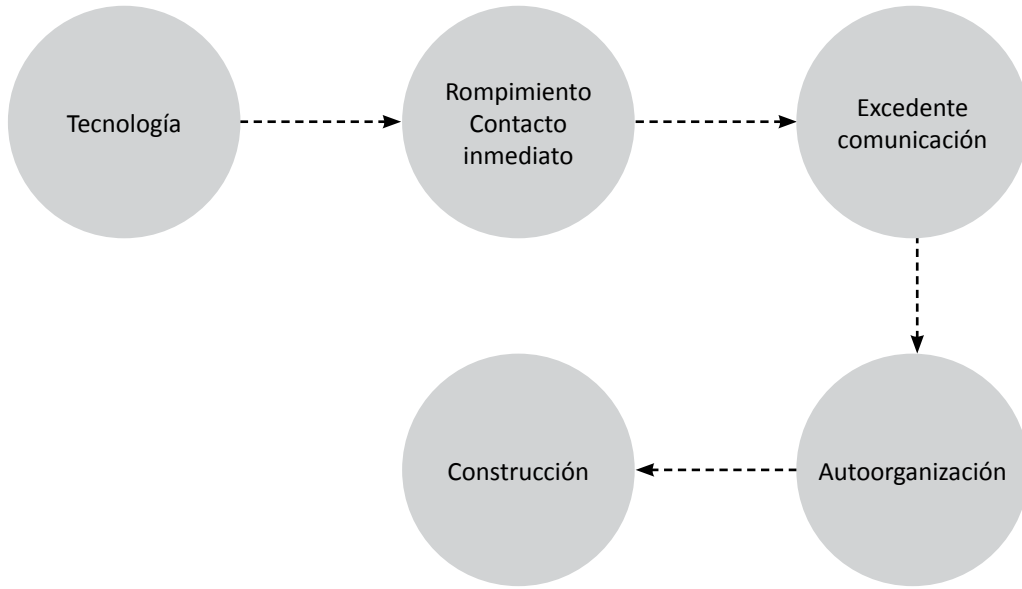
II. La realidad de la realidad

Harold Lasswell (como se citó en Schramm, 1973) en su clásico estudio sobre la estructura y función de la comunicación en la sociedad, dice que los procesos de comunicación en la sociedad cumplen tres funciones; la segunda sería el objetivo de los medios de comunicación:

1. Vigilancia del entorno, al descubrir las amenazas y las oportunidades o posibilidades que afectan a los valores de la comunidad y de sus componentes.
2. Correlación de los componentes de la sociedad al preparar y llevar a cabo una respuesta al entorno.
3. Transmisión de la herencia social.

El modo de operación de la tecnología estructura y delimita lo que es posible en la comunicación de masas. Se enfatiza en el hecho de que la comunicación será comprendida por el receptor. Una comunicación se lleva a cabo únicamente cuando alguien ve, oye, lee y cuando ha entendido de tal manera que de allí se desprende una comunicación posterior. La acción comunicativa sola no es comunicación.

Figura 1
Emisión y recepción



Fuente: Elaboración propia.

Mediante el rompimiento del contacto inmediato, se aseguran altos radios de comunicación, se producen excedentes de comunicación que solo se controlan en el interior del sistema, mediante la autoorganización y una construcción propia de la realidad. En este sentido, entran en juego dos tipos de selectores que no pueden quedar coordinados de manera centralizada: la disposición de emitir la comunicación y el interés de conectarse a ella. Las organizaciones que producen la comunicación de los medios de comunicación, están sentenciadas a suponer tanto las exigencias desmedidas como la aceptación (Luhmann, 2000, p. 4).

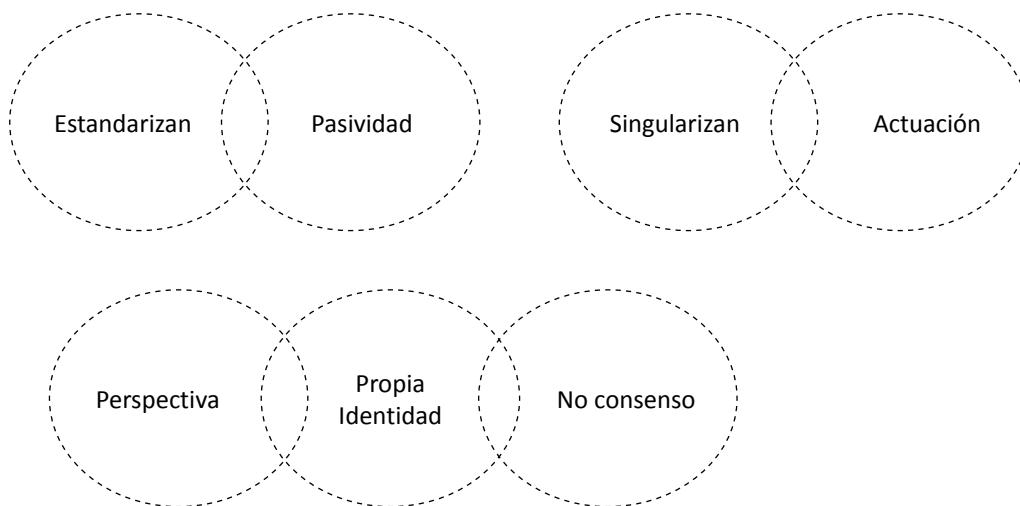
Esto lleva a los medios, a estandarizar la comunicación y a diferenciar sus programas. Sobre todo, no pueden lograr que la comunicación se ajuste a cada individuo particular. De ahí que cada participante tenga la posibilidad de tomar, de la oferta comunicativa, lo que le conviene, o lo que cree que necesita saber en su medio.

William James y Georg Simmel (como se citó en Luhmann, 2000) hablan de la necesidad de un “yo social” o de una “identidad social” que venga a sustituir al

individuo fragmentado y caótico que pretende ser ante los otros lo que no es para sí mismo. De esta manera se empieza con la búsqueda del sentido, donde los individuos comprenden que a pesar de que realmente viven por el hecho de haber nacido, deben vivir con más autenticidad.

Como en el teatro, también los medios de comunicación sitúan al individuo en una escena fuera de la escena, los *mass media*, al mismo tiempo que estandarizan a todos por medio de la pasividad, singularizan a los actores individuales, al presentarlos como causa de su propia actuación. Con ello se registra que, solo el abultamiento social es el que puede llevar a cabo un actuar cargado de influencia, o en el caso de un acontecimiento social notable, el que detrás de ello hay un comportamiento individual. Su rol pasivo se evidencia en el hecho de quedar situado junto a miles de espectadores, y solo excepcionalmente confirmará su propia individualidad (Luhmann, 2000, p. 105).

Figura 2
Escenario y realidad



Fuente: Elaboración propia.

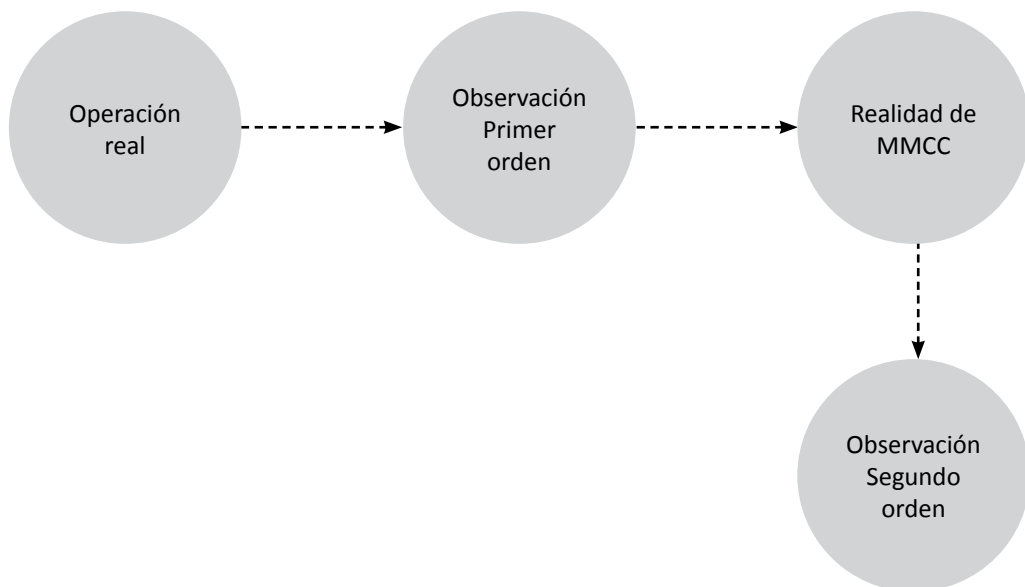
La realidad de los medios de comunicación se podría decir, su realidad real, consiste en su propia operación: se construye, se difunde, se lee, se captan emisiones. La cantidad ingente de comunicación que se produce al preparar y, después, al discutir lo que se ha emitido cubren como enredadera este acontecimiento.

Luhmann (2000) explica que los medios de comunicación crean una ilusión trascendental a partir de lo siguiente: “Lo que es la realidad de los medios, es decir, lo que aparece como realidad para ellos, o aquello que los otros tienen por realidad porque lo han tomado de los medios de comunicación” (p. 7).

Es por esta razón que se necesita aceptar la propia posición frente a la realidad y ser capaz de distinguir. Es necesario no sostener que dicha posición con respecto a la realidad es universalmente válida. Es suficiente con que cada quien fusione su perspectiva de realidad con su propia identidad y que eso quede afirmado como proyección, aclaramos una vez más que la realidad no obliga a un consenso.

Para entender una operación real, solo es necesario una observación de primer orden, como si se tratara simplemente de hechos, mientras que para entender lo que aparece como realidad en los medios de comunicación, es necesario introducir un observador de segundo orden, es decir, un observador de los observadores (Luhmann, 2000, p. 6).

Figura 3
Observación de primer y segundo orden



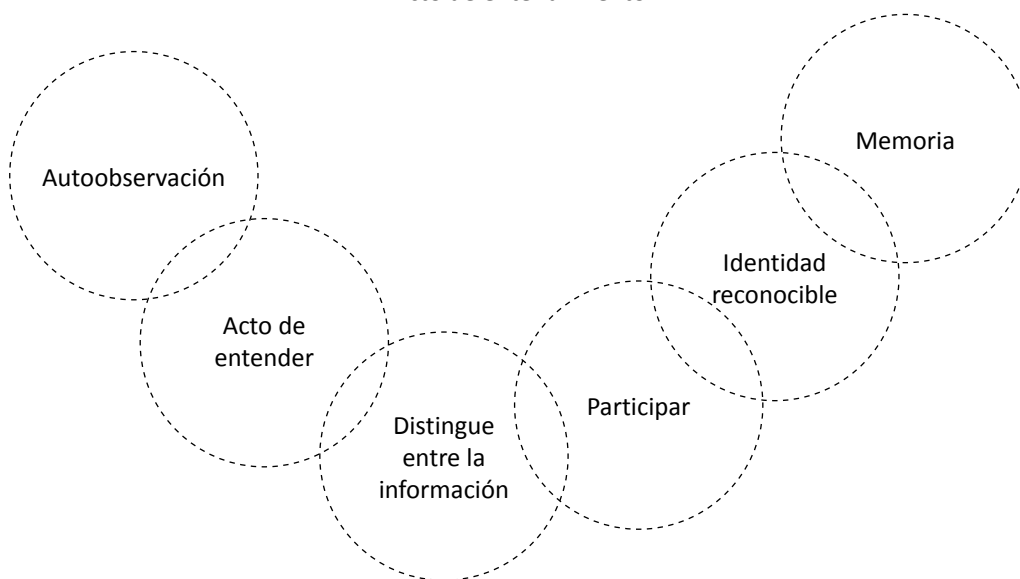
Los observadores de otros observadores no pueden distinguir entre condiciones de conocimiento de estos otros observadores, como si se tratara de observadores determinado que se condicionan a sí mismos.

Con el concepto de observación, se registra que en realidad nunca se podrá observar totalmente el mundo, y mucho menos, conocerlo tal como es, es ahí donde intervienen los medios de comunicación, actúan como una clase de larga vistas en la sociedad.

George Spencer Brown (1979), explica que cada observación se produce por medio de una *unwritten cross* (cruz no escrita) proveniente del *unmarked space* (espacio sin marcar), donde la misma observación no puede observar. De esta manera, se deduce que la comunicación se orienta hacia adentro y que una comunicación se ajusta a otra (pp. 55-60).

La autoobservación al mismo tiempo, es válida siempre y cuando un sistema que observa pueda reflexionar sobre ello y sobre sí mismo, por ende, sin reproducciones no habría originales, sin los medios de comunicación la cultura como cultura sería irreconocible.

Figura 4
Acto de entendimiento



Marcinkowski (1993) afirma que

la función de los mass media consiste en dirigir la autoobservación del sistema de la sociedad y con esto no se refiere a ningún objeto en específico, sino a la manera en la que el mundo es cortado mediante la diferencia entre sistema/entorno. (p. 46).

Todo observador externo (por ejemplo, nosotros) debe tener en cuenta que el límite que se produce desde el punto de vista operativo con la diferencia sistema/entorno, vuelve a aparecer dentro del sistema, solo que copiado.

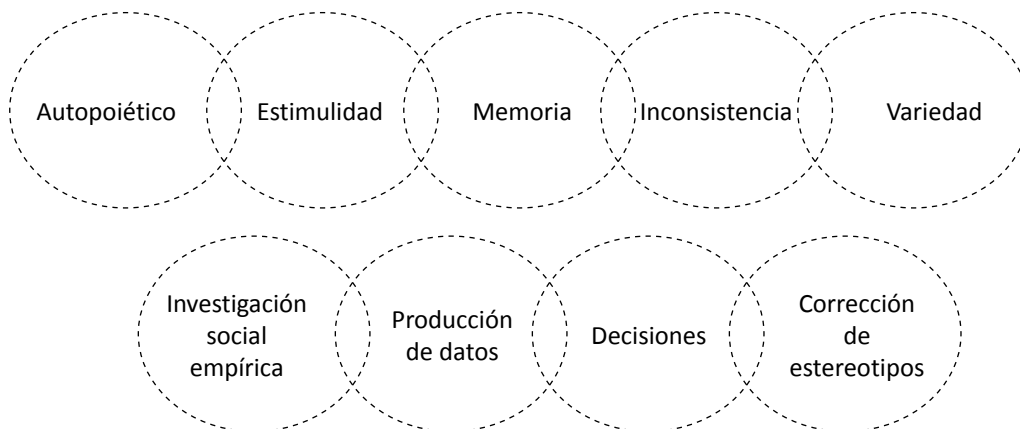
Spencer Brown concibe a la re-entry, una operación límite de cálculo, consistente en que el observador precisa de una distinción que es justo la distinción entre observación y distinción, de esta manera pretendía explicar la realidad de los medios de comunicación. Sin embargo, Heinz Foster advierte que un cálculo como este no puede ser utilizado como un instrumento para la representación de la verdad objetiva, puesto que introduce una realidad “biestable” Este cálculo produce su propio tiempo y, como en las computadoras se consume en la secuencia de su propia operación (Luhmann, 2000, pp. 15-16).

El sistema de los medios de comunicación, debe su alta capacidad de rendimiento al proceso de diferenciación, a la clausura operativa y a la autonomía autopoietica del sistema.

El sistema toma su tiempo y forma todas sus operaciones considerando que las demás ya irán sucediendo. Así trabaja el sistema de los medios de comunicación; con la suposición de que su comunicación deberá proseguir en las horas y en los días siguientes. Cada emisión se compromete con la siguiente emisión. Nunca se trata de la representación del mundo tal como es en el momento preciso.

Jean-Baptiste Lamarck y Pierre Antoine de Monet (1809, p. 82) definen a la estimulidad como aquel que se produce cuando el sistema muestra que tiene memoria en todas sus operaciones y que por eso experimenta las inconsistencias y las puede equilibrar, lo que no es otra cosa, que producir realidad.

Figura 5
Estimulidad, característica general de los sistemas autopoieticos



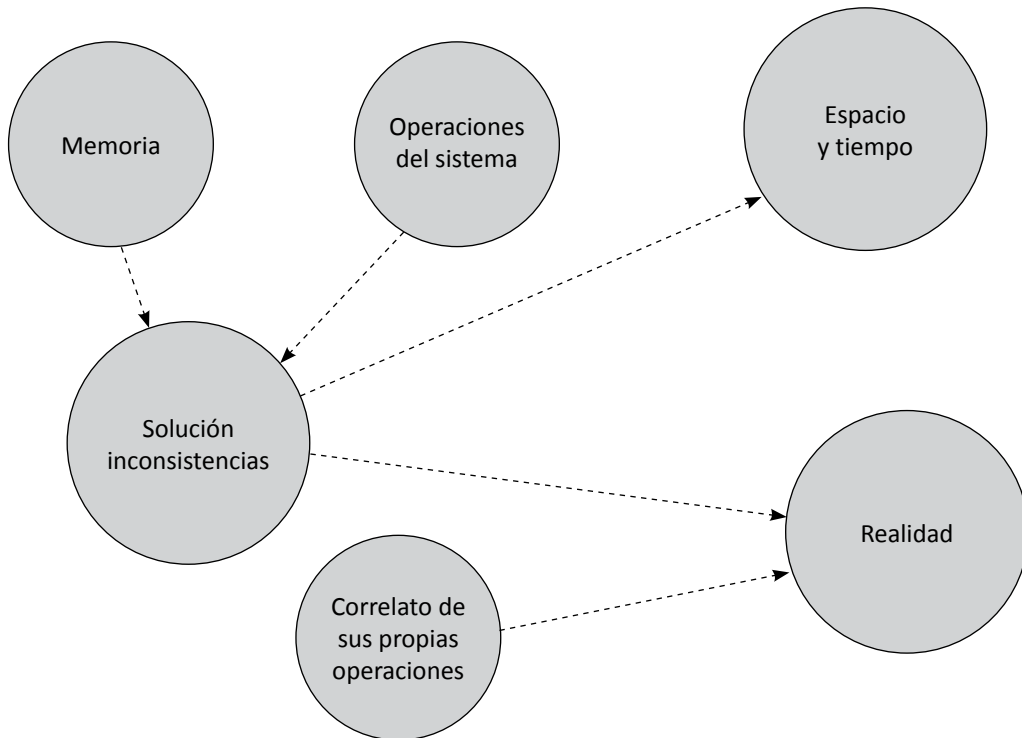
Fuente: Elaboración propia.

Es así que, el estímulo para la próxima comunicación se produce en el mismo sistema y de esta manera se ha podido evidenciar que los medios de comunicación funcionan como aportadores de información en el mundo, como los encargados de medir la moral, la imagen de la realidad, la manipulación de opiniones y originando algún tipo de conocimiento.

Marx y Freud (como se citó en Luhmann, 2000) afirman que también existen posibilidades de que el conocimiento sospeche de sí mismo, de que se ha dejado conducir por motivos o intereses latentes. Sin embargo, el mundo es como es y no se puede distinguir del mundo tal como es observado. Para resolver esta paradoja es necesaria la imaginación o estímulos creativos que se refieren de manera reflexiva al estado alcanzado por el sistema.

Es verdad que cada sistema cognitivo necesita confirmar por sí mismo si un conocimiento es verdadero o falso, porque con ello avala su propia autopoiesis. Luhmann (2000) indica que los mass media brindan un horizonte de incertidumbre, este debe estar alimentado por más información, los medios aumentan la capacidad de estimulación de la sociedad y con ello su capacidad de procesar más información. Las informaciones son elementos autopoieticos que tienen como finalidad la reproducción de esos mismos elementos. Con cada operación se reproducirá la discontinuidad, la sorpresa o las decepciones, originando una nueva codificación, agradable/desagradable (pp. 120-121).

Figura 6
Memoria y sus operaciones

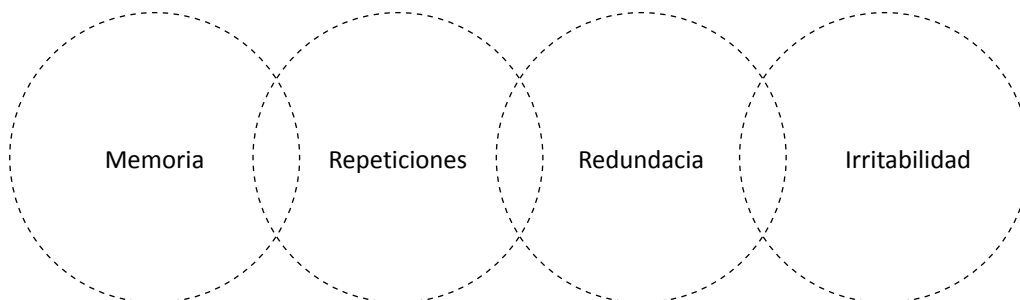


Fuente: Elaboración propia.

Lo que se designa como realidad puede ser únicamente un correlato interno a la operación del sistema y no una cualidad que les adviene a los objetos del conocimiento. La realidad se forma cuando se han solucionado las inconsistencias que resultan de la participación de la memoria en las operaciones del sistema, por ejemplo, mediante la construcción del espacio y del tiempo como dimensiones que pueden ubicarse en diferentes planos, en donde es posible localizar percepciones o recuerdos diversos.

La memoria tiene su propia codificación olvido/recuerdo, esto le ayuda a realizar un permanente desplazamiento de todas las observaciones. El principal objetivo de la memoria consiste en olvidar y solo excepcionalmente recordar algo, sin dejar libre las capacidades para nuevas operaciones, el sistema no tendría lugar para producir su futuro. Es así que el enlace entre el pasado y el futuro es el presente.

Figura 7
Memoria de los medios



Fuente: Elaboración propia.

José Luis Martínez (1978, p. 75) habla del “operador semántico”, es decir, el hombre, o el equipo humano que elige la forma y el contenido de los mensajes periodísticos dentro de un abanico más o menos amplio de posibilidades. Como operador semántico, el periodista está obligado a manipular lingüísticamente una realidad bruta para conseguir elaborar un mensaje adecuado mediante una acertada codificación.

Los *mass media* comunican diferente tipo de información, tanto sobre algo distinto a ellos o sobre ellos mismos, esto produce que se distinga entre la referencia a sí mismo (autorreferencia) y la referencia al otro (heterorreferencia). Estos dos conceptos no se pueden tener a sí mismos como la verdad, y ello es, por lo pronto, una garantía insuficiente. Consecuentemente se ven obligados a construir realidad distinta frente a su propia realidad. Luhmann (2000) asegura que todo conocimiento debe ser procesado con la ayuda de la distinción de la autorreferencia y heterorreferencia, llegando a la conclusión que todo conocimiento y con esto, toda realidad será una construcción (p. 52).

III. Código binario

Luhmann (2000) explica que, en el sistema de los medios de comunicación, su función se lleva a cabo a través de un código binario, en el que se fija un valor positivo y uno negativo. El valor positivo designa la capacidad de enlace de la operación del sistema. Gracias a esta capacidad de enlace, el sistema puede empezar algo. El valor negativo sirve únicamente como una condición de reflexión del sistema. Incluso el valor positivo puede ser sometido al valor de

reflexión. El código es una forma con dos lados, una distinción cuyo lado interno presupone el externo (p. 25).

El sistema define su propia identidad y deja abierta la posibilidad de que se dé una variedad de significaciones de la identidad, sin que necesariamente restrinjan la operación del sistema. El código es la unidad específica de la diferencia, basta para determinar qué operaciones permanecen al sistema y qué otras operaciones transcurren en el entorno.

El proceso de selección de la información solo puede ser descrito como “rendimiento que efectúa el sistema” esto significa: un proceso interno del sistema. La unidad de la información es producto de un sistema, en el caso de la percepción se trata de un sistema psíquico. (Luhmann, 2000, p. 29).

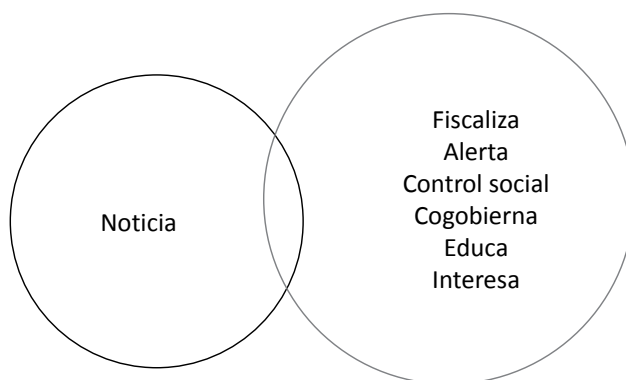
La particularidad más sobresaliente del código información/no información está en relación al tiempo. La información no se presta para la repetición, en cuanto se vuelve algo latente, se transforma en no información. Una noticia que es emitida más de una vez sigue conservando sentido, pero pierde el valor informativo. A continuación, se pasa a nombrar todos los posibles códigos binarios que manejan los mass media.

Luhmann coloca a la comunicación en su forma constitutiva primaria, definida como código, y este es el verdadero sustrato de la realidad social. Esto quiere decir que, la comunicación en su estado basal, es el mundo social que existe previamente a que el individuo o grupos humanos introduzcan, valores y sentimientos. Finalmente, establece a la comunicación como un fenómeno binario, detectando así, específicamente en cuanto a los medios de comunicación, que estos seleccionan lo informable de lo no-informable y no así lo verdadero de lo falso. Los medios de comunicación realizan una estructura “a priori”, donde resaltan la “anormalidad” social y deja fuera de foco la “normalidad”, Luhmann (1996) llama a esta particularidad “silenciamiento de la normalidad imperturbable” (pp. XVI-XXII).

- Nuevo/Viejo
- Informable/No informable
- Verdad/falsedad
- Aceptar/Rechazar
- Bueno/Malo
- Conocido/desconocido

La interpretación de la realidad como un conglomerado de noticias responde a una expectativa pública y a necesidades técnicas. La realidad social verdadera, en directo, se diluye a lo largo del día y la noche, y parece lenta, difusa, aburrida. No es posible entrar en contacto expectante con ella a horas fijas. Corresponde por tanto a la actividad profesional llamada periodismo, el cual debe dar de la realidad presente una versión concentrada y retocarla a las necesidades del tiempo y el espacio (Giner, 1989, p. 9).

Figura 8
Funciones de la noticia



Fuente: Elaboración propia.

El periodismo interpreta la realidad social para que la gente puede entenderla, adaptarse a ella y modificarla. El periodismo puede considerarse un método de interpretación sucesiva de la realidad social (Gomis, 1987, p. 72).

Cuando se ha comunicado una información, no solo se puede preguntar a los inmediatamente afectados, sino a todos aquellos que han recibido y entendido la comunicación. Es así que, se vuelve imprescindible e inclusive una necesidad que los medios produzcan redundancia, para poder generar en la sociedad dinámicas de participación. Las noticias se buscan, se recogen o tiran y las que caben en un espacio o un tiempo fijados se yuxtaponen y cuando están unidos forman la imagen periodística de la realidad presente.

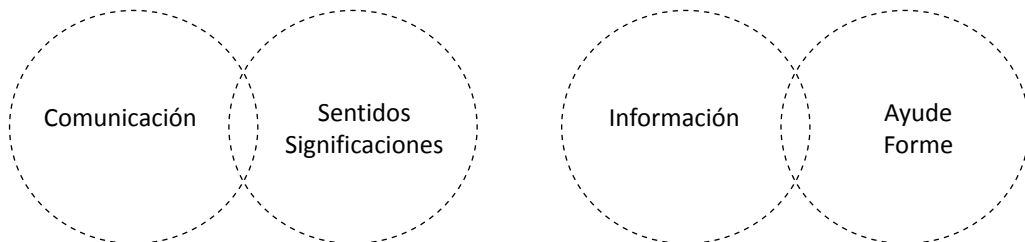
En este sentido, Rafael Archondo (comunicación personal, 11 de mayo de 2017) advierte que la prensa no contribuye al orden social que su labor es justamente lo contrario; suscitar y ampliar la incertidumbre. De otro modo no podría entenderse su papel. “La prensa no ejerce funciones policiales. Informa sobre hechos que

rompen con la normalidad y por eso mismo, lo que hace es irritar a la sociedad. En tal sentido está más cerca del desasosiego y la angustia que de la conformidad”.

Luhmann (2000, pp. 44-53) detecta nueve selectores en el campo de noticias, los cuales son; sorpresa, conflictos, cantidades, lejanía, contravención a las normas, valoración a la moral, accesibilidad, actualidad (acontecimientos claves) y opiniones. Advierte que una de las funciones sociales de los mass media, es crear memoria en los individuos.

De esta manera es necesario diferenciar la comunicación de la información. Donde se entenderá como comunicación todo intercambio de sentidos y significaciones, mientras que la información será entendida como aquella que forme y ayude al crecimiento del individuo social y por ende que este avalada por la normativa.

Figura 9
Diferencia entre comunicación e información



Fuente: Elaboración propia.

Altheide (1985) afirma:

Los medios escogen entre el material que les llega y les dan forma para producir una imagen global del presente. Eso reduce mucho el poder de los medios, originando el término “Media Power”, donde poder se entiende por la capacidad de hacer imaginar lo que se quiere. Los medios están penetrados por sectores, a veces competitivos y enfrentados, de la sociedad. De esas fuentes interesadas extraen los medios los elementos de la visión que ofrecen. (p. 89).

La interpretación periodística permite descifrar y comprender por medio del lenguaje la realidad de las cosas que han sucedido en el mundo y se completa con el esfuerzo, también interpretativo, de hacerse cargo de la significación y alcance que los hechos captados y escogidos para su difusión puedan tener.

Interpretación es siempre algo que tiene dos caras o aspectos; comprender y expresar. Si el intérprete ha comprendido mal, expresará mal, pero solo en la expresión podrá juzgarse y tratar de probarse que ha comprendido mal (Gomis, 1991, p. 36).

Demasiada información tiene consecuencias de la sobrecarga de información; bastante información que llegue demasiado rápida y “en crudo” puede inmovilizar a un individuo o una organización. Lo que básicamente influye a la sociedad, es la imagen del presente que le ponen delante los medios y la persuasión fundamental de que “esto es lo que hay”, los acontecimientos que no son difundidos por los medios de comunicación, no es que no existan, pero si es invisible para la mayor parte de los individuos. Un medio de comunicación funciona como emisor y receptor, descodifica, elabora, combina, transforma y emite.

IV. Agenda mediática vs. derechos humanos

La influencia es una manera de provocar un efecto en las actitudes y opiniones de otros a través de sus intenciones de actuar. Lo esencial es establecer solidaridad entre influyente e influido y entre este y el colectivo, convirtiéndose en un instrumento de efecto incierto. La influencia es algo más indefinido y difuso que el dinero y el poder y es más tributaria del lenguaje, con lo que los factores de ambigüedad se multiplican. Cuando se habla de la influencia de los medios, en vez de hablar del poder de los medios se es más exacto y realista, pero también más modesto. La información es la influencia lo que las mercancías son a la economía.

De esta manera, la influencia es un instrumento de efecto incierto. El que influye no manda, pero puede persuadir al que manda de que debe actuar en uno u otro sentido, así como los electores influyen en sus elegidos, aunque estos manden luego sobre sus electores.

Duverger (1962) clasifica a los sistemas políticos en democráticos y autocráticos. En los primeros, la lucha política por la conquista y control del poder se desarrolla en forma abierta, pública y libre. Siempre habrá pluripartidismo político y consecuentemente, un marco de libertad suficiente para su buen funcionamiento. La confrontación política, pública y abierta se extiende al plano de la prensa y al de los medios de expresión e información, hallándose vigentes las libertades públicas que permiten a cada uno expresar sin coerción

sus opiniones de manera oral, escrita y la adhesión a las manifestaciones provenientes de las diversas organizaciones sociales (p. 113).

En un régimen democrático la vigencia de las libertades políticas permite practicar un sistema de poder abierto sujeto a las fluctuaciones de la opinión de los grupos sociales que se nutren con la multiplicidad de las expresiones vertidas.

La democracia aparece indisolublemente ligada a la fuerte idea de libertad que, ante la ausencia de mecanismos represivos, se traduce en un sentimiento sólido de independencia física y espiritual que está dotado, por la autoridad política, de garantías suficientes para posibilitar su manifestación espontánea (Burdeau, 1949, p. 365).

Para Sartori (1965), la democracia presupone una sociedad libre que no está expuesta a los riesgos de un poder político arbitrario y descontrolado, donde la relación entre gobernantes y gobernados concuerda con el principio de que el Estado está al servicio de los ciudadanos y no estos al servicio del Estado (p. 40).

Por su lado, Loewenstein (1964) identifica cuatro características de la democracia:

1. La división y distribución de las funciones gubernamentales entre órganos diferentes cuya actuación, independencia y controlada, impide la presencia de un solo detentador del poder.
2. La efectiva existencia de controles horizontales y verticales del poder.
3. La participación del pueblo en la formación de la voluntad política del Estado.
4. La real vigencia de la libertad, tanto en el ámbito político como en el privado y del pluralismo social. (p. 78).

José Luis Aguirre (comunicación personal, 7 de abril de 2017) identifica que, desde 1982, cuando Bolivia retornó a la democracia, cada época de la historia tuvo sus características: para unos todo está garantizado, mientras que para otros hay muchas restricciones.

Eso va a ser siempre. Hay normas maravillosas y hay errores fantásticos en el comportamiento político y también en el de los medios, éstos no nos han enseñado a ser defensores de nuestro derecho a la comunicación, ellos siempre nos han visto como sus consumidores, como para acercarnos a

ellos para agradecerles el favor de informarnos, más bien nosotros somos los demandantes de exigir información de calidad, con contenidos realmente edificadores de la sociedad.

Linares Quintana (1976, pp. 78-80) afirma que los sistemas políticos no deben responder a tipos ideales de gobierno, sino a la expresión de una fórmula empírica que conduce a distinguir la democracia constitucional del autoritarismo. La primera, como sinónimo del gobierno de los hombres, se caracteriza por

1. Garantizar la libertad como valor supremo de la organización política.
2. Establecer mecanismos constitucionales idóneos para limitar y controlar el ejercicio del poder.
3. Prever la distribución y división del poder político.
4. La vigencia del principio de juricidad, que impone a gobernantes y gobernados un comportamiento subordinado al imperio de la ley.
5. La presencia, como idea política dominante, de la titularidad del poder, siendo su ejercicio encomendado a los gobernantes mediante la aplicación de procedimientos reales y efectivos de representantes.
6. El pluralismo, que se refleja en el libre funcionamiento de los grupos políticos.

De todos modos, el concepto de democracia tiene su fundamento en el consentimiento libre de los gobernados, manifestado táctilmente por los grupos de opinión pública y expresamente por el cuerpo electoral. Un gobierno será democrático cuando los destinatarios de sus decisiones participan, directa o indirectamente, en la adopción de ellas. Ese significado primario de la democracia, contiene dos nociones básicas; libertad e igualdad política. Es así que se deduce que la democracia consiste en una forma de vida basada en la libertad.

No habrá democracia si el pueblo no participa en el gobierno, y aunque el pueblo gobierne, no habrá la democracia si no hay tolerancia y respeto, libertad e igualdad, si el comportamiento de la población no se canaliza por un determinado estilo de vida. La democracia deja de ser una forma de gobierno para constituirse en un sistema político (Badeni, 1996, p. 23).

Mario Espinoza (comunicación personal, 21 de abril del 2017) señala que en la actualidad el gobierno boliviano no dice de manera directa qué decir, pero no pone publicidad en el medio crítico,

entonces es una forma muy sutil de bloquear y a veces muy grosera. A la mayoría de los periodistas no los ha perseguido hasta encarcelarlos. Algunos sí, algunos han tenido que rajarse del país y les ha metido juicios, como a Humberto Vacaflor, que ha tenido que acudir a la justicia ordinaria. Lo han citado de forma abusiva, cuando debía ir por la vía de la Ley de Imprenta. Y hay varios, como Carlos Valverde que tuvo que salir del país, pero la forma del gobierno actual, es por vía económica.

V. Esfera pública

Con relación a ello, Habermas (1962) plantea el concepto de la esfera pública que es entendida como

un espacio en el que destaca la pluralidad de los públicos e, incluso, la existencia de contra-públicos subalternos que, más allá de rescatar sus visiones del mundo, crean espacios de debate y deliberación en torno a temas de interés colectivo. (p. 210).

Víctor Sampedro (2000, pp. 35-37) manifiesta que, mientras mayor sea el grado de apertura de la esfera pública central y exista una mayor receptividad hacia las periféricas, se incrementará la participación y dinamismo social en el contexto de una “supuesta sociedad democrática”. Advierte que existen diferentes esferas públicas: una central que es mayoritaria y otras periféricas que son minoritarias.

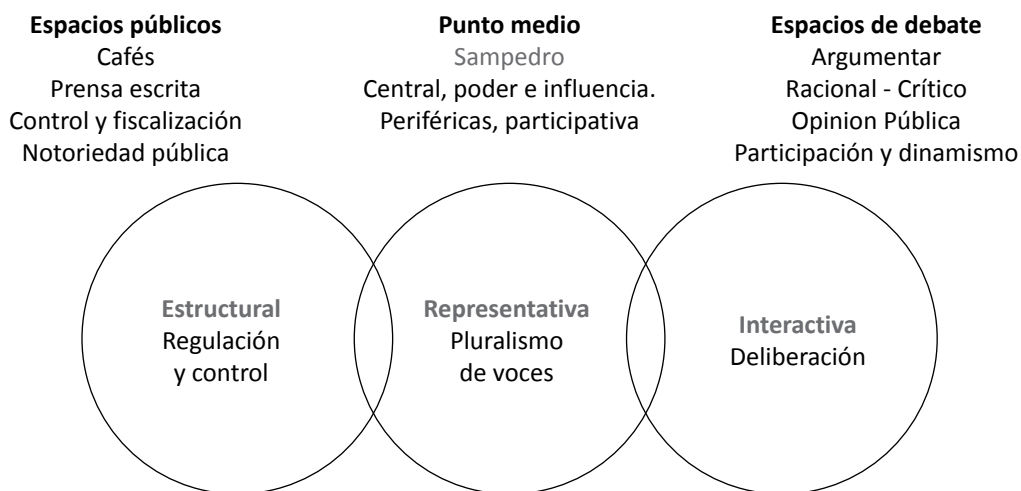
La primera está formada por instituciones políticas, informativas y demoscópicas; cuenta con poder e influencia social y se caracterizaría por estar poco abierta a la participación directa. La segunda, compuesta por distintos colectivos y comunidades de la sociedad civil, es más participativa y contrarresta las exclusiones provocadas en la esfera central.

El sociólogo establece que, después del auge de la esfera pública se dio un proceso de decadencia o “refeudalización”, en el que esta pierde su esencia debido al surgimiento de los medios de comunicación, catalogados como medios de despolitización, empoderamiento individual y consumo cultural.

Lipmann (1969) indica que, la teoría de la esfera pública de Jürgen Habermas, estudia el surgimiento de espacios de control y fiscalización de poder, a través de la libertad de expresión y pluralidad de voces. “Se estudia y se analiza las

funciones de la crítica y del control de la autoridad organizada, por parte de la sociedad de manera informal, al Estado o estructuras de poder” (p. 4).

Figura 10
Esferas públicas



Fuente: Elaboración propia.

El clima de opinión principal de una comunidad no equivale a la mera suma de las opiniones personales privadas y sistemas de valores sumados, sino que es un fenómeno de naturaleza autónoma, posee su cualidad emergente no explicable por los atributos aislados de sus componentes.

VI. Derechos y libertades

El derecho se irrita típicamente por una especie de prejuicio, o mediante una especie de formación de tribunales que surgen en los medios de masas y que no pueden dejar de tomarse en cuenta, ya que en el derecho eso tendría consecuencias de responsabilidad.

Paola Bedoya, experta en derechos humanos (comunicación personal, 11 de abril de 2017), define a un derecho como la garantía que nos permite vivir en libertad y de acuerdo al plan de vida que el individuo haya elegido. “Son aquellas garantías que te da el Estado y la sociedad para que puedas desenvolver tu personalidad libremente. [Por el goce de derechos] podemos diseñar y seguir nuestro plan de vida de acuerdo a nuestros intereses”.

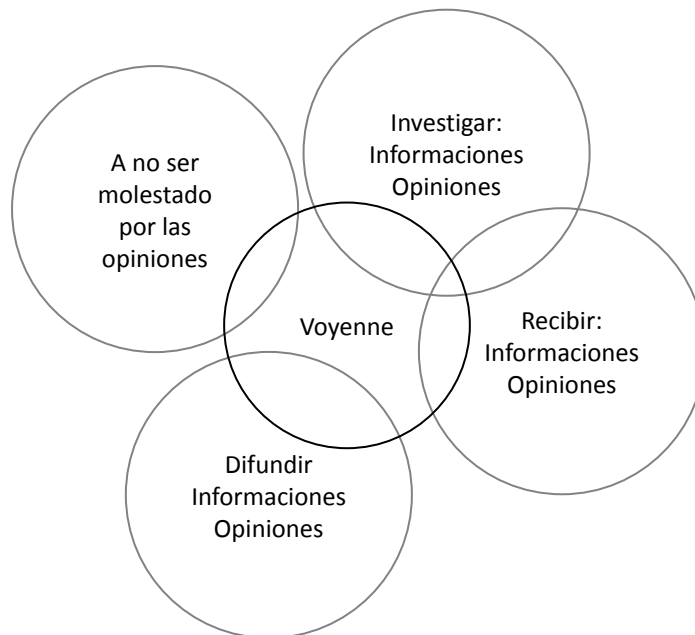
El concepto de derecho a la información, según esta formulación universal y con el fin de abarcar las facetas expuestas, puede analizarse sistemáticamente desde los tres puntos de vista que son clásicos en el estudio de cualquier relación jurídica, pública o privada: el sujeto, el objeto y el contenido.

Bedoya, también advierte que se ha creado un sistema que privilegia la voz de algunos y que es muy complicado porque se lo tiene como normal: está basado en el tipo de persona que se espera ver en los medios y del cual se espera saber o leer su opinión.

La mayoría de las veces ni la sociedad se llega a dar cuenta, aunque cada vez hay más luchas, pero es un proceso lento, donde la sociedad debería apuntalar, ver caras diversas y que los medios de comunicación muestren la sociedad que realmente somos. (Comunicación personal, 11 de abril de 2017).

Voyenne (1970, pp. 135-137) desglosa los derechos que enumera el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, a continuación, se pasa a resumir. Ver gráfico 11.

Figura 11
Desglose de los derechos del artículo 19



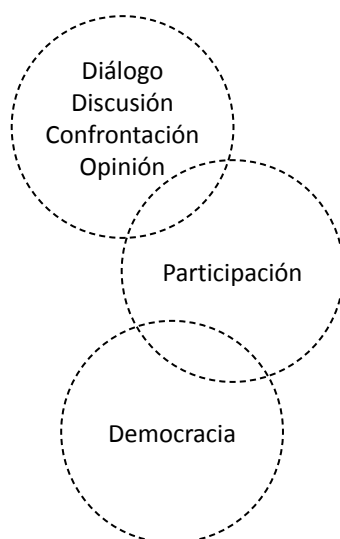
Fuente: Elaboración propia.

El sentido crítico se forma leyendo críticas y criticando, aún a riesgo de equivocarse. Como la democracia sólo es posible con el ejercicio habitual de las libertades democráticas, porque la ideología enseña no solamente qué pensar, sino también cómo pensar, crea formas mentales y hábitos de los que resulta más difícil desasirse que de las mismas ideas.

Beneyto (1969, p. 243) señala que el diálogo, discusión y confrontación constituyen la esencia de la participación. La masa es un destinatario inerte de la información, cuando sacude la inercia y toma posición a favor o enfrente de ella, deja de ser masa y se convierte en público. La masa es amorfa; el público es plural.

A partir de esto, José Luis Aguirre indica que en muchos países se sigue manteniendo el privilegio de los emisores como si fueran los dueños de la palabra, aspecto acerca del cual solo Bolivia y Ecuador han normado el derecho a la comunicación en sus constituciones. “Derecho a la comunicación, un derecho que para muchos emerge y para otros es irrelevante o utópico, es un elemento que hace a la calidad integral de las personas, es importante saber, que somos dueños de este derecho y no así los medios de comunicación clásicos”. Ver gráfico 12.

Figura 12
Participación en la democracia



Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, Barroso y López (1997, p. 10) aclaran que el derecho a la información comprende en su contenido el derecho a negarse a recibir información, pero este derecho no se cumple cuando se invade a la sociedad con información y publicidad por doquier, a través de diferentes medios de comunicación. De esta manera, señalan que las circunstancias que legitiman el derecho de la información son:

- a) Veracidad de la información.
- b) Interés de esta para la formación de la opinión pública.
- c) Adecuación o moderación de las expresiones.

Es relevante poder diferenciar entre el derecho a la comunicación con el derecho a la información, porque el problema radica muchas veces en que tanto los individuos, incluso los medios de comunicación no conocen su diferencia.

Ernesto Villanueva (2004), doctor en derecho y en comunicación pública y también investigador, aclara que en un sentido amplio el derecho a la información supone al menos tres aspectos importantes:

- a) El derecho a proveerse de la información, que significa el acceso a los archivos, registros e información pública. Al mismo tiempo, la libre decisión de qué medio se lee, escucha o ve.
- b) El derecho a informar, en el que se involucra inmediatamente la libertad de expresión y la de prensa, que además supone la libertad de construir sociedades y fundar empresas informativas.
- c) El derecho a ser informado, que atañe recibir información objetiva y oportuna, para enterarse de todos los acontecimientos y además la garantía de este acceso para que ninguna persona queda excluida de recibir información cualquier sea su condición. (p. 10).

Así se identifica que la relación directa entre información y democracia es tan evidente como la razón inversa existente entre totalitarismo e información. Ha podido, con razón, decirse que el totalitarismo no es otra cosa que la falta de información. El mundo lucha por una democratización total a la que solamente se puede acceder a través de la participación. Esta idea ha sido demasiado explotada y no siempre bien empleada, no la desvirtúa en su esencia.

El derecho del ciudadano a la información, en el sentido de derecho a la noticia, tanto para buscarla como para recibirla o difundirla, exige unas condiciones en

este objeto del derecho que constituyen determinaciones de aquella cualidad que requería la noticia para ser tal y no ser corrupción de noticia: la verdad.

La noticia como objeto del derecho a la información es una comunicación sobre hechos con trascendencia pública o, en otros términos, publicables. Comunicación que, para ser verdadera, exige que sea conforme con la realidad completa, asequible por igual a todos y rápida.

En definitiva, no podríamos vivir como estamos acostumbrados si no existiera la libertad, para algunos un concepto utópico, otros lo confunden con el libertinaje y finalmente hay aquellos que creen que no vivimos en libertad plena, pero tampoco hacen nada para concebir a la libertad.

John Stuart Mill (1964) fue un filósofo, político y economista inglés de origen escocés, quien se encargó de desarrollar la definición del concepto de libertad. Señala que la libertad social es la autodeterminación del hombre para para sus fines existenciales sin impedimentos por parte de otros hombres o de la sociedad (p. 434).

En un sistema de libertad, salvo excepciones, en que el Estado interviene o se inhibe, según que el problema le preocupe o no, pueden darse éstas y otras alteraciones en el normal discurrir de las relaciones que se originan con motivo de la actividad informativa. La libertad de información es una libertad social, destinada a ejercitarse de manera pública. De la misma manera, la libertad lleva consigo el peligro incluso de que se difame o de que se mienta. Entonces hay que poner los medios represivos necesarios, pero a nadie se puede probar de la posibilidad de equivocarse, y el mismo hecho de la posibilidad de mentir no deja de tener su parte positiva.

La libertad de pensamiento y la libertad de expresión no son igual que las restantes libertades del hombre, elementos aislados cuya ponderación puede efectuarse solamente en una zona específica de la vida social. Ellas se abarcan en todo su conjunto y se proyectan, especialmente, en el sistema político-social al condicionar la efectiva vigencia de las demás libertades, tanto las de carácter natural como las que emanan de la creación positiva (Badeni, 1996, pp. 16-17).

El hombre necesita comunicar su pensamiento, y así como este es esencialmente libre, su exteriorización libre es una secuela inevitable. Es aquí donde surge

la idea de la libre expresión. Si algún día el desarrollo tecnológico y científico, posibilitará anular o impedir el curso natural del pensamiento humano, ya no habrá hombres sino autónomas desprovistos de toda personalidad.

Paola Bedoya (comunicación personal, 11 de abril de 2017) identifica al derecho de libre expresión como aquel garante de otros derechos, como el derecho a la información y a la educación. “Le garantiza al ser humano la libertad de expresar sus ideas y pensamientos sobre lo social, sobre lo que lo concierne, sobre lo que tiene alrededor con total libertad, sin poder ser restringido por su raza, religión y corriente política, con el fin de entablar una relación de diálogo permanente en la sociedad, donde participemos todos”.

La libertad de la información exige, a su vez, la libertad de los medios de expresión. Para hacer efectivo el derecho a la información se requiere, en primer lugar, libertad de creación, desenvolvimiento, edición, distribución y funcionamiento (Desantes, 1974, p. 80).

Es así que, para garantizar de alguna manera la función de los medios de comunicación, nace la libertad de prensa, respaldada por la Ley de Imprenta. Germán Bidart Campos (1986) destaca que

la libertad de prensa es una especie particular de la libertad de expresión, que solamente comprende a la palabra escrita insertada en los diarios y publicaciones periódicas. A ella pueden ser incorporados los libros, pero no es posible extender la aplicación de las normas constitucionales reguladoras de la libertad de prensa e imprenta a otros medios técnicos a través de los cuales se expresa el pensamiento. (p. 200).

Paola Bedoya (comunicación personal, 11 de abril de 2017) afirma que la libertad de prensa debería existir, pero lo preocupante es que por sí misma no es suficiente,

entonces nuestros comunicadores o la gente que está en la prensa tienen que lidiar con la libertad de prensa y la libre expresión desde la responsabilidad con los demás derechos, ningún derecho ni libertad es irrestricta, tiene que venir acompañada de una formación en entender de lo que realmente se está hablando, pasan la imagen de la víctima 15 mil veces de manera irresponsable, con diferentes adjetivos y muchas veces se revictimiza.

José Luis Aguirre indica que si tuviéramos un Estado democrático consolidado, a lo mejor nos podríamos dar el lujo de establecer una ley completa sobre la información,

pero en democracias incipientes, como la nuestra, cualquier norma de este tipo para mí se tiene que ver con muchísimo cuidado, no es simplemente que alguien venga a poner orden, porque el que venga también va a manipular a su interés y eso puede ser mucho más peligroso a que no haya una ley para medios. (Comunicación personal, 7 de abril de 2017).

Las clásicas formas de censura, han sido ampliamente superadas por el ingenio político, de modo que, al no resultar correcta una interpretación literal del concepto de “censura”, quedan comprendidas todas aquellas modalidades que conduzcan a coartar, por otros medios, indirectos, la libre emisión de conceptos, juicios e ideas.

Karina Herrera (2008), define la censura como la prohibición de publicar por cualquier circunstancia interna o externa a una institución periodística, una información de interés público, por cualquier medio de difusión escrito, radiofónico, audiovisual o electrónico, ya sea por presiones o intereses políticos o económicos (p. 19).

La autocensura, empero, es más difícil de establecer y comprobar, ya que sugiere la misma prohibición, pero autoimpuesta en la tarea de difundir información de interés colectivo. La autocensura personal (del periodista) o institucional (del medio) por temor a posibles represalias que pueden ser asumidas, o por la in/conveniencia de sus intereses (Herrera, 2008, p. 19).

Lo cierto es que el acceso del individuo a los medios de información, en el estado actual de la regulación, no necesariamente asequible y, en consecuencia, no se puede decir que se haya resuelto el acceso del individuo a los medios informativos para, de ese modo, comunicar sus informaciones y opiniones libremente.

Al respecto, John Virtue (1998) asegura que la autocensura se habría agravado en la región debido a tres factores: 1) la crisis económica, que ha debilitado a los medios frente al Estado; 2) la inexistencia de parámetros definidos acerca de la relación entre propietarios de medios y periodistas, y 3) la inexistencia de mecanismos de regulación y autorregulación del trabajo de la prensa (p. 20).

Evidentemente, si la información supone una corriente entre el Estado y la sociedad y entre la misma y el Estado, se puede decir que la censura corta esta corriente en el sentido ascendente. Todavía peor que la censura es el medio preventivo y coactivo en que consiste la consigna, porque lo que hace es inundar la sociedad con todo aquello con que el Estado quiere que se le inunde sin darle posibilidad de inmunización.

Odo Marquard (1989) define a la moral “como aquella que sirve de suplemento de compensación frente a la selectividad que los medios ofrecen” (p. 44). Por otro lado, indica que la moral necesita del escándalo para rejuvenecerse, también de los mass media, sobre todo de la televisión.

Luis Ramiro Beltrán (2004) señala que existe una crisis moral debido a la irresponsabilidad, calumnia, frivolidad, morbosidad y sensacionalismo en las salas de prensa. Por esta razón y otras, los medios de comunicación operan en realidad en un alto nivel de inseguridad (p. 14).

La ética periodística es un fundamento intrínseco de la práctica profesional de los periodistas. Defiende valores como la verdad, la honestidad, justicia, libertad, equilibrio, independencia, democracia, igualdad y respeto.

La credibilidad es el capital simbólico más importante para los periodistas y los medios. Y al contrario, el descrédito público significa su muerte civil.

Así, se teje una red imbricada de relacionamientos derivados del ejercicio de tal libertad. A veces, por ejemplo, el Estado entiende que la prensa subvierte el orden social, atenta contra la gobernabilidad, estorba y descalifica su gestión, o bien, que con ella se puede construir imagen positiva, información pública, debate abierto, crítica y propuesta constructiva para gobernar.

En esa circunstancia como el Estado es desproporcionadamente más poderoso, no hay igualdad y, en consecuencia, no hay libertad de medios de expresión y no se respeta el derecho a la recepción informativa, porque se limita la opción. Si se quiere que la información sea una verdadera puela de transmisión, desde el individuo a la sociedad y de esta al Estado y, a la inversa, del Estado a la sociedad y de esta al individuo, es imprescindible que la libertad se ofrezca por igual a todos los medios de información y la igualdad de posibilidades sea un hecho sin excepción.

VII. Conclusiones

- Los *mass media* construyen realidad, agrupando a la percepción, memoria y lenguaje.
- La comunicación no puede retomar intacto el sentido que ha dado a conocer.
- En la representación de la sociedad resaltan las rupturas temporales y sociales. La sociedad se estimula a sí misma para la innovación y producen problemas que exigen soluciones.
- La función de la memoria es la de proveer de un fondo de realidad a los individuos, la misma que los medios se encargan permanentemente de reimpregnar.
- Los medios de comunicación garantizan a todos los sistemas funcionales una aceptación social amplia y a los individuos un presente conocido.
- Los medios de comunicación utilizan una inteligencia basada en la moral, aquello que como realidad no tiene validez, o no se puede explicar, se muestra y se explica a través de la moral.
- La función más importante de los medios de comunicación es construir la democracia como aquel ámbito de convivencia que mejor consagra los límites de la política.
- La esfera pública es un espacio en el que se promueve la liberación y racionalización de ideas.
- La opinión pública se puede entender como una posibilidad real de debate público abierto y democrático.
- Los comentarios estimulan, enriquecen y movilizan. Condicionarán, a través de las relaciones personales, sus propias decisiones. La información y la participación, constituyen un proceso reversible.
- La comunicación se procesa en todo lugar, mientras que la información en los medios de comunicación, pero es necesario que todo individuo la procese en su propia conciencia, guiada por la criticidad.

Entendiendo a profundidad el sistema de los medios de comunicación y considerando todos los conceptos analizados en el presente trabajo, se concluye identificando que la función de los medios de comunicación en un Estado de derecho deberá ser el establecer una interpretación propia de la realidad, a través de la permanente producción y procesamiento de las estimulaciones y la selección innata de su sistema. Posteriormente se encargará de la difusión y socialización de dicha información, a través de la creación de una agenda

mediática que deberá respetar los derechos y libertades de los individuos, generando así una variedad de opiniones en la sociedad, de esta manera, los individuos puedan participar en las decisiones de su contexto social y político.

VIII. Referencias

Altheide, D. (1985). *Poder de los medios de comunicación*. Beverly Hills, Estados Unidos: Sage.

Amalia Pando deja Erbol y denuncia presiones del Gobierno. (2 de agosto de 2015). *Página Siete*. Recuperado de <http://www.paginasiete.bo/nacional/2015/8/2/amalia-pando-deja-erbol-denuncia-presiones-gobierno-65266.html>

Aznar, H. (1999). *Comunicación responsable: Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel.

Badeni, G. (1972). *La opinión pública*. Buenos Aires: Plus Ultra.

Beltrán, L. (2004). La ética periodística en Bolivia: situación y perspectiva. *Sala de Prensa*, 5(2). Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art534.htm>

Beneyto, J. (1969). *Proposiciones sobre la opinión pública*. Madrid: Ficher.

Bidart, G. (1986). *Tratado elemental de Derecho Constitucional*. Buenos Aires: Ediar.

Bolivia: RSF denuncia la creciente hostilidad hacia la prensa. (30 de mayo de 2016). *Reporteros sin Fronteras*. Recuperado de <https://rsf.org/es/Bolivia>

Burdeau, G. (1949). *Tratado de la ciencia política*. Paris: s.e.

Cuiza, P. (31 de agosto de 2016). Morales dice que en Bolivia hay “exagerada libertad de expresión” y que los periodistas dañan cuando mienten. *La Razón*. Recuperado de http://www.la-razon.com/nacional/Morales-Bolivia-exagerada-expresion-periodistas-libertad_0_2555744432.html

- Del Rey, J. (1989). *La comunicación política*. Madrid: Eudema.
- Desantes, J. (1974). *La información como derecho*. Madrid: Nacional.
- Duverger, M. (1962). *Método de las ciencias sociales*. Barcelona: Ariel.
- Giner, S. (1989). *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona: Alianza
- Gomis, L. (1987). *El medio media*. Barcelona: Mitre.
- Habermas, J. (1962). *Historia y crítica de la opinión pública* (3.ª ed.). Ciudad de México: Gili.
- Habermas, J. (1973). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.
- Herrera, K. (2008). *Percepciones y situaciones acerca de la libertad de prensa, censura y ética periodística en Bolivia* (2.ª ed.). La Paz: Aru.
- John Arandia se despide de la tv tras 17 años. (7 de agosto de 2015). *El Deber*. Recuperado de <http://www.eldeber.com.bo/especiales/john-arandia-despide-tv-17.html>
- La ANP registra 44 agresiones a periodistas. (30 de julio de 2015). *Los Tiempos*. Recuperado de <http://www.lostiempos.com/actualidad/nacional/20150730/anp-registra-44-agresiones-periodistas>
- Lippmann, W. (1969). *Opinión pública*. Buenos Aires: Compañía General Fabril.
- Luhmann, N. (1996). *La ciencia de la sociedad*. Barcelona: Anthropos.
- Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- Marcinkowski, F. (1993). *Publicidad como un sistema autopoético*. Leverkusen, Alemania: Opladem.
- Marquard, O. (1989). *Anestesia y anestésicos: Condiciones fisiológicas*. Paderborn, Alemania: s.e.

Mill, J. S. (1964). *Sobre la libertad*. Buenos Aires: Aguilar.

Quintana convierte “interpelación” en fuertes ataques contra medios y periodistas. (19 de mayo de 2016). *Fides*. Recuperado de <http://www.noticiasfides.com/politica/quintana-convierte-interpelacion-en-fuertes-ataques-contra-medios-y-periodistas-366027/>.

Sampedro, V. (2000). *Opinión pública y democracia: medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.

Schramm, W. (1973). *Mensajes de los hombres y medios*. Nueva York: Harper & Row.

Spencer, G. (1979). *Leyes de forma*. Nueva York: E. P. Dutton.

Valverde se va a Argentina por “presiones políticas”. (27 de mayo de 2016). *Erbol Digital*. Recuperado de https://www.erbol.com.bo/noticia/social/27052016/valverde_se_va_argentina_por_presiones_politicas

Villanueva, E. (2004). *Temas selectores del derecho de la información*. Ciudad de México: Instituto de Investigaciones Jurídicas.

La disminución de la distancia entre lo público y lo privado en la modernidad tardía en Bolivia:

Un análisis sociológico sobre el interés colectivo por la vida privada de figuras públicas

Lic. María Lucía Fernández de Araujo Meruvia¹

Dirección electrónica: marialucia.fernandez.meruvia@gmail.com

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 3/04/18

Fecha de aprobación: 10/05/18

Resumen

El interés colectivo por la vida privada de las figuras públicas resulta ser un fenómeno tan viejo como la humanidad. El desarrollo de las herramientas de vigilancia y control social es un prodigio que se da cada vez con mayor frecuencia en los países occidentales. Hoy en día, el interés por la vida privada es fomentado por el consumo masivo de los medios de comunicación de masas. El año 2013, el fenómeno fue evidente en la sociedad boliviana cuando el vídeo de una periodista salió a la luz pública. Dicho vídeo era explícito. Es necesario recalcar que Bolivia tiene dos realidades, una de una comunidad globalizada y otra que incluso puede ser calificada de premoderna.

Palabras clave

Modernidad tardía, esfera pública, esfera privada, riesgo y vigilancia

1 Titulada de la carrera de Comunicación Social.

The decrease of the distance between the public and the private in the late modernity in Bolivia:

a sociological review about the collective interest for the private life of public figures

Abstract

The collective interest in the private life of public figures turns out to be a phenomenon as old as humanity. However, the development of social monitoring and control tools is a prodigy that occurs more and more frequently in Western countries. Nowadays, the interest in private life is fostered by the mass consumption of the mass media. In 2013, the phenomenon was evident in Bolivian society when the video of a journalist came to light. The video was explicit. However, it is necessary to emphasize that Bolivia has two realities, one of a globalized community and another that can even be qualified as pre-modern.

Key words

Late modernity (liquid modernity), public sphere, private sphere, risk and vigilance.

I. Introducción

El presente texto tiene como objetivo el entendimiento del interés colectivo por la vida privada de las figuras públicas en Bolivia tomando en cuenta la modernidad y las implicancias que aquel tiene en el pensamiento contemporáneo. Es así que esta investigación está orientada hacia la sociología de la comunicación de masas ya que los medios de comunicación influyen de manera considerable en la forma de pensar y de actuar de los individuos. Sin embargo, este trabajo investigativo también tiene que ver con la sociología política y la opinión pública considerando que la ciudadanía y la participación de esta son parte del manifiesto por el interés colectivo por la vida íntima de las figuras públicas.

Es pertinente mencionar que, en el año 2013, la periodista y en ese entonces conductora del programa *Zona Pública*, Paola Belmonte, se vio en situación de conflicto, a partir de la publicación de un vídeo privado. En él se expone una infidelidad a partir de un encuentro íntimo. Rápidamente, el vídeo fue publicado y viralizado tanto en las redes sociales como en páginas pornográficas. El caso de la periodista Paola Belmonte causó grandes debates y polémicas en la sociedad paceña; primero porque era explícito y segundo porque la mencionada estaba teniendo una relación extra matrimonial.

Después de una profunda investigación, se vio necesario tocar el tema de la vigilancia y las sensaciones de riesgo de la modernidad. Estos, son temas que

influyen mucho en la forma de pensar dando lugar a cambios importantes en la vida de los individuos. Asimismo, abordar estos temas nos permiten explicar el interés colectivo por la vida privada de las figuras públicas. Dicho esto, la pregunta de investigación con la que se trabajó fue la siguiente: ¿Por qué la disminución de la distancia entre lo público y lo privado, en el contexto de las sensaciones de riesgo y vigilancia, en la modernidad tardía en Bolivia determina un interés colectivo por la vida privada de figuras públicas?

Para entender este fenómeno y sus implicaciones, se ha visto pertinente trabajar sobre el caso Paola Belmonte, ya que este muestra el interés colectivo por la vida privada de las figuras públicas.

Es justo mencionar la modernidad radicalizada expuesta por Giddens (1999) ya que este nos permitirá entender la justificación del tema escogido para la investigación. El autor, en su libro *Consecuencias de la modernidad*, analiza, en primera instancia, el término modernidad de manera que intenta definirlo para poder llegar a explicar lo que significa la modernidad radicalizada. De esta manera, define la modernidad como “los modos de vida u organización social que surgieron en Europa desde alrededor del siglo XVII en adelante y cuya influencia, posteriormente, los han convertido en más o menos mundiales” (p. 15). No obstante, asume que, a finales del siglo XX, se comienza a enfrentar el principio de una nueva era que trasciende a la misma modernidad; he aquí la modernidad radicalizada. Esta tiene que ver con el grado de intensidad y expansión que han alcanzado las consecuencias de la modernidad; otros autores se refieren a este término como la postmodernidad o modernidad tardía.

Por otro lado, en el contexto de la modernidad tardía surge la vigilancia líquida que a continuación describe Zygmunt Bauman junto a David Lyon. Este es un fenómeno que constituye un elemento de la vida moderna. Hoy en día, existe el código de barras, chips de identificación e identificadores únicos para cada producto individual. Asimismo, los códigos que aparecen en la ropa y en los pasaportes permiten conocer detalles personales que aseguran que la gente esté en el lugar correcto en el momento correcto. De esta manera coinciden en que actualmente se vive en un mundo panóptico; un lugar desde el cual se ve todo. “El poder puede moverse con la rapidez de una señal electrónica” (2013, p. 22). Los autores manifiestan que se vive en un mundo donde la sociedad está en constante vigilancia y control. De esta manera anuncian que gran parte

de esa información personal ahora se lo proporciona a la gente a través de los aparatos móviles dando lugar a la pérdida de privacidad.

En ese sentido los jóvenes aprenden a vivir en una sociedad en la que confiesan su intimidad y revelan sus secretos través de los medios de comunicación; se elimina la frontera que separa lo privado de lo público. La vigilancia líquida tiene una estrecha relación entre lo público y lo privado puesto a que se vive actualmente en una sociedad vigilada y controlada, por lo tanto, se corrompe la vida privada. El desarrollo de instrumentos de vigilancia contribuye a que los individuos perviertan su propia intimidad. Las redes sociales, por ejemplo, contribuyen a la exposición de la vida privada. En ese sentido Bauman y Lyon (2013) sustentan que existe una tendencia cada vez más fuerte por pertenecer a la sociedad y de esta manera hacen visible lo que debería ser invisible.

Esta idea de que lo público y lo privado están cada vez más cerca se contrapone a la idea que refleja Habermas en su libro *Historia y crítica de la opinión pública*, ya que este indica que existe una dicotomía entre lo público y lo privado (1962), la idea de la distancia entre estos conceptos reside en la explicación del autor de que lo público pertenecía a la sociedad burguesa puesto a que había una necesidad del señorío por hacer visible sus riquezas; de esta manera este se diferenciaba del proletariado. Sin embargo, el proceso de la modernidad y la postmodernidad han contribuido a que estos conceptos ya no estén contrapuestos sino todo lo contrario, están cada vez más unidos gracias al desarrollo de las instituciones modernas (ver tabla 1).

II. Las sensaciones de riesgo y vigilancia en el contexto de la modernidad tardía en Bolivia

1. Modernidad tardía según Giddens

Giddens (1990) afirma “que más allá de la modernidad, podemos percibir los contornos de un orden nuevo y diferente que es ‘posmoderno’; pero esto es muy distinto de lo que en este momento algunos han dado en llamar posmodernidad” (p. 17). Insiste entonces que en el periodo moderno tardío existe un nuevo orden social diferente al orden tradicional. En ese sentido se apoya en una palabra específica: discontinuidad. El análisis del carácter de la discontinuidad es fundamental para el autor para de esta manera poder determinar lo que verdaderamente es la modernidad. Para entender el carácter discontinuista se ve pertinente hacer la siguiente cita:

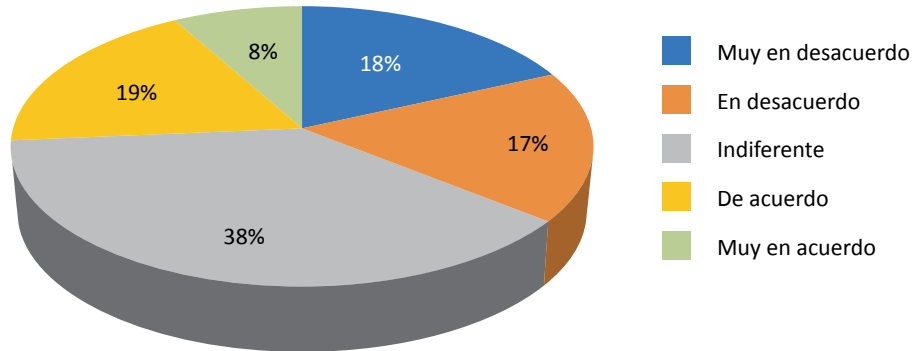
Tabla 1
Presentación de categorías de análisis

| | RASGO DE LA ACCIÓN COTIDIANA | Registro reflexivo de la acción | Racionalización de la acción | Motivación de la acción | Comunicación | Poder | Sanción |
|---|---------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|---|--|
| | MODALIDAD | Experiencia | Entendimiento | Motivo | Esquema de comprensión | Facilidad | Norma |
| Propósitos | CATEGORÍA | Conciencia discursiva | Conciencia práctica | Motivos | Significación (discurso) | Dominación (instituciones políticas y económicas) | Legitimación (instituciones jurídicas) |
| Explicar que existe una disminución de distancia entre la esfera pública y la esfera privada en la modernidad tardía. | La esfera pública (Habermas) | | | | | | |
| | Expectativas | Fidelidad | Monogamia | Valor racional | Selección de parentesco | Iglesia y el Estado | Parentesco |
| | Normas y valores | Matrimonio en el sentido cultural | Bienes mancomunados e hijos | Tradicón | Matrimonio por la iglesia o civil | Matrimonio institucional | Código de familia |
| | Reglas | Divorcio en el sentido cultural | manutención patria potestad | Racional instrumental | Juicio de divorcio | Divorcio institucional | La infidelidad como causal de divorcio |
| Explicar que existen sensaciones de riesgo y vigilancia en el contexto de la modernidad tardía. | Vigilancia Bauman | | | | | | |
| | Inseguridad | Miedo a la soledad | Soltería | emotividad | Selección de parentesco | Masculinidad | Estado civil (con reconocimiento legal) opuesto al matrimonio cohabitación |
| | Riesgo | Aislamiento social | Pérdida de sentido de pertenencia | Razón instrumental | Segregación | Patriarcado | Violencia de género |
| Entender, explicar y describir que existe un interés colectivo por la vida privada de figuras públicas. | Transformación de la intimidad | | | | | | |
| | Sexualidad | Represión sexual | Sexualidad plástica | Valor racional | La sexualidad como tabú | Masculinidad | Derecho a una vida privada |
| | Convivencia | Relación pura | Confluencia del amor | Tradicón | La estigmatización conductual | Patriarcado | Igualdad de género |

Las formas de vida introducidas por la modernidad arrasaron de manera sin precedentes todas las modalidades tradicionales del orden social. Tanto en extensiones como en intensidad, las transformaciones que ha acarreado la modernidad son más profundas que la mayoría de los tipos de cambio característicos de períodos anteriores. Extensivamente han servido para establecer formas de interconexión social que abarcan el globo terráqueo; intensivamente, han alterado algunas de las más íntimas y privadas características de nuestra cotidianeidad. (Giddens, 1999, p. 29).

Es necesario mencionar que una de las características de la discontinuidad en la modernidad son las diversas formas de pensar que adquieren los individuos. En ese sentido, se puede señalar que parte de las familias tradicionales se rompen en la era moderna tardía. Las familias estaban compuestas por padre, madre e hijos. Sin embargo, las familias modernas se componen de manera distinta o no necesariamente de esa manera. Los jóvenes de ahora, de acuerdo a la encuesta realizada a jóvenes de entre 18 y 25 años (ver figura 1), no consideran que una prioridad sea tener hijos. Al respecto, los datos de la encuesta, levantada para esta investigación, muestran que un 35% de los entrevistados (suma del porcentaje del 17% de personas en desacuerdo más el 18% de personas que están muy en desacuerdo) muestran que los jóvenes no consideran importante crear un lazo de parentesco sanguíneo, o sea, tener hijos. Asimismo, a un 38% les es indiferente tener hijos o no; esto quiere decir que tampoco es una prioridad tener hijos. Las cifras más bajas del cuadro son de 8% y de 19% que estarían representando a las personas que consideran tener hijos una prioridad; estas cifras son muy bajas lo que significa que existe mayor cantidad de personas de entre 18 y 25 años que podrían no tener hijos. Esta idea puede ser complementada con la Beck quien afirma lo siguiente: “la maternidad sigue siendo el vínculo más fuerte con el rol femenino tradicional, apenas se puede exagerar el significado que los *métodos anticonceptivos* y las *posibilidades jurídicas para interrumpir el embarazo* tienen para el desprendimiento de las mujeres respecto de las ideas tradicionales”. Como se dijo previamente, tener hijos viene a ser una idea que atañe más a las ideas tradicionales y no tanto a la modernidad.

Figura 1
La importancia de tener hijos



Fuente: elaboración propia.

2. Las sensaciones de riesgo y vigilancia en el contexto moderno

La vigilancia ha ido extendiéndose cada vez más durante décadas y hoy en día se puede decir que constituye un elemento fundamental del mundo moderno. Esta misma ha ido adquiriendo diferentes formas con el pasar de los años; sin embargo, se han generado modos de controlar a la sociedad. Surgen entonces mecanismos que permiten y dan lugar a la vigilancia y al control social como por ejemplo las cámaras que están a la vista en muchos lugares públicos.

Los viajeros de todos los aeropuertos son conscientes de que no sólo tienen que superar el control de pasaportes del siglo XX, sino que también tendrán que pasar por aparatos nuevos como escáneres corporales y controles biométricos, que han proliferado desde el 11-S. Por otra parte, si bien todos estos controles tienen que ver con la seguridad, otros medios de vigilancia, presentes en las compras sencillas o en el acceso *on-line* o la participación en una red social, adquieren cada vez mayor presencia. (Bauman & Lyon, 2013, p. 9).

Lyon, proporciona una introducción en la que se menciona y contextualiza a la vigilancia. Como bien se mencionaba, la vigilancia se ubica en un contexto social moderno en el que cada vez más nos enfrentamos al uso de mecanismos que permiten vigilar a la sociedad, pero, también controlarla. De este modo, asume que es un fenómeno nuevo que, además tiene una visión global. Poco a poco, según Lyon, se ha difuminado, especialmente en la esfera del consumo, este problema.

a) El impacto de los medios sociales en la sociedad moderna

El caso de la periodista Paola Belmonte, quien tuvo que enfrentarse a la divulgación de un video en el que tenía una relación extra matrimonial, es el claro ejemplo del impacto de los medios de comunicación en la sociedad. El video se viralizó inmediatamente llegando a un amplio número de individuos; todo esto a través de las redes sociales y medios de comunicación. Es por eso que se ve necesario conocer cuál es el impacto de los medios sociales en la sociedad.

La figura pública Paola Belmonte también conducía y producía un programa de entretenimiento por televisión que trataba justamente sobre la vida privada de las figuras públicas. La misma, menciona que, desde su experiencia como notoriedad pública, los medios de comunicación manipulan información y contenido. Manifiesta que lamentablemente los medios masivos de comunicación, en especial la televisión, están cada vez más interesados en la apariencia física que en la calidad profesional. Menciona también que los medios masivos siempre crean interés en torno a sus personalidades, son ellos mismos quienes crean el interés para generar más atención (Belmonte, comunicación personal, 15 de mayo de 2017).

Por otra parte, Carmen Alcoreza (socióloga boliviana) menciona que los medios de comunicación influyen nuestras mentes. Menciona que, por un lado, los medios de comunicación están penetrando cada vez más y se están filtrando en la conformación de la sociedad de ética. Los principios y los valores se están quebrantando cada vez más, por lo tanto, la sociedad se vuelve más vacía mentalmente. Antes se vivía en una época en la que existía una ética de comportamiento que ha sido irrupida por los medios de comunicación. El consumo ilimitado de los medios de comunicación está gobernando el mundo en este momento (comunicación personal, 12 de mayo de 2017).

De todos modos, una vez que entramos, nos convertimos en presas del destino. Como observa Brian Steler, “la inteligencia colectiva de los dos millones de usuarios de internet y las huellas digitales que tantos usuarios dejan en las páginas web, se combinan para ser cada día más probable que cualquier video embarazoso, cualquier foto íntima y cualquier email descortés se pueda atribuir a su fuente, quiera ésta reconocerlo o no”. Rich Lam, un fotógrafo *freelance* que tomó fotografías de los disturbios de

Vancouver, tardó un día en rastrear e identificar a una pareja que aparecía en una de sus fotos (por accidente) besándose apasionadamente. Todo aquello que es privado se hace hoy, potencialmente, en público. Y por ello está potencialmente disponible para consumo del público, y sigue disponible por un tiempo, que puede ser la eternidad, ya que internet “no está pensada para olvidar” nada de lo que en algún momento se ha grabado en alguno de sus servidores (Lyon & Bauman, 2013, pp. 30-31).

La sociedad de consumo y la cultura del consumo emergen a raíz de la producción masiva como fruto de la revolución industrial. Al principio se influenciaba más sobre la vestimenta de las personas, sus gustos, la alimentación sin embargo cada vez más comenzaron a influir en asuntos de mayor importancia como las estructuras sociales (la estructura de la familia). Las personas y sus intereses personales se convierten en el centro social; la satisfacción de las necesidades y deseos se vuelven una prioridad.

b) El sentido de pertenencia, consecuencia de la sociedad de riesgo

En ese sentido Bauman y Lyon mencionan que se ha perdido el anonimato en la vida de los seres humanos porque estos cada vez más tienen un interés por compartir y ser parte de algo. El sentido de pertenencia en la sociedad viene a ser fundamental para las personas de tal manera que como menciona los autores, las redes sociales como Facebook y otras muestran ese temor a no pertenecer a la sociedad.

Ambos desarrollos, y sobre todo su reconciliación y cooperación para desempeñar las mismas funciones, fueron posibles al sustituir el encarcelamiento y el confinamiento por la exclusión como máxima amenaza para la seguridad existencial y como máximo motivo de ansiedad. La condición de ser observado y visto cambió de categoría pasando de ser una amenaza a ser una tentación. La promesa de una visibilidad más amplia, la perspectiva de “estar al descubierto”, a la vista de todos y visto por todos, encaja con la búsqueda para más ávida de pruebas de reconocimiento social, y mediante ellas de existencia válida, esto es significativo. (Lyon & Bauman, 2013, p. 32).

Los autores mencionan por otra parte que Facebook es una herramienta que ha sido utilizada por los jóvenes para mostrar que existe una identidad en común con otros seres humanos. A través de las redes sociales puedes ser quien quieras

ser sin que nadie sepa que no eres lo que dices que aparentemente eres. Las redes sociales te permiten, en cierta manera, ya sea a través de perfiles falsos, pertenecer a un determinado grupo social. Por otro lado, publicar ciertas cosas sobre tu vida privada también te abre las puertas hacia el sentido de pertenencia social.

Al igual que ocurría con “la muerte del anonimato” gracias a internet, aquí también hay que matizar: sacrificamos nuestro derecho a la privacidad por propia voluntad. O quizás sólo accedemos a la pérdida de la privacidad porque nos parece un precio razonable por las maravillas que recibimos a cambio. (Lyon & Bauman, 2013, p. 30-31).

En consecuencia, se ha podido presenciar el carácter discontinuista de la modernidad en Bolivia. Este carácter tiene que ver con nuevas concepciones del mundo. En Bolivia, los jóvenes de entre 18 y 25 años no consideran que tener hijos es una prioridad. Asimismo, no tienen miedo de quedarse solteros por el resto de sus vidas; estos prefieren realizarse profesionalmente antes de que tener hijos. En ese sentido en el periodo moderno los individuos tienen la posibilidad de decidir cuándo van a tener hijo y si van a tenerlos o no.

III. La disminución de la distancia entre la esfera pública y la esfera privada en la modernidad tardía

1. La esfera pública y la esfera privada según Habermas

Habermas, (1990, p. 69) separa dos esferas: la *polis* que tenía que ver con la vida pública y la del *oikos* que pertenecía al ámbito de lo privado. En este contexto, lo público tenía que ver con el acceso de ciertos grupos sociales (más que todo la sociedad burguesa) a asuntos de interés económico y político. Lo privado era un concepto relacionado al espacio doméstico relacionado más a la familia y al hogar.

Como se puede evidenciar el autor plantea dos conceptos que están separados el uno del otro. Uno pertenecía más a la sociedad burguesa ya que esta tenía intereses particulares como mostrar su abundancia; se discriminaban a las mujeres de este espacio. Por otra parte, solo los hombres considerados ciudadanos eran los que tenían acceso a este espacio de lo público.

Se puede decir, por otra parte, que para Habermas todavía queda separado estos conceptos ya que lo público viene a ser la visibilidad mediática, periódicos ideológicos, asuntos de Estado y sobre todo los burgueses ilustrados. La casa, la familia, el no tener acceso a... representa lo privado. Sin embargo, hoy en día los conceptos están cada vez más vinculados y con más frecuencia se ve que van de la mano. Actualmente, con la ayuda del desarrollo tecnológico no necesariamente se necesita ser parte de la burguesía o debatir cuestiones políticas para formar parte de lo público.

La teoría de Habermas sobre la esfera pública permite entender el origen de la opinión pública y su funcionamiento. Se puede decir entonces que, si bien la esfera pública no funciona como antes, todavía mantiene ciertas estructuras. En ese sentido la notoriedad de Belmonte tiene que ver con lo que el autor menciona y explica en su libro acerca de lo público y la notoriedad mediática. Lo que es sabido por los demás, es decir la esfera de lo público, tiene que ver con los medios de comunicación; estos, son visibles. La televisión es un medio de comunicación que da lugar al surgimiento de figuras que llegan a ser referentes sociales que influyen en el modo de actuar de los sujetos sociales. La sociedad se siente identificada con las figuras de televisión a través de características particulares y, por otra parte, estas “personalidades públicas” aportan los valores colectivos de la sociedad. Belmonte, en su programa Zona Pública manifestó una posición moralista respecto al adulterio y a la infidelidad en general. De cierta manera la misma transmitía un valor al colectivo, un valor que ella misma atropelló.

2. Disminución de la distancia entre público y privado

La distancia entre lo público ha tenido una evolución importante en la sociedad. Los medios de comunicación han influido de manera fundamental; hay cada vez más una aproximación entre los dos conceptos. La brecha que había entre público y privado se acorta cada vez más.

Fue su hora de gloria (pírrica eso sí): la privacidad invadió, conquistó y colonizó el ámbito público; pero a costa de perder su derecho al secreto, que es su característica definitoria y su privilegio más querido y ferozmente defendido. Un secreto como las demás posesiones personales, es por definición esa parte del conocimiento que se impide y prohíbe compartir con los demás y que se controla celosamente. El secreto fija y delimita la frontera de la privacidad,

entendida ésta como el dominio propio de cada uno, el territorio de la soberanía exclusiva, dentro del cual cada uno tiene el poder total e indivisible para decidir quién y qué soy, y desde el cual cada uno puede intentar una y otra vez que sus decisiones sean reconocidas y respetadas. Sin embargo, en un giro de 180 grados que realizamos respecto de los hábitos de nuestros antepasados, perdimos la valentía, la energía, y sobre todo la voluntad de seguir defendiendo estos derechos, esos fundamentos insustituibles de la autonomía individual. (Lyon & Bauman, 2013, p. 36).

En ese sentido, Lyon y Bauman asumen que actualmente los seres humanos ya no velan por la seguridad de su privacidad e intimidad. Es más, actúan de manera contraria de manera que estos hacen pública sus vidas. Los medios de comunicación fomentan la publicación y el atropello a la privacidad. Bolivia tiene dos realidades, una de una comunidad globalizada y otra que incluso puede ser calificada de premoderna.

Las herramientas de vigilancia como los “drones” y las redes sociales y demás han llegado a las manos de los individuos. Estos lo utilizan de manera desmesurada y sin límites. Se empeñan cada vez más por mostrar lo que hacen, lo que piensan o sienten.

Las herramientas como los medios de comunicación no solamente son de alcance burgués como expone Habermas. Si no que tanto jóvenes de clase media baja o clase alta acceden a teléfonos móviles mediante los cuales ingresan a los medios de comunicación como las redes sociales. Por otra parte, la televisión está cada vez más al alcance de las personas, lo mismo sucede con la radio.

“La esencia de las redes sociales está en el intercambio de información personal”. Los usuarios se alegran de “revelar detalles íntimos de su vida personal”, “colgar información detallada” y “compartir fotografías”. Se estima que el 61 por ciento de los adolescentes británicos de entre 13 y 17 años “tienen un perfil personal en una red social” que les permite “socializar en línea”. (Lyon & Bauman, 2013, p. 37).

Una encuesta llevada a cabo en la Argentina por UNICEF Argentina (2013) (ver tabla 2) demuestra que, por ejemplo, un 60% de los jóvenes de entre 18 y 20 años, utiliza Twitter como una red social, que está entre las preferidas, para opiniones personales. Por otra parte, un 52% representa a los jóvenes que a

través de esta red social pública su estado de ánimo. Los datos presentados por Unicef demuestran que jóvenes viven permanentemente conectados a internet desafiando cada vez más su privacidad. Por otra parte, el número de jóvenes que utilizan las redes sociales para compartir algún tipo de información es también considerable (52%); asimismo, 56% utiliza la herramienta para enterarse de novedades. Se puede decir que a través de las dos tablas se puede evidenciar que las redes sociales rompen y disminuyen la brecha entre público y privado considerando que un 33% lo utiliza para publicar fotos personales. Los jóvenes se sirven de estas herramientas para compartir información, informarse, enterarse de algunas cosas de sus amigos.

Se puede decir entonces que el fácil acceso de los jóvenes y el avance de la tecnología influyen en el proceso de disminución de lo público y lo privado. Se puede mencionar en ese sentido que es más fácil para los jóvenes acceder a videos o información sobre cualquier ámbito. Es importante mencionar que cuando se trabajó en el grupo focal, el objetivo era ver y determinar el interés colectivo por la vida privada de las figuras públicas. Cuando se trabajó esta herramienta de investigación se preparó el video de la periodista Paola Belmonte ya sea para ver la reacción de los participantes del grupo focal pero también para determinar cuántos de estos lo habían compartido (y por qué medios).

Tabla 2
Opiniones personales respecto a los más *twitteados*

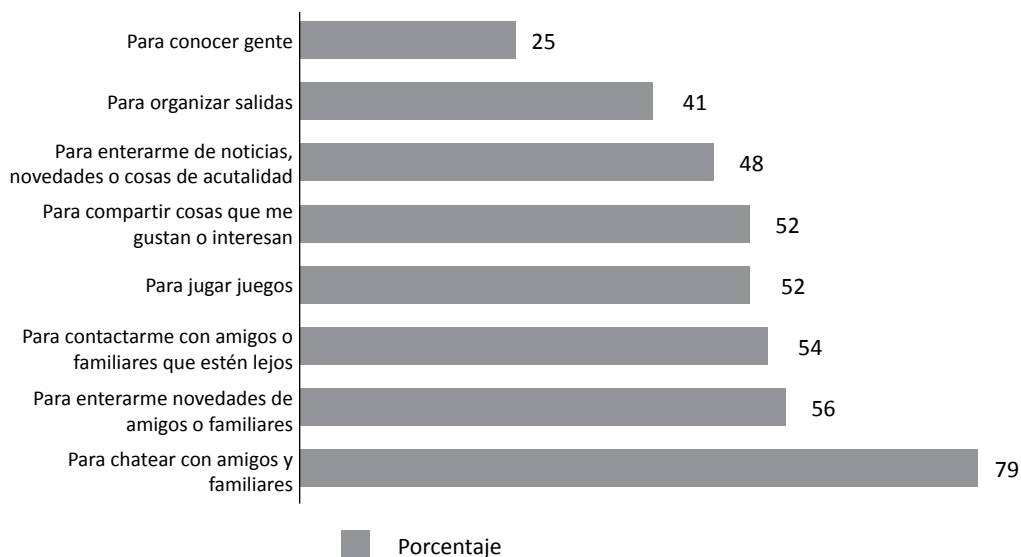
| Utilización de Twitter | Porcentajes |
|-----------------------------------|-------------|
| Opiniones personales | 60% |
| Fotos no personales | 22% |
| Videos no personales | 22% |
| Noticias, artículos de actualidad | 31% |
| Fotos personales | 33% |
| Chistes | 42% |
| RT de otras personas | 47% |
| Estados de ánimo | 52% |

Fuente: UNICEF Argentina (2013, p. 11).

La figura 2 muestra la utilidad que los jóvenes le dan a las redes sociales. A primera vista es impactante notar que un 56% utiliza estas herramientas como

un medio para enterarse novedades de amigos, familias y otros. Asimismo, 52% lo utiliza para compartir cosas que les gustan o interesan. Se puede decir que la información que se comparte puede tener contenido de la vida íntima propia o de otros individuos. En ese sentido ambos datos nos permiten decir que Bauman y Lyon tienen razón cuando mencionan que los sujetos sociales comparten su vida íntima para no ser excluidos. Por un lado, al enterarse de las novedades de los amigos, familias, artistas u otros los individuos adquieren automáticamente tema de conversación con otros individuos; esto, les abre rompe las barreras de la exclusión social. De igual manera, al compartir cosas que les gusta o interesa inmediatamente los mismos están haciendo público sus intereses personales; si una persona pública algo en cualquier red social sobre algún tema se puede asociar este a una característica personal del individuo.

Figura 2
Utilidad de las redes sociales



Fuente: UNICEF Argentina (2013, p. 7).

Las redes sociales juegan un rol fundamental en la vida de las personas. Fueron esenciales en el caso de la periodista Paola Belmonte ya que fue a través de esta herramienta que las personas tuvieron conocimiento sobre el mismo. De cierta manera, en el grupo focal se ve la disminución de la distancia de lo público y privado.

IV. Entendimiento, explicación y descripción de la existencia del interés colectivo por la vida privada de figuras públicas

1. El caso Belmonte

Paola Belmonte, periodista y productora boliviana de lo que fue el programa de televisión Zona Pública, emitido en Cadena A, se enfrentó a una situación incómoda ya que se publicó un video que se hizo viral. El video fue compartido y al reconocer a la figura pública fue inmediatamente compartido y difundido a través de las redes sociales.

Es importante recalcar que el video generó debates y polémicas en la opinión pública. Se violaron los derechos de la periodista. En una entrevista al canal la misma mencionó cómo se estaban violando sus derechos: su dignidad y su vida privada. Se atentó a su vida íntima.

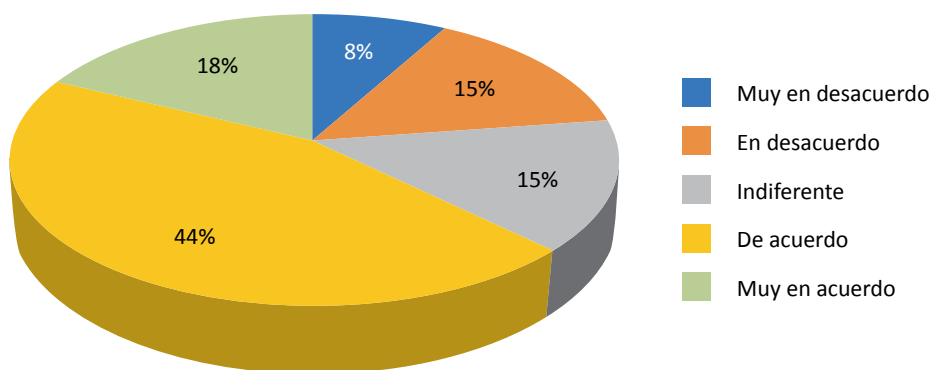
Durante meses, los videos fueron circulando a través de medios sociales mediante los cuales los ciudadanos manifestaron su menosprecio y prejuicio hacia Belmonte. Insultos y odio fue lo que se presencié en los comentarios de las diferentes redes sociales cuando aparecía la noticia respecto a Belmonte.

El caso fue bastante difundido en la sociedad no solamente por el vídeo de la figura pública. Lo curioso es que la presentadora de televisión se encargaba de exponer mediante su programa, asuntos personales de la vida privada de artistas a nivel mundial. Semanas antes de que se expusiera el video de la misma, en el programa se había expuesto un caso de infidelidad de un artista.

Es necesario mencionar que hubo mucho interés por el caso como se mencionó en el grupo focal los jóvenes en la universidad o en reuniones comentaban respecto al caso y muchos de entre estos se animaron a ver el video (ver figura 3). Un 62% mencionó en la encuesta haber tenido un interés en ver el vídeo íntimo de la periodista. Se puede decir que esta cifra es elevada y que las personas se interesan por la vida privada de las figuras públicas. Esto se debe a que las personas en el contexto moderno tienen más acceso mediante los medios de comunicación a la vida íntima de las figuras públicas. Asimismo, como se había mencionado antes, los individuos buscan su realización personal; integrarse a la sociedad es importante. El ser humano es un animal que es netamente social;

necesita intercambiar información con el otro y comunicar con el otro es por ello que los individuos dependen del otro; basan sus valores en el otro y buscan referentes de comportamientos que respondan a la sociedad. Asimismo, las figuras públicas son un referente de cierto tipo de comportamiento que tiene que ver con la moral y estigmatizaciones conductuales morales regidos por la iglesia. Se puede decir también que una de las razones por las que hubo tanto interés por ver el video ya que este era un tema de conversación para intercambiar con el otro y porque lo sucedido con Belmonte no respondía a un comportamiento adecuado para la sociedad que además provenía de un referente social legítimo.

Figura 3
El interés en ver el video de Paola Belmonte



Fuente: elaboración propia.

Se puede decir que los sujetos sociales buscan referencias de comportamientos sociales de personas legítimas, es decir, de personas que sean correctas, justas, razonables y que va de acuerdo a la razón. Entonces se puede decir que los sujetos buscan imitar el comportamiento de las figuras públicas ya que se consideran, en cierto modo como personas que tienen comportamientos y valores legítimos. Esto se justifica con la cifra que representa a las personas que se interesaron en ver el vídeo de Belmonte.

a) La influencia de los medios de comunicación en el caso Belmonte

Los medios de comunicación jugaron un papel fundamental en el caso de la periodista Paola Belmonte. De no haber sido por los medios de comunicación

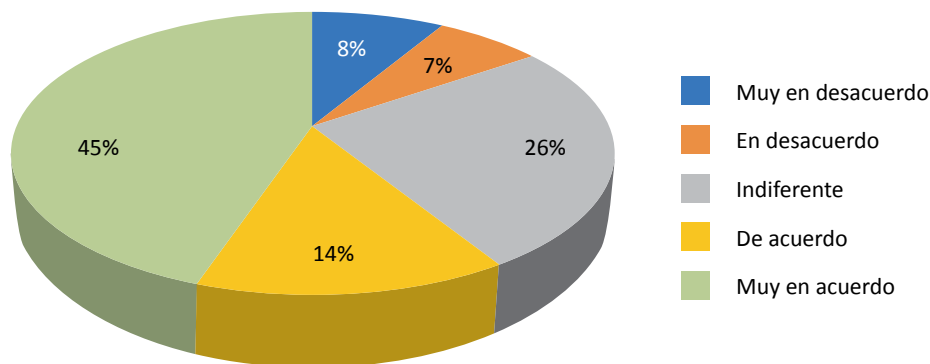
el video no hubiese llegado a un número de la población. Entonces la influencia de estos fomenta el morbo y el interés por este tipo de noticias.

Paola Belmonte, menciona que cada vez más los medios masivos de comunicación, en especial la televisión, están interesados más en la apariencia física que en la calidad profesional. Menciona que, por un lado, los medios masivos de comunicación y en especial la televisión, caen en la práctica de renovar sus rostros cada cierto tiempo, sin importarles la capacidad de la persona para el trabajo; se basan únicamente en la apariencia física. “Se incorpora cada vez más gente joven, muy atractiva, pero sin solvencia profesional” (comunicación personal, mayo de 2017).

En ese sentido, Carmen Alcoreza menciona que hoy en día los medios y su influencia, son responsables de que los jóvenes de hoy no analicen, no piensen, ni lean o se informen adecuadamente sobre un tema. Los jóvenes presentan cada vez más dificultades, según la entrevistada, para distinguir si la información que se está recibiendo es buena o mala o simplemente no aporta. Por otra parte, menciona que mucha de la información que difunde en los medios no aportan, pero, cambian la mente de los individuos (comunicación personal, 12 de mayo de 2017).

Para complementar lo mencionado, se ha visto pertinente reconocer que la figura 4 demuestra que las redes sociales han sido de gran importancia. Un 59% (suma del porcentaje de muy de acuerdo y de acuerdo) representa la cifra de aquellas personas que han compartido el video a través de las redes sociales. Este número resulta ser significativo ya que nos permite una vez más decir que los jóvenes se han servido de los medios de comunicación para difundir el vídeo y de esta manera hacerlo viral; la viralización de esta información ha dado lugar a que muchos jóvenes se enteren de lo sucedido con la periodista alcanzando una cifra importante de personas que han mirado y se han enterado de la situación. Al ser Belmonte una figura pública se ha dado lugar a que se genere un interés por lo sucedido ya que si la misma no hubiera sido pública los individuos no se hubieran manifestado de la manera en que lo hicieron más aun siendo esta infiel a su actual marido.

Figura 4
Actitud sobre la difusión del video



Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, Belmonte asume que la audiencia siempre tendrá interés por conocer detalles de la vida privada de las personas que ve en la televisión ya que están constantemente mirándolas entonces las idealizan. Según ella, las personas consideran a las figuras públicas como ejemplo, ya sea en el espectáculo, el deporte, los medios de comunicación. Y, menciona que los individuos no se dan cuenta de que esa imagen está creada para ser un producto de consumo y que por lo tanto debe mostrar lo mejor cuando está en público, una imagen que no siempre corresponde a la realidad (comunicación personal, 15 de mayo de 2017).

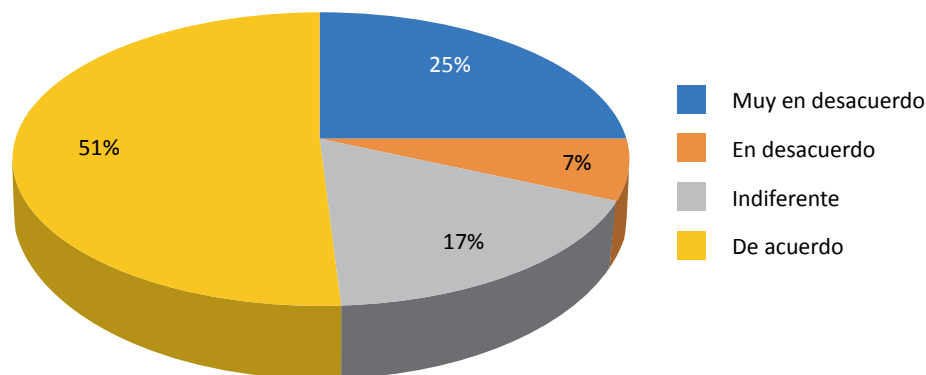
2. Nuevos programas televisivos que alimentan el interés por las figuras públicas

La llegada de internet a la vida de los individuos marca un cambio trascendental en la vida. Cada vez más frecuente se puede observar cómo entre individuos se crea una pasión y obsesión por ser visto; Bauman menciona que la frase de Descartes “pienso luego existo” es reemplazada por la siguiente: “Me ven (miran, notan, recuerdan) luego existo” (Lyon & Bauman, 2013, p. 135).

La llegada de internet puso al alcance de todo hijo de vecino una hazaña que antes requería escapadas nocturnas por parte de algunos artistas grafiteros entrenados y aventureros: hacer visible lo invisible, convertir lo ignorado y abandonado en flagrante e inesperado presente. En suma, convertir el existir en el mundo en tangible e irrefutable. (Lyon & Bauman, 2013, p. 135).

Belmonte, en tanto que figura pública menciona que el interés por la vida privada de las figuras públicas no es un fenómeno de ahora, pero, que es un fenómeno que se ha potencializado con las redes sociales. Por ende, para ella el acceder a la información por parte de cualquier persona es mucho más fácil ya que justamente cualquier persona tiene un celular con cámara de fotos, videos que, según la misma, puede convertirse en un arma de doble filo a la hora de invadir la vida privada de todos (comunicación personal, 15 de marzo de 2017). Es necesario recordar los datos obtenidos de la encuesta (ver figura 5) ya que un 51% de los jóvenes de entre 18 y 25 años se interesa por la vida privada de las figuras públicas. Estos resultados nos permiten reafirmar que existe un interés por la vida íntima de las figuras públicas.

Figura 5
El interés por la sexualidad de las figuras públicas



Fuente: elaboración propia

Es importante recalcar que los medios de comunicación masivos como bien se había dicho previamente buscan el consumo masivo. Para ello se crean programas que fomentan el consumo. Es pertinente mencionar que el programa Zona Pública era un programa de entretenimiento que buscaba informar a las personas sobre los artistas.

El programa Zona Pública, fue concebido y llevado a las pantallas como un programa especializado en periodismo de espectáculo, esto quiere decir, que hacía la cobertura de eventos relacionados al arte popular, música, teatro, danza, medios de comunicación. El énfasis se hacía en el o los personajes,

sus producciones profesionales y su vida privada hasta el límite que imponía el entrevistado mencionó Belmonte (comunicación personal, 15 de mayo de 2017).

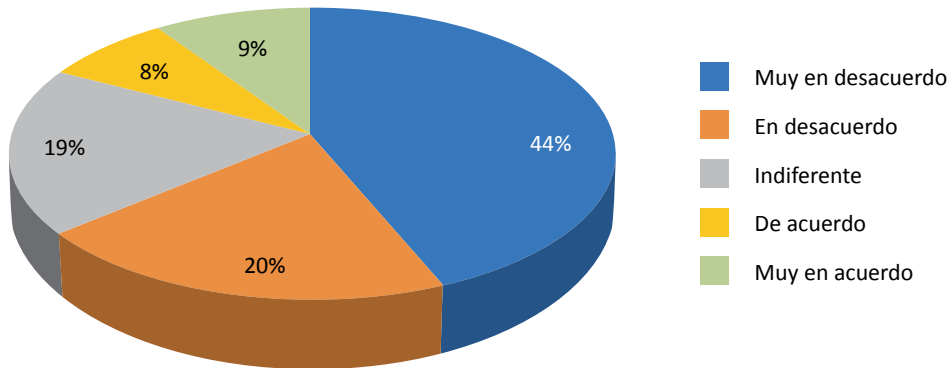
Por otra parte, es necesario recalcar que el programa Zona Pública llegó a ubicarse entre los diez programas (a nivel nacional) más vistos de la televisión en Bolivia. Esto significa que las personas en Bolivia se interesan por la vida privada de las figuras públicas; el rating del programa lo demuestra, pero, por otra parte, la cobertura de los medios de comunicación del país fomentó el interés por la vida privada de la figura pública Paola Belmonte y esta influencia y manipula tal interés.

3. La transformación de la intimidad como contribuyente al interés por la vida privada de las figuras públicas

Hablar del tema de infidelidad es todavía un tópico que suscita polémicas en la sociedad boliviana. Este podría ser un fenómeno que atañe más al contexto moderno ya que existen más y más casos de infidelidad.

A pesar de vivir en un contexto moderno, en Bolivia el tema de la sexualidad es un tabú. Hablar de sexo casual todavía es un tema no muy bien visto socialmente. A pesar de que los jóvenes dicen no sentirse reprimidos sexualmente (ver figura 6) todavía el sexo es un tabú. Por un lado, en Bolivia, se cuenta con una generación de padres con ideas tradicionales y en ese sentido padres con los que no se puede hablar de sexo con naturalidad y que también transmiten esas ideas sobre el sexo como “incorrectas” a sus hijos. Por otra parte, otro indicio que nos permite afirmar esto es que los métodos anticonceptivos, en Bolivia, no son gratuitos como en otros países. Si fuera el caso, probablemente el índice de jóvenes que tienen sexo casual sería más grande que el que se tiene ahora. También se puede mencionar que, al realizar este estudio de investigación, se pudo evidenciar que, si bien los jóvenes tienen acceso y derecho a una información sobre el tema, esto no quiere decir que se sientan cómodos hablando de sexo. Al realizar la encuesta muchos de estos se sintieron incómodos y no quisieron terminar la encuesta.

Figura 6
El nivel de represión sexual



Fuente: elaboración propia.

Las mujeres dejan el rol de amas de casa, madres e individuos reproductores. Se da un cambio de roles importante en las mujeres y en los hombres. Cada vez más se busca satisfacer su necesidad sexual. Es ahí donde comienza a darse un incremento de infidelidad en las parejas. Hablar de sexualidad era muy difícil en una sociedad tradicional. La emancipación de las mujeres ayuda a que tanto hombres como mujeres puedan sentirse libres respecto a su sexualidad.

Bismark Pinto (psicólogo boliviano), sustenta este hecho cuando menciona que ha habido una incrementación femenina en relación a la masculina. Todo esto, según explica, se debe a la emancipación de las mujeres. Menciona en ese sentido que las mujeres han tomado la decisión de asumir la apropiación de sus vidas y los varones no lo toleran; esto conlleva al incremento de la violencia doméstica, pero, sobre todo, a la infidelidad femenina (comunicación personal, 9 de mayo de 2017).

En ese sentido es necesario hacer mención a la masculinidad ya que es un término que se ha sexualizado con el tiempo. A pesar de la modernidad y de todas las evoluciones que esta implica socialmente, se vive en una sociedad patriarcal que fomenta ciertos estigmas conductuales tanto en las mujeres como en los hombres y que se los ve manifestado actividades de la vida cotidiana como la intimidad sexual.

a) Sexualidad plástica, estigmatización conductual y violencia de género en torno al caso Belmonte

En la *Transformación de la intimidad: Sexualidad, amor y erotismo*, Giddens (1995) explica en una primera parte, la construcción del yo en la modernidad; menciona que el “yo” se construye a partir de la reflexión ya cada vez más hay menos presencia de las ideas tradicionales. El proyecto reflexivo al que el autor se refiere tiene que ver con la relación de la construcción de la identidad con la sexualidad y las relaciones amorosas.

Asimismo, el autor menciona que las transformaciones que ocurrieron en la modernidad en cuanto a las conductas sexuales, dieron lugar a nuevas formas de vivir y sentir la sexualidad. En la modernidad hay más igualdad entre hombres y mujeres en cuanto a la sexualidad. Como ya se había mencionado antes, con la teoría de Beck, Giddens también considera la posibilidad de desligar la sexualidad a la reproducción y la utilización de los métodos anticonceptivos. En ese sentido asume que la mujer puede tener varios amantes antes de casarse y que en este periodo la virginidad ya no es un valor (1995, p. 35)

La sexualidad plástica de Giddens tiene que ver con la construcción del “yo” asume una postura sobre el amor que no tiene nada que ver con la sexualidad; habla más bien de la sexualidad como la posibilidad de mejorar las relaciones de pareja. Para hondar más en el tema explica lo que es el amor romántico y el amor pasión.

Se entiende el amor romántico como la proyección en el otro muy por detrás está la búsqueda del placer sexual. Esta idea del amor romántico tiene que ver con una idea de la sexualidad como reproductora según Giddens, esta es una idea conservadora de la sexualidad. En cambio, el amor pasión tiene que ver con la atracción sexual entre individuos que no tiene nada que ver con la rutina y el deber de los sujetos (1995, pp. 36-37).

Con la teoría sobre la sexualidad plástica se entiende que la sexualidad no tiene que ver con la reproducción o el matrimonio. En la modernidad, según el autor se conforma la esfera de la intimidad y de la privacidad vinculada al hogar fomentada por la transformación de las relaciones afectivas. En ese sentido, los individuos no ven al otro por su “función social” o por el “orden normativo”. A partir de ello, se crea un vínculo amoroso de pareja que tiene que ver con la

igualdad; en la medida en la que exista satisfacción para ambos sujetos y haya sentimientos de por medio se puede dar una relación pura. Esta relación pura da lugar a la confluencia del amor que tiene que ver con la confianza correlativa, es decir de ida y vuelta (se recibe en la misma medida en que se da) y asimismo la búsqueda del placer mutuo (Giddens, 1995, pp. 60-65).

A lo largo de la investigación se ha podido evidenciar que de cierta manera la sexualidad plástica de Giddens se manifiesta en ciertas ocasiones. La encuesta revela que los bolivianos buscan su satisfacción sexual y el de su pareja. Sin embargo, se puede evidenciar que existe una estigmatización regida por el patriarcalismo que no permite la liberación total y plena de la sexualidad en Bolivia. Por ejemplo, el caso Belmonte muestra que los sujetos se rigieron por el patriarcalismo para juzgarla y que “es más grave cuando la mujer es la que tiene la relación extra matrimonial” y esto se lo pudo evidenciar en el grupo focal ya que fue mencionado al trabajar este método.

Por un lado, es pertinente mencionar que a pesar de las evoluciones culturales tanto sociales, económicas, políticas como culturales se vive en una sociedad patriarcal. En muchos ámbitos, los hombres dominan en ese sentido, un ejemplo importante es el de la religión y el trabajo. En la mayoría de las religiones existe una dominación por parte de los hombres dejando un rol de subordinación a las mujeres; la participación de las mismas no es muy significativa. Asimismo, tomando en cuenta el mismo puesto de trabajo, un hombre puede llegar a ganar más que una mujer. De cierta manera se genera un poder que está asociado a la masculinidad este, se manifiesta como una especie de poder sobre la mujer.

El concepto de masculinidad tiene que ver con la negación de emociones, sentimientos y necesidades por parte de los hombres. Por ejemplo, un hombre puede llegar a sentir temor si sus sentimientos son revelados ya que vendría a mostrar cierta dependencia hacia algo o alguien. En ese sentido, la sociedad juega un rol fundamental ya que de cierto modo caracteriza al hombre como una persona que rechaza los sentimientos; de esta manera, la norma social indica la imposibilidad del hombre por dominar sus impulsos sexuales dando lugar a la creencia de que los mismos deben ser satisfechos sexualmente. La sexualidad tiene una significación distinta para el hombre, dada toda esta afirmación, se puede decir que el sexo para ellos se define como una autoafirmación de la virilidad. La sexualidad se basa en la satisfacción del placer propio que se manifiesta como un ejercicio.

A pesar de la emancipación de las mujeres la intimidad sexual de las mismas todavía está condicionada por la sociedad. Es muy posible que, en una pareja, la infidelidad de la mujer sea bien ocultado puesto a que la sociedad castiga la infidelidad y más aún de las mujeres. La manera en que las mujeres viven y experimentan su sexualidad ha cambiado, por ejemplo, hay cada vez más mujeres que experimentan encuentros sexuales casuales o, a las que les gustaría experimentar un encuentro de ese tipo. En este sentido de nuevo se puede decir que el impacto de la periodista Paola Belmonte tiene mucho que ver con la sexualidad como tabú; en este, entraría el sexo casual, la infidelidad y también el divorcio ya que todos estos tienen algo en común: es mal visto socialmente. Es por esta razón que el impacto en la sociedad con relación al caso tuvo mucho impacto.

De acuerdo a este análisis se puede evidenciar que para las mujeres es muy importante el tema de la sexualidad, sin embargo, no pueden hablar de la intimidad sexual tan libremente como los hombres. La sexualidad de las mujeres todavía está condicionada por normas o estigmatizaciones conductuales que deben seguir ya que actualmente la sociedad boliviana está regida por el patriarcalismo. Es por ello que se ha condenado a la periodista Paola Belmonte; era una mujer que estaba teniendo una relación extra matrimonial. La misma, estaba transgrediendo las normas morales y religiosas de la sociedad tradicional boliviana. Es probable que a la gente le haya llamado la atención el comportamiento de Belmonte puesto que mostraba otra imagen en la televisión. Por ello, las personas se dieron el derecho de lincharla a través de las redes sociales y otros medios masivos.

En ese sentido la periodista afirma lo siguiente: Las figuras públicas, al igual que cualquier humano, buscan mostrar lo mejor de sí, por ejemplo, en sus perfiles en las distintas redes sociales; sin embargo, al ser conocido tiene aún más presión ante el juzgamiento ajeno. La audiencia, fanáticos o detractores de las figuras públicas, siempre buscarán saber más y ahora el lugar perfecto son las redes sociales (P. Belmonte, comunicación personal, 15 de mayo de 2017).

V. Conclusiones

En este trabajo se ha podido evidenciar que la disminución de la distancia entre lo público y lo privado, en el contexto de las sensaciones de riesgo y vigilancia, en la modernidad tardía determinan un interés colectivo en la vida privada de

las figuras públicas en Bolivia. La modernidad radicalizada de Giddens, tiene que ver con la percepción de las consecuencias de la modernidad. En ese sentido se puede mencionar que en este periodo se dan nuevas ideas y concepciones sobre la vida; se da una transformación de las formas tradicionales de la vida de los individuos por ejemplo, se puede decir que la encuesta revela que para los jóvenes tener hijos ya no es una prioridad; los jóvenes se casan no para tener hijos ya que dentro del matrimonio pueden decidir si quieren tener hijos o no; los jóvenes no ven como una prioridad casarse ya que pueden vivir en pareja sin la necesidad de contraer matrimonio.

Una característica de la modernidad es el riesgo; los individuos cada vez más se sienten en riesgo por lo que se crea un mecanismo de vigilancia que permite un control social de los sujetos. Surgen entonces mecanismos que permiten y dan lugar a la vigilancia y al control social como por ejemplo las cámaras, los códigos de barras, los medios de comunicación masivos etc. Se asume que este es un fenómeno que permite llegar a una seguridad y como un proceso acelerado de la tecnología que cada vez se apropia más y más de la vida de los seres humanos dejando un poco de lado el mundo o la esfera de lo privado. La vigilancia proporciona de cierta manera seguridad en los individuos, porque determina cuales son los riesgos en una sociedad. Los nuevos medios de comunicación permiten determinar la ubicación exacta de una persona y detectar la actividad que está realizando en un determinado momento, la cibernética permite encontrar y conocer hasta el más mínimo detalle de la vida de una persona.

La modernidad radicalizada da lugar a ciertos sistemas de vigilancia y por ende a que cada vez más haya una necesidad por hacerse visible y notorio. Los medios de comunicación permiten vigilar y conocer aspectos de la vida privada de las personas. Este es el caso de la periodista Belmonte quien a través de los medios de comunicación proporcionaba información de la vida privada de las figuras públicas como artistas, estrellas de la televisión, presentadores de televisión en su programa Zona Pública y a partir también de los medios de comunicación se conoció un aspecto muy delicado de su vida privada.

Es por ello que se puede afirmar que existe una disminución de la distancia entre público y privado ya que lo visible no solamente llega a ser un ámbito que pertenece a los hombres adinerados que buscan mostrar sus riquezas como lo era antes de la modernidad. Hoy en día cada vez más jóvenes tienen acceso a información sobre la vida privada de las personas. Los medios de comunicación

son una herramienta que permite que los sujetos se hagan notorios y se enteren de la vida íntima de las figuras públicas. Por otra parte, la televisión cada vez más incentiva, a través de ciertos programas televisivos, el interés por la vida privada de las figuras públicas. En ese sentido, las herramientas de vigilancia como las redes sociales y demás han llegado a las manos de los individuos y hoy en día no solamente son de alcance burgués como expone Habermas. Tanto jóvenes de clase media baja o clase alta acceden a teléfonos móviles mediante los cuales ingresan a los medios de comunicación como las redes sociales. Por otra parte, la televisión está cada vez más las personas tienen mayor accesibilidad a la televisión y también a la radio, lo mismo sucede con la radio. Se puede decir entonces que el fácil acceso de los jóvenes y el avance de la tecnología influyen en el proceso de disminución de lo público y lo privado. Es más fácil para los jóvenes acceder a videos o información sobre cualquier ámbito. En consecuencia, el acceso de los jóvenes a los medios de comunicación y el avance de la tecnología influyen en el proceso de disminución de lo público y lo privado.

La cuestión de la emancipación de las mujeres permite un cambio trascendental en la manera de pensar de los individuos y se generan nuevos intereses para ellas mismas. El consumismo es una consecuencia; el mundo del espectáculo también comienza a ser de interés colectivo. Asimismo, se dan nuevas concepciones de la sexualidad tanto, que hoy en día la virginidad ya no es un valor importante sino más bien una idea tradicional. La encuesta realizada nos permite afirmar que, en una gran mayoría, los jóvenes han cambiado su forma de pensar respecto a la castidad antes del matrimonio. Tradicionalmente, lo privado pertenecía al hogar y la familia y los hombres ricos. Sin embargo, en la modernidad la esfera pública está al alcance de todos. Y se puede decir que esta brecha entre público y privado se acorta también por que el esquema tradicional de las familias se rompe.

Los medios de comunicación jugaron un papel fundamental en el caso de la periodista Paola Belmonte. Un 59% representa la cifra de aquellas personas que han compartido el video a través de las redes sociales; en el caso de Belmonte los jóvenes se han servido de los medios de comunicación para difundir el vídeo y de esta manera hacerlo viral. Al ser Belmonte una figura pública se ha dado lugar a que se genere un interés por lo sucedido ya que si la misma no hubiera sido pública los individuos no se hubieran manifestado de la manera en que lo hicieron más aun siendo esta infiel a su actual marido.

Asimismo, las personas construyen su identidad a partir de referentes. En ese sentido se puede mencionar que un 78% de los encuestados considera que está bien que se haya difundido el video de la periodista Paola Belmonte ya que la misma era un referente de comportamiento para la sociedad. Lo que le sucedió a la profesional contribuye al comportamiento social de los jóvenes de lo que no se debe hacer ya que este socialmente y moralmente no es un comportamiento aceptable. A partir de este comportamiento los jóvenes saben que el adulterio no es aceptado por la sociedad.

Por otra parte, se asume que en la modernidad la sociedad pasa de una sociedad tradicional a una de consumo. Los medios de comunicación crean interés en torno a las personalidades y al consumo de estos mismos dando lugar a la creación de un referente para el comportamiento de los individuos. Las figuras públicas en ese sentido se convierten en un ideal de lo que se debe o no hacer, del comportamiento que se debe mantener en la sociedad. Paola Belmonte era un referente social de comportamiento, por un lado, era una figura pública que seguía con los comportamientos y valores morales aceptados. Por otra parte, en *Zona Pública* criticaba y daba un discurso moral respecto al adulterio y respecto a otros temas como las drogas mencionando casos de adulterio o de drogadicción en estrellas de televisión, artistas etc.

Internet cambia de manera trascendental la vida de los sujetos ya que a través de esta herramienta el colectivo se hace notorio. Los medios de comunicación buscan de cierta manera hacer visible lo que antes era invisible. Y para ello, los medios utilizan ciertos acontecimientos personales e íntimos de la vida de los individuos (en especial de las figuras públicas) para lograr un impacto, pero, sobre todo, hacer notorio un acontecimiento cotidiano y de la vida común de las personas. Por ejemplo, el caso de la periodista Belmonte también fue transmitido en otros canales. Un acto tan común llegó a impactar a la sociedad por la cobertura que se le dio en los medios de televisión convirtiendo el hecho de algo tan íntimo en público puesto que se mostraron imágenes y partes del video.

VI. Referencias

Bauman, D., & Lyon, Z. (2013). *Vigilancia líquida*. Buenos Aires: Paidós.

Beck U. (1998). *La sociedad del riesgo: Hacia una nueva modernidad* (2.^a ed.). Buenos Aires: Paidós.

Carrillo, S. (2010). La intimidad al aire: acerca de “lo público” y “lo privado” [Entrada en un blog]. Recuperado de <https://hablasonialuz.wordpress.com/2010/02/11/la-intimidad-al-aire-acerca-de-‘lo-publico’-y-‘lo-privado’/>

Giddens, A. (1995). *La transformación de la intimidad: Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid: Cátedra.

Giddens, A. (1999). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.

Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública* (5.ª ed.), Madrid: Gili.

Mantilla, F. (2014). La protección del derecho a la intimidad frente a las indiscreciones literarias. *Revista Chilena de Derecho Privado*, 23, 497-498. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-80722014000200022>

Nogueira, H. (2004). Pautas para superar las tensiones entre los derechos a la libertad de opinión e información y los derechos a la honra y la vida privada. *Revista de derecho (Valdivia)*, 17, 139-160. Recuperado de <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-09502004000200006>

Pagliari, R., Ponce, M., Saavedra, M., & Urruchúa, M. (2013). La sexualidad en la actualidad: Educación sexual [Entrada en un blog]. Recuperado de <http://www.educacionsexual.com.ar/biblioteca-online/educacion-sexual-aspectos-ideologicos-y-conceptuales/la-sexualidad-en-la-actualidad>

Paolini, P., & Ravalli, M. (2016). *Chic@s conectados: Investigación sobre percepciones y hábitos de niños, niñas y adolescentes en internet y redes sociales* [Versión en PDF]. Recuperado de https://www.unicef.org/argentina/sites/unicef.org.argentina/files/2018-04/COM_kidsonline2016.pdf

Royemont, D. (1978). *El amor y occidente* (2.ª ed.). Barcelona: Kairos.

Sánchez, A., Silveira, H., & Navarro, M. (2003). *Tecnología, intimidad y sociedad democrática*. Recuperado de <https://books.google.com.bo/books?>

id=hIW4dQ6XLoAC&dq=la+intimidad+se+transforma&source=gbs_navlinks_s

Terán, O., & Aguilar, J. (2017). Influencia de los medios de comunicación en la opinión pública. *Aporrea*, 3, 1-3. Recuperado de <https://www.aporrea.org/medios/a244619.html>

UNICEF Argentina. (9 de octubre de 2013). *Ciudadanía digital. Los adolescentes en internet, 2013* [Presentación en SlideShare]. Recuperado de <https://www.slideshare.net/unicefargentina/ciudadana-digital-los-adolescentes-en-las-redes-sociales-2013>

Valcárcel, C. (2013). Porqué algunas parejas deciden grabar sus relaciones íntimas. *Siquiatría Explicada: siquiatria, relaciones y mejoramiento personal* [Entrada en un blog]. Recuperado de <http://www.siquiatríaexplicada.com/2013/06/porque-algunas-parejas-deciden-grabar.html>

La Corporación Frida Kahlo del siglo XXI

Analizada a través de la teoría del aura de Walter Benjamin

Paolo Agramont Fornes Samsó¹

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"
Correo electrónico: paolo.adagio@gmail.com
(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 29/03/2018

Fecha de aprobación: 12/05/2018

Resumen

Walter Benjamin expuso la teoría del aura en el arte, una cualidad que hace que el arte sea arte. El encuentro entre el artista y lo divino, el aquí y el ahora, la habilidad con que se ha creado una obra de arte son parte que componen el aura. La Corporación Frida Kahlo ha masificado la imagen y las pinturas de Frida Kahlo, convirtiéndolas en una mercancía rentable. ¿Es en el siglo XXI la Corporación Frida Kahlo una muestra de la decadencia del aura, según las ideas de Benjamin, en el arte de Frida Kahlo? ¿Es esta transición la pérdida del aura?

Palabras clave

Walter Benjamin, Frida Kahlo, teoría del aura, arte, la Corporación Frida Kahlo, masificación.

The Frida Kahlo Corporation of the 21st century

Analyzed through the theory of the aura by Walter Benjamin

Abstract

Walter Benjamin exposed the theory of aura in art, a quality that makes art an art. The encounter between the artist and the divine, the here and now, the skill with which a work of art has been created are part of the aura. The Frida Kahlo Corporation has exposed the image and paintings of Frida Kahlo to the masses, turning them into a profitable merchandise. Is the 21st century the Frida Kahlo Corporation a sample of the decline of the aura, according to Benjamin's ideas, in the art of Frida Kahlo? Is this transition the loss of the aura?

Keywords

Walter Benjamin, Frida Kahlo, the Theory of the Aura, art, The Frida Kahlo Corporation, massification.

1 Titulado de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social año 2017

I. Introducción

Frida Kahlo (y su iconografía) ha recorrido un largo camino desde su natal México en el siglo XX, donde era un ícono de la mexicanidad y del mestizaje, hasta el mundo globalizado de hoy en día, para ser un ícono de la cultura pop al lado de Britney Spears y su boa amarilla o de Madonna y su sostén de conos. En palabras de Servando Ortoll y Annette B. Ramírez de Arellano (2003),

durante las últimas dos décadas, Frida Kahlo ha encontrado un nicho en la cultura popular. Tan es así, que el abusado término de ícono se ha utilizado con frecuencia para referirse a ella. A Kahlo se le ha considerado pintora consumada, ídolo feminista, defensora del amor libre, artista comprometida, esposa apasionada, musa de la moda, e incluso un ejemplo a seguir para los discapacitados. [...] Frida se ha incorporado al panteón de las mujeres que aparecen en las estampillas postales estadounidenses, uniéndose así a luminarias tales como Eleanor Roosevelt, Clara Barton, y Lucille Ball. (p. 121).

Con la velocidad con la que un gotero se convierte en un chorro afluente de agua, que a su vez después se transforma en un río que fluye con fuerza, Frida se ha incorporado en la psique de la gente y en la cultura popular, cambiando el legado que había dejado el 13 de julio de 1954, día de su muerte, por otro legado que existe y la representa el día de hoy.

¿Qué es Frida Kahlo en el siglo XX? La pregunta está planteada como “qué es” y no como “quién es”, porque Frida Kahlo ha pasado de ser una persona a ser una leyenda casi mitológica; en la actual reconstrucción de la identidad de Kahlo, priman la especulación y estas nuevas interpretaciones. Ante esto, la académica Diana Palaversich explica:

En México la gente está cansada y harta de Frida. No ponemos a Frida en un nivel de santa como lo hacen en Estados Unidos y Europa. Siempre fue la esposa de Diego Rivera. Se ha convertido en un invento de los americanos, un producto del marketing, es realmente sobrevalorada. (2008, p. 1).

El interés que ha suscitado el “mito Kahlo” ha llevado a que las personas se interesen por Frida como un personaje y no por su obra. Los fritos y refritos de la vida de Kahlo han llevado a la especulación, a que se creen nuevas asociaciones con relación a su figura y que se haga de ella una santa mártir, admirada por su dolor, por su vida y por su contexto; su condición como artista pintora del siglo

XX pasa a un segundo plano (o incluso más atrás), para que sea exaltada una historia de sobrevivencia, sufrimiento, amor y magia. Estos nuevos significantes asociados a la figura de Frida Kahlo han dejado que muera el valor de la artista como artista productora de obras de arte.

La sobreexplotación de la imagen de Kahlo y las interpretaciones de sus obras artísticas influidas por esta sobreexplotación han llevado a que se desvirtúe el intelecto detrás de estas pinturas que representan a un México del siglo XX a través de los ojos de una mujer mestiza, políticamente activa, y miembro de una élite de artistas representativos del contexto. Esta sobreexposición, reinterpretación y masificación de la imagen y las pinturas de Frida Kahlo han llevado a que el significado de las mismas quede atrás y se conviertan solamente en un apéndice que ayuda a contar la historia de una mujer, donde lo deslumbrante no es el arte producido, sino la vida e historia en sí de ella.

La obra de Kahlo tiene un peso en la historia del arte y de la representación de la mujer latinoamericana y mestiza. Su arte (de forma involuntaria) ha cuestionado los límites y los alcances de las producciones artísticas que puede realizar una mujer, abriendo así las puertas para que otras artistas puedan explorar; sin embargo, hay quienes olvidan que Frida ha afianzado ese suelo. Palaversich explica así las particularidades y aportes de la obra de Kahlo:

Partiendo del predicamento particular de su propio cuerpo y la experiencia personal, la pintora da un paso más, convirtiendo lo privado e íntimo en público y colectivo. Al hacerlo, problematiza la representación idealizada del desnudo femenino y pone énfasis en la actividad biológica de este cuerpo y la posición que tiene dentro de los discursos sociales y sexuales de la época... ella sabotea la gratificación del placer visual masculino y obliga al espectador a prestar atención a los tabúes sociales que rodean el cuerpo de la mujer y sus funciones biológicas. (2008, p. 3).

En algunas pinturas, la presencia del color rojo y de la sangre femenina sirven como símbolo de sexualidad, maternidad, y posición social; estos elementos desafiaron a los que en aquel entonces fueron espectadores de la obra de Kahlo, invitándolos a través de un shock a pensar y reinterpretar, entre otros aspectos, la posición de la mujer en la sociedad y así en el mundo. Este es un ejemplo de cómo aspectos importantes y sociales del arte de la pintora se han desvanecido en la metamorfosis de "Frida Kahlo: la pintora" a "Frida Kahlo: la heroína de la cultura popular".

II. ¿Cómo ha pasado el arte y las fotos de Frida Kahlo, siendo la antítesis del cuerpo comercial, a ser un producto de comercialización masiva?

Para poder responder esta pregunta, esta investigación analiza y usa como base la teoría de la pérdida del “aura” de Walter Benjamin, demostrando así que sigue vigente en el siglo XXI.

¿Cuál es la diferencia entre una obra de arte intacta y una que ha sido reproducida y masificada? Según Walter Benjamin, la existencia del aura. Esta es una cualidad que tiene el arte que lo hace en sí arte. Según el criterio del autor, una obra de arte es algo que se asemeja a lo celestial, ya que posee en sí características que la hacen casi sobrehumana, pues es fruto de la develación de algo divino y es una huella de ese momento sublime. Esta característica es la que regocija al espectador cuando este está en presencia del arte.

Pero ¿qué es propiamente el aura? Para Benjamin, el aura es “un entretejido muy especial de espacio y tiempo: apareamiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar” (Benjamin, 2003, p. 47).

Según Benjamin, el aura es como ese momento único en el que presenciamos un atardecer. Sabemos que el tiempo que tome el sol en ponerse escapa de nuestras manos, por lo que lo observamos muy detenidamente durante lo que se nos sea permitido, para así apoderarnos y poder apreciar esta mágica, única e irrepetible experiencia. El aura en el arte es lo mismo, no podemos llegar a acercarnos a una obra de arte en su totalidad, no la podemos poseer, y el estar en su presencia no puede durar mucho tiempo. Ese regocijo con el que apreciamos un atardecer es el mismo con el que sentimos y experimentamos el aura de una obra de arte, en un lugar específico, por un tiempo específico, los cuales no están en nuestro poder para manipular.

Una antigua estatua de Venus, por ejemplo, se encontraba entre los griegos, que hacían de ella un objeto de culto, en un conjunto de relaciones tradicionales diferente del que prevalecía entre los clérigos medievales, que veían en ella un ídolo maligno. Algo, sin embargo, se les ofrecía a ambos de la misma manera: la unicidad, es decir el aura. (Benjamin, 2003, p. 49).

Una característica del aura es ese valor único que tiene el arte, que hace que este sea insustituible, que hace que la obra sea auténtica. Ni el mejor de los

copiadores de arte va a poder hacer una obra igual a la “Noche estrellada” de Vincent Van Gogh, porque la obra lleva un sentimiento único que representa el encuentro de lo trascendental, también conlleva en sí una carga histórica del lugar, las circunstancias y la época en la que esta fue creada:

La producción artística comienza con imágenes que están al servicio de la magia. Lo importante de estas imágenes está en el hecho de que existan, no en que sean vistas. El búfalo que el hombre de la Edad de Piedra dibuja sobre las paredes de su cueva es un instrumento mágico que solo casualmente se exhibe a la vista de los otros. Lo importante es, a lo mucho, que lo vean los espíritus. (Benjamin, 2003, p. 53).

El aura es en el arte lo que los sentimientos son para el ser humano. Se pueden sentir, pero no se pueden ver. El arte, siguiendo los planteamientos de Benjamin, es la materialización de un sentimiento profundo, el cual tiene un sentido único para el creador. Al ser el arte una expresión íntima no está elaborada para que sea expuesta a todos, ya que el significado de la misma solo lo puede descifrar el creador. Respecto al desplazamiento del valor ritual del arte por el valor de exhibición, el teórico alemán explica:

Con la fotografía, el valor de la exhibición comienza a vencer en toda la línea del valor ritual. Pero este no cede sin ofrecer resistencia. Ocupa una última trinchera, el rostro humano. No es de ninguna manera casual que el retrato sea la principal ocupación de la fotografía en sus comienzos. El valor de culto de la imagen tiene su último refugio en el culto al recuerdo de los seres amados, lejanos o fallecidos. En las primeras fotográficas, el aura no hace una última señal desde la expresión fugaz de un rostro humano. En ello consiste su belleza melancólica, la cual no tiene comparación. Y allí donde el ser humano se retira de la fotografía, el valor de exhibición se enfrenta por primera vez con ventaja al valor al culto”. (Benjamin, 2003, p. 58).

Otro factor que contribuye a la experimentación del aura de la obra es el lugar donde se encuentra: “La historia a la que una obra de arte ha estado sometida a lo largo de su permanencia es algo que atañe exclusivamente a esta, su existencia única” (Benjamin, 2003, p. 42).

La obra de arte tiene un contenido denso, se carga de sentidos, en función de un lugar, un tiempo y un evento (este último trascendental) específicos. El lugar donde está el arte también tiene que ver con el aura, porque la locación

física donde se ha decidido producirlo y/o exhibirlo también representa algo. En el caso de Frida Kahlo, es muy distinto tener un cuadro de Frida Kahlo que representa un México del siglo XX en México que tenerlo en museo de arte en Francia. El contenido de la obra y el lugar donde reside configuran y afectan la experiencia del aura del arte. El arte conlleva en sí un testimonio histórico.

Cuando se trata de la reproducción, donde la primera se ha retirado del alcance de los receptores, también el segundo –el carácter del testimonio histórico– se tambalea... pero lo que se tambalea con él es la autoridad de la cosa, su carga de tradición. (Benjamin, 2003, p. 44).

III. ¿Cómo se destruye el aura?

El crecimiento de las masas y de la tecnología tiene una tendencia por acercarse a las cosas. Las masas contemporáneas tienen la manía de querer poseer en copia, en reproducción, en falso, lo que les gusta y entretiene para poder repetir esa sensación continuamente. Esta manía es la principal muestra de la pérdida de condiciones y capacidades para apreciar el aura, ya que, al tratar de poseer el arte, se pierde el aquí y el ahora, que es la base de lo que es el aura, porque el poseer homogeniza el arte en el mundo.

Las masas hoy en día han transformado el comportamiento del espectador frente a la obra de arte. Las masas buscan entretenimiento en el arte. El amante del arte busca un acercamiento a este con recogimiento. El espectador que se enamora y recoge ante una obra de arte se “hunde” en ella. Las masas al usar el arte como entretenimiento hacen que el arte se hunda en ellas.

La reproducción de manera masiva de las obras de arte no está interconectada solamente con la fabricación masiva de productos industriales, sino también con la producción masiva de actitudes y desempeños humanos. Dejar de lado estas interconexiones implica privarse de los elementos de análisis necesarios para determinar la función actual del arte.

IV. El aura en el arte de Frida Kahlo

Los autorretratos autobiográficos de Frida Kahlo ofrecen un vehículo para la visión crítica de un contexto social/histórico en el cual Kahlo negocia un rol entre artista y esposa (...)

Kahlo usaba el dolor físico, la desnudez y la sexualidad en sus autorretratos, no en su totalidad, para documentar su trauma corporal y emocional, pero también para expresar que sentía dolor. (Lindauer, 1999, pp. 13, 45).

Como se ha podido observar, cada evento significativo en la vida de Kahlo ha culminado en una pintura, deduciendo así que son estos eventos significativos “el encuentro con lo celestial y trascendental” que Benjamin identifica como el precursor de la creación del arte. Si se examina este hecho con más precisión, se puede entender que “el encuentro con lo celestial y lo trascendental” para Frida Kahlo era el encuentro con el dolor, no solo físico, sino también emocional. El dolor ha sido su encuentro trascendental y su precursor para crear arte.

El aura en los retratos de Kahlo está plasmada en los significantes que representan un dolor tan fuerte y profundo que, en este caso, no hay forma de medirlo, percibirlo y cuantificarlo; sino que la única forma de mostrarlo es pintarlo: “Según Herrera, biógrafa de Kahlo, el pintar era lo único que le aliviaba el dolor” (Lindauer, 1999, p. 45).

En el arte de Frida Kahlo predominaban, por su condición física, los autorretratos:

La cama tenía un toldo con un espejo, para que Frida pudiera verse a sí misma y ser su propia modelo (al pintar). Este fue el origen de los autorretratos que dominarían el repertorio de Kahlo y en el cual se plasmaba un registro virtual de su desarrollo como artista. Un género del que ella misma decía: “Me pinto a mí misma porque estoy casi siempre sola y porque soy lo que mejor conozco”. (Kettenmann, 1999, p. 18).

Los autorretratos de tamaño entero generalmente están ligados y representan eventos reales de su vida: su relación con su esposo Diego Rivera, su condición física y las secuelas que le dejó el accidente, su incapacidad de tener hijos, como también su filosofía sobre la naturaleza, la vida y el mundo.

Las pinturas de Frida, desde el principio, tuvieron una característica especial, ya que desde que superó a la muerte después del accidente, redescubrió su mundo y su imagen de una manera más consiente gracias a su condición: “En ese tiempo [después del accidente] mi obsesión era comenzar de nuevo, pintando cosas tal cual las veía con mis propios ojos y nada más” [afirma Kahlo]. (Kettenmann, 1999, p. 17).

El contenido del contexto social e histórico que los cuadros cargan como significantes son prueba de que entre la artista y el cuadro ha existido una trascendencia, confirmando así la existencia del aura en términos de Benjamin.

“Para poder expresar sus sentimientos Frida desarrolló su propia lengua pictórica, en la cual empleaba su propio vocabulario y sintaxis” (Kettenmann, 1999, p. 20). Por lo tanto, todos los cuadros realizados en su vida eran únicos y se podían decodificar entendiendo el contexto histórico y la vida misma de Frida. Los cuadros no eran un adorno que cumplía los cánones de la época para complacer al ojo humano, más bien eran una expresión total de sentimiento y situaciones.

Las emociones y el mensaje que lleva la obra de Frida se pueden analizar a través de la decodificación de los símbolos que acompañan su pintura. Su mensaje no es hermético: su trabajo debe ser visualizado como la suma metafórica de sus preocupaciones y experiencias. Las imágenes que adornan y dan forma a sus pinturas vienen directamente de la cultura popular mexicana y la cultura precolombina. Al respecto, Lindauer señala: “El sufrimiento creó su iconografía” (1999, p. 20).

V. El *fandom* de Frida Kahlo y la decadencia del Aura

El nombre de Frida Kahlo salió a la luz después de su muerte y saltó a los cánones de la historia, pero pegada a este también salió su vida privada con sabores a drama, escándalo y sexo. En los años 80, Frida surgía en los museos y en los documentales y ya para los 90 surgía en la cultura popular, haciendo que cuando se hable de Frida se hable de “la vida y el arte de Frida Kahlo”:

En una reseña de la exhibición itinerante *Pasión por Frida* que exhibía objetos relacionados con la inspiración creativa, moda popular, entre otros relacionados con la pintora, Robert Cathron dijo: “Kahlo sufría de terribles malestares físicos, polio en la niñez y un accidente de tranvía en su juventud destrozaron su cuerpo y su salud por el resto de su vida. Los abortos espontáneos arruinaron sus deseos de ser madre y le dejaron un espíritu malherido [...]. Todo esto se plasmó en sus pinturas. En sus autorretratos Frida presenta su torso abierto listo para ser inspeccionado mientras instrumentos médicos tortuosos yacían cerca”. (Lindauer, 1999, p. 150).

Esta reseña es un ejemplo de cómo, a través de las décadas, Frida deja su estatus de artista para convertirse en una curiosidad. Los hechos relevantes de su vida que habían inspirado su arte ahora eran la extravagancia que atraía al público a verla más a profundidad y a de pronto descubrir sus pinturas. Pero este de exhibiciones como la reseñada demuestran que es aquí donde las pinturas de Frida Kahlo pasan a segundo plano para mostrarla a ella sola, sin apoyarse en ellas, para mostrar a una Frida como personaje de un drama: “Rescatada del olvido, con sus significantes sociales y políticos de las pinturas desvanecidos, se convirtió en *La Vida y obra* de una artista con la sensibilidad de nuestros tiempos” (Lindauer, 1999, p. 151).

Al tiempo en el que el producto (arte) es sinónimo del productor (pintor), el artista se reduce a una construcción histórica propia, personal, psicológica y biológica construida paralela, pero separadamente de la historia social. En otras palabras, la curiosidad inicialmente dirigida hacia una artista y su lugar en la historia, pasó a ser curiosidad por pinturas de una mujer y, por ende, de su vida. Dejo de ser un tema para convertirse en un objeto.

Los significantes de Frida comenzaron a cambiar de tal forma que comenzó el goce y la inspiración en la “moda” de Frida Kahlo, calificándola como un ícono de la moda, y, en realidad, “cuando Frida se ponía el traje de Tehuana, ella elegía otra identidad, y Frida lo hizo con el fervor con el que una monja se pone el hábito” (Lindauer, 1999, p. 152). El traje de Tehuana no lo usaba por moda o por belleza, sino el significado de este que era la identidad mexicana pura, así manifestaba una postura política que ella había adoptado al casarse con Rivera. Se explotó el exotismo de su *look* sin rescatar su historia:

Cuando Frida visitó Nueva York y París por sus exhibiciones, el estilo de Frida Kahlo fue... adoptado por los círculos de la alta moda, llegó hasta VOGUE y fue adaptado como un *look* por Schiaparelli, quien diseñó “La Robe de Madame Rivera” inspirada en el distintivo atuendo de Tehuana. (Lindauer, 1999, p. 154).

Una de las fotos de Frida Kahlo fue usada en la portada de la revista *Vogue*. Frida comenzó a atraer los ojos del público no por su arte, sino más bien por su apariencia exótica y su auto representación mexicana explícita, siendo este uno de los momentos de la metamorfosis que la convertiría en personaje antes que en artista o pintora.

La obsesión por tener a Frida Kahlo en las revistas de moda no cesó ahí. “El énfasis en la apariencia de Frida la llevó a reposar en las páginas de varias revistas entre ellas *Elle Magazine* en 1989 y *Vogue* en febrero de 1990” (Lindauer, 1999, p. 154).

Cada vez que se mencionada a Frida en una revista de moda, se mencionada su excentricidad al vestir acompañados lado a lado con sus tumultos de vida, dejando atrás los cuadros para un pequeño pie de página, denotando así que el interés por Kahlo era más por el personaje que por su arte. Así, lentamente el look Frida Kahlo se fue convirtiendo en una mercancía. Haciendo de la combinación de las cejas, el bigote y el atuendo de tehuana una figura de adoración, cosificándola en estos elementos.

Al respecto, Lindauer explica: “El look Frida es un producto distintivo nacido de la celebración de Frida Kahlo, que proviene de la reducción de artista a imagen a mujer (...) que se convierte en placer visual de inspiración” (1999, p. 163) y añade: “Kahlo sirvió como modelo a seguir para un grupo grande de personas en Estados Unidos que están buscando expresar su estado emocional interno y su búsqueda de liberación” (1999, p. 165).

Se puede observar que los significados cambian para el receptor de la figura de Frida Kahlo, comienza a verse como una heroína que expresaba su verdadera identidad a través de su imagen y de su vida, aumentando así la devoción y el fanatismo por la persona más que por la pintora, su obra y su lugar en la historia del arte y de México. El hecho de ser exaltada como una heroína también se puede interpretar en el marco de la lucha por las dicotomías de género, lo que se logró fue atraer a mujeres en busca de liberación a su *fandom* (su grupo de fanes).

El sufrimiento que propició el encuentro con lo trascendental para crear arte, produciendo así pinturas con aura, ahora es interpretado como el sufrimiento de una mártir que sufre por las aflicciones de todos nosotros, dándole así a la imagen de Frida un toque de santa que obviamente lleva a la idealización de su persona. El idolatrar a Frida viene de la admiración de encontrar a una mujer que ha sufrido, esto es lo que hace que la gente se identifique con ella y con su vida: “El que su arte sea *marketable* está ligado con la tragedia narrativa de su vida (...). El mercado de Frida para este punto está más ligado a su biografía que a su arte” (Lindauer, 1999, p. 166). Este hecho llevó a que Frida Kahlo como mercancía alcance una popularidad inmensa, haciéndola la artista mexicana del

siglo, sobrepasando así a artistas como Orozco, Siqueiros y, sin duda alguna, a quien fue su esposo en vida, Diego Rivera.

VI. La Corporación Frida Kahlo

En los últimos años, la imagen y pinturas de la pintora Frida Kahlo se han licenciado para ser comercializadas bajo una marca registrada del mismo nombre, no de manera formal hasta la fundación de la Corporación Frida Kahlo. Esta cuenta ya con un modelo de explotación controlada, centrándose en la creación de productos de consumo masivo. Actualmente, existen más de 50 marcas que tiene el poder de licenciar productos con su nombre e imagen (Frida Kahlo Corporation, 2015).

La sobrina nieta de la pintora mexicana Frida Kahlo, Marcela Romero-Kahlo, fundó la Corporación Frida Kahlo el año 2004. Dicha empresa administra las licencias necesarias para que otras empresas puedan usar el nombre, la imagen o las pinturas de la artista.

Con las imágenes que ella usaba de sí misma, logró romper los tabúes establecidos para la época, especialmente sobre la sexualidad y la imagen de la mujer. En 1950 Diego Rivera reconoció a Frida como la primera mujer en la historia del arte en abordar, con absoluta honestidad y con compasiva crueldad, los temas generales y específicos que exclusivamente afectan a las mujeres.

La Corporación Frida Kahlo se maneja en México con el nombre de Casa Kahlo y tiene como publico meta mujeres de 18 años o más que “no temen en expresar sus ideas y desean diferenciarse de los demás” (Frida Kahlo Corporation, 2015).

El venezolano Carlos Dorado comparte con Marcela Romero-Kahlo, sobrina nieta de Frida, los derechos y acciones de la corporación. Dorado tiene en su poder el 51% de las mismas, mientras que Romero-Kahlo posee el 49%. “La corporación tiene como norma primaria que cualquier producto que se licencia bajo el nombre de Frida Kahlo tiene que pasar primero por el mercado mexicano” (Frida Kahlo Corporation, 2015).

El hecho de que Frida haya participado activamente y se haya hecho miembro activo del Partido Comunista va en contra todo lo que la Corporación Frida Kahlo está haciendo con su imagen hoy en día. Su arte buscaba la expresión del

ser humano y de sus emociones, sin mediar fines capitalistas. A pesar de que Frida usó y vendió muchos de sus cuadros para poder ser independiente y tener una forma de ganar su propio dinero, esta no era la razón por la cual los cuadros eran pintados.

Es necesario admitir que, después de las primeras ventas de sus cuadros, Frida comenzó a hacer pinturas con ciertas características distintas a sus obras previas y muy parecidas entre sí; pero estas no fueron hechas para el consumo masivo, preservaron su aura al ser piezas únicas que no estaban diseñadas para el consumo ni para la reproducción masiva.

Los cuadros y la construcción de la identidad visual de Frida Kahlo contaban netamente con símbolos precolombinos, como el peinado y atuendo de tehuana. Esta tendencia se dio gracias a que, en esa época en México, los artistas como Frida y Diego querían recuperar la identidad indígena de México y preservarla antes de que esta sea violada, homogenizada y olvidada por la industrialización y las nuevas tecnologías. Irónicamente, son estas mismas tecnologías y procesos de industrialización y masificación los que han creado y distribuido los productos Frida Kahlo a través de la Corporación Frida Kahlo.

VII. Conclusiones

La autora y crítica de arte Raquel Tibol conoció a la pintora y tuvo una relación de amistad con ella en sus últimos años de vida. Ella comentó: “Esta es una vergüenza. ¿Quién les ha dado permiso para usar el nombre [Frida Kahlo]? Isolda ha perdido la cordura en el nombre del comercio. Se ha cruzado una línea, esto es una falta de respeto” (Ávila, 2007).

Martha Zamora, autora de la obra biográfica *Frida, el pincel del a angustia*, comenta que el nombre, imagen y trabajos de la pintora deberían estar controlados por el Estado mexicano, siendo estos un patrimonio de la gente, ya que conllevan en sí mucha cultura mexicana.

Frida Kahlo vivía en y tenía un universo paralelo, donde depositaba todo su dolor, sus angustias, sus pensamientos y reflexiones y los convertía en arte. Tal vez la misma Frida Kahlo, si leyera esta afirmación, la desacreditaría en su totalidad, porque era ella misma quien decía que no pintaba sueños, sino su misma realidad.

En la vida de Frida Kahlo, se puede ver como varios eventos importantes en su vida han culminado en una pintura. Según la teoría de Benjamin, se puede interpretar esto como el proceso trascendental que existe entre el artista y lo divino que concluye en la producción de una obra de arte.

Ha sido esta aura la que ha sido encapsulada en los cuadros de Frida y los ha mantenido como un testimonio cultural para la historia de México. Con esta forma de hacer arte, Frida ha dejado un legado único que le pertenece a la memoria colectiva e intelectual de los mexicanos.

Uno de los primeros actos de Frida como la señora Rivera fue usar un vestido de una de las empleadas domésticas en su boda con Diego, en 1929, en vez de usar el vestido de novia europeo tradicional que otras muchachas del nivel de Kahlo hubieran usado (Herrera, 1983). En este hecho se puede ver como Frida ha construido su identidad, optando siempre por representar y honrar sus raíces mexicanas.

Este legado, lo significados asociados a Kahlo y el estatus de su arte han sido corrompidos por la Corporación Frida Kahlo, la cual ha tomado a una artista pintora y la ha convertido –con el hambre del público por una heroína de las dimensiones y características de Kahlo– en un concepto que puede ser traducido en una historia de amor, en un concepto o a una moda:

Frida Kahlo se ha convertido en mercancía caliente. Las ventas de su imagen han pasado de ser solo de sus imágenes y pinturas sino de su iconicidad también (cejas unidas, trenzas con flores, vestido de tehuana. La Fridomanía, o la Fridolatría o hasta el Kahloismo han crecido desde que Frida ha sido redescubierta como artista –y fenómeno cultural alrededor de 1982 cuando se organizó una exhibición de arte sobre Frida y la fotógrafa italiana Tina Modotti en Whitechapel Art Gallery en Londres”. (Pankl & Blake, 2012 , p. 1).

Antes de tener fama y notoriedad individual, Kahlo era conocida en el exterior y en su natal México como la esposa de Diego Rivera. El día de su muerte, el New York Times publicó un artículo que titulaba “Frida Kahlo, artista y esposa de Diego Rivera”. Lo que muestra que, hasta el momento de su muerte, todavía no era vista como su propia persona, sino una persona adjunta a otros elementos o a otras personas. A pesar de su gran repertorio artístico, para ese tiempo todavía era vista solo como una exquisitez mexicana y no como una pintora,

transgresora, idealista, revolucionaria en el arte en lienzo. Al respecto, Pankl y Blake explican:

Frida Kahlo está completamente ligada a la significancia de la Revolución Mexicana. Esto es completamente cierto porque Kahlo se identificaba con las ideas de la Revolución, y porque, como una de las primeras revoluciones en su especie, ha puesto a puesto a la Ciudad de México en el mapa, en una forma en la que creaba clima político, intelectual y artístico único. (2012, p. 3).

La postrevolución configuró una fuerte corriente de ideologías europeas, como el interés en el marxismo, el régimen estalinista y la Guerra Fría. Estas corrientes ideológicas han influenciado en la construcción de la identidad de Frida Kahlo y de su entorno, dándole forma también al México de la época. Por eso después de la revolución, en un esfuerzo por crear una conciencia nacional más fuerte, el entonces ministro de Educación José Vasconcelos solo comisionaba a pintores mexicanos como Diego Rivera, David Siqueiros y José Clemente Orozco para celebrar el mexicanismo e indigenismo:

El renacimiento mexicano fue un movimiento artístico caracterizado por el muralismo, nuevos acercamientos al arte moderno y al orgullo nacional. Este proceso de estaba centrado en artistas masculinos por el concepto Mesiánico que existía en la post revolución. Este proceso marginaba a las mujeres. (Pankl & Blake, 2012 , p. 4).

Frida Kahlo comenzó la construcción de su identidad como una chica moderna. Este concepto correspondía a una chica que estaba muy bien educada y era ambiciosa. Esto estaba patrocinando por influencias norteamericanas y europeas:

Frida Kahlo tenía una educación y era ambiciosa. Por Ejemplo, Kahlo fue a la elitista “Escuela Nacional Preparatoria” en la ciudad de México, a un gran costo, para su familia que era de clase media. Kahlo fue una de treinta y cinco chicas estudiantes en una escuela de dos mil estudiantes, ya antes de su accidente Frida había planeado estudiar medicina. (Richmond, 1994).

Muchas de las ambiciones de Frida Kahlo y sus convicciones políticas nacieron en esta escuela. El padre de Frida era un emigrante altamente educado. Él también fue partícipe de sus ambiciones artísticas, es por eso que muchos académicos investigan el rol académico y artístico que el padre de Frida tuvo

en su vida. La creación de la identidad artística de Frida comenzó con su padre y no con Diego Rivera.

El material cultural tuvo una gran importancia en la construcción de la imagen de Frida. Ella sabía la importancia que tenía la vestimenta en la cultura y en la sociedad, y era por eso que ella jugaba y exploraba ambos lados, el femenino y el masculino, y en esta dualidad ella creó su identidad. Es por eso que, dentro de algunas esferas sociales, Frida era considerada un ícono feminista, porque a través de su identidad visual y en varias de sus pinturas rompió los silencios y tocó temas como la maternidad, el matrimonio y temas de la mujer, como la expresión del dolor, de formas no convencionales.

Por el género de la artista, es decir, su condición de mujer, muchos de los aspectos que le ha dado forma a su vida han sido subestimados, al contrario de lo que sucede con otros íconos mexicanos como Benito Juárez. La tumultuosa situación política en México, la Segunda Guerra Mundial, y la Revolución Rusa son hechos frecuentemente olvidados al apreciar su obra, pues se ha logrado que el enfoque sea más hacia su vida personal, que a los hechos que la posicionan como ícono de México y del mestizaje. Los significantes de la artista se han perdido, porque su historia ha sido como el juego del teléfono, mientras más historias sobre Frida se han contado, más estas se han distorsionado.

Antes de la fridomanía, de muchas formas, la relación que existía entre Diego y Frida ya fue sobreanalizada y sobreenfocada en la literatura y en las representaciones cinematográficas populares. Tal es el caso que mostraban a una Frida Kahlo como una mujer amazónica salvaje, quien era solamente domada por Diego:

En el film de Tim Robbin de 1999 llamado "Cradle Will Rock" que toma lugar en el Nueva York de los años 30s, el personaje de Frida Kahlo no habla, solo mira y está a una distancia considerable de Rivera. Este tipo de representaciones van en contra de los hechos biográficos que demuestran que Frida asistió a una escuela elitista en su natal México y que su familia consumía y apreciaba el intelectualismo europeo. (Greer, 2005, p. 8).

Hoy en día Frida tiene un status en la cultura popular global que se asemeja al que tiene Britney Spears o Madonna. A pesar de esto, es la atención que recibe en las esferas académicas, en el mundo del arte internacional y como un

símbolo mexicano emergente lo que la hacen única en tanto ícono de materia cultural. Al respecto, Greer menciona:

Con mucho énfasis en las políticas de la representación y la identidad, la academia ha encontrado en Kahlo un tema perfecto de análisis. Kahlo cuenta con una etnicidad compleja (padre húngaro/alemán y madre mestiza) autoerotismo artístico y la construcción de género son de mucho interés para los posestructuralistas. (2005, p. 5).

“A pesar de que su imagen, su arte y hasta su nombre son íconos, el contexto artístico de la artista es muchas veces obviado. También, lo poco que el público general sabe de Kahlo es muchas veces incorrecto” (Pankl & Blake, 2012, p. 6). La anterior afirmación muestra que la masificación del arte y de las imágenes de Frida ha llevado a que estas cambien sus códigos y se convierten solamente en una representación de la historia popular y leyenda de Kahlo, pasando así a segundo plano el origen de su reconocimiento, que son las pinturas producidas en su vida.

Frida mencionó, en una ocasión, que había tenido dos accidentes graves en su vida: Diego Rivera y su accidente en tranvía. Estos dos hechos han sido los máximos precursores de su arte, ya que los daños colaterales de ambos han sido los que han servido de inspiración para crear la mayoría de sus pinturas. La lenta recuperación de su accidente le ha dado tiempo para dedicarse a pintar a “tiempo completo” y poder desarrollarse como pintora y después artista. Su relación con Diego la puso en medio del mundo del arte moderno de ese tiempo, lo que le ayudó también a obtener notoriedad.

El atuendo de tehuana es un símbolo de la mujer mexicana hasta la fecha. Esta es una de las características que ha ayudado a construir la iconicidad de Frida Kahlo. Este hábito o característica también Kahlo se lo debió en parte a Diego Rivera, ya que Frida explotaba su feminidad para Rivera, vistiendo este atuendo que era el favorito de Diego.

Uno de los logros artísticos e icónicos de Kahlo fue su re-definición de la forma femenina. Mientras muchos de los contemporáneos de Kahlo usaban el cuerpo de la mujer como un objeto de deseo, Frida usaba el cuerpo de la mujer (casi siempre el suyo) como un objeto de representación. Uno de los elementos más representados y explorados en su arte es el dolor en el cuerpo. A pesar de lo mencionado anteriormente, no se puede solo pensar que su arte es la

representación del dolor en el cuerpo, sino que también se puede ver en él temas como la dualidad de género y la exploración de la mujer como portadora de vida. Por ejemplo, en el cuadro “Mi nacimiento” de 1932, se puede apreciar que la mujer dando a luz está muerta, pudiendo ser Frida la mujer pintada, y así mostrando su pena por no poder ser ella portadora de vida ni pasar por el proceso de gestación. También se puede analizar a esta mujer como la madre de Frida, representando así el choque que existía entre la pintura y su madre por las convicciones católicas extremas de esta, o una convicción de ambas.

También cabe destacar que

la conciencia y la manipulación de Kahlo en los materiales de la cultura indígena, es un aspecto que le ha ayudado a retener su estatus como una de las artistas más famosas de América Latina, esta fama, la ha colocado en una liga comercial y avant-garde con artistas como Van Gogh, Monet y Picasso. (Pankl & Blake, 2012 , p. 8)

Sin embargo, a pesar de estos rasgos valiosos de la obra de la mexicana, hoy en día circulan más fotos de Frida Kahlo que de sus pinturas, y esto se debe a que las audiencias a las que estas fotografías están dirigidas son audiencias que están más interesadas en la vida de Frida, de sus amigos y sus amantes. ¿Qué diría la artista al respecto de este hecho?:

Kahlo ha usado dramáticamente el material cultural de México y otras tierras en su trabajo y en su imagen. Estas comenzaron a transitar libremente por el mundo en distintos formatos casi dos años después de su muerte. Muchos críticos especulan como Kahlo hubiera reaccionado ante esta adoración –algunos dicen que ella se hubiera disgustado y otros aseguran que (ella) se hubiera sentido deleitada con el humor irónico de la situación. (Pankl & Blake, 2012 , p. 12).

Lo que distingue a Frida Kahlo hoy en día, según los académicos, es que ella puede ser apreciada desde varios ángulos. Pero el núcleo de esta apreciación proveniente de los académicos son las pinturas y todo lo que estas connotan y representan, que no es solo a Frida Kahlo como una persona, ya que la relación entre su obra, su vida, el contexto, su lugar en la historia es integral. Frida Kahlo atrae atención a ella misma como persona, por su historia de amor, como ícono feminista, y porque lo anteriormente mencionado ha sido procesado y expuesto en su pintura y en su arte.

En su análisis de Kahlo como un ícono cultural, Irma Dosamantes-Beaudry (2002) detalla la función de Kahlo en el presente milenio, como un receptor de percepciones de otros, y también como una imagen/identidad operando en el mundo material. Dosamantes-Beaudry también toca un tema importante en el estudio de Kahlo, la línea divisora entre lo público y lo privado. Como un ícono cultural, Kahlo es un puente entre estas dos esferas con sus experiencias vividas. (Pankl & Blake, 2012).

Kahlo es claramente un símbolo internacional, y está creciendo como un símbolo nacional en México. Los murales de Rivera siguen adornando la mayoría de los establecimientos públicos en México, a pesar de esto es el arte de Kahlo el que es reconocido como un símbolo de orgullo mexicano nacional en la actualidad.

El arte de Frida Kahlo ha funcionado como un escudo y representación de como México se ha resistido al control económico estadounidense y a la colonización española, entre otros. También ha mostrado en su arte la opresión que los artefactos de la industrialización y la tecnologización provenientes de Estados Unidos representaban. Respecto a la mexicanidad en la obra de Frida, Pankl y Blake afirman:

Hay que ver a Kahlo no solo en el rol de productora de material cultural, pero también como un símbolo de material cultural [...] También es importante ver a Frida Kahlo, no como una representación de nacionalismo mexicano, sino como una compleja recolección de compilados de una "mexicanidad. (2012, p. 8).

Las masas hoy en día han transformado el comportamiento del espectador frente a la obra de arte. Las masas buscan entretenimiento en el arte. El amante del arte busca un acercamiento a esta con recogimiento. El espectador que se enamora y recoge en una obra de arte se hunde en ella. Las masas al usar el arte como entretenimiento hacen que el arte se hunda en ellas.

Este proceso por el cual Frida se ha convertido en una distracción y producto cultural ha sido detonado por la Corporación Frida Kahlo, gracias a la industrialización de bienes culturales, en este caso la industrialización de las pinturas y la imagen de Frida Kahlo.

Gracias a este proceso es que la clase trabajadora ha comenzado a consumir arte como producto de la industria cultural. Sin embargo, el arte que llegaba a

este grupo social en general ya era distinto, por el hecho de haber pasado por un proceso de industrialización de la cultura sus significantes habían cambiado.

Otro propulsor de este hecho, el que hayan cambiado los significantes asociados a la obra de Kahlo, indiscutiblemente ha sido la película "Frida" (2002), porque esta ha transformado a la pintura de un icono cultural en un producto del entretenimiento.

Cabe recordar lo que decían Adorno y Eisler sobre el entretenimiento:

En la era industrial avanzada, las masas no tienen más remedio que desahogarse y reponerse como parte de la necesidad de regenerar las energías para el trabajo que consumieron en el alienante proceso productivo. Esta es la única "base de masas" de la cultura de masas. En ella se semienta la poderosa industria del entretenimiento que siempre crea, satisface y reproduce nuevas necesidades.

(...)

Todo arte, tomado como un medio para pasar el tiempo libre, se convierte en un entretenimiento, al tiempo que absorbe más temas y formas del arte autónomo tradicional como "bienes culturales. (Adorno & Eisler, 1994, pp. 13-14).

Que Frida se haya convertido en un producto de entretenimiento ha hecho que pase de ser un personaje clave en la construcción de la identidad de un país con un contexto específico a ser un personaje que puede ser usado como la cara de productos promocionados por una buena estrategia de marketing.

En los últimos años, la imagen y las pinturas de la pintora Frida Kahlo se han comercializado bajo la licencia de una marca registrada del mismo nombre, esto no se dio de manera formal hasta la fundación de la Corporación Frida Kahlo. Esta corporación cuenta ya con un modelo de explotación controlada, para permitir y lucrar a partir de la creación de productos de consumo masivo. Actualmente, existen más de 50 marcas que tienen el poder de licenciar productos con el nombre e imagen de Frida.

Es el mismo público o audiencia la que ha cambiado los significantes del arte de Kahlo al consumir los productos y con ellos satisfacer necesidades que son

generadas por la homogenización de las masas, estas necesidades son dictadas a través del marketing.

Cabe recordar que el marketing es el lazo que crea una empresa para interactuar con sus clientes, creando así una relación que beneficia a ambas partes. El marketing es usado para identificar al público al que una empresa quiere dirigirse antes de empezar a promocionar sus servicios o productos.

Tomando en cuenta todo lo anterior, se demuestra que la Corporación Frida Kahlo está usando a Kahlo como una celebridad y está despojándola de sus significantes, llegando a crear un patrocinio no adecuado. Por ejemplo, los académicos actuales cuestionan la decisión de hacer promocionar un tequila con la imagen de Kahlo, siendo que la historia indica que la decadencia física de Kahlo en sus últimos años de vida se debió al abuso excesivo del alcohol. Paradójicamente, la corporación muestra a Frida como un personaje que celebra el consumo de alcohol como una herramienta de festejo y de relajación.

Las emociones y el mensaje que lleva la obra de Frida se pueden analizar a través de la decodificación de los símbolos que acompañan su pintura: “Para poder expresar sus sentimientos Frida desarrolló su propio lenguaje pictórico en el cual empleaba su propio vocabulario y sintaxis” (Kettenmann, 1999, p. 20). Sin embargo, su mensaje no es hermético: su trabajo debe ser visualizado como la suma metafórica de sus preocupaciones y experiencias. Las imágenes que adornan y dan forma a sus pinturas vienen directamente de la cultura popular mexicana y la cultura precolombina.

Estos símbolos, que son los que le han dado forma a Frida y la han convertido en un ícono de México, se han desvanecido ante los ojos de los consumidores de los productos de Frida Kahlo para así crear una nueva “Frida celebridad”. El siguiente fragmento ilustra esta situación:

¡Mira dónde está Frida Kahlo!, señala Carlos Dorado con orgullo hacia el bar. La artista luce altiva, ajena a las botellas que la rodean y a la muchedumbre que departe en el restaurante de Capaccio en Miami. El empresario venezolano pide margaritas para sus invitados. El *bartender* toma la botella de tequila y el célebre rostro cejijunto queda de cabeza cuando la bebida se vacía en la martinera en la que prepara los cocteles. Dorado brinda con la margarita

hecha con su tequila Frida Kahlo. Cómo no, si es el dueño de la mujer pintora más cotizada del planeta. Es el socio mayoritario de la compañía que ya comercializa la imagen de un ícono latinoamericano tan famoso como Ernesto Che Guevara. Da un sobro a su margarita, poner cara de que le sabe a gloria. (Castellanos, 2007, p. 1).

Más allá de que el tequila sea bueno o sea malo, el hecho de que lleve la imagen de Kahlo le da la oportunidad de que pueda costar hasta 200 dólares americanos. ¿Qué tan lejos está este producto de honrar la memoria de Frida Kahlo? No es ningún secreto que, en los últimos años de la vida de la artista, su adicción al alcohol y la morfina habían agravado la deterioración de su salud. Este producto no solo no se relaciona de forma fundamental con la artista, sino que también podría ser considerado como una falta de respeto a su memoria al ignorar su historia y lo que el alcohol representó para ella. “Traté de ahogar mis penas... pero las condenadas aprendieron a nadar”, decía Kahlo.

“Carlos Dorado, entre otras firmas, distribuye a Versace, Armani, y Hugo Boss en América Latina y el Caribe” (Castellanos, 2007, p. 1). Lo anterior significa que para dicha corporación el nombre e imagen de Frida Kahlo están completamente despojados de sus significantes y son tratados solo como una marca para servir a sus fines de comercialización.

Dorado posee los derechos de Frida Kahlo porque estos fueron otorgados a él por Isolda Kahlo, la sobrina de la artista, a mediados de los 2000. Dorado es el dueño del 51% de las acciones:

No es la primera vez que la heredera de Frida Kahlo ha comercializado con su imagen. En 2004, sacó unos lentes con su firma, así como joyería de plata y oro. Pero la llegada de Dorado promete llevar a esta empresa al siguiente nivel. Sin embargo, tanto familiares como estudiosos sienten repulsión por la forma en la que consideran la familia lucra con su memoria. –Es la prostitución de Frida, dijo Ruth Alvarado Rivera, la nieta de Diego Rivera. No hablaré de ese mercantilismo perverso, ni me pongas en las mismas páginas que Isolda, externó la crítica de arte Raquel Tibol al negarme por teléfono la entrevista. Tibol conoció en vida a Kahlo y a Rivera y ha escrito la biografía de ambos. (Castellanos, 2007, p. 2).

Sin duda alguna, se puede ver sin ninguna neblina quién es la persona que ha hecho que la imagen y pinturas de Frida Kahlo den el salto para ser parte de

una leyenda de amor a ser un producto del marketing. El tiempo y el espacio en el que esta investigación se ha realizado impiden que se pueda ir directamente donde Isolda Kahlo para poder preguntarle: ¿por qué?

La hija de Cristina Kahlo, Isolda Pinedo Kahlo, sobrina de Frida Kahlo, fue quien, con ánimos de impedir que se deshile una sarta de mentiras sobre su tía, escribió el libro *Frida íntima* el año 2004.

Es imposible usar el libro *Frida íntima* como la biblia y verdad absoluta de quien en vida fue Frida Kahlo, hay que asumir este texto como una verdad más, tal vez una muy íntima para Isolda, pero no la única. En este punto es muy difícil discutir la veracidad de la cercanía total de Isolda y Frida, lo único que se puede afirmar con certeza es que es Isolda quien ha desflorado el aura del arte de Frida Kahlo, vendiéndolo para su prostitución o masificación:

Las Kahlo –Pineda y su nieta– argumentan que convirtieron a su familiar en una marca registrada para así proceder legalmente contra productos de mala calidad seguidos de la fridomanía. Ellas, por el contrario, han autorizado a algunas compañías la manufactura de artículos que sí creen que están inspirados en su vida y arte. A cambio reciben de 2 a 5% de las regalías. Es el caso de un corsé italiano, la muñeca Frida de colección y los lentes. Además, este año, con motivo del centenario del nacimiento de Frida, lanzarán cinco modelos de tenis Converse con fotografías, firmas y fragmentos de sus pinturas, una línea de ropa juvenil marca Diesel y tres modelos nuevos de la muñeca. (Castellanos, 2007, p. 2).

Isolda y su nieta han hecho que Frida deje de ser un mito a voces en los mercados y entre los artesanos populares que usaban las pinturas de la artista como figura central de sus trabajos para transformarla en una marca registrada, argumentando que no quieren “baratijas” con el nombre de Frida y haciendo de su imagen algo más global, mas no local. “Frida es pues, un negocio a largo plazo. Dorado tiene razones para alzar su copa” (Castellanos, 2007, p. 4).

Retomando la teoría de Walter Benjamin (2003): “¿Qué es propiamente el aura? Un entretrejo muy especial de espacio y tiempo: apareamiento único de una lejanía, por más cercana que pueda estar” (p. 47).

Según Benjamin, una obra de arte nace a partir de una epifanía personal o un acercamiento sobrenatural con lo divino. Frida Kahlo es un claro ejemplo de

esto, ya que los hechos más importantes que marcaron su vida y le dieron forma a su identidad culminaron con la realización de una pintura.

Esto hace que una obra de arte sea poseedora de un aura, característica que le da a la obra un sentido de ser inalcanzable. Una obra de arte que se encuentra resguardada en un museo no está al alcance de todos, el espectador (en muchos casos) recorre largos caminos para llegar a la obra, hace un aporte económico y recién se le concede el poder presenciar y admirar la obra por una limitada cantidad de tiempo.

Respecto a la importancia del lugar donde se produjo y/o se conserva una obra, Bolívar Echeverría explica:

El aura de una obra humana consiste en el carácter irrepetible y perenne de su unicidad o singularidad, carácter que proviene del hecho de que lo valioso en ella reside en que fue el lugar en el que, en un momento único, aconteció una epifanía o revelación de lo sobrenatural que perdura metonímicamente en ella y a la que es posible acercarse mediante un ritual determinado. Por esta razón la obra de arte aurática, en la que prevalece el “valor para el culto”, solo puede ser una obra auténtica; no admite copia alguna de sí misma. Toda reproducción de ella es una profanación. (2003, p. 16).

La obra de arte poseedora del aura debe ser guardada. Esto no significa que debe ser oculta, sino que solo debería ser expuesta ante quien pueda llegar a ella guardando la distancia y respeto que la obra merece. En el caso de la Corporación Frida Kahlo se aprecia todo lo contrario, la obra es expuesta para su exhibición (y comercialización) y es reproducida de forma masiva. Una obra de arte se convierte en una profanación por su reproducción bajo la lógica corporativa.

Estos procesos de reproducción y masificación contribuyen a la pérdida del aura, ya que la decadencia y destrucción de la misma se dan por la extinción de la unicidad o singularidad que la hace arte. En el caso de Frida Kahlo, las plataformas en las que se exhiben su arte o imagen son actualizables y están en constante movimiento. Pasan de una zapatilla de marca Converse a la portada de un cuaderno.

Estas nuevas plataformas donde se aloja el “arte” han cambiado a su vez la forma de ver el arte; ya que en la reproducción masiva de una pieza artística se pierde la práctica de ir a ella como en un acontecimiento ceremonial:

Detecta [Benjamin] en las nuevas masas un nuevo tipo de percepción o sensibilidad que trae consigo ante toda la decadencia del aura. Son masas que tienden a menospreciar la singularidad irrepetible y la durabilidad perenne de la obra de arte y a valorar la singularidad re actualizable y la fugacidad de la misma. Rechazan la lejanía a sagrada y esotérica del culto a una belleza cristalizada de una vez por todas como la apariencia de la idea reflejada en lo sensible de las cosas. (Echeverría, 2003, p. 21).

Gracias a la pérdida del aura, como se puede ver en el caso de la Corporación Frida Kahlo, para el público receptor el arte deja de ser un acto de acercamiento a contenidos profundos, para pasar a ser una actividad ligera; pasan desapercibidos sus significados y se convierte en una recepción del arte distraída.

Marcuse señala que

El arte que corresponde a este nuevo tipo de masificación en libertad, el arte post-aurático –que para quienes no quieren despedirse del aura sería un post-arte o un no-arte sin más–, es así un arte en el que lo político vence sobre lo mágico-religioso. Su carácter político no se debe a que aporte al proceso cognoscitivo pro-revolucionario sino al hecho de proponer un comportamiento revolucionario ejemplar. (1969, p. 58).

Estas condiciones han hecho que las masas tengan no solo un hambre por el arte, sino además un hambre constante, ya que en el presente siglo la tecnología ha hecho que todo sea efímero y desechable. Esto ha permitido que la Corporación Frida Kahlo pueda tener un catálogo tan amplio de productos que sigue creciendo.

En el caso estudiado, se puede ver claramente que la pintura de Frida Kahlo era poseedora del “aura” de la que Walter Benjamin habla hasta que la Corporación Frida Kahlo la despojó de la misma. En resumen:

- a) El arte de Frida Kahlo ya no posee el aquí y el ahora, ya que sus pinturas y su imagen van plasmados en varios productos, haciendo que estas estén al alcance de cualquier persona que pueda hacer el aporte monetario correspondiente y que así puedan poseer la obra en un formato distinto al de un lienzo.
- b) Los productos de la corporación Frida Kahlo no son el producto del encuentro de un artista con lo sobrenatural, sino son productos de la industrialización y de la masificación.

- c) La facultad por la que una obra de arte es única y no reproducible técnicamente por el artista u autor se pierde con los productos de Frida Kahlo; ya que la corporación licencia la imagen de la autora a posters, postales, cuadernos y una infinidad de otros productos que llevan la imagen de las pinturas de la artista.

Se puede concluir que la Corporación Frida Kahlo es el ejemplo más claro, pasando de lo general (la teoría de Walter Benjamin) a lo particular (la Corporación Frida Kahlo), de que la teoría de Walter Benjamin sigue vigente. El aura de las pinturas de Frida Kahlo se ve extinta por el hecho de que estas han sido masificadas, reproducidas en distintos formatos y vendidas en masa. Este proceso ha hecho que Frida Kahlo y sus pinturas no solo pierdan el aura, sino los significantes propios de su existencia.

Frida Kahlo ya no es apreciada como un ícono del mestizaje, ni mucho menos como un ícono de la cultura e historia mexicana. Frida Kahlo es hoy en día una celebridad que, con la ayuda del marketing, pone su rostro y sus pinturas en cualquier producto que pueda ser consumido en masa para poder lucrar.

“Espero que la salida sea gloriosa y espero no volver jamás”: Frida Kahlo.

VIII. Referencias

Adorno, T., & Benjamin, W. (2001). *The Complete Correspondence (1928-1940)*. Cambridge, Estados Unidos: Harvard University Press.

Adorno, T., & Eisler, H. (1994). *Composing for the films*. Londres: Continuum.

Ávila, O. (1 de julio de 2007). Art lovers fret as kin cashes in on Frida Kahlo name. *Chicago Tribune*. Recuperado de http://articles.chicagotribune.com/2007-07-01/news/0707010056_1_frida-kahlo-diego-rivera-ofelia-medina

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Ciudad de México: Ítaca.

Castellanos, L. (27 de mayo de 2007). Frida Kahlo: marca registrada. *El Universal*.

CNN México (12 de abril de 2010) El mayor comercializador de la imagen de Frida Kahlo es venezolano. *CNN México*. Recuperado de <http://mexico.cnn.com/entretenimiento/2010/04/12/el-mayor-comercializador-de-la-imagen-de-frida-kahlo-es-venezolano>

Echeverría, B. (2003). *“Introducción” en W. Benjamin: La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Ciudad de México: Ítaca.

Edwards, T. y Kellner, D. (2007). *Positions, Cultural Theory Classical and Contemporary*. Londres: Sage.

Frida Kahlo Corporation (2015). *Frida Kahlo Corporation* [página web institucional]. Recuperado de <http://www.frdakhalocorporation.com/>

Frida Kahlo, una artista que se convirtió en marca. (6 de julio de 2015). *Dinero en Imagen*. Recuperado de <http://www.dineroenimagen.com/2015-07-06/58098>

Greer, G. (1 de mayo de 2005). Patron saint of lipstick and lavender feminism. *Tate etc.* Recuperado de <http://www.tate.org.uk/context-comment/articles/patron-saint-lipstick-and-lavender-feminism>

Horkheimer, M., & Adorno, T. (1994). *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Trotta.

Kahlo, I.P. (2004). *Frida íntima*. Ciudad de México: Gato Azul.

Kettenmann, A. (1999). *Frida Kahlo*. Colonia, Alemania: Taschen.

Lindauer, M.A. (1999). *Devouring Frida: The art history and popular celebrity of Frida Kahlo*. Nueva Inglaterra: Wesleyan University Press.

Marcuse, H. (1969). *An essay on liberation*. Boston: Beacon Press.

Moreno, C. (12 de abril de 2016). A first look at MAC's Selena Quintanilla collection is finally here. *Huffington Post*. Recuperado de http://www.huffingtonpost.com/entry/a-first-look-at-macs-selena-quintanilla-collection-is-finally-here_us_570d10f1e4b01422324a2650

- Ming, Y. (14 de mayo de 2015). See Frida Kahlo's colorful collection of clothes. *Time Magazine*. Recuperado de <http://time.com/3858100/see-frida-kahlos-colorful-collection-of-clothes/>
- Notimex. (3 de enero de 2013). *El guardarropa secreto y artículos personales de Frida Kahlo* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=es5gHSaWDTs>
- Orosz, D. (1 de agosto de 2015). Frida Kahlo, una herida en venta. *La voz*. Recuperado de <http://vos.lavoz.com.ar/artes/frida-kahlo-una-herida-en-venta>
- Ortoll, S., & Ramírez de Arellano, A. (2003). Frida Kahlo: Retrato de la artista como esposa empresaria. *Desacatos*, 11, 120-131.
- Palaversich, D. (2008). Repensando a Frida Kahlo en el centenario de su nacimiento. *Ciberletras: Revista de crítica literaria y de cultura*, 19. Recuperado de <http://www.lehman.edu/faculty/guinazu/ciberletras/v19/palaversich.html>
- Pankl, L., & Blake, K. (2012). Made in her image: Frida Kahlo as material culture. *Material Culture*, 44(2), 1-20. Recuperado de <https://www.k-state.edu/geography/kblake/papers/Made%20in%20Her%20Image,%20Frida%20Kahlo%20as%20Material%20Cutlure.pdf>
- Porr, J. (29 de marzo de 2016). Frida Kahlo would hate your Frida Kahlo shirt. *Golden Gate Xpress*. Recuperado de <http://goldengatexpress.org/2016/03/29/frida-kahlo-would-hate-your-frida-kahlo-shirt/>
- Taymor, J. (Director). (2003). *Frida* [DVD]. Estados Unidos: Handprint Entertainment, Lions Gate Films, Miramax y Ventanarosa Productions.
- Wiggershaus, R. (1995). *La escuela de Frankfurt*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Entre doramas y telenovelas

Hallyu en Latinoamérica, esbozo de un nuevo frente cultural

Lic. María José Rivera Carballo¹

*Exalumna de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo"
(La Paz, Bolivia)*

Correo electrónico: majoricar@hotmail.com

Fecha de recepción: 31/03/18

Fecha de aprobación: 10/05/18

Resumen

La llegada de la "ola coreana" a Latinoamérica ha producido diferentes fenómenos que ponen en evidencia una nueva relación entre dos culturas aparentemente muy distantes. El presente trabajo tiene el propósito de delinear el espacio o frontera simbólica, donde el contacto entre estas dos distintas culturas es posible. Para ello, se recurre a la comparación de los sentidos que pueden reconstruirse en un dorama coreano y una telenovela mexicana, en la medida en que estos productos pueden ser entendidos como textos culturales. El análisis propuesto permite señalar tensiones de sentido y construcciones similares que permiten que estas dos culturas "dialoguen".

Palabras clave

Hallyu, dorama coreano, telenovela, frentes culturales.

Between *doramas* and telenovelas

Hallyu in Latin America, an outline of a new cultural front

Abstract

The arrival of the "Korean wave" to Latin America has produced different phenomena that makes appear a new form of relationship between two seemingly very distant cultures. This paper has the general object of delineating the symbolic space or frontier where the contact of these two different cultures is possible. Attending this aim, the work is centered in a comparison of senses that can be reconstructed in two specific products, a Korean dorama and a Mexican telenovela, only as these products can be understood like cultural texts. The proposed analysis allows indicating sense tensions, and similar constructions, which allow these two cultures to "talk".

Keywords

Hallyu, korean dorama, telenovela, cultural front.

1 Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", regional La Paz. Exintegrante de la Sociedad Científica Estudiantil de Comunicación Social.

I. Introducción: Llega el *hallyu* a Latinoamérica

En los últimos años se han observado, con mayor visibilidad, fenómenos relacionados con la “cultura popular asiática” en Latinoamérica. La “cultura popular japonesa” se asentó en América Latina con los seguidores del anime y la música *Jpop* y *Jrock* entre los años setenta y ochenta. Los productos coreanos entraron a la misma región, incluso desde el anime², en menor proporción hasta el año 2012, cuando se da el “boom” de la ola coreana o *hallyu*³ que se dispara con el éxito de la canción “*Gangnam style*” de PSY. “*Hallyu*” da nombre a un proceso de globalización específico: la exportación y aceptación masiva de productos de la cultura popular coreana. Iadevito, Bavoleo, y Chinkyong, (2010, p. 4) explican que el término fue acuñado en los noventa, cuando los productos de la cultura popular coreana, principalmente los “dramas televisivos”, fueron ampliamente aceptados en el mercado chino, el vocablo aparece por primera vez en el periódico “*Dong-a Ilbo*” en 1999.

Los principales exponentes del *hallyu* son la música *kpop* y los *doramas*. Estos últimos fueron definidos como las “telenovelas” producidas en Corea del Sur, en su lengua y pensadas para las audiencias coreanas (Iadevito, Bavoleo & Chinkyong, 2010). También fueron los primeros productos en llegar a Latinoamérica. Se llaman *doramas* por la similitud con la pronunciación de la palabra “*drama*” (inglés), este término fue acuñado para referirse a las “telenovelas” japonesas (*deurama*) y luego se utilizó para las “telenovelas” coreanas; se trató de diferenciar ambos como *J-Dramas* y *K-Dramas* de forma análoga a su música, sin embargo, este uso no se ha extendido.

El 2001, los *doramas* constituyeron el 64,3% del total de exportaciones de Corea del Sur, además el 64% de los turistas que ingresaron al país en el año 2004 lo hicieron motivados por el *hallyu*. Con esta información el éxito de los *doramas* fue rápidamente incorporado por el gobierno en su estrategia de difusión de la cultura coreana al mundo (Business Korea, 2014 citado en Iadevito y Bavoleo, 2015, pp. 30-31). El primer *dorama* en llegar a Latinoamérica fue *Un deseo en las estrellas* transmitido en Costa Rica (Iadevito & Bavoleo, 2015, p. 32) también fue el primero que se difundió en Bolivia, el año 2000 por red ATB. Los *doramas*

2 El ejemplo más representativo es la cantante coreana BoA, que fue una de las primeras representantes del *hallyu* en hacerse conocida con la balada “*Every Heart*” (2002), que fue usada para el anime *Inuyasha*, transmitido para Latinoamérica por la cadena *Cartoon Network* el 2002.

3 *Hallyu* es la combinación de “*Han*” que significa “de Corea” y “*Ryu*” que significa “corriente, flujo”, romanizado “*Hallyu*” y entendida como “Ola Coreana” (Tolou, 2014, p.6).

trajeron consigo la naciente ola del *kpop*, ya que los cantantes también actuaban en estas series y componían canciones para ellas. Alrededor del *kpop* se fueron creando comunidades de fanáticos que pueden considerarse “indicadores” del impacto del *hallyu* en Latinoamérica⁴.

Entre los estudios que se han hecho sobre el fenómeno *hallyu*, sobre estrategias de marketing, consumo y apropiación, industria cultural e incluso sobre diplomacia internacionales relacionadas (Vidal, 2014), destaca el trabajo que Paula Iadevito, Bavoledo y Chinkyong (2010) que plantea el consumo de *doramas* en Latinoamérica como una forma de favorecer el conocimiento de una sociedad distante geográfica y culturalmente (p. 10) –su trabajo se centra en el aspecto material del consumo de estas ficciones–. De una forma parecida, Narcís Serra, en el libro de Golden (2004) que recoge las ponencias del seminario “Multilateralismo vs. Unilateralismo en Asia: el peso de los ‘valores asiáticos’”, señala que, aunque el mundo del siglo XXI se está construyendo, en gran medida, en Asia, “nos queda aún mucho por comprender de este continente geográfica y culturalmente lejano, diverso y complejo” (p. 9). Peres-Cajías (2015) resume la importancia que ha tenido China en el contexto de las ciencias sociales, entendiendo al país como representante de Oriente:

Los ejemplos son varios; Montesquieu, Smith, Berkeley, Voltaire e incluso Hegel y Marx viraron su mirada al país oriental para tratar de entenderlo, pero, sobre todo, para tener un reflejo “digno” para comprender a Europa. Gary Hamilton (1985) explica que usar a China como “estándar” para medir al desarrollo occidental, ha sido una táctica recurrente. (Peres-Cajías, 2015).

Desde esta perspectiva, donde se plantea la importancia de conocer al otro en el momento en que una cultura hasta el momento “desconocida” entra en contacto con la cultura de referencia, se trata la relación entre *doramas* y telenovelas. Cuando el *dorama* llega a Latinoamérica, es inmediatamente comparado con la telenovela, un género que podría considerarse el más representativo de la región. Es importante recordar que la telenovela se ha desarrollado desde hace más de cincuenta años en todo el continente, tuvo su origen en las radionovelas de los años treinta y cuarenta (Cabrujas, 2002, pp. 171-174); y, también, en la literatura

4 Otros datos de la ola coreana en Bolivia. El 2012 la alcaldía paceña reconoce a la comunidad AWY (mundo asiático juvenil) como una tribu urbana (Vásquez, 11 de agosto de 2012). El 2015 reconoce a la asociación de clubs más grande (*Asian World Music*) como “ícono de la juventud”. AWM cuenta con 40 clubs de fans, 1.300 jóvenes (un 90% entre 15 y 25 años) son parte de estos clubs, de este número un 76% son mujeres y 24% hombres así lo indicó “Yuto” Tito, vicepresidente de AWM (Comunicación personal, 2015).

europea con el folletín decimonónico (s. XIX), las novelas sentimentales del s. XVIII y en toda una tradición de cuentos maravillosos populares al estilo de *La Cenicienta* (Arroyo, 2006, p. 7). Guillermo Orozco la define así:

A veces “burlando al género de ficción para acercarse a la vida misma”, y a veces burlando a la audiencia para acercarse al negocio puro, la producción, transmisión y recepción de la telenovela ha significado en las culturas latinas un acontecimiento de importancia en la vida cotidiana de sus audiencias, en la construcción de imaginarios individuales y colectivos, en la validación de creencias y expectativas y en la reconfiguración reiterada de esas identidades volátiles, que no obstante dejan sedimentos que perduran por décadas y afloran en los sentires y en los modos de relacionarse unos con otros en los países latinoamericanos. (Orozco, 2006, p. 12).

Soler (2015, pp. 49-50) dice que, por los rasgos que comparte la telenovela con otros géneros populares, el campo simbólico en el que se mueve este género abarca: Educación sentimental, idioma de las pasiones, entretenimiento e imaginación melodramática. En tanto, el *dorama* había construido sus propios vínculos, sus propios imaginarios y su propia importancia en países del sudeste asiático y otros géneros populares (como el *kpop*), su llegada (y aceptación) masiva a Latinoamérica también significa que ingresa en el campo simbólico de la telenovela.

II. Síntesis de métodos y procedimientos

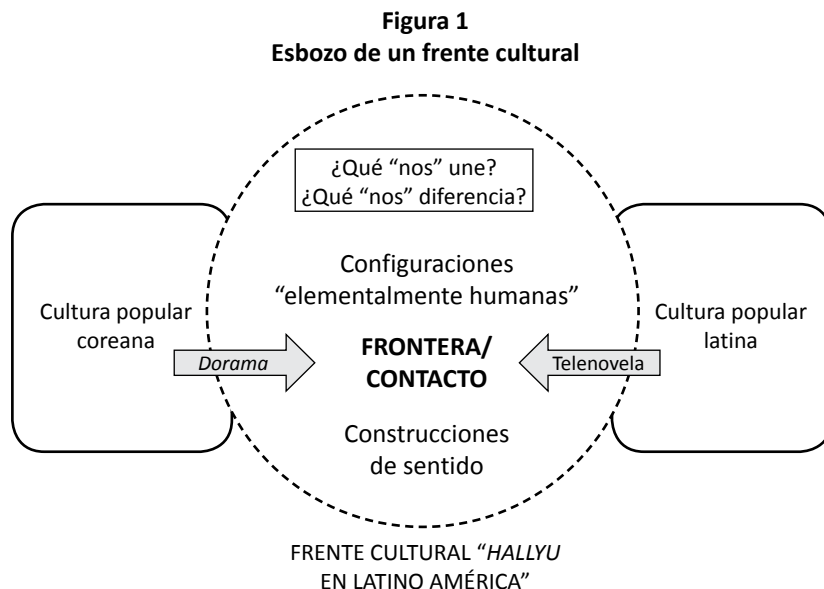
Para comprender este fenómeno, se recurrió a la propuesta de Jorge González (1994) sobre los frentes culturales, en tanto que da importancia tanto a procesos de oposición como de “integración” para definir relaciones entre grupos distintos. Esto para ahondar en la perspectiva de conocimiento del “otro”. Sin embargo, para poder realizar esta comparación, entendiendo grupos humanos / “otro” en tanto culturas, fue necesario acudir al enfoque discursivo de la representación propuesto por Hall (2010). Se partió de la pregunta de investigación: ¿Por qué el *dorama* (como representación de la cultura coreana), entra en relación con la telenovela (representación de la cultura latina) dentro del nuevo frente cultural “*hallyu* en Latinoamérica”?

1. Frentes culturales, para situar una relación

La categoría “frentes culturales” se tomó como marco para situar una relación entre telenovelas y *doramas* como textos culturales, tomando en cuenta la línea

en que este concepto permite entender procesos de modulación y modelación de lo que Alberto Cirese definió como lo “elementalmente humano” (Cirese como se citó en González, 1994, p. 127), siendo importante tanto aquello que distingue como lo que “une” a dos grupos o culturas diferentes. Lo elementalmente humano se define como: “Aquellos espacios intersticiales de contacto simbólico donde concepciones del mundo opuestas, antagónicas, pero no por ello necesariamente violentas, se interconectan, procurando continentes de significación compartida” (Berlant, 2012).

Jorge A. González (1994) describe los frentes culturales como: a) lugares donde existe una “frontera cultural o línea divisoria altamente porosa” (p. 84), porque es donde se tocan e interpenetran culturas de clases o grupos diferentes. b) “Arenas de lucha” o espacios sociales generados mediante un trabajo de elaboración discursiva, lugares de “lucha por las definiciones legítimas de lo contingente y lo trascendente, lo urgente y lo necesario, lo útil y lo inútil”, es decir luchas por la legitimación del sentido (González, 2001, p. 19). El análisis propuesto se enfoca en la definición “a”, tomando dos textos culturales en lugar de agentes para aportar cierta claridad y especificidad desde el enfoque discursivo de la representación para un segundo momento (“b”) en el que intervienen las miradas de los actores sociales. La propuesta puede mostrarse esquemáticamente de la siguiente manera:



Fuente: elaboración propia con base en González (1994).

2. *Doramas* y telenovelas como textos culturales

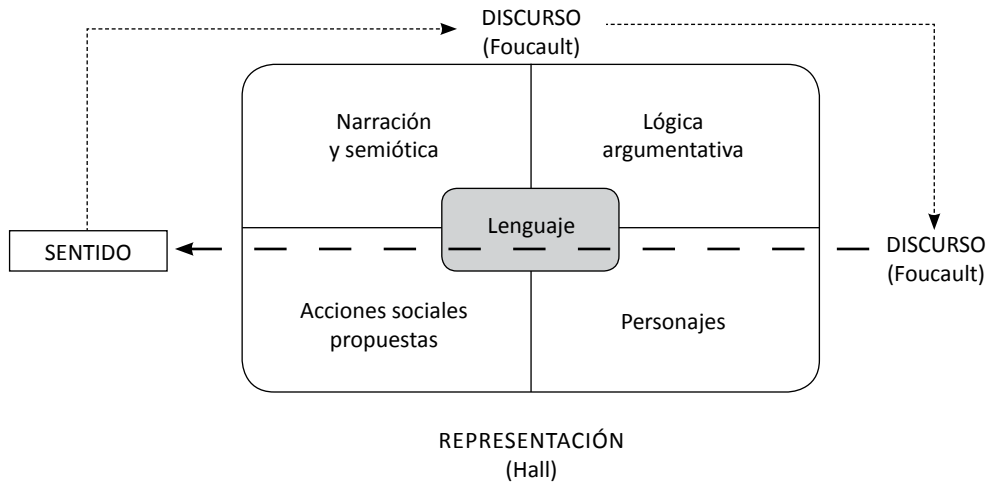
Se toma el concepto de representación de Stuart Hall (2010) para describir ambos productos como textos. Hall (2010) define representación como “la producción de sentido⁵ a través del lenguaje” (p. 457), entendiendo, además, que “lenguaje” no es solo la palabra (escrita u oral) sino cualquier sistema de signos con significado. En este caso, el lenguaje vendría a componerse de los elementos narrativos de ambas ficciones. Sin embargo, el *dorama* y la telenovela también se ven atravesados por referentes no ficcionales, es el enfoque discursivo que se introduce desde Foucault el que servirá para abordar estas dimensiones. Pues, aunque lo que interesaba a este autor, explica Hall, eran las “relaciones de poder” y no las de sentido, cambió la noción de lenguaje por la de discurso, entendiendo el discurso como un concepto que intenta superar la noción puramente “lingüística” (Hall, 2010, p. 469). Lo que le interesaba descubrir eran las reglas y las prácticas que producen enunciados con sentido y configuran el discurso en momentos históricos determinados (Hall, 2010). El sentido se construye, entonces, dentro del discurso. Se entiende por discurso:

un conjunto de enunciados que permiten a un lenguaje hablar –un modo de representar el conocimiento sobre– un tópico particular en un momento histórico particular (...). El discurso es sobre la producción de conocimiento por medio del lenguaje. Pero (...) dado que todas las prácticas sociales implican sentido, y el sentido configura e influencia lo que hacemos –nuestra conducta– todas las prácticas tienen un aspecto discursivo. (Hall como se citó en Hall, 2010, p. 469).

Para construir el “lenguaje” de ambos productos se acude a tres elementos señalados por González (2010, p. 72): Narración y semiótica, lógica argumentativa y acciones sociales propuestas. También a la caracterización de los personajes como construcciones transversales en la narración. La representación gráfica del procedimiento es la siguiente:

5 “El alcance de cualquier significación. El producto de la cultura y de la comunicación” (O’Sullivan *et. al.*, 1995, p.323). En el contexto de los estudios sobre la comunicación, el sentido se considera un objeto de estudio antes que una categoría de análisis, pues se va construyendo permanentemente (O’Sullivan *et. al.*, 1995, p.323).

Figura 2
Enfoque discursivo de la representación



Fuente: elaboración propia con base en Hall (2010).

Tomando en cuenta estos elementos, se construyeron las siguientes matrices de codificación de los datos obtenidos:

Figura 3
Matriz de codificación de personajes

| Clasificación de los personajes (Rol narrativo) | | Nombre | Características demográficas | Descripción de acciones | Motivaciones y metas | Arquetipo |
|--|--------------|--------|--|--------------------------------|----------------------|--|
| Primarios | Protagonicos | | Descripción física Edad y género Posición social Características distintivas | Descripción psicológica | | Rol semántico Arquetipo Elementos asociados |
| | Antagónicos | | | | | |
| Secundarios | | | | | | |
| Terciarios | | | | | | |

Fuente: elaboración propia.

Figura 4
Matriz de descripción de enunciados y prácticas discursivas

| | | | |
|--|---|---|---|
| Capítulo: | | | |
| Tema o categoría emergente: Discurso a ser “reconstruido” | | | |
| Personajes que intervienen | Situación | Diálogo | Práctica |
| Sujetos discursivos Situación narrativa | Descripción de la situación de comunicación. Espacio Tiempo | Enunciados discursivos. Lógica de argumentación. | Práctica discursiva. Costumbres y ritos. Elementos asociados. |
| Palabras clave: | | | |
| Interpretación: | | | |

Fuente: elaboración propia.

III. Construcción de sentidos e interrelación con discursos

Para situar ambos productos fue necesario describir sus distancias (especificidades) desde la categoría “narrativa y semiótica” del “lenguaje”. Como géneros ficcionales, se las clasificó de dos formas. La primera clasificación es la realizada por Eduardo Adrianzén (2001) para las telenovelas. Este autor las clasifica en tres grupos: 1) Telenovela rosa-clásica: aquella que tiene mucho respeto por las reglas del melodrama y es moralmente muy conservadora. Es percibida como “cuento de hadas” porque maneja una atmósfera que se abstrae de la realidad, un mundo cerrado en sí mismo; por ello da la impresión de haberse congelado en el tiempo y funciona mejor cuando se la ambienta en épocas pasadas. A este modelo corresponden las producciones mexicanas. 2) Telenovela moderna: Son un nexo entre el primer y el tercer modelo, en ellas se empieza a tratar temas de la realidad social inmediata. 3) Telenovela posmoderna, cuyo canon son las producciones brasileras. En palabras del mismo autor:

Les llamaremos posmodernas por su afición a mezclar y reciclar absolutamente todo lo que existe: policial, farsa, aventuras, cómic, sexo, sin tapujos, comedia de enredos y –oh sacrílego– melodrama lacrimógeno. [...] y, además, de conquistar a su propia generación, se da el lujo de dirigirse a públicos segmentados. (Adrianzén, 2001, p. 31).

La segunda clasificación viene de Tolou (2014). Según esta autora los principales géneros que engloban las historias de los *doramas* son: melodramas o *makjang*

(el género más parecido a las telenovelas por tratar temas como venganza, romances trágicos, juegos de poder entre ricos y poderosos; también repite elementos convencionales del drama y clichés específicos como: amnesia, nacimientos secretos y enfermedades fatales. Se apega a los finales trágicos), comedias románticas (suelen mostrar una diferencia de clase social en la pareja principal, el protagonista masculino pertenece a un *chaebol*, conglomerado de negocios, mientras que la protagonista femenina y su familia son catalogados como “luchadores”), y, el género más popular en Corea, los dramas históricos (2014, p. 9).

Un aspecto a considerarse es que los primeros *doramas* en llegar y tener éxito⁶ en Latinoamérica pertenecían al género *makjang*, el más parecido a la telenovela rosa-clásica. Por otra parte, la telenovela posmoderna parece compartir varias características con los *doramas* actuales, como las características de segmentación de públicos y elementos narrativos tomados de otros medios que suelen combinar dos o más temáticas o géneros. Otro elemento que vale la pena señalar para situar una distinción entre lo que se reconoce como propio y ajeno entre culturas es el idioma. Las expresiones orales, los acentos, jergas e incluso los cambios históricos en el habla constituyen un marcado rasgo cultural. Este primer elemento plantea un dilema: el acceso. Los productos coreanos solo son accesibles con subtítulos en español o por el doblaje al público latinoamericano.

Se trabajó con el *dorama Sungkyunkwan Scandal* (Yoo, 2010) que combina dos de los géneros más populares: comedia romántica (con participación de *idols*) y drama histórico. Además, en una clasificación temática, pertenece al *gender bender*⁷ (donde uno de los personajes interpreta el rol del género opuesto), Tiene lugar en tiempos de la dinastía Joseon, durante el reinado de Jeongjo de 1776 a 1800 (Yoon, 1984). En líneas generales, cuenta la historia de amor entre Kim Yoon Hee (Park Min Young) y Lee Sun Joon (Park Yoo Chun⁸). Yoon Hee es una joven que, al morir su padre, se viste de hombre y suplanta la identidad de su hermano enfermo para encontrar trabajo y sostener a su familia. Contratada para sustituir a un estudiante en los exámenes imperiales conoce a Lee Sun Joon,

6 Uno de los *doramas* más exitosos fue *Escalera al cielo* (2003), cuya trama tiene momentos, personajes y situaciones bastante parecidos a la telenovela *Nunca te olvidaré* (1999).

7 Viene del inglés *gender* (“género”) y *bender* (del verbo *bend*, “doblar”) y hace referencia a romper las normas establecidas de los roles de género tradicionales (Cajal, s.f., párr. 1). También se ha convertido en una categoría de clasificación para *animés*, *mangas* y *doramas*.

8 Integrante del grupo de *pop* JYJ que fue el primero en ofrecer un concierto en Sudamérica en 2012, actuaron en Chile y Perú.

un joven rico e inteligente, que, viendo su talento para la escritura y creyendo que es un hombre, le ayuda a ingresar a la universidad de *Sungkyunkwan* para convertirse en un servidor público. Luego, conoce al seductor Goo Yong Ha y al rebelde Moon Jae Shin. Entre los cuatro surge una gran amistad y camaradería a pesar de las diferencias políticas y de clase social.

También se tomó la telenovela *Corazón salvaje* (Mejía, 2009) que corresponde tanto a los autores e historias (ya que combina dos historias: *Corazón Salvaje* de Caridad Bravo Adams y *Yo compro esa mujer* de Olga Ruilópez) como a los géneros (telenovela rosa) más tradicionales, por lo tanto, menos variables, lo que permiten identificar reglas para ser comparadas con nuevas producciones. La historia se ubica en el Veracruz de 1850. En resumen, se centra en la historia de amor de Juan Del Diablo (Eduardo Yáñez) y Regina Montes de Oca (Aracely Arámbula). Juan del Diablo ha quedado huérfano y se dispone a cobrar venganza contra los Montes de Oca por haber separado a sus padres. Sin embargo, durante un viaje en barco conoce y se enamora de Aimée, hija de Rodrigo Montes de Oca. No obstante, Aimée se casa con su primo Renato Vidal y mantiene a Juan como amante. Eso, hasta que Regina, gemela de Aimée, se casa con Juan para salvar la reputación de su hermana y proteger a Renato, que es la persona que ama. Eventualmente, Regina y Juan se enamoran, pero a su felicidad se opone Renato que descubre la traición de Aimée y los sentimientos de Regina por él.

1. Definir temas: los discursos

Después de construir el marco para entender cada producto, se pasa a delimitar formaciones discursivas bajo “temas guía”. De esta forma, se puede realizar una comparación entre *doramas* y telenovelas. De entre los varios “temas” que se pueden abordar (el amor, el erotismo, construcciones femeninas, etc.), se toman como ejemplo dos discursos: construcción de la masculinidad y religión (en el sentido amplio del término).

La delimitación del tema “construcción de la masculinidad” parte de las características observadas en los personajes, sujetos del discurso. En este caso, primero porque hay una diferencia física entre ambas representaciones, diferencia que tiene que ver con una construcción estética y arquetípica como se verá en el siguiente apartado. También porque desde la clasificación de ambos productos se hace evidente que, en el *dorama*, por pertenecer al género *gender*

bender, la cuestión sobre los roles masculinos y femeninos; por lo tanto, es necesario abordar este tema en la telenovela para generar un espacio propicio a ser comparado.

Desde las prácticas y enunciados discursivos, aparece un segundo elemento que (nuevamente) parece hacer evidente una “distancia” cultural entre ambas producciones: el discurso “filosófico/religioso” que las atraviesa. En el primer caso, el *dorama* histórico, se sitúa no solo en un tiempo (época), sino en un espacio (la universidad de *Sungkyunkwan*) que está enmarcado en la práctica y el discurso neo confuciano (nombre con el que se conoce al Confucianismo⁹ en su época de auge en Corea situado en la última dinastía *Choson, Joseon* o *Lee*). En el segundo caso, la telenovela de época, también es atravesada por un discurso católico.

Entonces, por un lado se representan ritos confucianos, se muestra el sistema de exámenes nacionales que deriva de la filosofía confuciana (prácticas), se describe la universidad de *Sungkyunkwan* como “santuario” del conocimiento, se explican lecciones extraídas de las *Analectas*, se discuten las enseñanzas de Confucio y las principales virtudes que señala el confucianismo, se mencionan los cinco libros clásicos de esta doctrina (enunciados) y se presentan personajes históricos confucianos¹⁰. Por otro lado, en la telenovela se encuentran referencias hacia la religión católica desde el nombre de los personajes: Juan de Dios, Juan del Diablo, María del Rosario, etc.; los espacios de acción: los templos, un internado católico para señoritas, el convento; las ceremonias de determinados sacramentos como el bautizo o el matrimonio; también con imágenes de Santos y de la Virgen del Carmen, rosarios o misales con los que las mujeres acuden a la misa, etc. También, se ven procesiones por devoción a algún santo y la celebración de las posadas navideñas¹¹ donde se entonan canciones como “*Ora pro nobis*” (prácticas), se realizan oraciones a la Virgen, se discuten valores como la misericordia, el perdón o la piedad desde la visión católica, etc. (enunciados).

9 La prédica de Confucio no se inspiraba ni en la metafísica ni en la divinidad, estaba dirigida a la afirmación del Estado y la estructura social. “Se subrayaba el sentido ético de la vida y la conducta del hombre en pro de la humanidad” (García, 2000, p. 9).

10 Por ejemplo, se retrata a Jung Yak Yong, un personaje histórico real, fue un filósofo confuciano de la época Joseon y fue uno de los ministros más confiables del rey Jeongjo (Arirang TV, 2013).

11 Son fiestas tradicionales populares, dedicadas a conmemorar la peregrinación de José y María en Belén, se basan en el pasaje bíblico que narra el episodio del nacimiento de Cristo (Lucas. 2: 1-21).

2. Reconstrucción de la representación desde el discurso

Con los temas definidos, se inicia la reconstrucción de la representación, es decir del discurso dentro de la narración y su relación con el discurso referente (no ficcional.) En esta medida, el sentido que se construye con elementos de la narrativa da cuenta del proceso de generación de discurso de la representación. En primer lugar, desde el tema “construcción de la masculinidad” se reconstruyen dos arquetipos estéticos narrativos y su relación con discursos de referencia:

a) Construcción de la masculinidad

Figura 5
Comparación entre personaje “*kkotminam*” y “súper macho”



Fuente: elaboración propia con imágenes de KBS2 (2010) y Televisa (2009).

i) El “súper macho”, “arquetipo” en la telenovela

Recordando la clasificación de *Corazón salvaje* como una telenovela “rosa-clásica”, el género más tradicional y aquel que corresponde a un mundo “cerrado

en sí mismo” (Adriánzén, 2001), se rescata que dentro de la clasificación de Adriánzén es el género cuyos personajes corresponden con mayor cabalidad a “tipos” (arquetipos) específicos. En cualquier caso, lo que interesa al estudio es la construcción de sentido alrededor del personaje.

El protagonista de la telenovela, Juan del Diablo, es un personaje de tipo “súper macho”, muchas veces entendido como un “cliché de la masculinidad” (Adriánzén, 2001, pp. 101-102). En un primer momento se le define como un hombre “rudo y salvaje”. Estos elementos aparecen en la primera descripción que se hace de él como adulto:

Voz en off: Como un animal salvaje, de las profundidades del mar emerge un hombre fuerte y rudo que nada, nada con flexión y soltura de delfín entre las olas del mar que lo amparan. Al llegar a la orilla arrastra con sus fuertes manos la frágil barca, sus pies descalzos parecieran agarrarse como zarpas a la arena que pisa dejando bien marcadas sus huellas en una actitud altanera y desafiante y pareciera, bajo el sol que lo ilumina, tener un resplandor triunfante. Es hijo de la naturaleza, de la tierra, del mar, del viento y del fuego. Es un rebelde que quiere alzarse contra el mundo entero y frente al mundo entero se siente capaz de luchar y de vencer. Ese es Juan del Diablo. (Mejía, 2009).

Didier Machillot¹² (como se citó en Rodríguez, 2014) reconstruye el surgimiento y desarrollo del estereotipo —el desarrollo del discurso— del macho en México: Señala que el término “macho” surge entre 1910 y 1915, durante los acontecimientos revolucionarios, pero su popularidad es posterior a través de una literatura y con un cine de inspiración nacionalista “que pondrá en escena a una región idílica, Jalisco, habitada por jinetes, machos a la vez, valientes y seductores: los charros” (Machillot, como se citó en Rodríguez, 2014, p. 254). Sin embargo, el proceso de construcción del estereotipo inicia en la Colonización con una asociación al color de la piel de los “indios”, aunque el estereotipo se relaciona con el mestizo, y características de la “plebe”: “relajamiento de la moral, alcoholismo y la suciedad de las clases populares”. Así, el macho es “violento, grosero, irritable, peligroso, impulsivo, fanfarrón, superficial, desconfiado, inestable y falso” (Rodríguez, 2014, pp. 254-255).

Durante la época de la Revolución Mexicana los “machos” adquieren otras características debido a que el “mestizo vulgar” se convierte en héroe de la

12 Doctor en Ciencias de la Sociedad, Maestro en Sociología y en Letras hispánicas. Machillot rastrea la construcción del sentido del macho en novelas y corridos.

Revolución, es decir, el “macho” se transforma en un héroe patriota. La virilidad también pasa a ser característica del macho: “México entonces es una nación de hombres valientes, rudos, broncos, en suma: machos”¹³ (Rodríguez, 2014, p. 256). Machillot cita la obra de Octavio Paz en la que se refiere al macho como un ser “introvertido y hermético de actitud activa (Zeus violador de mujeres) en oposición a la pasividad de la mujer”, el que personifica “el poder arbitrario, la fuerza sin freno y sin cauce que resume la agresividad, impasibilidad, invulnerabilidad y la violencia sin alma” (Machillot como se citó en Rodríguez, 2014, p. 257). Desde este punto de vista, la masculinidad se construye, con matices y roles, en estrecha relación la violencia, heteronomatividad y en oposición a la feminidad y cualquier elemento asociado a ella.

Juan del Diablo es atravesado y va construyendo varios carices del discurso del macho que describe Machillot (como se citó en Rodríguez, 2014). Es al mismo tiempo el hombre salvaje, protagonista de escenas eróticas (que aluden a virilidad o potencia sexual, fuerte e impulsivo); y el “héroe” o “salvador” de las clases populares –en la telenovela, de los pescadores que sufren los abusos de una autoridad corrupta–, es el valiente que lucha por causas nobles (como el macho de la Revolución). Del mismo modo su apariencia se describe como atractiva y corresponde con la estética del macho.

Sin embargo, cabe mencionar que Juan del Diablo no es un personaje que caracterice la impasibilidad o invulnerabilidad que caracteriza Machillot (como se citó en Rodríguez, 2014). Es descrito por otros personajes como un hombre que “dentro de su tosquedad se ha portado amable y protector” (Mejía, 2009). Este Juan del Diablo, quizá de manera más visible que otras representaciones de este personaje¹⁴, es frágil y vulnerable. Son situaciones particulares las que ponen de manifiesto su vulnerabilidad, por ejemplo, el recuerdo de la muerte de su padre, su encierro en prisión, su enfermedad, el reencuentro y la muerte de su madre. Esta “fragilidad” está construida desde el énfasis que se da al relato de su infancia, un acento que no está presente en otras versiones de *Corazón Salvaje*. Este Juan del Diablo es el “macho” que llora, añora a su madre, toma a la nana Clemencia como figura materna y busca consuelo y protección en Regina, su esposa.

13 Al mismo tiempo se señala la construcción de su opuesto: el homosexual. Definido con la negación de las cualidades del macho: “No defienden su nación, son traidores; no son machos por tanto son afeminados” (Rodríguez, 2014, p. 256).

14 Dadas las varias versiones de *Corazón Salvaje* que se han dramatizado desde los años sesenta. Entre las que destacan las interpretaciones de Juan del Diablo de actores como Julio Alemán, Enrique Lizalde y Eduardo Palomo.

ii) El *kkotminam* o flower boy

En el *dorama* aparecen cuatro protagonistas, uno en particular se asocia con una estética conocida como *kkotminam*¹⁵. Goo Yong Ha, apodado *Yeorim*, representa un “mujeriego” del tipo “*flower boy*” debido a su apariencia física, el término hace referencia a la apariencia delicada de los ídolos masculinos (Rhee, 2015, p. 19). El *kkotminam* se define como un “look andrógino” porque se combinan los rasgos faciales delicados y un físico musculoso y masculino (Rhee, 2015, p. 23).

El término *kkotminam* [cursivas añadidas] presenta un ideal masculino redefinido donde los hombres son suaves –en otras palabras, más femeninos– en comportamiento y apariencia facial, mientras continúan manteniendo un físico masculino tradicional. [...] La estética *kkotminam* de la masculinidad coreana presenta un escenario cultural e históricamente plagado de tensiones hegemónicas entre las normas más tradicionales del machismo coreano todavía afianzadas por las generaciones mayores y las opiniones flexibles de la juventud moderna coreana [Traducción propia]. (Rhee, 2015, pp. 19-20).

En el rostro de facciones delicadas del *kkotminam* resalta la piel blanca como un rasgo delicado y atractivo. En algunas escenas se dice que *Yeorim* tiene: “una piel blanca como el jade” o “una piel capaz de iluminar el pueblo entero” (Yoo, 2010). Li, Min, Belk, Kimura y Bahl (2008) describen la idea contemporánea de la piel blanca como canon de belleza en Corea que combina “ideologías occidentales, así como valores y creencias tradicionales asiáticas” (p.445). Sobre los valores asiáticos tradicionales, en el caso específico de Corea, la piel blanca se asocia con el respeto desde el chamanismo, también se asocia con un aspecto noble, tanto para hombres como para mujeres, en la época de la dinastía Koryo (918-1392) (Li, et. al., 2008, p. 446).

Rhee (2015) también describe cómo la concepción tradicional de la masculinidad corresponde al ideal confuciano del varón como género dominante en la sociedad, resumido en tres aspectos: “El hombre como el proveedor familiar o la cabeza de la familia; el hombre como el guerrero/combatiente (influenciado por el servicio militar obligatorio de Corea del Sur); y el hombre como el vigilante de lo externo, como opuesto a lo interno [traducción propia]” (Rhee, 2015, p. 20). Pero, también al “machismo norteamericano importado” durante la época

15 Los primeros íconos reconocidos de esta estética son: el actor Bae Yong-Joon en el 2002 cuando actuó en *Sonata de Invierno* y el cantante Kim Jaejoong durante el 2003, cuando debutó en el grupo DBSK.

de la postguerra con la presencia de los militares estadounidenses en Corea del Sur, es decir, alrededor de 1950.

La estética del *kkotminam* es una figura recurrente en los *doramas*. Algunos de los ejemplos más conocidos son: los “F4”, del *dorama* *Boys Over Flowers*, personajes de *El príncipe del café*, *Eres mi estrella*, *Flower boy Raymun Shop*, *Flower boy next door*, *Gentelman’s dignity*, *Goong: Princess Hours*, *Pasta*, *Rooftop Prince* y *El sol abraza a la luna*.

Aunque el “*flower boy*” tiene que ver más con la apariencia física hay una dimensión relacionada al comportamiento. Como ejemplo, en el *dorama*, está *Geol Oh* cuya apariencia física y comportamiento, en un primer momento, no se ciñe a las características del *kkotminam*, sin embargo, a medida que avanza la historia se descubre que es un personaje bastante tímido con las mujeres, por ello cada vez que una se le acerca él sufre de un hipo incontrolable. En este sentido aparece el *aegyo*. No tiene una definición exacta; se le traduce como “demasiado tierno” o “encanto especial”. Es una compilación de gestos tanto verbales como corporales que generan en el espectador una reacción de ternura. Whitney (2015) señala que en el contexto de Corea del Sur una de las principales características que debe tener un hombre y una mujer para ser considerados buenas o bonitas personas, es exponer su lado tierno, muchas veces se hacen hasta concursos para demostrar sus grados de *aegyo* (pp.14-15). A través del *aegyo* se “institucionaliza” un comportamiento en el que los hombres, y no solo las mujeres, pueden y deben mostrar su lado “tierno” ya que se considera parte de su atractivo; este comportamiento puede considerarse una feminización.

Entonces, en el caso del *kkotminam* se retrata un lugar donde se entrecruzan rastros de una masculinidad tradicional y características asociadas a una concepción de la masculinidad contemporánea, más cercana a características que se consideraron típicamente femeninas. Aunque, desde la industria, se ha aclarado que la intención de incluir estas estéticas en la industria del *kpop* y del *dorama* coreano no va más allá de atender al público femenino¹⁶.

16 Rhee (2015) recoge el testimonio del líder del grupo Super Junior, Choi Siwon, que “rechaza la posibilidad de que el look andrógino, tan generalizado en los idols masculinos, tenga un propósito mayor —promover la igualdad de una multiplicidad de identidades de género— que atender al público femenino que desea el ideal masculino que es al mismo tiempo delicado y fuerte [traducción propia]” (p. 26).

b) Religión y filosofía: premisas y vínculos entre hombres

Por otra parte, el discurso “filosófico/religioso” se reconstruye en tanto interactúa o determina otros elementos de la historia. Por ejemplo, en tanto discursos pueden señalarse dos momentos que son articulados por principios de estas doctrinas:

i) Piedad filial

En el *dorama*, uno de los protagonistas, Sun Joon, se enfrenta a la disyuntiva de ocultar las pruebas de corrupción para proteger a su padre o entregarlas para ayudar al Rey. En la telenovela, Regina se enfrenta al problema de aceptar un matrimonio que no desea para evitar a su padre la bancarrota o desobedecer. Ambos casos tienen como conflicto central la piedad filial. En el primer caso, en tanto es uno de los principios Confucianos contenidos en las Analectas, situación que se manifiesta explícitamente en el diálogo de Sun Joon y su padre. En el segundo caso porque es también uno de los mandamientos del antiguo Testamento: “Honrarás a tu padre y a tu madre” que también es utilizado manifiestamente en el diálogo.

ii) “Proteger a los pobres”

En ambas historias se representan problemas de desigualdad social, corrupción, maltrato y humillación de los pobres. También en ambos casos se recurre a argumentos provenientes del neoconfucionismo y de la religión católica para mostrar el problema y pedir una solución. Aunque el neoconfucionismo no aboga por la igualdad, un principio confuciano dicta a los gobernantes gobernar con el ejemplo y tratar con amor a sus súbditos, este principio es aplicado para exigir que los gobernantes no sean corruptos ni maltraten a los súbditos. En el otro caso, la Doctrina Social de la Iglesia Católica postula una “opción por los pobres” que se manifiesta en la telenovela, además del principio de igualdad por ser “hijos de Dios”.

iii) Vínculos entre hombres

El discurso “filosófico/religioso” se entrecruza con el discurso de “construcción de la masculinidad”, esto puede verse a través de la representación de vínculos entre hombres. En la telenovela, Juan del Diablo tiene amigos

incondicionales, los pescadores aquellos que le seguirán a donde sea porque le tienen confianza como líder (y figura salvadora) además, le tienen cariño porque fueron amigos de su padre (anterior figura salvadora). Son los tripulantes de su barco, su “familia”. Tiene a su “hermano” Remigio, a quien respeta y agradece por haberlo encontrado siendo un bebé y haberlo llevado con su familia. Remigio es el amigo que más lo conoce y quien siempre trata de aconsejarlo y cuidarlo.

Frente a estas relaciones, en el *dorama* se plantea una amistad masculina “más cercana”. Esta relación es atravesada por dos tipos de discurso: el primero tiene que ver con los vínculos confucianos y el segundo con un fenómeno más actual conocido como *bromance*. En el primer caso, se puede caracterizar esta relación gracias a un acontecimiento en la trama del *dorama*: el escándalo de la homosexualidad.

El “escándalo de la homosexualidad” involucra a tres de los protagonistas: Moon Jae Shin, Yoon Hee y Sun Joon. Jae Shin se da cuenta que Yoon Shik es en realidad una mujer. Él mantiene en secreto la condición de Yoon Hee y se encarga de cuidarla y ayudarla para que los demás no la descubran. A raíz de un malentendido los estudiantes empiezan a cuestionar su cercanía y a pensar que ambos mantienen una relación amorosa. El “escándalo” que se hace público en *Sungkyunkwan* se refiere a la relación entre Jae Shin y Yoon Hee (Yoon Shik). La homosexualidad es condenada porque el confucionismo dicta que hombres y mujeres son diferentes. El *Daesa Seong* (primer oficial de *Sungkyunkwan*) sugiere a Sun Joon que niegue toda relación de amistad con Jae Shin y Yoon Hee para alejarse de este escándalo pues: “Para un noble, homosexualidad no es diferente a muerte” (Yoo, 2010). Ambos son sometidos a un juicio en una audiencia del Consejo de Estudiantes bajo la posible pena de ser expulsados de *Sungkyunkwan* y de que sus nombres sean borrados de los registros, de tal manera que nunca más puedan presentarse a ninguno de los exámenes del sistema.

Histórica y culturalmente, los vínculos sociales masculinos coreanos se construyeron con base en la ética de comportamiento heredada del confucionismo. Lee (2016) utiliza la teoría de Sedwick¹⁷ para explicar el alcance

17 Eve Kosofsky Sedwick, representante de los estudios de género y la teoría *queer*. La obra citada es: *Between men: English literature and male homosocial desire* (1985).

y los límites de esta relación. Se refiere a una importante distinción entre “homosocialidad” y “homosexualidad”, tratando de separarse del modelo occidental binario “hetero/homo”.

Dentro del sistema de las cinco relaciones –cuatro jerárquicas (padre-hijo, amo-esclavo, maestro-estudiante y esposo-esposa) y una igualitaria, la relación entre amigos (García, 2000, p. 11)– dictadas por el confucionismo, se describe la amistad masculina como la única relación equitativa. Lee explica que esto se debe a la estricta distinción de roles de género y el sistema patriarcal, por ello se separaban hombres de mujeres (excepto por el círculo familiar) desde los seis años (Lee, 2016, p. 79). Además, debido al casi nulo acceso que tenían las mujeres a la educación, “el vínculo íntimo masculino fue altamente estimulado y visto como una forma de cultivar el ‘yo’ para convertirse en una persona confuciana ideal [traducción propia]” (Lee, 2016, p. 79). Como se trata de la única relación equitativa, se convierte en el único espacio para que el hombre pueda desarrollar un nivel más profundo de intimidad intelectual, social y personal (Lee, 2016, p. 80).

Lee explica que, debido a esta amistad masculina íntima, física y afectivamente, “las fronteras emocionales y sexuales entre el mismo sexo son siempre borrosas” (2016, p. 79). Sin embargo, cruzar estas fronteras implica una violación a la norma confuciana, específicamente:

El género es un determinante profundo del poder en la cultura confuciana coreana. Una vez que un vínculo homosocial se convierte en homosexual, la frontera entre ellos es transgredida¹⁸ e interrumpida. Tal transgresión es considerada una perturbación en la sociedad confuciana debido a la influencia de la desigualdad de género heterosexual confuciana reflejada en el continuo.¹⁹ [traducción propia]. (Lee, 2016, p. 85).

Es quizá por esta razón que, en el *dorama*, Sun Joon cambia el curso del juicio por homosexualidad con este argumento:

18 La transgresión de esta relación se da porque implica asociarle a un hombre un rol femenino, por tanto fuera de la norma. Considerado pervertido o “*byuntae*” (Lee, 2016, p.86).

19 El “continuo” o “continuum” entre homosocialidad y homosexualidad o “deseo” homosocial se entiende desde Sedwick como análogo a la libido del psicoanálisis. “No para un estado afectivo o emoción particular, sino para la fuerza afectiva o social, el pegamento, incluso cuando su manifestación es hostilidad u odio o algo menos emotivamente cargado, que forma una relación importante [traducción propia]” (Sedgwick citado en Lee, 2016, p. 84).

Sun Joon: La virtud más importante en el confucianismo, “*ren*”, se refiere al amor de tu amigo. [...] Nadie tiene el derecho a juzgar ni apuntar con el dedo a una persona por su amor a otra con preceptos y normas establecidas, convirtiéndolo en un escándalo. Si esa es la manera en la que debe comportarse un sabio neo confuciano, prefiero ser llamado homosexual. (Yoo, 2010).

Este enunciado no constituye una visión opuesta de la homosexualidad, sino una forma de decir que la relación entre sus amigos fue malinterpretada. Se apoya en la virtud “*ren*” del confucianismo, entendida como “humanidad” (Mothe, 2012), “humanidad verdadera” o “amor al prójimo”, estas variadas traducciones se deben a que el término chino está compuesto por dos palabras: “dos” y “hombre”, hace referencia a la relación entre dos seres humanos, “caracterizada por el amor y la bondad. En otras palabras, no es posible la práctica de la virtud de la humanidad sin el amor al prójimo” (Polo, 2009, párr. 10). Lo que Sun Joon dice es que la de Jae Shin y Yoon Hee es una relación “virtuosa” fundada en el amor al otro como un igual.

El segundo caso, se puede desarrollar a partir de la amistad entre Yonga Ha y Jae Shin. Mientras Sun Joon está confundido por sus sentimientos hacia Yoon Hee (creyendo que es un hombre), le pregunta a Yong Ha si alguna vez ha tenido un sentimiento fuerte hacia otro amigo, tanto que podría confundirse con la atracción, a esto Yong Ha responde: “Preguntas si me pasó, solo una vez con *Geol Oh*, esa vez llegué a cuestionarme mi masculinidad” (Yoo, 2010). Yong Ha es el personaje más cercano a Jae Shin es quien más lo conoce y quien se preocupa continuamente por él, también suele molestarlo tomándole de la mano e insinuando su interés en Yoon Hee. La manera en que se desarrolla la relación de estos dos personajes ejemplifica la amistad masculina coreana definida desde el confucianismo (dado que hay cercanía intelectual, personal y física) y tiene que ver con el discurso del *bromance*.

“El término se remonta a los años 90 cuando el famoso editor de la revista *Big Brother Magazine*, Dave Carnie, acuñó esta expresión a partir de la unión de las palabras inglesas ‘*brother*’ y ‘*romance*’” (Mundo Fama Corea, 2014-2015, párr. 1). En ese entonces, la palabra se usó para referirse a la relación entre los “*skater-buddies*”. Entonces, con “*bromance*” se hace referencia a una amistad masculina muy cercana: “Una relación, casi sentimental, que comparten dos hombres. Se podría decir que entre ellos hay una fuerte amistad y que por lo tanto son mejores amigos, uña y carne, amigos del alma” (Mundo Fama Corea,

2014-2015, párr. 2). Un dato a tomar en cuenta, para ejemplificar como en la reconstrucción de la representación se entrecruzan varios discursos, es que en el *bromance* se muestran situaciones o insinuaciones cómicas parecidas a las presentadas en *animés*, *mangas*, *maghwas*, películas y *doramas* japoneses, coreanos o taiwaneses del género “*shonen ai*”, “*BL (boys love)*” o “*yaoi*”, que son explícitamente homosexuales²⁰ y tienen como primer público a mujeres.

c) Comparación: aproximaciones y distancias

Para situar la reconstrucción de la representación, a través de los discursos, en el espacio de frontera simbólica del frente cultural denominado “*hallyu* en Latinoamérica” es necesario un proceso de comparación. De esta forma se comprenden las oposiciones o distancias entre construcciones de sentido y también las aproximaciones o semejanzas entre ellas. Son estas construcciones “continentes de significación compartida” sobre aquello que “junta, liga a grupos y clases muy diferentes” (González, 1994, p. 73).

En los ejemplos reconstruidos, “construcción de la masculinidad” y “religión/filosofía”, se marcan las siguientes distancias: Estéticas masculinas, el “súper macho” y el “*kkotminam*” constituyen representaciones alejadas, distantes entre sí, aunque no opuestas completamente, como se explicó en el desarrollo. Puesto que el *kkotminam* conserva rasgos y comportamientos de la “masculinidad tradicional” como el físico referido al cuerpo y el comportamiento asociado a la virilidad. Vínculos masculinos, de nuevo no son representaciones opuestas, pero sí disímiles. La amistad masculina está presente en ambas producciones, sin embargo, por los discursos que atraviesan el caso coreano, las expresiones de esta son distintas, más “suaves” y “cercanas”. En cuanto a las dos perspectivas abordadas en “religión/filosofía” la primera distancia, esta vez sí de oposición, es la construcción de relaciones jerárquicas sociales (confucionismo), frente a la perspectiva de igualdad en la visión católica.

Las aproximaciones en los mismos ejemplos pueden resumirse así: En la construcción de la masculinidad hay una expresión de vulnerabilidad e incluso de ternura en ambos casos, con el *agyeo* en el *dorama* y la fragilidad que se desprende del personaje Juan del Diablo. Otra, salvando las distancias entre

²⁰ Henry Jenkins (2010) hace un estudio importante de este fenómeno, conocido como *slash* en Estados Unidos, en el capítulo “Bienvenido a la bisexualidad, capitán Kirk” de su obra *Piratas de Textos* (pp. 215-254).

vínculos masculinos que se expresaron anteriormente, un lugar común es que ambas representaciones no “transgreden” la línea entre homosocialidad y homosexualidad. Sobre los discursos “religiosos”, una primera aproximación es que ambos atraviesan la narración. Otra es la expresada en las dos premisas que se rescatan de momentos de conflicto en las historias que, aunque tienen “condicionamientos” diferentes (como en el tema de desigualdad social, en un caso se acude al principio de igualdad entre personas, y en el otro a las obligaciones del soberano respecto a sus súbditos) se está hablando, esencialmente de lo mismo. De igual forma sucede con la premisa confuciana expresada al hablar de las relaciones entre amigos (virtud “*ren*” o humanidad) que, aunque en ese caso se refiere solo a relaciones masculinas, es una construcción muy próxima a uno de los mandamientos de Cristo: “Amar al prójimo”.

Además, sobre las aproximaciones enumeradas, puede aportar tener en mente que los productos analizados corresponden a dos clasificaciones distintas, la telenovela a la categoría de “clásica-rosa” (símil al *makjang* coreano) y el *dorama* como aproximado a la categoría de telenovela posmoderna, cuyo canon latinoamericano son las telenovelas brasileñas.

IV. Conclusiones y reflexiones

La telenovela y el *dorama* entran en relación desde la llegada del *hallyu* a Latinoamérica porque, en tanto géneros/productos de ficción, se parecen. Se mueven en un mismo campo simbólico y por ello pueden establecerse relaciones o comparaciones de sentido. Se acude a una idea de González (1994): “toda construcción de un sentido se efectúa sobre la de-construcción de otro” (p. 65).

Tanto *doramas* como telenovelas tienen la característica de ser representaciones con alto grado de referencialidad cultural. En otras palabras, existen discursos culturales que influyen de manera importante en la construcción de estas ficciones, al mismo tiempo, estas ficciones (siendo también interpretaciones) aportan a la misma construcción de los discursos que las atraviesan. Por este motivo, y sin olvidar que se trata de narraciones ficcionales, no resulta tan extraña la idea de que ambos productos puedan ser formas legítimas de conocer una cultura distinta, como plantearon Iadevito, Bavoleo y Chinkyong (2010). Al reconstruir las representaciones presentadas desde discursos referenciales propios de cada cultura se intentó dar cuenta de algunas tensiones de sentido

al interior de cada producto, podría pensarse por lo dicho anteriormente, al interior de cada cultura.

La categoría de frentes culturales permitió situar y delimitar la relación entre dos productos, como representaciones de dos culturas, en una frontera donde si bien existen diferencias entre dos grupos, también se tienden determinados puentes simbólicos que acercan a esos grupos, esa es la “alta porosidad” de la frontera. Al mismo tiempo, se considera que da cuenta de una tarea pendiente, la de situar el análisis en las personas, los agentes que construyen sentidos al interior de la frontera. Por ello, en un segundo momento de estudio de este fenómeno, o de otros que involucren trabajar las miradas de los actores sociales que “usan”, “consumen”, “legitiman”, “comprenden” o “apropian” “otra” cultura, es necesario no solo matizar, analizar y profundizar en estos procesos, sino también fomentar la reflexión sobre ellos, sobre lo que implican estos procesos en un nivel “elementalmente humano”.

A modo de reflexión final, puede decirse que el empezar a conocer una cultura distinta (es decir, reconocer al “otro”), implica también una reflexión igual para la cultura “propia” (reconocerse uno mismo). Por ejemplo, si en un frente cultural intervienen las culturas de dos grupos, para comprender las relaciones que se den entre ambos grupos (ambas culturas) es vital un conocimiento profundo de ambos polos. ¿Por qué? porque, solo así podrán identificarse no solo aquellas, casi evidentes, diferencias, sino también aquellas construcciones que, detrás de una aparente diferencia, los aproximan.

V. Referencias

Adrianzén, E. (2001). *Telenovelas: Cómo son, cómo se escriben*. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú.

Arirang TV. (22 de agosto de 2013). *100 Icons of Korean Culture. Ep05 Jung Yak-yong* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=CXyQifOn64I>

Arroyo, S. (2006). La estructura de la telenovela como relato tradicional. *Culturas populares*, 2(20). Recuperado de <http://www.culturaspopulares.org/textos2/articulos/arroyo1.pdf>

- Berlant, L. (2012). *El corazón de una nación: Ensayos sobre política y sentimentalismo*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Cabrujas, J. (2002). *Y Latinoamérica inventó la Telenovela*. Caracas, Venezuela: Alfadil.
- Cajal, A. (s.f.) *¿Qué es el gender bender?* [Mensaje en un blog]. Recuperado de https://www.lifeder.com/cultura_general
- García, L. (2000). *La situación de la mujer en Corea: Según en las tradiciones en las distintas dinastías*. Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales. Recuperado de <http://www.asiayargentina.com/pdf/201-mujer.PDF>
- Golden, S. (Ed.) (2004). *Multilateralismo versus unilateralismo en Asia: El peso internacional de los «valores asiáticos»*. Recuperado de https://www.cidob.org/publicaciones/serie_de_publicacion/interrogar_la_actualidad/multilateralismo_versus_unilateralismo_en_asia_el_peso_internacional_de_los_valores_asiativos
- González, J. (1994). *Más (+) Cultura (S) Ensayos sobre realidades plurales*. Ciudad de México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- González, J. (2001). Frentes Culturales: Para una comprensión dialógica de las culturas contemporáneas. *Época II*, 7(14), 9-45.
- González, J. (2010). Understanding Telenovelas as a Cultural Front: A Complex Analysis for a Complex Reality. *Telenovelas*. Santa Bárbara-California: Greenwood, pp. 68-78.
- Hall, S. (2010). *Sin Garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Recuperado de http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/stuart_hall_-_sin_garantias.pdf
- Iadevito, P., & Bavoleo, B. (2015). Telenovelas coreanas en América Latina: Una aproximación desde los estudios culturales. *MAP Revista Mundo Asiático*. 4(6). 25-39. Recuperado de <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/map/article/view/2996>

- Iadevito, P., Bavoleo, B., & Chinkyong, M. (2010). Telenovelas coreanas en América Latina: ¿Una nueva forma de comunicación intercultural? Recuperado de <http://www.aacademica.com/000-027/667>
- Jenkins, H. (2010). *Piratas de textos: Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós.
- KBS2 (2010). *Sungkyunkwan Scandal* [Fotografía]. Recuperado de http://es.drama.wikia.com/wiki/Sungkyunkwan_Scandal
- Lee, I. (2016). Homoeroticism and Homosexuality in Korean Confucian Culture. *Sacred Spaces: The E-Journal of the American Association of Pastoral Counselors*, 8, 75- 94. Recuperado de https://media3.charityengine.net/CMS/_templates/755/Lee-Final2016.pdf
- Li, E., Min, H., Belk, R., Kimura, J., & Bahl, S. (2008). Skin Lightening and Beauty in Four Asian Cultures. *NA - Advances in Consumer Research*, 35, 444-449. Recuperado de <http://www.acrwebsite.org/volumes/13415/volumes/v35/NA-35>
- Mejía, S. (Productor), García, S., & Ramírez, J. (Directores). (2009). *Corazón Salvaje* [Serie de televisión]. México: Televisa.
- Mothe, S. (27 de agosto de 2012). Las cinco virtudes confucianas [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://blogs.perfil.com/lamuralla/2012/08/27/las-cinco-virtudes-confucianas/>
- Mundo Fama Corea (2014-2015). *¿Existe el "bromance" en Corea del Sur?* Recuperado de <http://www.mundofamacore.net/2014/09/existe-el-bromance-en-corea-del-sur.html?m=1>
- Orozco, G. (2006). La telenovela en México: ¿De una expresión cultural a un simple producto para la mercadotecnia? *Comunicación y Sociedad*, 11-35. Recuperado de <http://www.revistascientificas.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/3975/3749>
- O'Sullivan, T., Harthley, J., Saunders, D., Montgomery, M., & Fiske, J. (1995). *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.

- Peres-Cajías, G. (20 de febrero de 2015). Made in China. *Página Siete*. Recuperado de <http://www.paginasiete.bo/opinion/2015/2/20/made-china-47798.html>
- Polo, M. (1 de febrero de 2009). Rén, Lí y Tao en Confucio [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://lotosdeoriente.blogspot.com/2009/02/ren-li-y-tao-en-confucio.html>
- Rhee, A. (2015). The popular lens: An ethnographic exploration of South Korean masculinity and gender dynamics through contemporary Korean popular music consumption and reception (resumen de tesis doctoral, Johns Hopkins Krieger School of Arts & Sciences). Recuperado de <http://krieger.jhu.edu/woodrowwilson/wp-content/uploads/sites/3/2015/08/Rhee-Annie-Wilson-Thesis.pdf>
- Rodríguez, Z. (2014). Reseña. Machos y machismos: Historia de los estereotipos mexicanos. *La Ventana*, 39, 252-260. Recuperado de https://www.academia.edu/12583459/Machos_y_machistas._Historia_de_los_estereotipos_mexicanos
- Soler, L. (2015). *Teoría y evolución de la telenovela latinoamericana* (Tesis doctoral, Universidad de Alicante). Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/51772/1/tesis_soler_azorin.pdf
- Televisa (2009). *Corazón Salvaje* [Fotografía]. Recuperado de <http://www2.esmas.com/entretenimiento/telenovelas/corazon-salvaje/>
- Tolou, V. (2014). *Sustaining the Hallyu: International Social Media Promotion and Buzz for South Korean Movies and series* (Tesis inédita de licenciatura, Tampere University of Applied Sciences). Recuperado de https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/84729/Tolou_Vasileia.pdf?sequence=1
- Vásquez, E. (11 de agosto de 2012). Alcaldía reconoce a fans de música asiática. *La Prensa*. Recuperado de http://www.laprensa.com.bo/diario/entretendencias/escena/20120811/alcaldia-reconoce-a-fans-de-musica-asiatica_31402_50210.html

- Vidal, L. (2014). *Pop Power: Diplomacia pop para una sociedad global*. Recuperado de https://www.academia.edu/7258804/POP_POWER_Diplomacia_Pop_para_una_Sociedad_Global
- Whitney, E. (2015). El pop coreano en los jóvenes paceños y tottorrienses (Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Baja California Sur). Recuperado de www.uabcs.mx/.../archivo:10042016_130526_Tesis%20Cultura%20y%20comunicaci
- Yoo, G. (Productor). Kim, W., & Hwang, I. (Directores). (2010). *Sungkyunkwan Scandal* [serie de televisión] Corea del Sur: Raemongraein
- Yoon, T. (1984). *Historia de Corea*. Seúl: Supeino Munjuawon.

JOURNAL *de*

Comunicación Social

Sociología de la Comunicación de Masas

Estudios Mediáticos y Culturales

Sociología Política

Comunicación y Desarrollo

SEGUNDA PARTE: Reseñas de autores

Reseñas de autores

***Pollera y ojos verdes: Racismo en la interacción pública rutinaria.* Natalia Casanovas (2018). La Paz: Plural Editores-Universidad Católica Boliviana**

Por Msc. Rafael Loayza Bueno

La discriminación social (específicamente racial) tanto en los ámbitos de la estructura y la agencia social nacionales, no son recientes y han sido moneda de cambio en la Bolivia moderna, por su trayectoria histórica y la distribución diferenciada del bienestar, consecuencia de los profundos heridas del proceso colonial.

Pero como demuestra Natalia Casanovas en el libro *Pollera y ojos verdes*, hoy parecen haber saltado con más vigor a la discusión pública y al lenguaje cotidiano de los bolivianos, particularmente desde la llegada del Presidente Evo Morales a la Presidencia del Estado en enero de 2006.

Así, el mandatario y su talante indígena, que es explotado por la discursividad política oficialista como una de las condiciones esenciales de su liderazgo, está revelando que la socialización política está profundamente marcada por capitalidades étnicas y raciales.

Si bien lo “indígena originario campesino” ha estado siempre en el imaginario de la política nacional como un estamento fundamental en

la composición sociopolítica, la llegada de Evo Morales ha ideologizado también las bases de identidad de los “ningunos” creando tensiones que hacen que los “castellanohablantes”, aquellos que preferían antes no tener afinidades de ascendente étnico por el pudor de no asumirse como españoles puros (como los indígenas originarios que en su denominación hacen ejercicio a tal prerrogativa) hoy están meditando su identidad también en términos étnico/raciales.

En *Pollera y ojos verdes* podemos encontrar explicaciones profundamente imbricadas en las teorías modernas de la categorizaciones y diferenciación racial, en un estudio de caso, altamente ilustrativo de las contingencias de las relaciones raciales en la interacción pública que aquí estamos explicando.

Al respecto:

En enero de 2015, luego de inaugurada la línea verde del Teleférico, cientos de alteños notaron que podían llegar al Megacenter (que había sido publicitado como el mall de diversión familiar más sofisticado de Bolivia) en menos de 20 minutos, lo que con el sistema cooperativo tomaría alrededor de 45 minutos a una hora.

Los alteños se volcaron entonces a visitar el lugar producto de la muy publicitada venta de este espacio de interacción público.

El resultado de esta visita masiva sacó lo más oprobioso del “racismo” habitado en Bolivia que confrontó a estamentos étnica y racialmente diferenciados en una disputa que categorizaba a unos y otros por su vestimenta, lenguaje y color de la piel.

Fue tan amplio el escándalo racial –unos explicando que su crítica apuntaba a demandar buenas costumbres antes que a segregar, otros denunciando a estos por “modositos” y “racistas” y la mayoría dada a singularizar a los unos de “q’aras” y a los otros de “t’aras”– que la disputa saltó rápidamente a las esferas de la política y los medios de comunicación.

Ciertamente, el altercado se simplificó separando por un lado a los “indios sucios y malolientes” y por el otro lado “q’aras, culitos blancos” intolerantes y racistas.

El suceso del Mega, no solo puso a los “no indígenas” de la zona Sur en el terreno del racismo desconsolado, sino que también los mostró como un conglomerado de privilegiados e intolerantes.

La investigación de Natalia demuestra, con herramientas analíticas novedosas y audaces –fruto de un entendimiento profundo del paradigma de la estructuración, de Anthony Giddens– que semejante exposición (de racismo desconsolado) empezó a despertar sentimientos de solidaridad en la comunidad sin autoafirmación étnica (en los ningunos), producto justamente de la segmentación en sus habitantes cual “jailones”, “blancoides (q’aras) y, por supuesto, “racistas”.

Este probablemente es el hallazgo más importante, y preocupante en términos de sus efectos sociales, que la licenciada Casanovas ha encontrado: La identidad de los “ningunos” (de los castellanohablantes) es una personificación racial internalizada.

Esta “internalización”, como dice Jenkins, ocurre cuando el grupo categorizado, expuesto a los términos con los que el otro grupo lo define (*q’ara*) asimila las categorías, parcial o totalmente, en su propia identidad. Sucede esto cuando la categorización es más o menos la misma a un aspecto que existe en la propia identidad.

Está claro que los momentos de crisis, como el de la tensión racial del Mega, son los que exponen las simplificaciones racialistas, pues actúan como justificaciones de la heterofobia al quitarle el sentimiento de culpa al desprecio al otro. La investigadora lo explica con una claridad meridiana.

Asimismo, para O. C. Cox, un marxista que escribió sobre clase y raza en 1970, el prejuicio racial se origina en el desarrollo del capitalismo y las relaciones raciales en la proletarización de trabajo, más aún en una sociedad postcolonial como la boliviana. Es decir, el racismo es desarrollado por la racionalización del poder económico y por su degradante tratamiento de la pobreza.

Natalia le dio carácter a esta proposición, al mostrar que las segmentaciones de clase están presentes en Bolivia incluso en los espacios de interacción pública –concebidos arquitectónicamente para generar una interacción equitativa– pues los indígenas y no indígenas están separados aun en la plaza de comidas del Mega, en su acceso diferenciado a los Pollos Copacabana o a Factory, al quiosco o al pub, o incluso a las salas del cine que están separadas para cada estamento (*q’ara* y *t’ara*), según los días de la semana.

Sin embargo, uno de los más notables hallazgos de la investigadora es la conciencia manifiesta que interpela la idea de que el status de clase sea el elemento exclusivo de la diferenciación étnico-racial en Bolivia.

Así, Casanovas demuestra que la existencia de las nuevas “clases emergentes”, constituidas por los indígenas que han dejado la línea de la pobreza, han hecho que las brechas de interacción pública entre ambas comunidades estén cada vez más estrechas. Así, al tener el mismo poder adquisitivo las comunidades étnicas reclaman las mismas prerrogativas que los “no étnicas”, entre ellas ir a los lugares sofisticados de entretenimiento (como el Mega), en un contexto altamente contaminado por las tensiones raciales.

Pollera y ojos verdes, ofrece conclusiones producto de un trabajo auténtico –y, cómo no, brillante– de la fenomenología del racismo en la interacción pública rutinaria que me permito resumir:

- a) El caso del Mega, muestra que es plausible que algún grado de reforzamiento externo o validación emerge en el mantenimiento de las definiciones internas de los “no indígenas”,
- b) Existe un cambio cultural producto del largo y relativamente armonioso contacto interétnico entre los estamentos “indígena” y “no indígena” bolivianos, pero también producto de la interacción pública tensa resultante de la urbanización y el ascenso social de los últimos 30 años, durante los cuales los originarios han emergido económicamente.
- c) En general, la categorización externa es producida por gente que, en los ojos del grupo original, tiene autoridad legítima para categorizarlos. Y en el contexto que Natalia estudia, los indígenas se han hecho con el poder político y están

prestos a disputar la tenencia del poder económico, por lo menos en las esferas de la burocracia estatal y la clase media paceñas. Seguidamente, han empezado a tener una autoridad legítima de categorizar –como la tuvieron los “criollos” en el resultado de la sociedad postcolonial– que está desafiando a los “no indígenas” a politizar su identidad.

Mis conclusiones y entusiasmo por el libro están probablemente sesgados por la admiración y el afecto que le tengo a la licenciada Casanovas, pues su interés investigativo ha partido de una trasgresión que le ha permitido sentir en carne propia las contingencias y los rigores del racismo.

Es decir, este libro se ha originado en un momento de introspección profundo en el que ella, se ha abstraído de su zona de confort y sus ojos verdes y se ha puesto en los zapatos –y en la pollera– del otro para no solamente entenderlo y explicarlo, sino fundamentalmente para entenderse y explicarse a sí misma.

Solo en esta conjunción crucial, entre empatía y abstracción, en el que el mundo se entiende porque Natalia, yo y ustedes somos parte de él, se pueden encontrar proposiciones explicativas que permitan no solamente explicar, sino combatir el racismo.

Finalmente quiero decir que estoy muy honrado de haber dirigido la tesis que dio origen a este libro, y estoy profundamente orgulloso de verlo publicado. Y como homenaje al esfuerzo de Natalia de articular mente y corazón, ciencia y sensibilidad social, les recomiendo que compren *Pollera y ojos verdes*.

Semejanzas: Esbozos biográficos de gente poco común. Juan Carlos Salazar (2018).
La Paz: Plural Editores

Por Mgr. Alfonso Gumucio Dagron

Gato encerrado

Este Gato no es pardo, se lo distingue claramente incluso de noche. Tampoco es negro, de modo que quienes se cruzan con él no sufren ninguna calamidad, más bien les trae buena suerte, como a mí. Este “Gato” es Juan Carlos Salazar del Barrio, periodista.

Hay muchos refranes populares y anónimos que hacen alusión a los gatos: “como gato panza arriba”, “siete vidas tiene un gato”, “gato maullador no es buen cazador”, “con los curas y los gatos, pocos tratos”, “buscarle cinco patas al gato”, “gato con guantes no caza ratones”, “cuando el gato está ausente los ratones se divierten”, “cara de beato y uñas de gato”, “la curiosidad mató al gato”, “dar gato por liebre”..., y muchos más, pero yo he optado para el título de este texto: “Aquí hay gato encerrado”.

En *Semejanzas* hay Gato encerrado en cada página, pero como los gatos son sigilosos no se deja ver fácilmente. Entre las 40 semblanzas en este libro, la del propio autor atraviesa las demás. Porque lo maravilloso de los retratos es que el retratista se mira en los personajes y no todos los lectores se dan cuenta de ello. Se retrata en los valores, en las aventuras, en las complicidades y en los sueños de los retratados. Por eso es que, en lugar de semblanzas, le queda muy bien al libro el título *Semejanzas*.

Alguna semejanza hay también entre el Gato Salazar y yo, puesto que me invitó a presentar su libro. Estas semejanzas datan de varias

décadas, dos exilios y numerosos desayunos en algún café de Ciudad de México (en el Café Habana, donde muchos años antes se reunía Fidel Castro con los que se irían en el Granma a Cuba) o, en años recientes, en San Miguel en un café con nombre de especia.

El exilio suele unir y consolidar amistades solidarias entre los que tienen buena calidad de argamasa. Al Gato le debo mi primer trabajo en el diario Excélsior cuando llegué becado por el general García Meza con una mano atrás y otra adelante. Esos meses que pasé en la sección internacional dicen más de su solidaridad que de mis desvelos.

Así fue siempre, porque cuando regresé a México luego de un año de trabajo en la Nicaragua sandinista, me ofreció escribir reportajes sobre cine para el servicio especial de la DPA (la Agencia Alemana de Prensa), y eso me permitió no solamente ganar unos pesos sino conocer a personajes tan emblemáticos como el Indio Fernández, Gabriel Figueroa, Irene Papas, Alberto Isaac, Rui Guerra o Cantinflas, a quien fuimos a entrevistar juntos.

Entonces, así se va tejiendo eso que se llama complicidad, ingrediente indispensable de toda amistad. Y por esa complicidad es que varias de las semejanzas retratadas en este libro resuenan en mi memoria como fragmentos que recorrimos juntos.

Puesto que “gato con guantes no caza ratones” el autor escarba la vida de sus retratados con generosidad, es decir, sin maltratarlos, pero yendo más allá de la contemplación pasiva para escudriñar los pequeños rasgos que definen una personalidad, tal como los dibujos que solía hacer Pérez Alcalá de sus amigos —entre ellos, el propio Gato—.

El autor dibuja como si tuviera en la mano un carboncillo. Esa cualidad de descifrar a los personajes hace la diferencia entre el retrato

neutro de una enciclopedia y un relato vivido: la diferencia está en el testimonio, en la crónica personal y en la cercanía con la que se entrega un efusivo abrazo a un amigo (sin robarle la cartera, pero quizás un pedazo de su alma).

En *Semejanzas* no están todos los que son, ni son todos los que están (y alguno sobra a mi criterio) pero así son los libros de tipo antológico, porque no se puede poner todo en un libro como no se puede incluir todo en un cuadro o en una película. El Gato ha conocido de cerca a muchos otros personajes

El riesgo de algunos de estos esbozos o apariencias (Quico Arnal, por ejemplo) es que quien no haya conocido a los personajes retratados puede quedarse con sabor a poco, pero quienes los hemos conocido, disfrutamos con esa mirada de microscopio que completaría la más sesuda biografía.

Otros textos, más extensos, introducen a los personajes de cuerpo entero ante cualquier lector, como sucede con los relatos entrañables sobre Amalia Decker, Pepe Ballón, Goyo Selser, Liber Forti, el “Tata” Gramunt, el Chingo Baldivia, Filippo Escóbar o el Chino Sánchez, entre otros, donde el vínculo personal con ellos es fundamental para enriquecer la crónica y hacerla única, es decir, diferente a la que cualquier otro periodista podría cocinar con base en información ya publicada.

Finalmente están los retratos menos cercanos (pero no menos interesantes) de personajes que el autor no ha frecuentado mucho, por lo que no es fácil capturarlos en su vida cotidiana. Es el caso de Luis Ramiro Beltrán, Domitila de Chungara, Gabriel García Márquez, Juan Rulfo, Vargas Llosa, Juan Pablo II y algún otro personaje fotografiado con teleobjetivo sin que ello disminuya la acuciosidad de las observaciones, sobre

todo para revelar los vínculos con Bolivia en el caso de los que no son bolivianos, pero tuvieron algo que ver con nuestro país.

Aunque estos son simples esbozos de apariencias, como señala el autor en su introducción, uno echa de menos las referencias al pie de página de aquellas frases o párrafos entrecomillados, pues no siempre se entiende si provienen de una entrevista o conversación sostenida con el autor de la crónica, o de otra fuente que merecería el crédito respectivo.

Mención aparte merece un texto que me ha conmovido, donde el personaje se impone con fuerza: José María Bakovic, una de las víctimas de la judicialización de la política, sobre quien Juan Carlos Salazar escribe un texto inspirado y dolido.

“Nada de lo humano me es ajeno” escribió Publio Terencio Africano (el esclavo liberado) casi 200 años antes de nuestra era cristiana. La frase le viene bien a este libro que no aborda la comedia humana sino, casi siempre, la ternura, el respeto y la amistad, que quizás son al fin de cuentas, parte de lo mismo: la semejanza entre los que comparten los mismos valores humanos.

Representaciones, prensa y fiesta:

Los rostros del Gran Poder. Diego Limachi (2018). La Paz: Plural Editores-Universidad Católica Boliviana

Por Dr. Cleverth Carlos Cárdenas Plaza

Hacia la década de 1970 la fiesta del Gran Poder había obtenido uno de sus grandes logros: rebasar la ciudad de indios y bailar en el Prado paceño, la avenida simbólica de la ciudad de La Paz. Quizá es necesario aclarar que hasta ese momento la ciudad estaba dividida entre la ciudad de blancos

y la ciudad o pueblo de indios, esa división correspondía al orden colonial que había instituido al río Choqueyapu como la frontera natural y simbólica entre ambos espacios. El hecho de que los protagonistas de la festividad hubieran superado esa frontera –la fiesta hasta ese momento tenía aproximadamente 50 años– era una victoria para los protagonistas. Pero ¿cómo reflejó ese acontecimiento la prensa? ¿Cómo fue que los letrados paceños representaron esa especie de derrota o invasión? ¿Cómo se comportaron los medios escritos?

Precisamente de ello da cuenta Diego Limachi Balanza en *Representaciones, prensa y fiesta: Los rostros del Gran Poder* (2018). Libro que se derivó de su investigación para la tesis del pregrado en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana –titulada *La representación del cholo en la cobertura periodística histórica de la festividad del Gran Poder* (2017)– y que tuve el placer de dirigirla.

Del texto, no solo sobresale el hecho de que haya sido la cuarta tesis que publica la prestigiosa editorial Plural, en convenio con la Universidad Católica, sino de que sea un trabajo investigativo seleccionado por un comité editorial de alto nivel: José Antonio Quiroga, Ximena Peres, Fernanda Wanderley y Ricardo Aguirre. Este comité seleccionó la tesis de Diego Limachi de entre muchos trabajos en competencia, y los nombres citados dan un aval académico importante.

El trabajo de Diego Limachi se constituye en una de las pocas investigaciones hechas por comunicadores que ven introspectivamente su oficio. Es decir, no va detrás de las noticias o los acontecimientos, sino va a ver y analizar cómo los periodistas leen y crean la realidad por medio de su oficio.

Eso es interesante, porque la mayoría de investigaciones sobre la fiesta del Gran Poder proponen, de diferentes modos, que en su devenir los cholos reconstruyeron sus sentidos de pertenencia, aceptaron solapadamente su identidad y produjeron sentidos sociales nuevos. Eso se volvió un lugar común en las investigaciones; por eso el trabajo de Limachi sobresale, porque no se limita a repetir el estado del arte, sino que propone un nuevo observable sobre el mismo tema.

Estos autores, como ilustra Gayatri Spivak en *¿Puede hablar el subalterno?* (1998), ignoran sistemáticamente que están inmersos en una historia intelectual y económica. Para nuestro caso, los cronistas bolivianos también participan de una comunidad que no precisamente se reconoce como chola o india, y sí como académica y productora de interpretaciones objetivas. Tal como señala Spivak, hay un vínculo muy delicado entre un pensamiento teórico y una forma de vida; y los académicos y escritores tienden a invisibilizar esa relación: asumen que sus posiciones y descripciones son neutrales y carentes de posición. Lo que Limachi hace es analizar el conjunto de descripciones que hay sobre el Gran Poder para ver que detrás de las ellas hay un discurso y probablemente una estructura. En esa descripción encuentra trazas de cómo la prensa va modificando el modo de describir la fiesta.

De modo meticuloso y sistemático el libro muestra un relevamiento de la hemerografía sobre el Gran Poder. Comprenderá el lector que esa es una labor titánica, sobre todo por la cantidad que se produce en los últimos diez años. Precisamente por eso la tesis organizó un muestreo representativo que no solo evidencia la avalancha de las últimas publicaciones, sino que elige las publicaciones diacrónicamente. Así, revisa

las notas de prensa que hubo cuando la fiesta se inició –incluso Limachi encontró la primera publicación que se conoce sobre la festividad–. Ese, en sí mismo, es un hallazgo importante y lo dejó para que quien esté interesado lo busque en este interesante libro. También revisó las publicaciones de prensa que hubo durante la Revolución Nacional de 1952, y obviamente todo lo que hay sobre el momento fundamental de la festividad: 1974. Es la fecha en que la entrada folklórica del Gran Poder rebasó la ciudad de indios y bailó por el Prado paceño. Naturalmente hubo una reacción y una parte de ella se plasmó en la prensa escrita.

Diego Limachi da cuenta de todo ello mediante una revisión cualitativa y cuantitativa con un criterio muy objetivo y haciendo de lado, incluso, sus preferencias disciplinarias. Consciente de su *locus* de enunciación y de que pertenece a una comunidad académica no evade ello; al contrario, lo integra a su registro interpretativo. Celebro que la Universidad Católica haya decidido publicar su investigación, porque se trata de un primer aporte que renueva el modo de leer la cultura y sus medios de comunicación. Pero, además, contribuye a conocer cómo y con qué materiales se fue conformando la subjetividad paceña.

Convocatoria para el Journal de Comunicación Social número 7 Carrera de Comunicación Social UCB-La Paz 2018

1. Bases generales

El *Journal de Comunicación* es la primera revista académica de la Carrera de Comunicación de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” (regional La Paz). Su propósito es difundir conocimiento, a partir de investigaciones y reflexiones sobre fenómenos comunicacionales. Por tanto, se invita a docentes y/o estudiantes a desarrollar un artículo que se enmarque en las áreas de **sociología de la comunicación de masas; estudios culturales y comunicación; sociología política y opinión pública; comunicación y desarrollo.**

Estas áreas componen las siguientes líneas específicas de investigación:

Sociología de la comunicación de masas

Estudia la relación de los medios de comunicación con la sociedad. Pretende entender la influencia y el poder de los medios como instituciones sociales, y su papel en la producción de la cultura. También aborda las culturas ocupacionales y las prácticas de los trabajadores en medios, así como el comportamiento de las audiencias.

Las líneas específicas son:

- La psicología social y los efectos de los medios (estudios de audiencias).
- Los medios como organizaciones en contextos sociales complejos (la producción de noticias, la calidad informativa), tanto desde una perspectiva histórica como contemporánea.
- Las narrativas mediáticas, enfocadas al estudio de la forma en que las sociedades se narran a través de los medios de comunicación. Esta línea incluye estudios sobre cinematografía o publicidad.

- Las técnicas e instituciones a través de las cuales se centraliza la publicación y distribución de información y otras formas de interacción simbólica.

Estudios culturales

Esta área se focaliza en los estudios que relacionan a la comunicación con el desarrollo de la cultura y la sociedad, desde las siguientes perspectivas:

- El condicionamiento social de la producción cultural y de las formas simbólicas.
- La experiencia viva de la cultura y sus formas de producción en la clase social, la etnicidad, el género, etc.
- La cultura y su relación con la segmentación de los mercados de la comunicación (teorías del consumo, industrias culturales y cultura de masas).
- La comunicación en las relaciones entre las instituciones económicas, políticas y los procesos culturales.
- Las culturas urbanas y juveniles; el desarrollo de la cultura popular y su relación con los procesos comunicacionales.
- El giro cultural y las corrientes de la postmodernidad, incluida la sociología del arte.

Sociología política y opinión pública

La sociología política se ha enfocado tradicionalmente en la relación entre la sociedad y el Estado. Sin embargo, las transformaciones teóricas de los últimos tiempos apuntan a que el Estado fue desplazado del centro del fenómeno social. Asimismo, existe entre los académicos modernos un interés creciente por la “politización de lo social” a través de los medios de comunicación tradicionales y modernos. Las perspectivas que se pueden trabajar en esta área son las siguientes:

- Opinión pública y esfera pública
- La comunicación y su incidencia en el desarrollo de instituciones, empresas u organizaciones públicas o privadas.
- La comunicación y su papel en los procesos de gestión política. En esta perspectiva se cuentan los movimientos sociales; los desafíos de los derechos civiles como interpelantes de las normas excluyentes; el diseño de la política transnacional e internacional; y las instituciones que están implicadas en la internacionalización del Estado.
- Comunicación, ciudadanía y participación. Aquí se incluyen los debates sobre el acceso a la información y a la comunicación.

Comunicación para el desarrollo (Secrad)

Se divide en las siguientes áreas:

- *Comunicación para el desarrollo y medios alternativos*

Esta área pretende impulsar la comunicación popular, a través de la promoción del uso y apropiación de medios masivos de difusión por actores sociales clave. Se desglosa en las siguientes líneas:

- a) Radiodifusión comunitaria.
- b) Comunicación intercultural, indígena y comunitaria.
- c) Medios locales y periodismo ciudadano.

- *Política pública y medios de servicio educativo para el desarrollo*

Esta área está estrechamente relacionada con el papel de la comunicación participativa en los procesos de educación y democratización. Por lo mismo, tiene las siguientes líneas de trabajo:

- a) Regulación de las telecomunicaciones y de la radiodifusión en Bolivia.
- b) El derecho a la comunicación e información desde la ciudadanía.
- c) Medios públicos y radiodifusión comunitaria.

- *Comunicación inclusiva (derecho a la comunicación e información de las personas con discapacidad)*

Esta área pretende contribuir a la inclusión de las personas con discapacidad en la sociedad, a través de procesos comunicacionales participativos y democráticos, en los medios de difusión y en el escenario educativo. Tiene las siguientes líneas de intervención:

- a) Medios de difusión y discapacidad.
- b) Representación social de la discapacidad en la comunidad y en los medios de difusión.
- c) Normativa y regulación de la comunicación con sentido inclusivo.
- d) Atención a la discapacidad en el aula.
- e) Acceso y accesibilidad de estudiantes con discapacidad a la educación superior.
- f) Apoyo tecnológico y uso de TIC para el acceso a la información de personas con discapacidad.
- g) Apoyo tecnológico para la rehabilitación de personas con discapacidad.

2. Objetivo

Difundir los resultados de investigaciones y de reflexiones teóricas sobre fenómenos comunicacionales bolivianos, enmarcadas en una de las líneas de investigación planteadas, para contribuir al debate de fenómenos sociales bolivianos desde una perspectiva comunicacional.

3. Presentación de artículos

Los artículos no deben encontrarse en procesos de evaluación en ningún otro medio de difusión. El autor cede los derechos de propiedad del artículo solo hasta que lo publica el *Journal*, por lo que tiene total libertad para usar su trabajo en nuevas ediciones o en otros medios de difusión. Los artículos deberán ser enviados en versión impresa y electrónica, siguiendo las siguientes normas:

- Extensión: 10.000 palabras.
- Formato de letra: Times New Roman, 12 puntos en interlineado sencillo.
- Referencias bibliográficas y notas de acuerdo con la norma de la APA, numeradas y en orden alfabético.

Deben consignar, además, en la primera página, los siguientes datos:

- Título y subtítulo del artículo (**en español e inglés**).
- Presentación del autor (que incluya nombre completo, dirección electrónica y afiliación institucional).
- Palabras clave (máximo seis, **tanto en español como en inglés**).
- Resumen del trabajo **en español y en inglés** (máximo 100 palabras).

4. De los postulantes

Podrán participar todos los docentes de la Carrera de Comunicación Social, que hayan dado clases entre 2013 y 2018, así como los estudiantes inscritos y/o titulados en este intervalo. Asimismo, docentes de otras carreras y universidades, con experiencia investigativa en temas vinculados con las áreas temáticas planteadas.

5. De los criterios de elección

Se elegirán seis artículos para que sean publicados. Esos deberán seguir los siguientes **criterios investigativos**:

a) Relevancia

Se considera relevante al artículo que:

- Contribuya al avance del conocimiento del campo de estudio respectivo.
- Responda a problemáticas específicas del campo de la Comunicación.
- Contribuya en la formación de recursos humanos al incorporar en los procesos investigativos a investigadores noveles o alumnos de la institución.

b) Pertinencia

Se considera como pertinencia el grado de relación que guarda la investigación que se propone con las áreas y líneas de investigación de la Carrera.

c) Originalidad

Se considera novedosa a una reflexión teórica o con base investigativa a aquella que presente argumentos o proponga debates que no se hayan realizado antes o, al menos, no con el mismo enfoque.

d) La calidad del texto

El texto deberá estar redactado de forma clara, precisa y comprensible para poder contribuir con el objetivo del *Journal*. También se valorará la metodología (si fuera un artículo que parta de una investigación) y la literatura de sustento, así como la formación y los antecedentes del autor/autores, a partir de su productividad científica y de las habilidades evidenciadas en esta área.

6. Del proceso de la elección

Los artículos enviados serán revisados y aprobados por el consejo editorial de la revista, conformado por la Decanatura de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, el Consejo de la Carrera de Comunicación Social y el director de la editorial Plural. La asistencia de investigación estará a cargo de la preselección de los artículos, acorde al cumplimiento de los requisitos formales, establecidos en este documento.

Los textos preseleccionados serán enviados a dos pares evaluadores externos, bajo la modalidad de “doble ciego”, con el objeto de mantener la reserva tanto del autor como del evaluador. Esto garantiza que en ningún caso exista conflicto de interés en la publicación entre los evaluadores, los editores y los autores.

Una vez aprobados los trabajos, se informará a los autores para que ajusten los elementos que hubieran sido observados y, con ello, redacten una última versión. Si los artículos hubieran sido rechazados por los evaluadores externos, también se informará a los autores, aunque eso no implique que puedan presentar otro artículo.

LOS ARTÍCULOS DEBEN SER ENVIADOS HASTA EL 23 DE AGOSTO DE 2018
al correo journalcom@ucb.edu.bo

Para mayor información consultar a

Mgr. Guadalupe Peres Cajías

Gestora académica del área de Investigación Transdisciplinaria

guadapc@gmail.com / gperes@ucb.edu.bo

Andrés Martínez Crespo

Gestor de publicaciones

aj.martinez@acad.ucb.edu.bo / andres6324@yahoo.es

Leonardo Lira y Beatriz Vargas (asistentes de Investigación)

leomore97@gmail.com y beatrizvargasandrade@outlook.es

(591)-2-2782222 (int. 2887), 68226559

Departamento de Comunicación Social

Universidad Católica Boliviana (La Paz)

JOURNAL *de*

Comunicación Social

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"
Av. 14 de septiembre N.º 4807, Obrajes
Teléfono: (+591 2) 2782222
Fax: (+591 2) 2786707
Casilla N.º 4805
La Paz, Bolivia
E-mail: journalcom@ucb.edu.bo
Sitio web: lpz.ucb.edu.bo



**CIBES
COM**

Centro de Investigación
Boliviano de Estudios
Sociales y de Comunicación