

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 (online): 2413-970x

Año 5/ Vol. 7/ N.º 7/ Diciembre de 2018/ La Paz, Bolivia/ Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

La óptica holística: pasión y desencanto de la vida religiosa de hoy; una búsqueda del sentido de felicidad en la vida comunitaria
Mgr. Rosa Damai Rahayu

Lo nosótrico: una mirada decolonial de la comunicación de grupos
Mgr. Edson Guillermo Montaña Ortiz

La vida es un riesgo carnal: los memes como una forma de interpretación de la realidad, opuesta a la de los medios convencionales
Carlo Piérola Soliz

Del matrimonio aymara tradicional al aymara-urbano en dos familias carabueñas: la transformación de ritos y tradiciones
Lic. Gabriela Delia Choque Chura

El potencial democratizante de las redes sociales: imaginarlo versus realidad
Mgr. Nicole Jordán Prudencio

Videojuegos para aprender historia
Lic. Rodrigo Daniel Flores Noriega

Populismos y neopopulismos en América Latina
Ph. D. Stéphanie Alenda



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA
LA PAZ

Departamento de
Comunicación Social

JOURNAL *de*

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

N.º 7

2-2018



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA
LA PAZ

Departamento de
Comunicación Social



CIBES
COM

Centro de Investigación
Boliviano de Estudios
Sociales y de Comunicación



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA
LA PAZ

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 Maclovia 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**

Andrés Martínez Crespo

**Coordinador de publicaciones del área de investigación transdisciplinaria
del Departamento de Comunicación Social UCB-SP**

Autores

Mgr. Rosa Damai Rahayu

Mgr. Edson Montaña Ortiz

Lic. Gabriela Choque Chura

Ph. D. Stéphanie Alenda

Mgr. Nicole Jordán Prudencio

Carlo Piérola Soliz

Lic. Rodrigo Flores Noriega

Consejo editorial

José Antonio Quiroga (Bolivia, Plural Editores)

Ximena Maclovia Peres Arenas (Bolivia, UCB-SP)

Rafael Loayza Bueno (Bolivia, UCB-SP)

Guadalupe Peres-Cajías (Bolivia, UCB-SP)

Claudio Rossell Arce (Bolivia, UCB-SP)

Fernando Tarifa Altamirano (Bolivia, UCB-SP)

Jean Paul Guzmán (Bolivia, UCB-SP)

Andrés Martínez Crespo (Bolivia, UCB-SP)

Edición

Andrés Martínez Crespo y Leonardo Lira

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

Depósito legal: 4 - 3 - 52 - 15

ISSN (edición impresa): 2412 - 5733

ISSN (online): 2413 - 970X

El Journal de Comunicación Social de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", regional La Paz, está indexado en la red de Revistas Bolivianas.

Su misión es 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

Tel.: 2411018; Casilla 5097

Email: plural@plural.bo

Índice

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

PRIMERA PARTE: Artículos originales

LA ÓPTICA HOLÍSTICA: PASIÓN Y DESENCANTO DE LA VIDA RELIGIOSA DE HOY

Una búsqueda del sentido de felicidad en la vida comunitaria

<i>Mgr. Rosa Damai Rahayu</i>	15
I. Introducción: El contexto actual e implicaciones para la vida religiosa después del Vaticano II.....	16
II. Propuestas creativas y significativas de la investigación.....	19
III. Metodología de la investigación.....	26
IV. Discusión.....	39
V. Conclusiones.....	42
Referencias.....	44

EL POTENCIAL DEMOCRATIZANTE DE LAS REDES SOCIALES: IMAGINARIO VERSUS REALIDAD

<i>Mgr. Nicole Jordán Prudencio</i>	49
I. Introducción.....	50
II. ¿Las redes sociales como motores de la democracia?.....	54
III. Contribuyendo a la desmitificación de la creencia en el potencial inherentemente democrático de las redes sociales.....	64
IV. Conclusión: redes sociales y democracia, desafíos y oportunidades.....	77
Referencias.....	80

LO NOSÓTRICO: UNA MIRADA DECOLONIAL DE LA COMUNICACIÓN DE GRUPOS

<i>Mgr. Edson Guillermo Montaña Ortiz</i>	87
---	----

I. Introducción	88
II. La lengua, como habla y escucha	89
III. La cosmoaudición de los pueblos frente a las teorías funcionalistas de la comunicación	90
IV. El Nosotros frente al Yo.....	93
V. La violencia simbólica del lenguaje.....	94
VI. La filosofía detrás de lo nosótrico	95
VII. Lo nosótrico en el aprendizaje de la lengua	96
VIII. El individualismo versus lo nosótrico.....	97
IX. La intersubjetividad de lo nosótrico	97
X. Componentes del Nosotros.....	98
XI. “Ya no serás tú, ahora eres nosotros”	99
XII. Lo nosótrico en <i>ayllu</i> y <i>el llank’ay</i>	100
XIII. A manera de provocación.....	102
Referencias.....	102

**LA VIDA ES UN RIESGO CARNAL: LOS MEMES COMO UNA FORMA
DE INTERPRETACIÓN DE LA REALIDAD, OPUESTA
A LA DE LOS MEDIOS CONVENCIONALES**

<i>Carlo Piérola Soliz</i>	105
I. Introducción	106
II. Antecedentes.....	109
III. Hipótesis, preguntas y objetivos de la investigación.....	111
IV. Aproximaciones teóricas para explicar los memes	112
V. Definiciones necesarias	120
VI. Metodología.....	122
VII. Aplicación del instrumento metodológico	126
VIII. Resultados.....	132
IX. Conclusiones.....	141
X. Recomendaciones	142
Referencias.....	143

**DEL MATRIMONIO AYMARA TRADICIONAL AL AYMARA-URBANO
EN DOS FAMILIAS CARABUQUEÑAS: LA TRANSFORMACIÓN
DE RITOS Y TRADICIONES**

<i>Lic. Gabriela Delia Choque Chura</i>	149
I. Introducción	150
II. Metodología.....	152

III. Particularidades del matrimonio aymara-tradicional y aymara-urbano.....	153
IV. Conclusiones.....	179
Referencias.....	182
VIDEOJUEGOS PARA APRENDER HISTORIA	
<i>Lic. Rodrigo Daniel Flores Noriega</i>	185
I. Introducción.....	185
II. El fenómeno del videojuego y la información.....	187
III. Conceptos principales del estudio.....	189
IV. Los videojuegos y su influencia.....	190
V. El proceso oculto de interacción.....	191
VI. Los juegos y la información.....	192
VII. Lo que piensan los usuarios.....	201
VIII. Conclusiones.....	202
Referencias.....	203
SEGUNDA PARTE: Reseñas de autores	
Populismos y neopopulismos en América Latina <i>Ph. D. Stéphanie Alenda</i>	207

Presentación

El Journal de Comunicación¹ es un medio de difusión de investigaciones y reflexiones teóricas realizadas por académicos locales e internacionales, estudiantes y profesores. Estos trabajos están enmarcados en las líneas de investigación del Departamento con el fin de encauzar la gestión, producción y difusión del conocimiento que se genera en nuestro contexto.

El séptimo número de nuestra revista cuenta con artículos de las cuatro líneas de investigación del departamento, con aportes que van desde la Sociología de la Comunicación de Masas, pasando por la Sociología Política y los Estudios Culturales hasta culminar en valiosos aportes a la Comunicación para el Desarrollo. Además, ofrece un primer abordaje hacia los Estudios Religiosos. Así, ofrece una perspectiva analítica de la realidad social boliviana, sin dejar de mirar el acontecer mundial, desde un enfoque comunicacional.

El primer artículo, “La óptica holística: pasión y desencanto de la vida religiosa de hoy; Una búsqueda del sentido de felicidad en la vida comunitaria”, de la Mgr. Rosa Damai Rahayu, investigadora del Instituto Latinoamericano de Misionología de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, realiza un análisis sobre la vida religiosa en la sociedad moderna, partiendo del principio de evangelización (fundamental en la vida de un católico practicante). Este estudio se amplía posteriormente para analizar problemas sociales profundos como el desencanto, la pertenencia religiosa y la formación religiosa. Finalmente, Damai ofrece nuevas posibilidades para encarar la vida religiosa dentro del cambio paradigmático que supone la sociedad moderna.

“El potencial democratizante de las redes sociales: imaginario versus realidad”, de la Mgr. Nicole Jordán Prudencio contribuye con un análisis global del

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

peso de las redes sociales en los cambios políticos del mundo y de Bolivia. Enmarcado en la Sociología Política (sin dejar de tomar en cuenta el análisis comunicacional), este artículo coadyuva en el estudio de la fuerza que tienen las redes sociales en la sociedad moderna, tomando en cuenta su influencia en los procesos democráticos. El empoderamiento de la población a través de las redes sociales puede aportar bastante en una sociedad democrática; sin embargo, el uso irresponsable de estas herramientas puede llevar también a una crisis democrática. Para comprobar esto, la autora analiza casos específicos como la Primavera Árabe, el caso de *Cambridge Analítica*, o el 21F en Bolivia. Todos estos acontecimientos tienen algo en común: las redes sociales como canal de expresión y participación política.

Entrando al ámbito de la Comunicación para el Desarrollo, el Mgr. Edson Montaña Ortiz, docente de la UCB-SP (Regional La Paz), con su obra “Lo nosótrico: una mirada decolonial de la comunicación de grupos”, aborda la importancia que tienen las prácticas comunicacionales en la construcción de comunidades. El artículo aborda temáticas comunicacionales desde un punto de vista bastante innovador: la escucha. Montaña afirma que el paso principal para poder entablar lazos de comunicación efectivos y afectivos es saber escuchar. Todo esto está mediado por las herencias coloniales que nos han inculcado una forma unidireccional de comunicación. Un análisis interesante que ayudará a entender la comunicación desde otra perspectiva.

En el ámbito de la Sociología de Comunicación de Masas, Carlo Piérola Soliz, estudiante de Comunicación Social de la UCB, realiza un análisis del fenómeno de los memes en las redes sociales. Los memes son una forma de expresión novedosa cuyo contenido requiere de un análisis profundo. En este sentido, el artículo de Piérola, “La vida es un riesgo carnal: los memes como una forma de interpretación de la realidad, opuesta a la de los medios convencionales”, contribuye al análisis desde el punto de vista de la sociedad de riesgo: los memes generan un ambiente libre de riesgo, ya que todos los problemas están planteados desde un punto de vista humorístico y burlesco, suprimiendo las sensaciones de riesgo en los individuos.

Pasando ya a los Estudios Culturales, la Lic. Gabriela Choque, titulada de la UCB-SP (Regional La Paz), presenta un artículo producto de una investigación ardua del mundo aymara y sus prácticas culturales ligadas al matrimonio “Del matrimonio aymara tradicional al aymara-urbano en dos familias carabuqueñas:

la transformación de ritos y tradiciones” es la obra en la que Choque plantea la adaptación del matrimonio aymara al mundo urbano del siglo XXI, planteando que los migrantes aymaras no cambian de identidad al momento de llegar a una ciudad, sino que la adaptan a sus nuevas posibilidades de vida. Las historias de vida le dan un matiz concreto a todo este análisis.

Finalmente, también en el marco de los Estudios Culturales, “Videojuegos para aprender historia”, trabajo de Rodrigo Flores, aborda el ámbito de los videojuegos para explicar su influencia en el aprendizaje de historia. Para ello, Flores analiza tres juegos: *Assassins creed*, *Age of empires* y *Medal of honor*. Estos tres juegos tienen en común el abordaje histórico de sucesos específicos como la batalla de *Stirling* o el desembarco en Normandía en la II Guerra Mundial. De esta manera, personas de cualquier parte del mundo adquieren información histórica que quizás no hubiera sido de su interés en otras plataformas. Así, concluye el autor, los videojuegos pueden ser una vía estimulante para la difusión de conocimiento.

Finalmente, en la sección de reseñas, la PhD. Stéphanie Alenda habla sobre los populismos y neopopulismos en América Latina y su influencia en las prácticas políticas en la mayor parte de los países de la región. Aborda temas que deben ser profundizados en la investigación social como la inclusión, la democracia y las formas de organización política en la región.

Esperamos que este número motive a los lectores a producir más investigaciones sobre comunicación social, con el fin de entender más el comportamiento de nuestra sociedad y del mundo.

Diciembre 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

La óptica holística: pasión y desencanto de la vida religiosa de hoy

Una búsqueda del sentido de felicidad en la vida comunitaria

Mgr. Rosa Damai Rahayu¹

rosadamai@yahoo.com

(La Paz, Bolivia)

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

Fecha de recepción: 5 de septiembre de 2018

Fecha de aprobación: 13 de noviembre de 2018

Resumen

Los cambios psicosociales, como oportunidad y desafíos de la vida religiosa y de la Iglesia católica de hoy, son comparativamente distintos y quizás más profundos con relación al tiempo de las reformas del Vaticano II. La vida religiosa tiene como objetivo la entrega y consagración a Cristo, bajo la acción del Espíritu Santo, e intenta responder a las exigencias del mundo de hoy, según su carisma fundacional. En un mundo propenso al desencanto, donde todo parece provisorio y relativo, intenta construir su identidad auténtica con personas consagradas que asumen con libertad y gozosamente la gratuidad, formándose al discernimiento y desarrollando su capacidad de establecer relaciones fraternas. Ante esos cambios, la vida religiosa mantiene su vocación principal de evangelizar y relacionarse en la era digital, y construir juntos un nuevo camino con su comunidad y cultivando las relaciones humanas auténticas. La presente investigación ofrece una reflexión a partir de la perspectiva de la psicología social comunitaria, la cual consigue establecer un diálogo desde el punto de vista de distintos autores con una apertura eclesial. El estudio presenta una metodología cuantitativa con propuestas creativas y significativas entre las que se comprenden: 1) El sentido de la pasión y sentido de vida comunitaria; 2) Identidad de la vida religiosa hacia un diálogo profético; 3) La formación religiosa misionera holística; y 4) La misión contextual: pasión por la humanidad –el mundo es nuestra casa–. Se aplican encuestas y otros instrumentos a los tres grupos de categorías: 1) Religiosos/religiosas que viven su consagración; 2) Laicos/laicas de diversas edades;

1 Rosa Damai Rahayu nació en Indonesia, de familia islámica y convertida al cristianismo. Es miembro de la congregación Misioneras Siervas del Espíritu Santo (SSpS). Docente e investigadora del Instituto Latinoamericano de Misionología de la UCB en Cochabamba, donde coordinó el proyecto "Realidad y desafíos de la vida religiosa en Bolivia" (2007-2009), base de su tesis doctoral. Docente e investigadora en el programa de postgrado del Instituto Superior de Estudios Pastorales-Instituto Pastoral de Indonesia Malang (2010-2017). Directora del programa Relación Humana y Promoción en Pusat Pastoral Keuskupan Malang Indonesia-PPKM (2011-2017). Concluyó el Programa Doctoral en Psicología en la UCB (2018). Publicó varios libros y artículos sobre su experiencia misionera, producto de sus investigaciones.

3) Religiosas/religiosos que han dejado la vida religiosa. El aporte de este trabajo es el de encontrar posibilidades y la predisposición necesaria para encarar un nuevo proyecto en la vida religiosa de acuerdo con los modelos del cambio paradigmático.

Palabras clave

Óptica holística, identidad auténtica, relaciones fraternas, evangelización, era digital, sentido de felicidad, apertura eclesial.

Holistic viewpoint: passion and disillusionment with Religious Life today A quest for the sense of happiness in community life

Abstract

Psychosocial changes as opportunity and challenges for Religious Life and for the Catholic Church today are comparatively different and perhaps deeper in relation to the time of Vatican II reforms. Self-giving and consecration to Christ are the aims of Religious Life, by the action of the Holy Spirit, and it tries to respond to the demands of today's world according to its foundational charism. In a world prone to disillusion, where everything seems provisional and relative, Religious Life tries to build its authentic identity as consecrated people who train themselves in discernment and develop their capacity for fraternal relationships, freely and joyfully taking on board gratuitousness. In the face of those changes, it maintains its principal vocation to evangelize and relate with others in the digital era, and in each community together build a new path and cultivate authentic human relationships. This paper offers a reflection from the perspective of social-comunitarian psychology, which achieves the establishment of dialogue from the starting point of the outlook of different authors with ecclesial openness. A quantitative methodology with creative and significant proposals is presented, including: 1) The sense of passion and the sense of community life; 2) The identity of Religious Life oriented towards prophetic dialogue; 3) Holistic missionary religious training; 4) Contextual mission: passion for humanity—the world is our house. Surveys and other instruments are applied to 1) Religious who live their consecration; 2) Lay people of various ages; 3) Ex-religious. This investigation's contribution is to find possibilities and the necessary inclination in order to take on a new plan for Religious Life according to the models of paradigmatic change.

Key words

Holistic viewpoint, authentic identity, fraternal relationships, evangelization, digital era, the sense of happiness, ecclesial openness.

I. Introducción: El contexto actual e implicaciones para la vida religiosa después del Vaticano II

El concepto de cambio paradigmático desafía la racionalidad humana y ciertamente trasciende muchas de las formas convencionales que vivimos hoy. Quizás, necesitamos una *formación holística* para comprender con profundidad y anchura lo que requiere la vida religiosa. Por otro lado, también estamos condicionados por el tiempo, la cultura y la invitación a una nueva forma de ver una gran conversión de mente y corazón. El análisis del cambio paradigmático es

comprensión de la búsqueda del proceso en la evolución del ciclo de nacimiento-muerte-resurrección de la vida religiosa católica en su riqueza y profundidad. Es la manera alternativa de búsqueda más transparente dentro de los contextos culturales y temporales, que muestra ciertas expresiones de su propósito. La muerte se ve como natural y sana para la humanidad –incluidas las religiones y sus instituciones–, para que se pueda dar la opción del renacimiento.

La exhortación apostólica *Vita Consecrata* del papa Juan Pablo II (1996) dice: “Institutos de vida consagrada son invitados a proponer con audacia, las iniciativas, creatividad y santidad de sus fundadoras/es en respuesta a las necesidades de los tiempos que emergen en el mundo de hoy” (n. 37). En “Las mutuas relaciones” (*Criterios pastorales sobre relaciones entre obispos y religiosos en la iglesia*) se afirma que “una respuesta rica en iniciativa y creatividad es preferentemente compatible con la naturaleza carismática de la Vida Religiosa” (Papa Juan Pablo II, 1978, n. 19). Necesitamos soñar un futuro diferente con iniciativa, creatividad, santidad y capacidad de emprendimiento.

Se comenzó a dar un nuevo paradigma de muchas formas; esto encarna la naturaleza revolucionaria de los cambios de paradigmas. Es una transición revolucionar la Iglesia católica y son muy significantes las reformas del Vaticano II. Religiosas y religiosos queremos ser realmente profetas; es un tiempo para un discernimiento profundo y urgente, que se centra en preguntas más que en respuestas, en búsquedas y en exploraciones.

El papa Francisco, siendo padre muy humano de la Iglesia católica, habla de la realidad de hoy, y no tiene miedo de desnudarse, de dejar su supremo poder y abrazar a las personas que viven en la situación de frontera. Camina en las calles y en la oscuridad de la noche para encontrar a las personas, tocar y levantar su dignidad humana. Aprende de Jesús su gran maestro y de San Francisco de Asís su patrón. Nos da ejemplo con su testimonio concreto. Desde su preferencia por la vida religiosa, nos invita a ser, a vivir nuestra pasión, nuestra felicidad y encontrar el sentido de vida comunitaria, como fuerza interior de la misión (Papa Francisco, 2013).

I.1. La vida religiosa en la era digital: diálogo y desafío

La sociedad humana es un producto combinado de la evolución natural y del desarrollo social. Las actividades propias del hombre, de manera especial los

procesos productivos, constituyen la base de la riqueza y el progreso social. Se consideran, desde la perspectiva de integración dialéctica recíproca de lo natural y lo social, aspectos que simultáneamente se contraponen y se identifican, donde la parte social juega un papel importante. La “teoría del campo” de Lewin (1946, 1973, 1992) sitúa el comportamiento humano en un campo de fuerzas mutuamente dependientes que incluyen a la persona y al ambiente. La conducta es una función de la interacción entre la persona y el ambiente.

La psicología comunitaria nace de una práctica transformadora, que se enfrenta en cada situación y que apela a una pluralidad de fuentes teóricas. Asimismo, busca generar una metodología basada en la acción y la participación, que sea una respuesta alternativa a los modos convencionales de estudiar esos grupos sociales específicos que son las comunidades (Buelga, Musitu, Vera, Ávila & Arango, 2009).

Martín Carbajo (2016), opinó que la sociedad es fruto de la comunicación y que, para ser democrática, necesita estar bien informada.

De ahí la importancia social de la libertad de prensa y de la libertad de expresión. Muchos movimientos de concienciación y solidaridad frente a las catástrofes naturales o contra los abusos políticos han surgido o se han consolidado gracias a Internet y a las redes sociales, que han demostrado así su potencial como foro de diálogo y de sensibilización social. (...)

En la formación de una comunidad humana son más importantes los significados compartidos que el mismo espacio físico en que se habita. El continuo proceso interactivo de interpretación y construcción de significados refuerza los lazos simbólicos y culturales que mantienen unida a la comunidad. En este sentido, los MCS [medios de comunicación social] tienen hoy mucha importancia, pues ayudan a evocar, generar e intercambiar esos significados con los que se configura la visión de la realidad. (sección La fraternidad digital, párr. 1).

La vida religiosa de hoy, tiene que insertarse en la nueva cultura mediática para humanizarla, sin renunciar a la propia identidad y adquiriendo “un serio conocimiento del lenguaje propio de estos medios”² (Juan Pablo II, 1996, n. 99). Su presencia en el ambiente digital debe mostrar que en Cristo se encuentra

la respuesta última al deseo humano de sentido, de afecto y de relaciones auténticas. La formación deberá ayudar a establecer relaciones interpersonales maduras, capaces de traducir en términos actuales la dimensión ascética que siempre ha caracterizado a la vida cristiana. La capacidad de autocontrol y la formación de una conciencia crítica, autónoma y responsable son hoy imprescindibles para poder aprovechar las enormes potencialidades de los nuevos medios de comunicación social sin ser víctimas de sus efectos negativos.

I.2. Mirando hacia el futuro: preguntas de un sentido más profundo

Hay muchos acontecimientos actuando en nuestro mundo contemporáneo, puede ser por el hambre de Dios y por un sentido de espiritualidad diferente. Religiosas y religiosos se encuentran en una nueva búsqueda de las grandes preguntas. El compromiso de la búsqueda de una espiritualidad más profunda aún nos prepara preguntas clave. Nuestra vocación adquiere un nuevo sentido que muchas veces causa dolor por lo que hemos vivido por tantos años. Un gran número de religiosas/os vive en desencanto ante la estructura institucional y ante preguntas de un sentido más profundo.

En algunas regiones del mundo, los cambios sociales y la disminución del número de vocaciones están afectando la vida consagrada. Las obras apostólicas de muchos institutos y su misma presencia en ciertas iglesias locales están en peligro. Como ya ha ocurrido otras veces en la historia, incluso corren el riesgo de desaparecer. Es necesario plantear el problema de la reorganización de sus obras. Esta tarea, nada fácil y no pocas veces dolorosa, requiere estudio y discernimiento a la luz de algunos criterios (Juan Pablo II, 1996, n. 63). El objetivo de la vida consagrada, el método preparado, deberá contener y expresar *la característica de la totalidad*. Por su propósito de transformar a toda la persona, *hay una exigencia de formación*. Se ha de prever, por tanto, una preparación humana, cultural, espiritual y pastoral, poniendo sumo cuidado en facilitar la integración armónica de los diferentes aspectos (Juan Pablo II, 1996, n. 65).

II. Propuestas creativas y significativas de la investigación

La metodología cuantitativa de investigación permite desarrollar la investigación de manera diferente. Y es que el tema es bastante profundo e implica la propia

historia de la investigadora en la búsqueda íntima de su llamada y vocación de ser amada por el Creador. Así, se construyó en cuatro pilares fundamentales: humano, espiritual, intelectual, comunitario y de misión. Martín-Baró (1998) interpela:

Es importante que dentro de su quehacer el psicólogo forje continuamente el análisis acerca de la realidad. Desde su perspectiva católica, propone unos elementos de análisis indispensables para construir la nueva psicología de la liberación, en primer lugar, recalca que es la idolatría la que se opone a la libertad y no la fe en Dios, ya que la primera es agobiante, mientras que la segunda es serena y responde a una vocación natural del ser humano. Otro elemento importante para esta propuesta es que la verdad práctica debe prevalecer sobre la verdad teórica. Por último, sostiene que la fe cristiana hace un llamado preferencial por los pobres y necesitados, y es sólo desde allí que se puede vivir la verdadera fe.

II.1. El sentido de la pasión y sentido de vida comunitaria

El sentido de la pasión se entiende, dentro de la convivencia comunitaria, como principio de la existencia de la vida religiosa. La comprensión de la transformación del ser humano tiene sentido y significado en su tiempo y espacio hacia la trascendencia. Velásquez (2010, p. 38) afirma que para los seres humanos nunca es indiferente su propio modo de ser, el propio modo de ser en la experiencia de existir, que necesariamente se refiere al descubrimiento de sentidos, a partir de los significados que el sujeto elabora de su propia experiencia. El interés en este aspecto surge como una manera de encontrar el sentido. El análisis del ser que hace Heidegger (como se citó en Velásquez, 2010, p. 38) se constituye en la corriente psicológica y la filosofía que permite comprender la existencia del sentido y la significación. Según Langle (2008, p. 12), el sentido se entiende como crear la situación; vivir con pleno sentido significa que el ser humano, con sus disposiciones y capacidades, con su sentir y querer, se involucra en lo que le ofrece el presente, se confronta con ello creativamente, tanto recibiendo como dando. Sentido es una especie de compromiso de estar inmerso en una cosa.

Sentimos el desafío de descubrir y transmitir la mística de vivir juntos, de mezclarnos, de encontrarnos, de tomarnos de los brazos, de apoyarnos, de participar de esa marea algo caótica que puede convertirse en una verdadera experiencia de fraternidad, en una caravana solidaria, en una santa peregrinación. (Papa Francisco, 2013, p. 87).

Rosario Fernández (2009) afirma:

La persona satisfecha es aquella que disfruta con lo que hace. La satisfacción consiste en encontrar gusto en la actividad misma, lo que genera ilusión. Las actividades satisfactorias provocan sentimientos de eficacia, felicidad y salud, estando muy relacionadas con el bienestar subjetivo y la felicidad. Los psicólogos humanistas se han referido a los conceptos de satisfacción y felicidad en términos diversos, aunque con el mismo significado. (p. 236).

Todos los modelos de comunidad descritos se basan en algún importante valor de base: la persona, la comunidad, la misión, la comunión con la gente, el servicio y otros. Pero entre estos valores, todos pertenecientes a la naturaleza de la vida religiosa, hace falta encontrar una síntesis vital; la fidelidad creativa a la vocación religiosa se alimenta y se renueva en el equilibrio entre ellos: tradición/novedad, persona/comunidad, autorrealización/oblatividad, acción/contemplación, separación/inserción, evangelización/servicio (Peloso, 2015).

II.2. Identidad hacia un diálogo profético

La identidad de la vida religiosa se construye a través de la cultura, de las instituciones, de las disciplinas científicas, en el modo de pensar, forma de vivir y sus conceptos sobre su verdad. Ejerce un papel importante en la construcción de la identidad actual de un sujeto, al conocer y transformar todos los elementos de su personalidad para desarrollar una nueva identidad, que se complementa con identidad personal e identidad institucional. Pablo Páramo (2008) aporta: “Se desarrollan los conceptos de identidad y *self* desde el punto de vista de las transacciones entre los individuos y sus ambientes psicológicos y sociales, al igual que desde la cultura y las disciplinas científicas, en particular la psicología. Como conceptos la identidad y el *self* se extienden hacia el ambiente físico y social” (pp. 539-540).

En la misma línea de la interrelación entre individuo y sociedad, se postula la metáfora del espejo, que señala que el “sí mismo” se desarrolla a partir de las relaciones de los demás (Buelga, Musitu & Jiménez, 2009).

La retroalimentación subjetivamente interpretada es la principal fuente de datos para la construcción del *self*; lo que el individuo cree que los demás significantes piensan de él. Cooley considera tres fases en el desarrollo del *self*: (1) imaginación de lo que mi apariencia representa para los demás; (2)

imaginación del juicio valorativo que los demás hacen de mi apariencia y, (3) algún sentimiento resultante de sí mismo. (Buelga, Musitu & Jiménez, 2009, p. 14).

La identidad social, según afirman Tajfel y Turner (1979), es el resultado de la pertenencia a un grupo y de la valoración que se hace de esta afiliación.

La característica distintiva de la interacción humana reside en la interpretación o definición que se hace de las acciones de los demás y no en su respuesta mecánica o automática (Blumer, 1969/1982). Este principio básico implica que la conducta no es una consecuencia directa de las acciones de los demás sino que depende del significado que se atribuye a la conducta del otro. Por ello, la interacción está mediatizada por el uso de símbolos; por la interpretación o comprensión del significado de las acciones de los demás. (Buelga, Musitu & Jiménez, 2009, p. 15).

Comunión y colaboración con hermanos laicos. En la vida religiosa se desarrollará la actitud de colaboración e intercambio de dones, y tiene el fin de participar más eficazmente en la misión eclesial. Las relaciones con los laicos se caracterizan principalmente por una vinculación espiritual, con un compromiso en la dimensión apostólica, se traducen en formas de cooperación pastoral. Las religiosas entran en contacto con los otros fieles en las formas ordinarias de la vida cotidiana, con la convicción de que *su carisma puede ser compartido con los laicos*, según *Vita Consecrata* (Juan Pablo II, 1996, n. 54). Una manifestación significativa de la participación laical en la riqueza de la vida consagrada es la lealtad de fieles laicos a los varios Institutos. Los objetivos son generar una cultura de trabajo en red, y de forma organizada, ofrecer más esperanza; priorizar una misión compartida con los laicos y el mundo secular para transformar el camino con colaboración, participación y pertenencia; además, clarificar el grado en que se comparte desde la misión *ad gentes* a ser *inter gentes* en el ámbito fraterno.

II.3. La formación religiosa misionera holística

El papa Juan Pablo II (1996) afirma en *Vita Consecrata* que es importante la preparación de formadores dispuestos, que será conveniente crear estructuras adecuadas para la *formación* de los *formadores*. Posiblemente ello ocurra en lugares que permitan el contacto con la cultura y el propio servicio pastoral, mediante la aportación de algunos de sus mejores miembros (n. 66). La formación

debe ser también *comunitaria*: el lugar privilegiado, para los institutos de vida religiosa y las sociedades de vida apostólica es la comunidad.

La dimensión humana y motivaciones de la persona religiosa. La motivación es un tema importante que se debería profundizar en la formación religiosa. Es como un motor que mueve las actitudes, elecciones y decisiones por las que opta cada persona religiosa. Hay muchas personas que dejan las comunidades religiosas y otras que se quedan. Surge la pregunta: ¿Por qué se han ido y por qué se quedan? ¿Qué están buscando y qué encuentran? Se cree que hay muchas motivaciones detrás o en el fondo que solo la persona sabe o conoce. Barberá y Mateos (2000, pp. 5-6) afirman que entre los procesos psicológicos básicos tal vez sean los motivacionales los que se están más estrechamente vinculados con la acción. Wise, 1987, p. 8 plantea que una teoría científica debe definir las necesidades, deseos, impulsos e incentivos que se postulan como motivos del comportamiento, con independencia de las actividades que se pretenda explicar.

Según Garrido (2000, pp. 5-6), existen tipologías motivacionales muy diversas. Analizó las principales confrontaciones en la representación del comportamiento humano a través de polaridades como la libre voluntad/determinismo, anticipación de metas/mecanicismo, el sujeto como sistema autorregulador/la metáfora del individuo-máquina. La forma concreta en que se ha resuelto cada una de estas confrontaciones ha ejercido una notable influencia en el desarrollo de la psicología motivacional.

El sujeto de la formación es la persona en cada fase de la vida; el término de **formación se refiere a la totalidad del ser humano** (Juan Pablo II, 1996, n. 71): **Dimensión espiritual** tiene obviamente la prioridad; en ella la persona consagrada encuentra su identidad y experimenta una serenidad profunda. **Dimensión humana y fraterna** exige el conocimiento de sí mismo y de los propios límites para obtener el estímulo necesario y el apoyo en el camino hacia la plena liberación. **Dimensión apostólica** abre la mente y el corazón de la persona consagrada; esto significa, en la práctica, la actualización de los métodos y de los objetivos de las actividades apostólicas. **Dimensión cultural y profesional**, fundada en una sólida formación teológica que capacite al discernimiento, implica una actualización continua y una particular atención a los diversos campos a los que se orienta cada uno de los carismas. **Dimensión carismática** exige de cada miembro el estudio asiduo del espíritu del Instituto al

que pertenece, de su historia y su misión, con el fin de mejorar así la asimilación personal y comunitaria.

Praxis pedagógica de la formación holística en el desarrollo comunitario.

Encontramos que la praxis pedagógica de Paulo Freire (como se citó en Ávila & Vera, 2009), se fundamenta en cinco dimensiones relacionadas de forma dialéctica y que se reelaboran continuamente. Estas son:

1. La axiológica. Es considerada una dimensión de base puesto que los fines y valores de su propuesta educativa se orientan a la búsqueda de la humanización de hombres, mujeres, sociedades y mundo en general, a través de un proceso transformador y liberador de las condiciones opresoras.
2. La dialógica. El diálogo constituye un factor instituyente de una democracia legítima, tanto en las relaciones intersubjetivas y pedagógicas como en las políticas. (...)
3. La política. Sugiere la inexistencia de la neutralidad en el trabajo educativo. (...)
4. La gnoseológica. Asume la premisa de tratar política y científicamente la educación como un acto de conocimiento, como condición sine qua non para la formación de sujetos críticos y auténticamente autónomos.
5. La metodológica. Plantea la necesidad de comprender que la educación es un acto de conocimiento que consiste en aprender a construir, de-construir y reconstruir los métodos, las estrategias de enseñanza-aprendizaje y las didácticas con las que se trabaja en la cotidianidad pedagógica. Ávila & Vera, 2009, pp. 101-102).

II.4. La misión contextual: pasión por la humanidad; el mundo es nuestra casa

El papa Francisco (2018), en su Carta Apostólica por la evangelización y la misión de los consagrados, expresó: “Dios nos llama a vivir el presente con pasión. La memoria agradecida del pasado nos impulsa, escuchando atentamente lo que el Espíritu dice a la Iglesia de hoy, a poner en práctica de manera cada vez más profunda los aspectos constitutivos de nuestra vida consagrada. Nuestros ministerios, nuestras obras, nuestras presencias, ¿responden a lo que el Espíritu ha pedido a nuestros fundadores, son adecuados para abordar su finalidad en la sociedad y en la Iglesia de hoy? ¿Hay algo que hemos de cambiar? ¿Tenemos la misma pasión por nuestro pueblo, somos cercanos a él hasta compartir sus penas y alegrías, así como para comprender verdaderamente sus necesidades y poder ofrecer nuestra contribución para responder a ellas?”.

Nuevos modelos de liderazgo. Meyer y Zucker (1989), en su libro *Organizaciones que fallan permanentemente*, observan el sentido común, particularmente la noción de que las organizaciones que han existido por mucho tiempo tienden a acumular procedimientos rígidos y pesados que hacen que la organización se torne ineficiente y culturalmente irrelevante. El estancamiento conduce a la parálisis, y con el tiempo a la desintegración. Confrontados con esta crisis, la autoridad muchas veces se torna inflexible. No entiende lo que está pasando y subconscientemente no quiere saber. Se aferra al pasado y en el proceso destruye cualquier esperanza de abrazar un futuro mejor.

El papa Francisco (2018) nos invita:

Abrazar el futuro con esperanza y conocemos las dificultades que afronta la vida consagrada en sus diversas formas: la disminución de vocaciones y el envejecimiento, sobre todo en el mundo occidental. La vida humana que espera: personas que han perdido toda esperanza, familias en dificultad, niños abandonados, jóvenes sin futuro algunos, enfermos y ancianos abandonados, ricos hartos de bienes y con el corazón vacío, hombres y mujeres en busca del sentido de la vida, sedientos de lo divino.

La vida religiosa como presencia social comunitaria de la Iglesia. El compromiso principal de la Iglesia católica es para la vida humana y la dignidad de la persona, sujeto y valor fundamental de toda la misión. La práctica social y pastoral de distintos niveles y áreas tiene el mismo objetivo guiado e iluminado por la enseñanza social de la Iglesia y los documentos vaticanos. Estos son en sí fruto de la preocupación, solidaridad, empatía, amor y compasión por la vida humana.

La enseñanza social de la Iglesia y los documentos vaticanos son fundamentos y guías que se transforman y cobran sentido en las acciones locales, en el sentido de que la acción local transforma el pensamiento global de manera concreta desde lo que se piensa y lo que se hace. Esas son fuerzas reavivadas para toda la comunidad cristiana y religiosa, y que se ven en la práctica socio-comunitaria, pastoral y espiritual. Allí es donde el Dios de la vida se manifiesta en obras concretas como presencia y participación social de la misma Iglesia. En el caminar junto con el ser humano, como sujeto de la misión, se encuentra el sentido de relación con el mundo, así como la vinculación con el contexto global como su consecuencia e influencia.

Juan Pablo II, en el *Compendio de la doctrina social de la Iglesia* (Pontificio Consejo “Justicia y Paz”, 2004), bajo el subtítulo “Enseñanza social de la Iglesia y principio personalista”, explica: “Toda la vida social es expresión de su inconfundible protagonista: la persona humana. (...) La sociedad humana es, por tanto, objeto de la enseñanza social de la Iglesia” (n. 106).

El hombre, comprendido en su realidad histórica concreta, representa el corazón y el alma de la enseñanza social católica. Toda la doctrina social se desarrolla, en efecto, a partir del principio que afirma la inviolable dignidad de la persona humana. Mediante las múltiples expresiones de esta conciencia, la Iglesia ha buscado, ante todo, tutelar la dignidad humana frente a todo intento de proponer imágenes reductivas y distorsionadas; y además, ha denunciado repetidamente sus muchas violaciones. La historia demuestra que en la trama de las relaciones sociales emergen algunas de las más amplias capacidades de elevación del hombre. (Pontificio Consejo “Justicia y Paz”, 2004, n. 107).

La enseñanza social de la Iglesia tiene pautas clave para guiar las acciones de los compromisos sociales. Entre estas figuran documentos como: *Rerum Novarum*, encíclica de León XIII (1891), *Quadragesimo Anno*, encíclica de Pío XI (1931), *Gaudium et Spes*, constitución pastoral sobre la Iglesia en el mundo moderno (1965), *Popularum Progresio*, encíclica de Pablo VI (1967), *Justitia in el mundo*, sínodo de obispos (1971), *Evangelii Nuntiandi*, Exhortación apostólica de Pablo VI (1975), *Redemptor Hominis*, encíclica de Juan Pablo II (1987), *Solicitudo rei Socialis*, encíclica de Juan Pablo II (1987), *Centecimus Annus*, encíclica de Juan Pablo II (1991), *Deus caritas*, encíclica de Benedicto XVI (2005), *Caritas in Veritate*, de Benedicto XVI (2009), *Lumen Fidei*, de Francisco (2013) y la exhortación apostólica *Evangelii Gaudium*, de Francisco (2013). Así, se puede ver que la Iglesia sigue respondiendo positivamente en la evolución histórica del cambio social de la humanidad.

III. Metodología de la investigación

Se realizó la investigación en dos países extremos del mundo. El trabajo se inició en Bolivia para responder a la invitación del Instituto de Misionología de la Universidad Católica Boliviana, regional Cochabamba, de acompañar el proyecto de investigación “**Realidad y desafíos para la vida religiosa en Bolivia:**

¿Pasión o desencanto?”, que por entonces comenzaba dicho instituto junto con la Conferencia Boliviana de Religiosas y Religiosos (CBR) (2007-2008). Surgieron ideas, se desarrollaron en Indonesia (2009-2013) y se concluyó en el Departamento de Psicología de la UCB “San Pablo” de La Paz, Bolivia (2014-2018). La investigación es un medio de discurso de un diálogo entre realidad y respuesta alternativa, en el sentido de que la acción local redundaba en pensamiento global, más allá de lo que se piensa y lo que se hace.

III.1. Instrumentos y contenidos

Este esquema ha servido de base para la elaboración de los diversos instrumentos usados en el acopio de la información. Es decir, es la base conceptual que ha permitido elaborar los diversos cuestionarios. En la siguiente tabla se presenta una matriz del instrumento general junto con las explicaciones para elaborar luego las tablas de frecuencias y de contingencias, según las variables de la investigación (ver tabla 1).

III.2. Explicación de la Tabla 1

Como se puede observar, la **columna persona** está subdividida en dos dimensiones: *Sentido de vida*, que busca indagar sobre el porqué de la opción por la vida religiosa; e *Identidades*, que busca acercarse a la percepción del religioso o de la religiosa en cuanto a su identidad y relacionales con los demás. Para tratar de saber el grado de vinculación de la persona se utilizarán las tres claves temáticas ya explicadas en la Tabla 1: *interés-desencantamiento*; *pasión-encantamiento*; *aporte a la realidad*.

Entonces, la vinculación del religioso y de la religiosa con el “objetivo fundacional de la vida religiosa” (OFVR) será medida según su propia capacidad de encontrar *sentido de vida* a la propia opción religiosa: no solo en lo que uno/a hace y crea, sino especialmente en la capacidad de amar y ser amado/a; más aún, en la capacidad de transformación del sin-sentido. Pero esta vinculación también ha de asumir las *identidades* en la persona. Por ello, este proceso significa capacidad para superar la fragmentación personal, reconociendo también que la identidad de religioso/a es una más entre muchas otras. De este modo, se podrían generar encuentros dialógicos (desde la horizontalidad y de sujeto a sujeto) con los/as demás.

Tabla 1
Matriz de la construcción general del instrumento base para elaborar los instrumentos
y cuestionarios

Desafíos	Persona		Institución	
	1. Sentido de vida	2. Identidades	4. Estructura	5. Misión
Interés y desencantamiento	<p>Tema 1: Desencantamiento</p> <p>A. Vacío existencial</p> <p>B. Búsqueda constante</p> <p>C. Descubrir sentido en lo que se hace o se crea</p> <p>Tema 2: Búsqueda</p> <p>A. Seguridad</p> <p>B. Servicio a los demás</p> <p>C. Experiencia de Dios</p>	<p>Tema 6: Fragmentación</p> <p>A. Fragmentación por la transformación cultural.</p> <p>B. Integración personal desde una vida religiosa segura</p> <p>C. Relaciones auténticas que ofrecen orientación y ubicación.</p>	<p>Tema 9: Crisis para replanteamiento la institución religiosa actual se caracteriza por</p> <p>A. Centrar su funcionamiento en las normas (legalismo).</p> <p>B. Marcado liderazgo personal (poder).</p> <p>C. Facilitar a la comunidad (relaciones).</p>	<p>Tema 12:</p> <p>El principal aporte de la VR a la sociedad es:</p> <p>A. Promover obras sociales (educación, salud, etc.).</p> <p>B. Recuperar personas para la Iglesia católica.</p> <p>C. Mostrar que se puede convivir con el/la diferente.</p>
Pasión y encantamiento	<p>Tema 3: Seguridad</p> <p>A. Desde el dominio y poder</p> <p>B. Superar falsas seguridades</p> <p>C. Descubrir sentido en el amar y sentirse amado</p> <p>Tema 4: Gratitud/plenitud</p> <p>A. Cumplimiento de norma.</p> <p>B. Coherencia</p> <p>C. Unicidad</p>	<p>Tema 7: Identidades múltiples</p> <p>A. Sobrevaloración de lo individual (diferenciación).</p> <p>B. Integración de lo personal y lo comunitario</p> <p>C. Coherencia entre identidad cultural e identidad religiosa</p>	<p>Tema 10: Transformación</p> <p>La institución religiosa debe orientar su formación a</p> <p>A. Ser, saber y convivir.</p> <p>B. Hacer, contemplar y saber.</p> <p>C. Convivir, ser y contemplar.</p>	<p>Tema 13:</p> <p>Para que la misión de la VR sea fecunda tendría que:</p> <p>A. Ser más creativa</p> <p>B. Recuperar su profetismo</p> <p>C. Recuperar su mística</p>
Aporte a la realidad	<p>Tema 5: Apertura a la realidad</p> <p>A. Por el éxito de lo que se hace,</p> <p>B. Seguridad desde una soledad mística-profética.</p> <p>C. Descubrir y realizar el sentido detrás del sufrimiento y dolor.</p>	<p>Tema 8: Encuentro dialógico</p> <p>A. Integración del pasado personal y cultural.</p> <p>B. Relaciones que generan pertenencia y autenticidad.</p> <p>C. Compromiso por "ensanchar" los propios horizontes.</p>	<p>Tema 11: Alternativas comunitarias</p> <p>La institución religiosa, para ser y generar comunidad de vida, tendría que</p> <p>A. Tener más presente el contexto sociocultural.</p> <p>B. Apuntar con firmeza a las relaciones horizontales.</p> <p>C. Dar espacio a otras maneras de pertenencias a la vida religiosa.</p>	<p>Tema 14: Familia-fraternidad</p> <p>La misión principal de la vida religiosa ha de ser:</p> <p>A. Buscar nuevos lugares de misión.</p> <p>B. Apuntar a presencias significativas y significantes.</p> <p>C. Seguir haciendo lo que hace, pero con mayor compromiso.</p>

Temas específicos

La **columna institución** está subdividida en dos dimensiones: *Estructura*, que busca poner el acento en el tipo de organización interna de la vida religiosa; y *Misión*, entendida como la irradiación y aporte de la institución a la sociedad. Para investigar cómo la *institución* religiosa se vincula con el OFVR en estas dos dimensiones se mantienen las tres claves temáticas: *interés-desencantamiento*; *pasión-encantamiento*; *aporte a la realidad*.

Entonces en el *interés-desencantamiento* se busca indagar sobre los motivos (se proponen tres opciones: A, B y C) de la crisis de la *Estructura y la Misión* en las instituciones religiosas; en la *pasión-encantamiento* se quiere escrutar en la transformación (se dan también tres opciones: A, B, C) de ambas dimensiones de la *institución* para promover una vida religiosa más auténtica; y finalmente en *aporte a la realidad* se busca reconocer, a partir de tres opciones (A, B, C), cuál sería el horizonte institucional para la futura vida religiosa. De esta manera queda claro que en la columna *Institución* las opciones A, B y C, tienen otros significado y valor que en la *columna Persona*.

El código propuesto y utilizado para medir lo que se expresa en las columnas *Persona* e *Institución*, en las tres opciones de respuestas a las afirmaciones de los cuestionarios, es el siguiente:

- A. *Realidad*: representa a la persona movida por *sus intereses*, alguien desencantado y que evade la realidad sociocultural (realismo utópico).
- B. *Ideal*: representa la persona que *busca y desea moverse por el apasionamiento* fruto del vínculo con el OFVR (idealista).
- C. *Madurez*: representa a la persona que *ha logrado hacer una síntesis entre realidad contextual* e ideal de vida (sano realismo).

III.3. Participantes

Teniendo presente precisamente esta diversidad y dinamismo se eligieron las categorías de población a tener en cuenta en el proyecto:

- 1A: Religiosas y religiosos en la etapa de juniorado.
- 2A: Religiosas y religiosos entre cero y 10 años de votos perpetuos o solemnes.
- 3A: Religiosas y religiosos con más de 10 años de votos perpetuos o con responsabilidades en su congregación: superiores/as, formadores/as, responsables de comunidad, etc.

- 1B: Religiosas y religiosos que dejaron la congregación en la etapa de juniorado.
- 3B: Religiosas y religiosos que dejaron la congregación entre cero y más de 10 años de votos perpetuos o solemnes.
- 2B: Laicas y laicos jóvenes y adultos (casados, en pareja, solteros, separados) de 20 a 30 años, de 31 a 40 años y de más de 40 años.

III.4. Procedimientos

Se concluyó el levantamiento de datos cuantitativos con los siguientes resultados y actividades realizadas:

1. Se recogieron 776 cuestionarios respondidos, que fueron cuidadosamente revisados por el equipo responsable.
2. Los cuestionarios fueron ordenados, codificados, organizados e introducidos a una base de datos de Excel con diseño estadístico para su posterior estudio y tabulación correspondiente, según los campos y las categorías seleccionadas.
3. Los datos fueron luego organizados con la ayuda del paquete estadístico SPSS para elaborar luego las tablas de frecuencias y de contingencias, según las variables de la investigación.

Los resultados debidamente tabulados fueron presentados a todo el equipo coordinador para sus observaciones y sugerencias. Este material sería la base para una ulterior profundización sobre la *realidad de la vida religiosa en Bolivia* por parte de personas especializadas.

III.5. Análisis de datos y resultados

A continuación, se presentan los cuestionarios, desarrollados a partir de la Tabla 1, de los cuatro temas y los 14 subtemas, como se muestra en dicha tabla; expresa claramente que los cuestionarios son elaboración fruto de una matriz común. Por tanto, aunque las preguntas y respuestas A-B-C varían de un cuestionario a otro, hay una lógica de fondo que permite realizar una comparación. Esta misma comparación se podría hacer en todas las preguntas y las opciones de respuestas A-B-C.

La opción de realizar cuestionarios, y no solo uno que sea igual para todas las categorías, fue por motivo de lenguaje, es decir, con el fin de favorecer la mejor

claridad y comprensión de las respuestas por parte de los grupos poblacionales. Como se puede observar al repasar los cuestionarios, cada uno busca responder y utilizar el lenguaje del grupo poblacional al cual va dirigido. Cabe precisar que toda la información cuantitativa se ha obtenido a partir de estos cuestionarios.

Se presenta el producto del trabajo del campo, al azar, las tablas (con sus respectivas figuras) relacionadas entre temas, subtemas y categorías de las participantes, como base del diálogo del estudio comparativo.

III.5.1. El sentido de la pasión y el sentido de vida comunitaria

Tabla 2
Sentido de vida de religiosos/as de votos temporales
(relación entre el tema 1 y la categoría 1A)

NR: no responde O: otra respuesta	Categoría 1A (Religiosas y religiosos de votos temporales)									
	1. Desencantamiento		2. Búsqueda		3. Seguridad		4. Gratitud-plenitud		5. Apertura a la realidad	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
NR	6	8,11	6	8,11	5	6,76	5	6,76	6	8,11
A	35	47,30	5	6,76	6	8,11	7	9,46	2	2,70
B	2	2,70	21	28,38	29	39,19	15	20,27	43	58,11
C	21	28,38	38	51,35	28	37,84	40	54,05	22	29,73
O	10	13,51	4	5,41	6	8,11	7	9,46	1	1,35
Total	74	100	74	100	74	100	74	100	74	100

Preguntas y respuestas con porcentajes (74 personas encuestadas):

- En mi vivencia cotidiana siento *desencanto* cuando:
 - Experimento soledad y no encuentro con quién puedo compartir (47,30%).
 - Busco constantemente un espacio para vivir mi sexualidad y afectividad (2,70%).
 - No encuentro el sentido a todo lo que hago y creo (28,38%).
- Frente los desafíos que la realidad plantea a mi vida consagrada *busco*:
 - La transformación de mi sufrimiento y dolor para encontrar tranquilidad y seguridad (6,76%).
 - Espacios para vivir y amar con sinceridad y servir a los demás (28,38%).
 - Creer en la relación personal con Dios según nuestro carisma fundacional (51,35%).
- Encuentro *seguridad* en mi entrega a Dios y la a Congregación cuando:
 - Tengo una comunidad que me sostiene y da oportunidad para ejercer autoridad y poder (8,11%).
 - Puedo superar mis miedos frente a las exigencias y creo que Dios actúa en mí (39,19%).
 - Me siento acompañada/o y puedo descubrir el sentido de amar y sentirme amada/o (37,84%).
- Experimento que la vida es una *gratitud* cuando:
 - Puedo desarrollar mi capacidad y valores para responder a las exigencias de la vida comunitaria (9,46%).
 - Me siento parte de mi familia religiosa con toda su riqueza (20,27%).
 - Experimento a Dios en mi vida desde mis riquezas y límites (54,05%).
- Crezco en la libertad y estoy aportando a la realidad cuando:
 - Mis apostolados tienen éxito y me siento aceptado/a (2,70%).
 - Acepto los desafíos sociales como un momento para madurar mi fe y crecer en la esperanza (58,11%).
 - Soy capaz de descubrir y realizar, junto a los demás, el sentido oculto detrás de cada sufrimiento (29,73%).

Figura 1
Sentido de vida de religiosos/as de votos temporales
(relación entre el tema 1 y la categoría 1A)

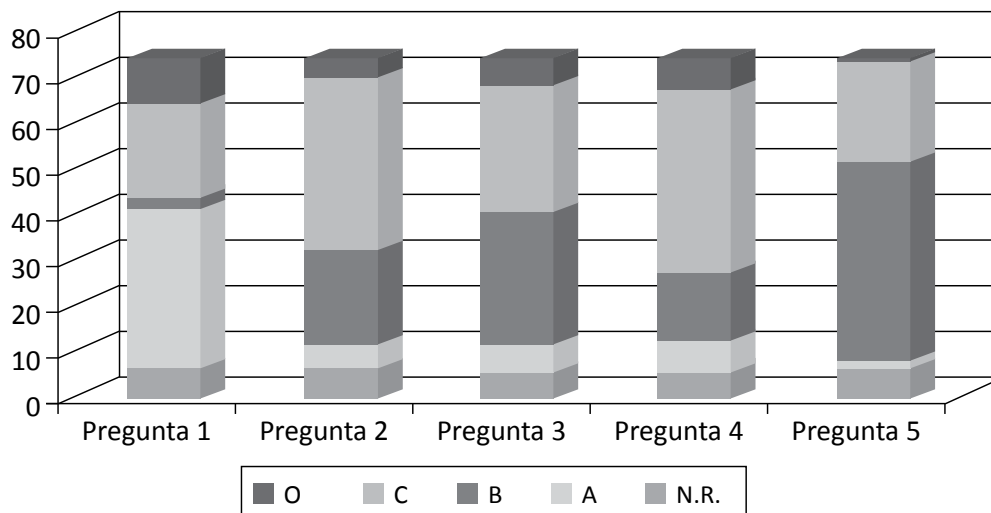


Tabla 3
Sentido de vida de ex religiosas y religiosos que salieron con votos temporales
(relación entre el tema1 y la categoría 1B)

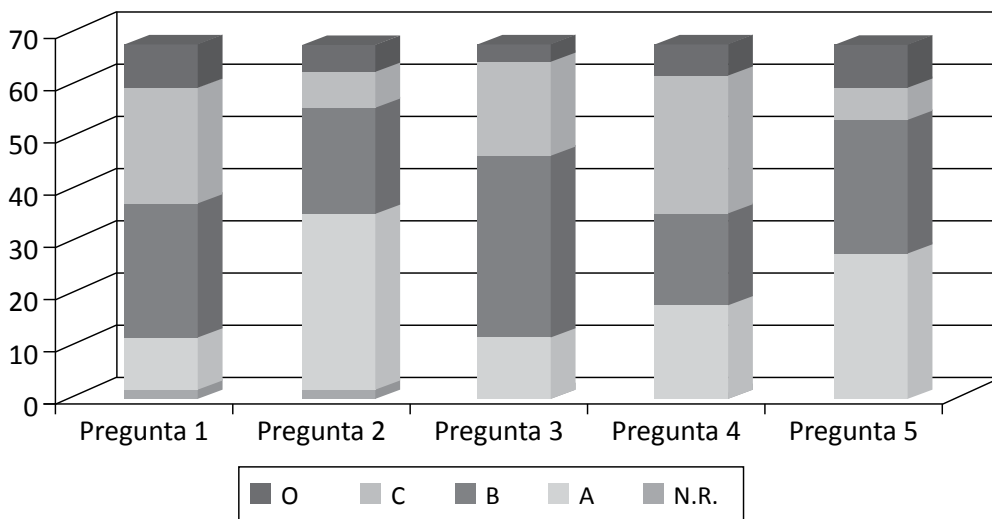
NR: no responde O: otra respuesta	Categoría 1B (Ex religiosas y religiosos que salieron con votos temporales)									
	1. Desencantamiento		2. Búsqueda		3. Seguridad		4. Gratitud- plenitud		5. Apertura a la realidad	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
NR	1	1,49	1	1,49	0	0,00	0	0,00	0	0,00
A	10	14,93	34	50,75	11	16,42	17	25,37	27	40,30
B	26	38,81	20	29,85	35	52,24	18	26,87	26	38,81
C	22	32,84	7	10,45	18	26,87	27	40,30	6	8,96
O	8	11,94	5	7,46	3	4,48	5	7,46	8	11,94
Total	67	100	67	100	67	100	67	100	67	100

Preguntas y respuestas en porcentaje (67 personas encuestadas):

- Desde mi experiencia en una comunidad religiosa considero que las/os religiosas/os se desilusionan de su opción vida porque:
 - Ingresan con muchos interrogantes y no logran llenar su vacío profundo (14,93%).
 - No logran experimentar el estilo de vida que habían soñado encontrar en la vida religiosa (38,81%).
 - Encuentran sentido solamente en sus actividades descuidando la vida comunitaria (32,84%).
- Cuando ingresé a la vida religiosa creo que buscaba:
 - Un lugar que me ayude a crecer personalmente y ofrezca otras posibilidades de vida (50,75%).
 - Un espacio comunitario desde el cual desarrollar mi vocación de servicio a la sociedad (29,85%).
 - Un ambiente donde profundizar mi experiencia de Dios (10,45%).
- Por lo vivido en mi antigua comunidad religiosa pienso que las/os religiosas/os encuentran seguridad en sí mismos:
 - Siempre y cuando puedan ejercer autoridad y fortalecer su influencia en la comunidad y la Iglesia (16,42%).
 - Cuando logran asumir su situación personal y trabajar su historia personal (52,24%).
 - Cada vez que encuentran apoyo y orientación para aclarar y decidir mejor su opción de vida (26,87%).
- Cuando estaba en la comunidad religiosa sentí que lograba vivir mi opción de vida:

- A. Al cumplir todas las normas de la comunidad y tener una buena relación con el/la superior/a (25,37%).
 - B. Estando comprometido/a en el lugar donde vivía (26,87%).
 - C. Sintiendo plenitud de vida, al ser consciente tanto de mis límites como virtudes (40,30%).
5. Luego del camino recorrido en mi vida considero que la o el religioso aporta a una sociedad más justa y digna cuando:
- A. Tiene éxito en lo que hace y es aceptado socialmente y en la comunidad (40,30%).
 - B. Sabe situarse en un contexto sociocultural, dejarse interpelar y ofrecer una respuesta espiritual (38,81%).
 - C. Ayuda a descubrir a los demás un sentido de vida más allá del dolor (8,96%).

Figura 2
Sentido de vida de ex religiosas y religiosos que salieron con votos temporales
(relación entre el tema1 y la categoría 1B)



III.5.2. Identidad de la vida religiosa hacia un diálogo profético

Tabla 4
Identidad en religiosas y religiosos de votos perpetuos
(relación entre el tema 2 y la categoría 2A)

NR: no responde O: otra respuesta	Categoría 2A (Religiosas y religiosos de votos perpetuos)					
	6. Fragmentación		7. Identidades múltiples		8. Encuentro dialógico	
	N	%	N	%	N	%
NR	3	5,45	4	7,27	2	3,64
A	12	21,82	12	21,82	5	9,09
B	13	23,64	28	50,91	8	14,55
C	25	45,45	10	18,18	40	72,73
O	2	3,64	1	1,82	0	0,00
Total	55	100	55	100	55	100

Preguntas y respuestas en porcentaje (55 personas encuestadas):

6. El cambio de época que vive el mundo *confunde* y *fragmenta* mi identidad. En este contexto:
- A. Acepto la transformación cultural y espiritual como expresión de la novedad histórica (21,82%).
 - B. Me siento estimulado/a y exigido/a volver a las raíces de mi opción de vida religiosa (23,64%).
 - C. Me esfuerzo por redescubrirme en la construcción de relaciones auténticas con los demás (45,45%).

7. Vivo mi *identidad* con apertura a las *diferencias* personales, comunitarias, socioculturales...:
- A. Mi prioridad es recuperar los rasgos culturales propios para una nueva vida religiosa (21,82%).
 - B. Intento integrar la visión comunitaria (o provincial) con las expectativas personales (50,91%).
 - C. Busco armonizar las raíces culturales con el carisma fundacional de mi Instituto (18,18%).
8. Para responder creativamente a los desafíos socioculturales, debería:
- A. Desde el discernimiento, integrar mi pasado en el contexto de hoy (9,09%).
 - B. Insistir en crear relaciones de pertenencia a la comunidad desde la autenticidad personal (14,55%).
 - C. Valorar las diferencias donde cada persona aporta su propia riqueza de manera diferente (72,73%).

Figura 3
Identidad en religiosas y religiosos de votos perpetuos
(relación entre el tema 2 y la categoría 2A)

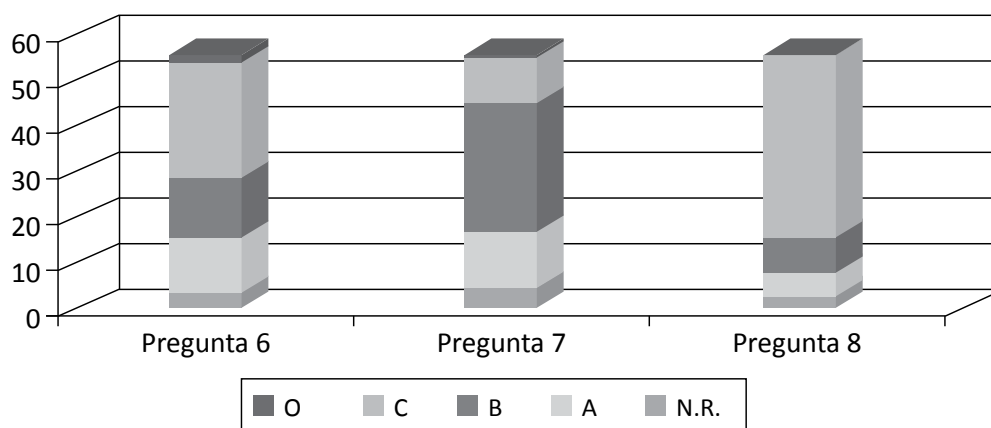


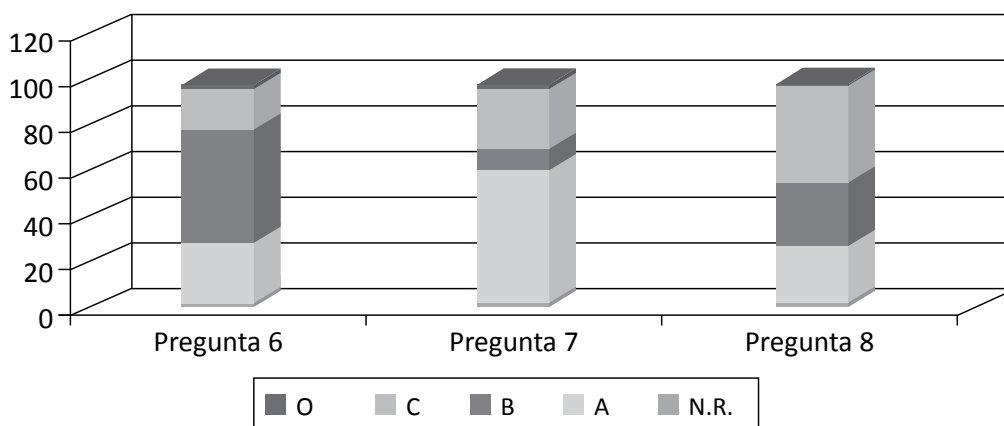
Tabla 5
Identidad con laicas y laicos adultos (relación entre el tema 2 y la categoría 2B)

NR: no responde O: otra respuesta	Categoría 2B (Laicas y laicos adultos, de 31 a 40 años de edad)					
	6. Fragmentación		7. Identidades múltiples		8. Encuentro dialógico	
	N	%	N	%	N	%
NR	2	1,98	2	1,98	2	1,98
A	27	26,73	60	59,41	25	24,75
B	51	50,50	9	8,91	29	28,71
C	19	18,81	28	27,72	44	43,56
O	2	1,98	2	1,98	1	0,99
Total	101	100	101	100	101	100

Preguntas y respuestas en porcentaje (101 personas encuestadas):

6. En esta época de confusión y fragmentación creo que la o el religioso vive su identidad:
- A. Sin lograr superar su fragmentación cultural, espiritual, psicológica, etc. (26,73%).
 - B. Desde una vida religiosa rígida que le da seguridad e integración personal. (50,50%).
 - C. Desde relaciones auténticas que le generan una clara orientación y ubicación personal (18,81%).
7. Para que la/el religioso/a desarrolle una identidad capaz de relacionarse con lo diferente, tendría que:
- A. Subrayar principalmente su cultura y aquello que lo diferencia de los demás. (59,41%).
 - B. Buscar integrar sus motivaciones personales con aquellas comunitarias (8,91%).
 - C. Lograr, desde la convivencia con otras culturas, coherencia entre su origen cultural y la vida religiosa. (27,72%).
8. Para responder creativamente a los desafíos socioculturales, la o el religioso debería:
- A. Vivir una actitud de discernimiento e integrar el pasado y el futuro en el contexto de hoy (24,75%).
 - B. Procurar relaciones interpersonales auténticas que generen sentido de pertenencia en él y los demás. (28,71%).
 - C. Valorar las diferencias que cada persona aporta para poder "ensanchar" sus horizontes (43,56%).

Figura 4
Identidad con laicos y laicos adultos (relación entre el tema 2 y la categoría 2B)



III.5.3. La estructura de la formación religiosa misionera holística

Tabla 6
Estructura de la vida religiosa, y religiosas y religiosos con más de diez años de votos perpetuos o que cumplen oficio de superiores/es o formadoras/es (relación entre el tema 3 y la categoría 3A)

NR: no responde O: otra respuesta	Categoría 3A (Religiosas y religiosos con más de diez años de votos perpetuos o que cumplen oficio de superiores/es o formadoras/es)					
	9. Crisis		10. Transformación		11. Alternativas comunitarias	
	N	%	N	%	N	%
NR	17	12,23	6	4,32	6	4,32
A	9	6,47	32	23,02	42	30,22
B	20	14,39	52	37,41	54	38,85
C	63	45,32	46	33,09	29	20,86
O	30	21,58	3	2,16	8	5,76
Total	139	100	139	100	139	100

Preguntas y respuestas en porcentaje (139 personas encuestadas):

9. El *modelo o estructura institucional* de la VR parece no responder proféticamente al momento actual porque:
 - A. Limita la iniciativa y creatividad de los/as hermanos/as solo a aquellos espacios señalados por el magisterio de la Iglesia (6,47%).
 - B. Concentra excesivamente su funcionamiento en la autoridad religiosa, que en ocasiones llega a ser autoritaria (14,39%).
 - C. No se promueve suficientemente una vida comunitaria centrada en la atención de la persona concreta y sus relaciones (45,32%).
10. Los signos de los tiempos exigen una *transformación profunda* del *modelo* de VR, actualmente desafiada por temas emergentes: género, interculturalidad, indígenas...
 - A. Urge una formación crítica y creativa de sus miembros, en lo personal e institucional, con el propósito de responder estructuralmente a los nuevos desafíos (23,02%).
 - B. Es preciso saber actuar desde una profunda motivación religiosa (unión con Dios) que brota del conocimiento profundo de la realidad (37,41%).

- C. Es necesario ayudar en la formación de personas capaces de convivir con y en la diversidad, considerada como expresión del Espíritu en el momento actual (33,09%).
11. Un nuevo modelo institucional de VR ha de promover *comunidades de vida (alternativas)* más evangélicas. Para ello se requiere:
- A. Conocer mejor el contexto sociocultural en el que vive desde diversas perspectivas de comprensión y análisis (30,22%).
 - B. Apuntar con firmeza, a costa de duras reestructuraciones, a las relaciones horizontales. Es preciso favorecer internamente la creación de "comunidades formativas" con espacios nuevos de escucha, encuentro, comunicación y diálogo constante (38,85%).
 - C. Incentivar la búsqueda de formas cristianas de vida comunitaria compartida entre religiosas/os y laicos/as de diversas procedencias y con alcance ecuménico. Dar espacio a otras maneras de ser religioso/a, desde otras pertenencias comunitarias ecuménicas (20,86%).

Figura 5
Estructura de la vida religiosa, y religiosas y religiosos con más de diez años de votos perpetuos o que cumplen oficio de superiores/es o formadoras/es (relación entre el tema 3 y la categoría 3A)

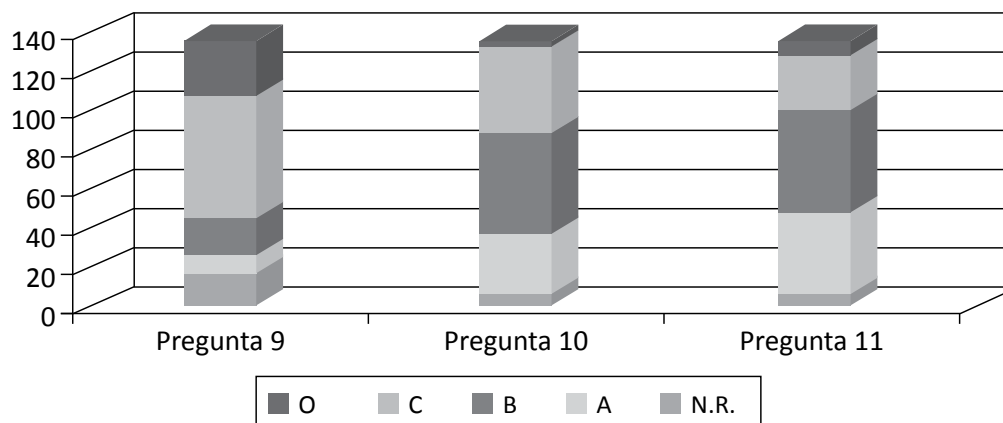


Tabla 7
Estructura de la vida religiosa de ex religiosas y religiosos con más de diez años de votos perpetuos o que cumplen oficio de superiores/es o formadoras/es (relación entre el tema 3 y la categoría 3B)

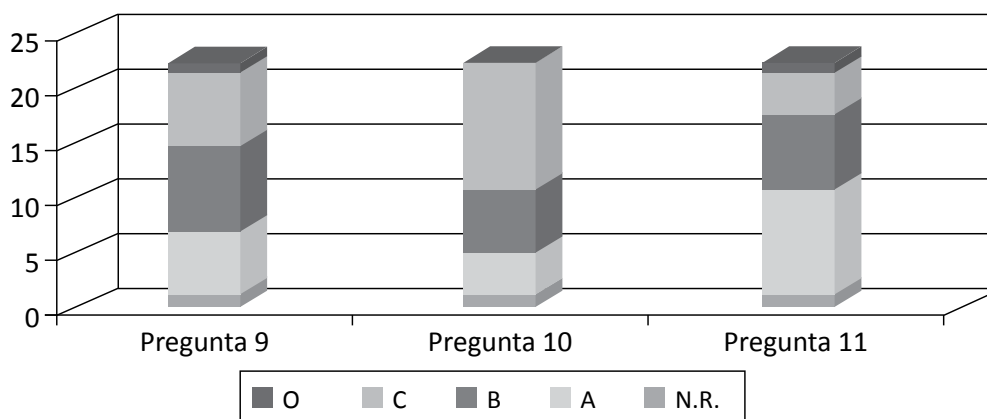
NR: no responde O: otra respuesta	Categoría 3B (Ex religiosas y religiosos con más de diez años de votos perpetuos o que cumplen oficio de superiores/es o formadoras/es)					
	9. Crisis		10. Transformación		11. Alternativas comunitarias	
	N	%	N	%	N	%
NR	1	4,35	1	4,35	1	4,35
A	6	26,09	4	17,39	10	43,48
B	8	34,78	6	26,09	7	30,43
C	7	30,43	12	52,17	4	17,39
O	1	4,35	0	0,00	1	4,35
Total	23	100	23	100	23	100

Preguntas y respuestas en porcentaje (23 personas encuestadas):

9. Parece ser que el *modelo o estructura institucional* de la vida religiosa está en crisis porque:
- A. Lo central en su funcionamiento es el cumplimiento de normas (legalismo) (26,09%).

- B. Hay un exagerado liderazgo personal que a veces llega a ser autoritario o, en algunos casos, atomiza la vida comunitaria (34,78%).
- C. No se facilita una vida comunitaria que centre su atención en las relaciones (30,43%).
10. Si la estructura religiosa desea acompañar los desafíos socioculturales (género, interculturalidad, indígenas, etc.), creo que su formación debe orientarse a:
- A. Formar personas que conozcan la realidad y sepan convivir con y en la diversidad (17,39%).
- B. Saber actuar desde una vital unión con Dios que brota del conocimiento de la realidad (26,09%).
- C. Generar personas que conviven con y en la diversidad; por ello se conocen y encuentran a Dios desde la realidad (52,17%).
11. Para que la institución religiosa busque propuestas de comunidades de vida alternativas tendría que:
- A. Conocer mucho más el contexto sociocultural en el que está insertada (43,48%).
- B. Apuntar con firmeza, a costa de duras reestructuraciones, a las relaciones horizontales y a un firme compromiso con el espíritu fundacional de cada familia religiosa (30,43%).
- C. Aceptar y dar espacio a otras maneras de ser religiosa/a, desde otras pertenencias (17,39%).

Figura 6
Estructura de la vida religiosa de ex religiosas y religiosos con más de diez años de votos perpetuos o que cumplen oficio de superiores/es o formadoras/es (relación entre el tema 3 y la categoría 3B)



III.5.4. La misión contextual: pasión por la humanidad; el mundo es nuestra casa

Tabla 8
La misión de vida religiosa, y religiosas y religiosos con más de diez años de votos perpetuos (relación entre el tema 4 y la categoría 2A)

NR: no responde O: otra respuesta	Categoría 2A (religiosas y religiosos de votos perpetuos)					
	12. Crisis		13. Transformación		14. Fraternidad-familia	
	N	%	N	%	N	%
NR	2	3,64	2	3,64	2	3,64
A	23	41,82	21	38,18	13	23,64
B	20	36,36	11	20,00	7	12,73
C	9	16,36	21	38,18	32	58,18
O	1	1,82	0	0,00	1	1,82
Total	55	100	55	100	55	100

Preguntas y respuestas en porcentajes (55 personas encuestadas):

12. Creo que las instituciones religiosas desarrollan una misión más centrada en:
- A. Promover, mantener y controlar obras sociales (educativas, de salud, sociales, de alimentación) (41,82%).
 - B. Apoyar la vida cristiana en las comunidades parroquiales y recuperar personas que han abandonado la Iglesia católica (36,36%).
 - C. Manifestar, desde una vida comunitaria, que es posible convivir entre personas de diferentes culturas, estratos sociales y experiencia espirituales (16,36%).
13. Deseo que la VR sea compartida y abierta a la transformación del mundo; para esto la misión tendría que:
- A. Iniciar un diálogo fecundo con la realidad, buscando nuevo ardor y métodos (38,18%).
 - B. Generar espacios para desarrollar la afectividad, crear el clima comunitario con otras maneras de ser, pensar y vivir (20%).
 - C. Recuperar su dimensión contemplativa para ofrecer otra mirada y manera de vivir en la realidad (38,18%).
14. La principal misión de la VR pasa por dar testimonio del mandamiento del amor:
- A. Promover en la vida comunitaria espacios libres, donde cada persona puede expresar sus sentimientos, afectos e incertidumbres que se refieren a lo más profundo de la propia vida (23,64%).
 - B. Insertarse en contextos nuevos de misión que tengan valor y significado tanto para el/la religioso/a como para las personas del lugar (12,73%).
 - C. Presentar al mundo una comunidad creíble de fraternidad, respeto y diálogo que, a partir de la fe, sabe reconocer los errores de sus miembros (58,18%).

Figura 7

La misión de vida religiosa, y religiosas y religiosos con más de diez años de votos perpetuos (relación entre el tema 4 y la categoría 2A)

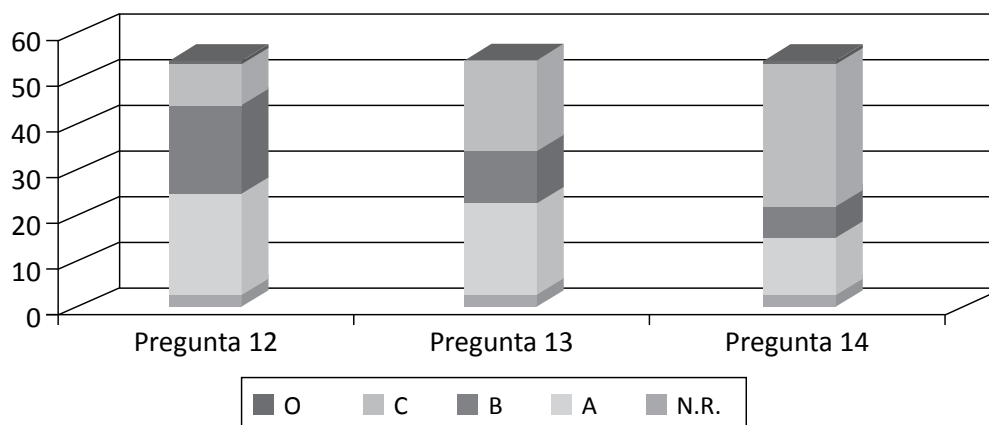


Tabla 9

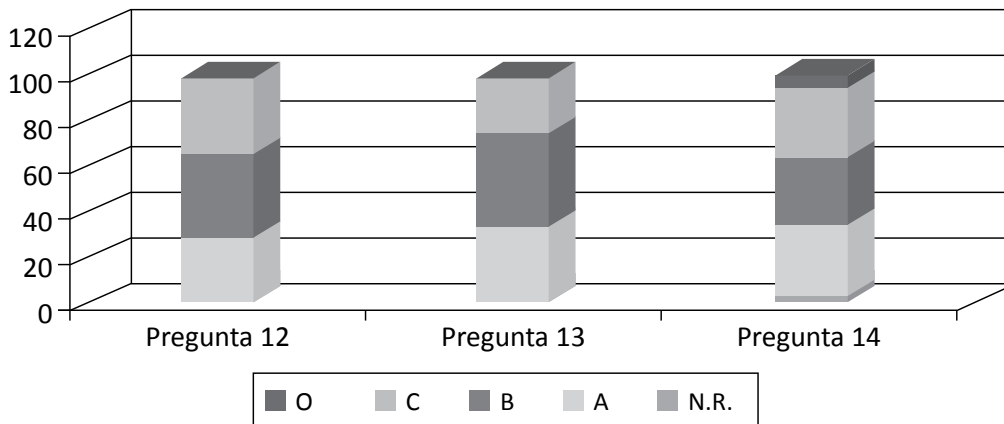
La misión de vida religiosa, con laicas y laicos de 20 a 30 años de edad (relación entre el tema 4 y la categoría 2B)

NR: no responde O: otra respuesta	Categoría 2B (Laicas y laicos de 20 a 30 años de edad)					
	12. Crisis		13. Transformación		14. Fraternidad-familia	
	N	%	N	%	N	%
NR	0	0,00	1	0,99	2	1,98
A	29	28,71	33	32,67	32	31,68
B	38	37,62	42	41,58	30	29,70
C	34	33,66	25	24,75	32	31,68
O	0	0,00	0	0,00	5	4,95
Total	101	100	101	100	101	100

Preguntas y respuestas en porcentajes (101 personas encuestadas):

12. Creo que las instituciones religiosas desarrollan una misión centrada en:
 - A. Promover, mantener y controlar obras sociales (educativas, de salud, sociales, de alimentación) (28,71%).
 - B. Apoyar la vida cristiana en las comunidades parroquiales y recuperar personas que han abandonado la Iglesia católica (37,62%).
 - C. Manifestar, desde una vida comunitaria, que es posible convivir entre personas de diferentes culturas, estratos sociales y experiencia espirituales (33,66%).
13. Si la misión de la vida religiosa quiere responder a la transformación del mundo, tendría que:
 - A. Iniciar un diálogo fecundo y creativo con la realidad, buscando nuevo ardor y métodos (32,67%).
 - B. Generar espacios de interpelación y enriquecimiento mutuo con otras maneras de ser, pensar y vivir (41,58%).
 - C. Recuperar su dimensión contemplativa, para ofrecer otra mirada y manera de vivir en la realidad (24,75%).
14. La principal misión de la vida religiosa pasa por:
 - A. Buscar y descubrir nuevos lugares de misión (otros países, lugares públicos, mundo juvenil, etc.) (31,68%).
 - B. Apuntar a una presencia en contextos precisos que tengan valor y significado tanto para el religioso/a como para las personas del lugar (29,70%).
 - C. Seguir haciendo lo que hace, pero con mayor compromiso y coherencia (31,68%).

Figura 8
La misión de vida religiosa, con laicas y laicos de 20 a 30 años de edad
(relación entre el tema 4 y la categoría 2B)



IV. Discusión

Creo que en estos momentos de cambio paradigmático de la Iglesia, y especialmente de la vida religiosa, quienes escogen este camino deben ser capaces de revisar profundamente sus opciones personales, relacionales y estructurales para ver si realmente su opción le dice algo al mundo de hoy. ¿Será que la vida religiosa es *significativa* para los hombres y mujeres de hoy? ¿Qué está pasando entre sus miembros? A estas y otras preguntas, ya indicadas al inicio, quería aproximarse la investigación en sus cuatro ejes temáticos.

En este momento la vida religiosa no puede pensar, reflexionar o proyectar su diversidad de carismas sin relacionarse con el laicado, pues de lo contrario caería en una postura suicida. De igual modo, es vital la interrelación masculino-femenina, adulto-joven, creyente-no creyente, etc. Nuestra identidad es una

realidad viva y dinámica que surge y se enriquece constantemente en el diálogo mutuo y fecundante entre diversas formas de pensar, vivir y actuar. Teniendo presente precisamente esta diversidad y dinamismo, fue que se eligieron las categorías de población a tener en cuenta en el proyecto. Al final, los resultados debidamente tabulados fueron presentados a todo el equipo coordinador para sus observaciones y sugerencias. Este material fue la base para una profundización sobre la *realidad de la vida religiosa en Bolivia*.

Causas de la crisis institucional. La coincidencia es notable entre miembros de comunidades religiosas y de las distintas categorías de edad de los laicos, y se manifiesta en que el 60% de los encuestados atribuye la crisis a un estilo de liderazgo personal, individual y un deseo de poder. Asimismo, un 30% de los encuestados se dirigen a la conservación de la institución, cuyas normas y reglamentos internos son un factor que influye en la crisis institucional. Sin embargo, llegan a esta conclusión mayormente las categorías de laicos de entre 31 y 40 años de edad.

Alternativas institucionales. En general, se pide con urgencia una reestructuración de las comunidades religiosas sobre la base de otra forma de relaciones en el interior de las comunidades; que sean más horizontales.

Además, es llamativo que el 35% exija apertura de espacios para apreciar y acoger los distintos modos de vivir, pensar y sentir la vida religiosa. Esto muestra el deseo de construir un modelo de diversidad cultural en las comunidades religiosas. A través de la particularidad cultural se construyen modelos de vida religiosa que se aproximan a la realidad boliviana. Es evidente que *los modelos comunitarios actuales ya no responden a la exigencia de aquellos jóvenes que han entrado a la vida religiosa y que provienen de familias con escasos recursos económicos, pero con una rica herencia sociocultural*.

Crisis de la misión. Hay indicios en la mayor parte de las respuestas que las comunidades religiosas siguen aferradas a un modelo de misión altamente institucional y tradicional. Es decir, según los que respondieron a la opción B, la percepción es que la misión se orienta a recuperar a los católicos que abandonaron la Iglesia y recurrieron a otras iglesias.

Transformaciones en la misión. Las respuestas a estas preguntas son distribuidas con pocas variaciones. Por ejemplo, el 40% plantea la recuperación

de la dimensión contemplativa como necesaria para la transformación de la misión. El 35% enfatiza que el inicio del diálogo parta de la realidad. Y un 25% tiene la propuesta de una “interpelación de la vida” por personas de distintas pertenencias. La clave para interpretar estas respuestas hacia una transformación se mueve en el “diálogo” tanto con la realidad personal como con la diversidad y con las múltiples expresiones de identidad socioculturales.

Propuestas para la misión. Una vez más se ve poca diferencia y variación en los porcentajes que apuntan a los cambios necesarios en busca de propuestas alternativas: El 40% plantea que la misión debe apuntar a una auténtica vida comunitaria en donde cada uno/a pueda expresar sus sentimientos y ser escuchado/a en un marco de diálogo. El 35% propone seguir con la misión actual, pero afianzar con más fuerza el compromiso y la coherencia. El 25% propone buscar nuevos ámbitos de misión por otros lugares y abriendo nuevos espacios.

Después de este recorrido, me permito señalar algunas consideraciones sobre la investigación que ha concluido en su primera parte:

- El trabajo ofrece una primera aproximación a la vida religiosa en Bolivia, ofreciendo además un valioso aporte metodológico de investigación que podría ser aprovechado y mejorado en futuras investigaciones a realizarse dentro o fuera del país.
- Los resultados, analizados e interpretados, pueden servir de test sobre la situación de la vida religiosa en Bolivia. Esto es útil no solamente para los centros de formación religiosa o proyectos pastorales, sino también para las ciencias sociales y pedagógicas en general.
- La investigación puede aportar en el actual proceso de revitalización de la vida religiosa, no solo en Bolivia, sino en toda América Latina, particularmente en el campo de la formación permanente.

IV.1. Contribución y aporte para la formación y felicidad de la vida comunitaria

Según la planificación efectuada al inicio de la investigación, concluida la etapa cuantitativa, el próximo paso será la socialización, discusión, reflexión y ensayo de sistematización de las temáticas investigadas, en contacto y diálogo con los diversos sujetos protagonistas y en perspectiva inter o transdisciplinaria. En síntesis, el proyecto pretende:

- Socializar y discutir los resultados con expertos de diversas disciplinas (por ejemplo, humanísticas, pedagógicas y sociales) y con las diversas instituciones (estatales, privadas o religiosas) particularmente interesadas en el tema.
- Organizar presentaciones públicas mediante talleres, seminarios, charlas, paneles de discusión, etc.
- Recoger las temáticas centrales o líneas fuerzas más importantes expresadas en los diversos encuentros para una ulterior profundización por parte de personas de experiencia, religiosos/as y laicos/as, y especializadas en varias disciplinas.

V. Conclusiones

En el cambio paradigmático, la vida religiosa de hoy sigue buscando un sentido más profundo de las acciones y compromisos sociales para encontrar una pasión y sentido de felicidad en la vida comunitaria. Ante la actitud de búsqueda de esta felicidad, es necesario un cambio personal, como institucional para realizar este sueño. Esto quiere decir regresar al camino de la resurrección de Cristo, a la Iglesia primitiva, donde la vida comunitaria es el centro del compartir. Esta vida comunitaria es el espacio abierto, donde se siente la felicidad en casa propia para 1) Religiosas y religiosos que viven su consagración; 2) Laicas y laicos de diversas edades; 3) Religiosas y religiosos que han dejado la vida religiosa.

Desafíos actuales para el cambio social paradigmático de la Iglesia católica y la vida religiosa:

- Priorizar la misión con *los laicos y el mundo secular* para transformar el camino de colaboraciones, participación y pertenencia, además de clarificar el grado del compartir, desde la misión *ad gentes* hacia la de ser *inter gentes* en el ámbito fraterno.
- Releer y entender el significado de la Iglesia católica desde el mundo *cibernético-digital* y las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC), para seguir avanzando.
- Escuchar lo referente a la contemporaneidad de relaciones, *apertura a lo distinto y amplitud de horizontes*.

El aporte de este trabajo es el de encontrar posibilidades y la predisposición necesaria para hacerse cargo de un nuevo proyecto en la vida religiosa de acuerdo con los modelos del cambio paradigmático.

El espacio digital ha sido acogido por muchas personas como un ambiente propicio para expresar el anhelo humano de comunicarse para crear comunidad. Se está formando una nueva cultura, un nuevo modo de ser y de pensar. Es necesario aprender a vivir y a expresarse como cristianos y como consagradas en este nuevo ambiente cultural en el que todos estamos inmersos, lo cual implica conocer sus lenguajes, dinámicas y símbolos.

En la formación de una comunidad humana son más importantes los significados compartidos que el mismo espacio físico en que se habita. El continuo proceso interactivo de interpretación y construcción de significados refuerza los lazos simbólicos y culturales que mantienen unida a la comunidad. En este sentido, los MCS tienen hoy mucha importancia, pues ayudan a evocar, generar e intercambiar esos significados con los que se configura la visión de la realidad. En la óptica holística, se ofrecen algunas propuestas creativas y significativas, entre las que se comprenden: 1) El sentido de la pasión y sentido de vida comunitaria; 2) Identidad de la vida religiosa hacia un diálogo profético; 3) La formación religiosa misionera holística; y 4) La misión contextual: pasión por la humanidad –el mundo es nuestra casa–.

V.1. Una nueva construcción hacia el cambio personal e institucional para realizar los sueños

A partir de la investigación, permítanme expresar algunos *sueños* y reflexiones sobre la vida religiosa presente y futura:

1. Las instituciones religiosas necesitan abrirse a nuevos caminos, opciones, estilos de vida y estructuras que estén actualizadas. Este cambio radical en todos los niveles de la vida religiosa, personal, relacional e institucional, del que se habla desde hace mucho tiempo, requiere urgentes decisiones ya.
2. Los centros de formación han de seguir apostando por una mayor personalización y calidad humana de cada uno de los/as religiosos/as, a partir de su propia historia, desde una profunda relectura del propio objetivo fundacional.
3. Los/as religiosos/as se encuentran en medio de la zarza ardiente, en un nuevo éxodo para ser discípulos y discípulas de Jesús misionero, hoy en la pasión por la vida y por la humanidad. En este proceso han de escuchar, aprender, dialogar y cambiar teniendo en cuenta las

experiencias de aquellos/as hermanos/as que han dejado la vida religiosa y que redescubren el propio sentido de vida y esperanzas con estilos propios. De igual modo, se hará lo propio con los/as laicos/as, jóvenes, matrimonios y profesionales. Así, con el acompañamiento mutuo podremos construir una vida religiosa con más calidad humana.

4. La Iglesia católica ha de acompañar a la vida religiosa en su búsqueda de revitalización de las relaciones personales, comunitarias y sociales dentro y fuera de las propias instituciones.

V.2. Reflexión e interpelación: “Que la vida religiosa sea más de calidad humana”

La historia de mi vida y de tu vida continuará. La que está escrita se quedará como parte de las huellas y memoria de vida relacionadas con cada acontecimiento, con cada persona en su momento particular. Soy pequeña y desconocida, frente al gran movimiento del mundo actual. Solo quiero ofrecerme como una pequeña semilla, un grano de mostaza que germina en la tierra... Quiero compartir, con mi condición de vida, en pos de una sociedad donde la tolerancia y el diálogo prevalezcan ante la violencia y las imposiciones ideológicas que no construyen vida plena.

Los encuentros y relaciones personales son más importantes que las obras. En los encuentros humanos me siento aceptada y rechazada, amada y odiada, confiada y cuestionada, vivo la esperanza y la desilusión, el éxito y el fracaso. Lo que queda es la iniciativa del Misterio... Somos bendición en nuestro ser mujer y hombre, participamos en el arte de la creación para encontrarnos con los rostros de las personas, de la naturaleza, de todo el cosmos, del Misterio. Apostamos por una comunidad humana más relacional, circular, sin pirámides ni jerarquías; una comunidad donde el ser humano dance libre y creativamente en sus relaciones entre personas y espacio cósmico. La vida religiosa está en “*momentos de transición*”, de búsquedas de ser “*vino nuevo en vasijas nuevas*”.

Referencias

- Ávila, M. E., & Vera, A. (2009). Surgimiento y desarrollo de la educación popular. En S. Buelga, G. Musitu, A. Vera, M. E. Ávila & C. Arango (Eds.), *Psicología social comunitaria* (pp. 157-176). México DF: Trillas.

- Barberá, E., & Mateos, P. (2000). Investigación sobre psicología de la motivación en las universidades españolas. *Revista Española de Motivación y Emoción*, 3(5-6), 12-20.
- Buelga, S., Musitu, G., Vera, A., Ávila, M. E., & Arango, C. (Eds.). (2009). *Psicología social comunitaria*. México DF: Trillas.
- Buelga, S., Musitu, G., & Jiménez, T. (2009). Orientaciones teóricas y escuelas de pensamiento psicosocial en el siglo XX. En S. Buelga, G. Musitu, A. Vera, M. E. Ávila & C. Arango (Eds.), *Psicología social comunitaria* (pp. 35-54). México DF: Trillas.
- Carbajo, M. (2016). La vida consagrada en la era digital: Oportunidades y desafíos [Entrada en un blog]. Recuperado de <https://espírituyvidaofm.wordpress.com/2016/06/03/la-vida-consagrada-en-la-era-digital-oportunidades-y-desafios/>
- Fernández, M. (2009). Construyendo nuestra felicidad para ayudar a construirla. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 66(23), 231-269.
- Garrido, I. (2000). La motivación: Mecanismos de regulación de la acción. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, 3(5-6). Recuperado de <http://reme.uji.es/articulos/agarri4542212100/texto.html>
- Langle, A. (2008). *Vivir con sentido: Aplicación práctica de la logoterapia*. Buenos Aires: Sentido Lumen.
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Human Relations*, 1, 36-46.
- Lewin, K. (1973). *Dinámica de la personalidad*. Madrid: Morata
- Lewin, K. (1992). La investigación-acción y los problemas de las minorías. En M. Salazar (Ed.), *La investigación acción participativa: Inicios y desarrollos* (pp. 13-25). Madrid: Popular.
- Martín-Baró, I. (1998). El reto popular a la Psicología en América Latina. En I. Martín-Baró (Ed.), *Psicología de la liberación*. Madrid: Trotta.

Meyer, M., & Zucker, L. (1989). *Permanently failing organizations*. Newbury Park, Estados Unidos: Sage.

Musitu, G., & Cava, M. (2000). Psicología comunitaria. Ponencia presentada en el VII Congreso Nacional de Psicología Social. Oviedo, España.

Papa Francisco. (2013). *Lumen Fidei*. [Carta encíclica]. Cochabamba: Verbo Divino.

Papa Francisco. (2013). *Evangelii Gaudium*. Cochabamba: Verbo Divino.

Papa Francisco. (2018). Por la evangelización: La misión de los consagrados, confiadas a la red mundial de oración [Entrada en un blog]. Recuperado de https://apostolado.org.ve/?page_id=1145

Papa Juan Pablo II. (1978). *Criterios pastorales sobre relaciones entre obispos y religiosos en la iglesia*. Recuperado de http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/ccsclife/documents/rc_con_ccsclife_doc_14051978_mutuae-relaciones_sp.html

Papa Juan Pablo II. (1987). *Sollicitudo Rei Socialis* [Carta encíclica]. Recuperado de http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_30121987_sollicitudo-rei-socialis.html

Papa Juan Pablo II. (1991). *Centesimus Annus* [Carta encíclica]. Recuperado de http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/encyclicals/documents/hf_jp-ii_enc_01051991_centesimus-annus.html

Papa Juan Pablo II. (1996). *Vita Consecrata*. Recuperado de http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/apost_exhortations/documents/hf_jp-ii_exh_25031996_vita-consecrata.html

Papa León XIII. (1891). *Rerum Novarum* [Carta encíclica]. Recuperado de http://w2.vatican.va/content/leo-xiii/es/encyclicals/documents/hf_l-xiii_enc_15051891_rerum-novarum.html

Papa Pablo VI. (1967). *Populorum Progressio* [Carta encíclica]. Recuperado de http://w2.vatican.va/content/paul-vi/es/encyclicals/documents/hf_p-vi_enc_26031967_populorum.html

- Papa Pío XI. (1931). *Quadragesimo Anno* [Carta encíclica]. Recuperado de http://w2.vatican.va/content/pius-xi/es/encyclicals/documents/hf_p-xi_enc_19310515_quadragesimo-anno.html
- Páramo, P. (2008). La construcción psicosocial de la identidad y del self. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 40(3), 539-550.
- Peloso, F. (2015). Buscando buena salud [Entrada en un blog]. Recuperado de <http://www.donorione.org/Public/ContentPage/content.asp?hdnIdContent=6255>
- Pontificio Consejo "Justicia y Paz". (2004). *Compendio de la doctrina social de la Iglesia*. El Vaticano: Librería Editrice Vaticana. Recuperado de http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_doc_20060526_compendio-dott-soc_sp.html#Construir%20la%20C2%AB%20civilizaci%C3%B3n%20del%20amor%20C2%BB
- Tajfel, H., & Turner, J. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. En W. C. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations*. Monterrey: Brooks/Cole.
- Velásquez, J. (2010). Categorías esenciales para comprender la existencia del ser humano y sus transformaciones en la psicología humanista existencial. *El Ágora USB*, 10(1), 37-56.
- Wise, R. (1987). Sensorimotor modulation and the variable action pattern (VAP): Toward a noncircular definition of drive and motivation. *Psychobiology*, 15(1), 7-20.

El potencial democratizante de las redes sociales: imaginario versus realidad

Mgr. Nicole Jordán Prudencio¹

Correo electrónico: nicolejordanp@gmail.com

Fundación Friedrich Ebert (FES)

(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 19/09/2018

Fecha de aprobación: 26/11/2018

Resumen

Si bien las redes sociales constituyen nuevos espacios de expresión, participación y acción política, es importante no sobredimensionar su potencial democratizante, pues también son vulnerables a cuestiones que podrían limitar u obstaculizar determinados procesos democráticos, principalmente en contextos altamente politizados y polarizados, como los ciclos electorales. Por ello, es imprescindible hacer un balance de los aspectos tanto positivos como negativos de la relación redes sociales y democracia para, a partir de dicho análisis, continuar con la desmitificación de algunos imaginarios e identificar cuáles son los verdaderos desafíos y oportunidades que estos nuevos espacios políticos digitales representan para la continua construcción democrática en el país.

Palabras clave

Redes sociales, democracia, espacios, política, participación.

1 Licenciada en Ciencias Políticas por la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", con un *minor* en Relaciones Internacionales por la Pontificia Universidad Católica de Chile y una maestría en *Development Studies* por la Universidad de Cambridge en el Reino Unido, donde fue distinguida con la mención de *Bateman Scholar* por *Trinity Hall College*. Autora del libro *El resorte de la conflictividad en Bolivia. Dinámicas, riesgos y transformaciones 2000-2008*. Actualmente es Consultora Experta para el Proyecto de Desarrollo Económico y para el Foro de Transformación Social y Ecológica de la Friedrich Ebert Stiftung en Bolivia, y docente en el Programa de Maestría en Gerencia de Proyectos para el Desarrollo de la Universidad Andina Simón Bolívar.

Democratizing potential of social media: Imaginary vs. reality

Abstract

Even though social media represent new spaces for political expression, participation and action, it is important not to overestimate their democratizing potential, since they are also susceptible to issues that could limit or hamper certain democratic processes, particularly in highly politicized and polarized contexts, such as electoral cycles. Thus, it is crucial to make a balance of all the positive and negative aspects of the relationship between social media and democracy, in order to –based upon the former analysis– continue to demystify some imaginaries and identify the true challenges and opportunities posed by these new digital political spaces for the ongoing construction of democracy in the country.

Keywords

Social media (networks), democracy, spaces, politics, participation.

I. Introducción

La política es un fenómeno que se encuentra dentro y entre todos los grupos, instituciones y sociedades, y atraviesa tanto la vida pública como la privada ... Se encuentra involucrada en todas las relaciones, instituciones y estructuras que están implicadas en las actividades de producción y reproducción en la vida de las sociedades. (Held, 1996, p. 310).

La política se siente en las redes sociales en el marco de la nueva era digital (Castells, 2007). Desde el momento en el que un meme se vuelve viral; desde el instante en el que una persona comparte una noticia a través de sus grupos de *WhatsApp*; cada vez que se redacta un tuit; o cuando se inicia un debate controversial en respuesta a un comentario político en *Facebook*, se hace y se respira política.

La política permea las redes: se produce y reproduce a través de ellas. Pero esto no necesariamente significa que lo haga promoviendo valores democráticos. La conexión entre estas nuevas formas de hablar de política y la democracia todavía se encuentra en discusión; tal vez en razón a la complejidad del concepto mismo de democracia. En la introducción al Índice de Democracia, realizado por Laza Kekic (2007), el texto comienza con la siguiente afirmación: “no existe un consenso acerca de cómo medir la democracia” (p. 1). De igual manera, no existe una conceptualización única del término, sino una multiplicidad de definiciones, muchas de ellas en disputa. Estas definiciones forman parte de un debate en proceso de construcción permanente, ya que no sólo responden

a los cambios coyunturales, sino que, además, analizan a la democracia como ideal (lo que debería ser) y como realidad (lo que es)².

Dada la dificultad del concepto de democracia y, para poder identificar el potencial democratizante de las redes sociales, es imperante partir de un acercamiento a este. La aproximación más generalizada se vincula a su origen etimológico, que se remonta a la antigua Grecia. Bajo esta acepción, democracia es traducida como el poder o gobierno del pueblo. Hoy en día, la democracia es el régimen político más utilizado a nivel mundial (Kekic, p. 2), pues continúa siendo reconocido como el mejor sistema de gobierno frente a las otras alternativas históricas, a pesar de atravesar una crisis generalizada. Pero hablar de “democracia” como si fuera una sola es una inexactitud, ya que la misma puede adoptar diversas formas, de las cuales las más reconocidas son la democracia directa, caracterizada por la participación de la ciudadanía sin intermediarios; y la democracia representativa, caracterizada por la elección de representantes a través del voto.

Por cuestiones demográficas, en la actualidad las democracias adoptan formalmente la forma representativa, sin que ello excluya la utilización de mecanismos propios de la democracia directa, como el referéndum o la consulta previa. En el caso de Bolivia, por ejemplo, la Constitución (2009, p. 13) reconoce, en su artículo 11, tres formas de democracia: la directa y participativa, la representativa y la comunitaria. Esto se debe a que, en la mayoría de los casos, los sistemas políticos utilizan mecanismos provenientes de distintas formas de democracia, por lo cual no es necesario optar por una u otra. Para fines de este artículo, lo que se busca es realizar una breve caracterización de los principios, valores e indicadores comúnmente asociados al ideal de la democracia, tanto en su vertiente más directa, como en su versión representativa o liberal, para identificar si los mismos son potenciados por las redes sociales, coartados por las mismas, o más bien una combinación de ambas cosas. A continuación, se detallan algunos de los principios más emblemáticos:

- Elecciones regulares, libres y justas.
- Pluralismo político y un sistema de partidos competitivo.

2 Ver la teorización sobre la democracia de autores como: Aristóteles (1996), Norberto Bobbio (1986, 1989) Norberto Bobbio et al. (2007), Robert Dahl (1989, 1998, 2002), Guillermo O’Donnell (1997, 2010), Guillermo O’Donnell y Phillippe Schmitter (1994), Giovanni Sartori (1994, 2009), Joseph Schumpeter (2015), Alexis de Tocqueville (1999), Alain Touraine (1995), por mencionar a algunos.

- División de poderes, controles y contrapesos al poder (*checks and balances*), y rendición de cuentas (*accountability*)
- Igualdad de los ciudadanos ante la ley y un estado de derecho fuerte que contemple:
 - El ejercicio pleno de los derechos políticos por parte de los ciudadanos.
 - Una participación política activa y libre.
 - El respeto de los derechos y libertades civiles, como la libertad de expresión y de asociación, entre otros.
 - El respeto de los derechos colectivos (en el caso de la democracia comunitaria).
- Respeto del principio de mayoría, pero sin dejar de lado el respeto a los derechos de las minorías.
- Una cultura política democrática que comulgue con los principios de libertad, igualdad y fraternidad.

A lo largo del artículo, cada vez que se utilice el término “democracia”, se lo deberá entender a la luz de esta caracterización. De igual manera, el término “democracia digital” deberá concebirse como “un modelo democrático híbrido que contiene elementos³ de formas tanto participativas como representativas de la democracia” en el contexto de la era digital (Hague & Loader, 1999, p. 7). Es importante recalcar, asimismo, que conceptos como “democracia digital” o “democracia 2.0” (Caldevilla, 2009) dan cuenta del creciente interés de la Academia por comprender el papel que las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) juegan en la democracia, y los cambios producidos en esta última, justamente en virtud de dichas transformaciones tecnológicas.

Por lo general, los debates respecto a este último punto se han dividido, a *grosso modo*, en dos vertientes diferenciadas: 1) aquellas que destacan a estas tecnologías como poderosas y efectivas herramientas de democratización; y 2) aquellas que contrarrestan esa visión, resaltando, más bien, las limitantes y los peligros que ellas mismas conllevan para la democracia. Este análisis abordará argumentos que refuerzan ambos lados de la balanza, pero no por ello pretende implicar que el vínculo entre redes sociales y democracia es necesariamente dicotómico, sino más bien intenta mostrar, a través de esta división, que se trata de un análisis complejo que puede abordarse desde enfoques contrapuestos.

³ Entiéndase como “elementos” a los valores, principios e indicadores mencionados.

Esto con el propósito de hacer un balance crítico y realista acerca de las potencialidades y riesgos de las redes sociales para la democracia.

Se adoptará la definición de “redes sociales” planteada por Stephen Tully (2014, p. 154), quien las concibe como “un grupo de aplicaciones basadas en internet que se cimientan en las fundaciones ideológicas y tecnológicas de la Web 2.0⁴ y que permiten la creación e intercambio de contenido generado por usuarios”. Cabe aclarar, que las “redes sociales incluyen, pero no están limitadas a los blogs, wikis (por ejemplo, Wikipedia), sitios de *networking* social (por ejemplo, Facebook), servicios de *microblogging* (por ejemplo, Twitter), y servicios para uso compartido de archivos multimedia (por ejemplo, Flickr y YouTube)” (Bertot, Jaeger & Grimes, 2010, p. 266). Si bien el presente artículo se focalizará, principalmente, en el impacto de las redes sociales entendidas en este sentido, también hará alusión a la influencia de *Google*, como principal motor de búsqueda, y de Internet, en general.

Este artículo plantea que, si bien las redes sociales constituyen nuevos espacios de expresión, participación y acción política, es importante no exagerar su potencial democratizante, pues también son vulnerables a cuestiones que podrían ser contraproducentes para determinados procesos democráticos, principalmente en contextos altamente politizados y polarizados, como es el caso de los períodos electorales. Para cumplir con dicho objetivo, el artículo propone, en primer lugar, examinar bajo qué circunstancias o en qué medida las redes sociales han constituido tanto una ampliación de la democracia como una limitante para la misma. En segundo lugar, a partir del balance entre los aspectos positivos y negativos de la relación redes sociales y democracia, se plantea continuar con la desmitificación de algunos imaginarios. En tercer lugar, se pretende ejemplificar brevemente el rol cada vez más preponderante de las redes sociales en Bolivia, bajo la luz del análisis precedente, para visualizar cuáles son los principales desafíos y oportunidades de una democracia que se ha ido desplazando cada vez más hacia estos nuevos espacios políticos digitales.

Para ello, el presente documento se estructura en tres secciones. En la primera parte, se analizarán los principales impactos positivos de las redes sociales en la democracia, mientras que, en la segunda parte, se desarrollarán algunos de los

4 El término 2.0 fue acuñado por Tim O'Really y la “Web 2.0 es la Red como plataforma, involucrando todos los dispositivos conectados” (Caldevilla, 2009, p. 33).

impactos negativos, contraproducentes y/o principales limitaciones de las redes sociales en la democracia. En ambas secciones se ilustrarán los argumentos con una diversidad de ejemplos, entre los cuales se puede mencionar el derrocamiento de los dictadores de Túnez y Egipto durante la denominada “Primavera Árabe” y el escándalo alrededor de la influencia de *Cambridge Analytica* en el triunfo de Donald Trump en las elecciones presidenciales de 2016 en Estados Unidos. Estos casos internacionales serán complementados y/o contrastados con algunos ejemplos propios del caso boliviano, para ver si estos últimos aportan elementos novedosos a los temas ampliamente debatidos, o si sólo refuerzan los mismos puntos de discusión. En la tercera parte, a modo de conclusión y en función a la sistematización de los argumentos planteados en las primeras dos secciones, se hará un balance del verdadero potencial de las redes sociales y se planteará qué significa esto para el contexto del país en términos de desafíos y oportunidades.

II. ¿Las redes sociales como motores de la democracia?

Internet y redes sociales han jugado un rol cada vez más preponderante en los procesos políticos y sociales de los últimos años; y en respuesta a esta creciente presencia, numerosos académicos se han dedicado a explorar la influencia de las tecnologías de la información y comunicación en la democracia. Al respecto, autores como Yochai Benkler (2006), Henry Jenkins (2006) y Charles Leadbeater (2008), han concluido que la última generación de las TIC posee “capacidades democráticas inherentes” (Loader & Mercea, 2011, p. 759); opinión compartida por personalidades internacionales con gran influencia en la construcción de narrativas como Frank La Rue, ex Relator Especial de las Naciones Unidas para la promoción y la protección del derecho a la Libertad de Opinión y Expresión (Tully, 2014, p. 155).

Entre los diversos argumentos a favor de este primer enfoque se destacan los siguientes puntos: 1) las redes sociales son poderosos canales para la convocatoria y la movilización social; 2) constituyen importantes fuentes de información y plataformas de expresión política ciudadana, principalmente en lugares en los que los medios tradicionales de comunicación y la libertad de expresión se encuentran censurados; 3) permiten una mayor transparencia, control y fiscalización por parte de la ciudadanía a los gobiernos; y 4) generan una relación más directa (horizontal) entre gobernantes y gobernados.

Estos cuatro puntos ilustran los elementos por los cuales muchos autores consideran a las redes sociales como catalizadoras de transformaciones políticas y sociales en pos de la democracia. Esto en razón a que, por un lado, en los ejemplos que se presentarán a continuación, las demandas en las redes sociales y las consecuentes movilizaciones, giraron en torno a la exigencia de una apertura democrática, en los lugares con regímenes autoritarios, y al respeto de ciertos procedimientos democráticos, en el caso de Bolivia, con un régimen democrático. Pero también porque, por otro lado - y de forma concordante con la caracterización de la democracia presentada en la introducción-, en dichos casos, las redes sociales se convirtieron en plataformas para la libre expresión de los derechos y libertades civiles, propiciando una participación política ciudadana más proactiva.

Respecto al primer punto, movimientos tan diversos como la Primavera Árabe en Oriente Medio y el Magreb, los Indignados de España⁵, *Occupy Wall Street* en Estados Unidos⁶, “Ni una menos” en Argentina⁷, y el 21F en Bolivia⁸, son ejemplos del enorme poder de convocatoria, movilización y organización política de las redes sociales.

En el caso específico de la Primavera Árabe, los protestantes protagonizaron revueltas exigiendo la apertura democrática y provocaron el derrocamiento de los gobiernos dictatoriales de Túnez y Egipto –que habían permanecido en el poder durante décadas–, además de propiciar revoluciones similares en otros países de la región. Los llamados a las movilizaciones se propagaron de manera viral a través de videos en *Youtube*, por medio de hashtags en *Twitter* y *Facebook*, y convocatorias en diversos blogs, páginas de Internet y correos

5 También denominado Movimiento 15-M (debido a que la manifestación comenzó el 15 de mayo de 2011 en Madrid), se produjo en señal del hartazgo ciudadano con la clase política española y en demanda de mejoras al sistema democrático.

6 Movimiento inspirado en los “Indignados” de España que se produjo en Nueva York en septiembre de 2011 como reacción a las enormes brechas de desigualdad socioeconómica y al poder desmesurado y corrupto de las grandes corporaciones, correspondientes al 1% más rico.

7 Es la consigna que da nombre al movimiento feminista surgido en Argentina en 2015 como signo de protesta al feminicidio y a la violencia de género. Desde entonces, el movimiento se ha extendido internacionalmente gracias a su viralización por medio de las redes sociales.

8 Movimiento ciudadano que plantea la defensa del resultado del referéndum del 21 de febrero de 2016 en Bolivia; es decir, el rechazo a la modificación del artículo 168 de la Constitución, relativo al período de mandato y reelección de la figura del Presidente y Vicepresidente de Bolivia. El movimiento surgió como reacción al fallo del Tribunal Constitucional Plurinacional de 28 de noviembre de 2017, por el cual se habilitó la posibilidad de reelección de Evo Morales y Álvaro García Linera (además de los gobernadores, alcaldes, asambleístas y concejales) para los siguientes comicios electorales nacionales.

electrónicos. De acuerdo a un *Working Paper* del año 2011, conducido por el Proyecto sobre Información Tecnológica & Política del Islam (pITPI, por sus siglas en inglés) (Howard et al., p. 3), “las conversaciones sobre libertad, democracia y revolución en blogs y en Twitter por lo general precedieron inmediatamente protestas masivas”.

De esta manera, las redes sociales se convirtieron en mecanismos comunicacionales efectivos para la movilización multitudinaria y también en plataformas de opinión y canalización del enojo ciudadano generalizado. Es importante destacar el rol primordial que *Youtube* jugó en este caso en particular, ya que, si bien se ha escrito bastante sobre el papel de *Facebook* y *Twitter* en distintos procesos políticos y sociales, de acuerdo a David Caldevilla (2009, p. 37), *Youtube* es responsable del 12% del total de tráfico en Internet. Esta cifra adquiere aún mayor relevancia cuando se comprende que “[e]l impacto visual que produce el video en la comprensión intuitiva del usuario es mayor y más efectivo que el de los mensajes de texto en Internet, los medios impresos o de radio”.

Las grabaciones que capturaron la represión de las fuerzas de gobierno durante la Primavera Árabe y que fueron subidas a *Youtube* y a otras plataformas, constituyeron un mensaje mucho más potente que los testimonios escritos. Una clara muestra de ello son las repercusiones que generaron estas imágenes en gran parte de la comunidad internacional (principalmente en Occidente) -que conmovida- se solidarizó con la causa de los manifestantes. Por ejemplo, tras el bloqueo a Internet por parte del entonces presidente de Egipto, Hosni Mubarak, el expresidente de los Estados Unidos, Barack Obama, hizo conocer su apoyo al derecho de las personas a acceder a la información y a ejercer su libertad de expresión, destacando el “increíble potencial de la tecnología para empoderar a los ciudadanos” (Tully, 2014, p. 156).

Según Khaled Koubaa, entonces presidente de la Sociedad de Internet en Túnez (como se citó en Beaumont, 2011), “tres meses antes de que Mohammed Bouazizi se prendiera fuego en Sidi Bouzid se tuvo un caso similar en Monastir”, sin embargo, no tuvo repercusiones porque no había sido filmado. En palabras de Castells (2007, p. 241), “lo que no existe en los medios de comunicación [en este caso, en las redes sociales] no existe en la opinión pública”. La diferencia entre ambos sucesos respecto a su impacto fue, justamente, que la inmolación de Bouazizi fue captada en imágenes y viralizada a través de las redes sociales, lo cual sirvió como catalizador para la revolución en Túnez y, posteriormente, en Egipto.

En segundo lugar, los canales por los cuales las personas acceden a las noticias y se informan han cambiado en gran medida en las últimas décadas. Según el Informe del año 2017 del Latinobarómetro (2017, p. 42), en los últimos veinte años se produjo una reducción del acceso a la información a través de medios de comunicación tradicionales, tanto formales (de 46% a 33% en el caso de la radio; de 47% a 20% en el caso de los diarios y revistas; y de 77% a 73% en el caso de la televisión) como informales (de 28% a 20% en el caso de los amigos; de 14% a 10% en el caso de los compañeros de trabajo; y de 7% a 4% en el caso de los compañeros de estudios). Simultáneamente, se ha evidenciado un incremento significativo en el acceso a la información por medio de las redes sociales (28%) e Internet (18%, aunque descendiendo de un 21% en 2016).

Además, en el contexto de la Revolución Árabe, las redes se transformaron en los únicos medios a través de los cuales se pudo dar a conocer al mundo las violaciones a los derechos humanos provocadas por los regímenes dictatoriales; esto en razón a la censura de los gobiernos a los medios de comunicación tradicionales. En estos lugares, las redes sociales reemplazaron casi por completo a los medios como primera fuente de información, pues gran parte de los reportajes comenzaron a basarse en lo publicado en ellas a través de Internet (este fenómeno persiste en la actualidad y no es exclusivo de contextos autoritarios⁹).

El amenazante poder de las redes no pasó desapercibido para el gobierno egipcio, cuya respuesta –como se mencionó brevemente– fue bloquear el acceso a Internet y a la telefonía celular, creyendo que de esta manera se pondría fin a la revolución. Los resultados de tal medida fueron completamente contraproducentes ya que, al cortarse los únicos canales de expresión política, los manifestantes no tuvieron más alternativa que trasladarse por completo a las calles, recrudeciendo el conflicto. La situación se tornó “insostenible y el gobierno egipcio se vio obligado a devolver el acceso a Internet y a las redes de telefonía móvil a la población, aunque la censura a Twitter y otros servicios siguió existiendo” (“Las redes sociales”, 2011). Dos semanas más tarde, Hosni Mubarak fue derrocado.

Como se ilustra en los ejemplos previos, las redes estructuran verdaderas plataformas de expresión política, ya que permiten formas de participación

9 También en regímenes democráticos como el de Bolivia, ciertas declaraciones de autoridades políticas de alto nivel, como el presidente Evo Morales en *Twitter*, por ejemplo, se han convertido en titulares de noticias.

más activa por parte de la ciudadanía. En un contexto político completamente distinto como el de Bolivia, las redes sociales han comenzado a asumir roles similares:

[e]quipados con redes sociales, los ciudadanos ya no tienen que ser consumidores pasivos de propaganda político-partidaria ... del gobierno, o de noticias de los medios masivos de comunicación; sino que en su lugar pueden desafiar discursos, compartir perspectivas alternativas y publicar opiniones propias. (Loader & Mercea, 2011, p. 759).

A diferencia de los medios de comunicación tradicionales, las redes sociales constituyen espacios de opinión abiertos a todos. Uno no necesita ser un experto en algún tema específico, una autoridad de gobierno o un periodista para poder expresar sus ideas y que las mismas sean transmitidas de manera masiva. Los que alguna vez fueron simples espectadores, se han convertido en productores de contenido e información. Es por esta razón que las redes sociales son herramientas de empoderamiento ciudadano, en tanto permiten que las personas tengan una “voz” y puedan divulgarla como mejor les parezca.

Asimismo, gracias a Internet y a sus diversas plataformas, ahora es posible que las opiniones de cualquier persona puedan ser difundidas en cualquier parte del mundo y que lleguen a grandes audiencias, sin costo alguno (aunque empresas como *Facebook* sí cobran por intensificar y mejorar las estrategias de difusión). Es por este motivo, que “las redes sociales son... consideradas tecnológica, financiera y (por lo general) legalmente más accesibles para la mayoría de los ciudadanos viviendo en sociedades avanzadas” (Loader & Mercea, 2011).

El uso de las redes sociales se ha convertido en una práctica social cotidiana tan fundamental y se ha interiorizado en las personas tan profundamente que se ha convertido en parte del *habitus*¹⁰ de la sociedad civil globalizada. En la actualidad, resulta impensable trabajar o estudiar sin acceso a Internet. Incluso en países en vías de desarrollo, la mayor parte de la población cuenta con un teléfono inteligente, por medio del cual puede acceder a su correo electrónico o cuenta de *Facebook*, y hablar con sus amigos y/o familiares a través de *WhatsApp* u otras aplicaciones. Esto incluye también a poblaciones vulnerables,

10 Concepto central de la teoría de Pierre Bourdieu, quien lo define como un “sistema de esquemas interiorizados que permiten engendrar todos los pensamientos, las percepciones y las acciones características de una cultura y solamente éstas” (Bourdieu, como se citó en Martínez, 2017, p. 2).

pues una encuesta del año 2018 encontró que en la región, “uno de cada tres latinoamericanos que tienen una sola comida al día tiene un Smartphone” (Latinobarómetro, 2018, p. 76); mostrando la importancia de las TIC incluso en contextos de pobreza.

En el caso de Bolivia, hasta el año 2014, el 39,5% de los bolivianos mayores de 18 años usaba Internet con frecuencia; y hasta el año 2016, existían alrededor de 4.500.000 cuentas de *Facebook* (LAPOP, 2014 y Owloo, 2016 como se citó en Quiroz, 2016, p. 491). Teniendo en cuenta que esa cifra ha ascendido en los últimos dos años y que, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas (INE, 2018), Bolivia cuenta con más de 11 millones de habitantes hasta el 2018, se podría inferir que al menos la mitad de la población tiene una cuenta de *Facebook* en la actualidad. Esto coincide con los datos proporcionados por el último Informe de Latinobarómetro (2018, p. 78) que establece que el 56% de la población en Bolivia usa *Facebook*¹¹.

No sucede lo mismo, sin embargo, con otras redes sociales, pues como se puede ver en la tabla 1, las redes más utilizadas en Bolivia al 2018 son *WhatsApp* (60%) y *Facebook* (56%), seguidas de lejos por *Youtube* (26%). En comparación, las otras redes resultan ser prácticamente insignificantes (ver figura 1), o su uso se encuentra restringido a grupos determinados: intelectuales y actores institucionales en el caso de *Twitter* y jóvenes en el caso de *Instagram* y *Snapchat*. Otro dato que resulta crucial para el análisis es que el 35% de las personas en Bolivia no utiliza ninguna red social¹², cuestión que disminuye, en cierta medida, el grado de influencia de las redes sociales en el comportamiento de un segmento significativo de la población.

11 Es importante aclarar que esta cifra es en realidad mayor, pues la muestra del informe corresponde únicamente a la población adulta.

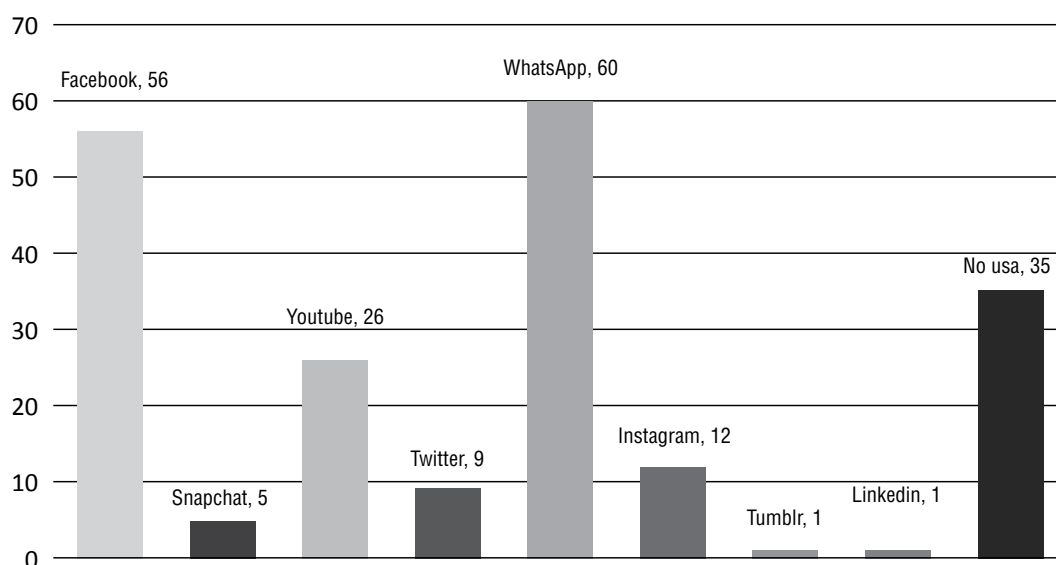
12 Esta cifra coincide con la de los “Primeros resultados de la Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de Información y Comunicación (TIC)” de la AGETIC (2017).

Tabla 1
Uso de redes sociales en América Latina en 2018 (en %)

Países/Redes sociales	Facebook	Snapchat	Youtube	Twitter	WhatsApp	Instagram	Tumblr	Linkedin	No usa
Argentina	67	5	48	12	76	29	1	3	20
Bolivia	56	5	26	9	60	12	1	1	35
Brasil	59	5	37	6	66	27	1	4	27
Colombia	61	5	41	12	67	20	1	2	27
Costa Rica	77	15	59	10	83	32	3	5	12
Chile	68	3	43	16	80	27	1	2	17
Ecuador	69	8	39	14	71	26	2	2	22
El Salvador	60	9	31	11	64	20	2	2	28
Guatemala	50	6	18	9	45	14	1	1	42
Honduras	51	9	24	9	55	14	1	2	39
México	58	7	39	15	60	16	2	2	30
Nicaragua	38	4	13	3	36	6	0	0	53
Panamá	52	11	40	15	70	40	3	2	22
Paraguay	47	6	19	9	56	16	1	0	42
Perú	57	4	41	9	54	15	1	4	36
Uruguay	67	5	51	12	78	28	1	4	17
Venezuela	70	5	36	24	53	29	2	1	24
R. Dominicana	73	23	46	21	77	41	4	4	19
Latinoamérica	60	7	36	12	64	23	2	2	28

Fuente: elaboración propia con base en Corporación Latinobarómetro (2018, p. 78).

Figura 1
Uso de redes sociales en Bolivia en 2018 (%)



Fuente: elaboración propia con base en Corporación Latinobarómetro (2018, p. 78).

Pero entonces, ¿cuáles son las implicaciones políticas reales del uso social y cotidiano de las redes sociales en Bolivia? Brian Loader y Dan Mercea (2011, p. 759) afirman que, mientras mayor penetración exista de estas nuevas tecnologías a nivel de las prácticas sociales mundanas, mayores son las posibilidades que tienen éstas de configurar relaciones de poder. Es así que se trata no sólo de una práctica social diaria, sino también de “una nueva forma de hacer y pensar la política” (Caldevilla, 2009, p. 35). Esta penetración puede ser considerable para la mayoría de los bolivianos; sin embargo, no lo es para ese 35% excluido del uso de dichas plataformas. Por lo tanto, hoy en día, la probabilidad de que las redes sociales tengan un impacto real en la configuración de las relaciones de poder en el país son más reducidas que en el caso de otros países de la región.

En tercer lugar, muchos autores han explorado el potencial que tienen las redes sociales para mejorar la transparencia y combatir la corrupción, a través de una mayor fiscalización del trabajo de las autoridades e instituciones de gobierno por parte de la ciudadanía. Se ha evidenciado que una mayor difusión de información por parte de los gobiernos, permite a los ciudadanos fiscalizar las actividades de los mismos, promoviendo procesos más abiertos y continuos de rendición de cuentas. Según un estudio conducido por Shim y Eom en el año 2008:

[Las] TIC pueden reducir la corrupción promoviendo la buena gobernanza, fortaleciendo iniciativas orientadas a la reforma, reduciendo el potencial de comportamientos corruptos, potenciando las relaciones entre los funcionarios de gobierno y los ciudadanos, permitiendo a los ciudadanos hacer un seguimiento de actividades, y monitoreando y controlando los comportamientos de los funcionarios de gobierno. (Shim & Eom, como se citó en Bertot et al., 2010, p. 265)

Esta idea del control y la vigilancia aparece en el texto de Caldevilla (2009, p. 39), según quien “los líderes políticos tienen una mayor responsabilidad en todos sus actos, ya que van a ser «vigilados» por un mayor número de personas afines o no a su inclinación política”. Es importante destacar que los esfuerzos por usar a las TIC como herramientas efectivas de fiscalización ciudadana pueden surgir tanto de las mismas instituciones de gobierno, como de la sociedad civil. Iniciativas relacionadas con la promoción del gobierno electrónico en temas impositivos y de contratos de gobierno, han probado ser “soluciones exitosas para los problemas de corrupción de numerosas naciones” (Bertot et al.,

2010, p. 265-266). De igual manera, la creación de *Wikileaks* es un ejemplo emblemático de una iniciativa nacida desde la sociedad civil y pensada para promulgar la transparencia, mediante la revelación de información clasificada y de uso netamente oficial sobre temas de corrupción, espionaje y guerra.

El uso de las redes sociales como instrumentos de provisión de información, monitoreo y seguimiento de determinados procesos políticos y democráticos también se ha manifestado en Bolivia, por ejemplo, durante la jornada electoral del referéndum del 21 de febrero de 2016. Ese día, se difundieron imágenes de los recintos y mesas de votación con el recuento de los votos, denuncias, predicciones e información oficial, desde cuentas tanto institucionales (por ejemplo, el propio Tribunal Supremo Electoral transmitió información y respondió a las dudas de los votantes a través de las redes), como personales de *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, principalmente (Guarachi, 2016). En este proceso, las redes sociales probaron ser efectivas herramientas de fiscalización para la ciudadanía.

Asimismo, como iniciativa desde el gobierno, se crearon cuentas oficiales en distintas redes sociales y páginas web institucionales para conectar digitalmente a la ciudadanía con el trabajo de las instituciones públicas, y así mejorar la transparencia y eficiencia de estas. En esa misma línea, en el año 2015, también se creó la Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación (AGETIC), institución encargada del desarrollo e implementación del Gobierno Electrónico y las TIC en el país, en pro de la soberanía tecnológica y la transformación tanto de la gestión pública, como de la relación entre la ciudadanía y las entidades públicas, a través de la simplificación de los trámites burocráticos y de la modernización del Estado (Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación [AGETIC], 2018).

En lo que concierne al uso de las redes, desde la sociedad civil, como herramientas de lucha contra la corrupción en Bolivia, hace poco se filtró un audio en el cual la jueza Patricia Pacajes, a cargo del caso bebé Alexander, admitía que el médico Jhiery Fernández había sido imputado y encarcelado por un crimen que no había cometido. Gracias a la viralización del audio a través de las redes sociales y medios de comunicación, y a la indignación de la población frente a tan macabra revelación, se pudo ejercer presión para la revisión del caso, dando lugar a la liberación del detenido del precinto carcelario, tras casi cuatro años de cárcel. En este ejemplo, las redes sociales, junto con los medios

tradicionales de comunicación, sirvieron para poner en evidencia y denunciar los preocupantes niveles de corrupción del sistema de justicia (coadyuvando en la lucha contra la corrupción), la gravedad del uso discrecional de la detención preventiva y el atropello de los derechos de un inocente (“Caso Alexander”, 2018).

Por último, las redes sociales posibilitan una relación más horizontal entre ciudadanos y funcionarios de gobierno, pues por medio de ellas es posible no sólo conocer de primera mano las opiniones de las distintas autoridades o candidatos políticos, sino también interactuar con ellos, compartir opiniones, emitir críticas e incluso interpelarlos directamente por medio de mensajes escritos y audiovisuales. A un año de las elecciones presidenciales en Bolivia, estas interacciones digitales ya se han comenzado a evidenciar, principalmente en las cuentas oficiales de los candidatos en *Twitter* y *Facebook*.

La comunicación 1.0 (o tradicional) se caracterizaba por su verticalidad y unidireccionalidad, mientras que la 2.0 se caracteriza por la horizontalidad y la bidireccionalidad ... la Web 2.0 pone en relación al creador de contenidos y al usuario de forma directa. Esto aporta una gran oportunidad a los políticos: pueden darse a conocer y conocer a su vez en primera persona y de forma automática lo que opinan los electores de sus decisiones políticas, además de tener multitud de herramientas para difundir su mensaje de manera fácil y efectiva. (Caldevilla, 2009, p. 35).

Dos términos son claves para entender la nueva modalidad de comunicación que propician las redes sociales: bidireccionalidad y horizontalidad. Esto en razón a que, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, en los cuales el mensaje era generado por pocos y distribuido de arriba hacia abajo; con las redes sociales, la información se produce desde y hacia múltiples plataformas digitales de la sociedad interconectada de manera horizontal. El mensaje deja de tener una dirección única y una función meramente informativa y se genera un “intercambio multimodal de mensajes interactivos” (Castells, 2007, p. 246), que dan lugar a nuevas formas de participación ciudadana.

En resumen, es posible afirmar que las redes sociales han abierto el camino a nuevas formas de expresión, participación y acción democrática, en contextos con regímenes tanto autoritarios como democráticos. Asimismo, las redes han servido como herramientas efectivas de movilización y empoderamiento

ciudadano; han actuado como fuentes de información alternativa (y en muchos casos como las únicas fuentes de información); y han propiciado un acercamiento entre gobernantes y gobernados, entre votantes y candidatos, a través de nuevas modalidades de interacción. Finalmente, las redes también han demostrado su potencial para coadyuvar en la lucha contra la corrupción y promover mayores niveles de transparencia, a través de un mayor involucramiento de la ciudadanía en la fiscalización de las actividades de los gobiernos.

III. Contribuyendo a la desmitificación de la creencia en el potencial inherentemente democrático de las redes sociales

Con el propósito de hacer un balance realista del impacto de las redes sociales en la democracia y tras la enumeración de las diversas razones por las cuales estas se venden como prometedoras herramientas de democratización, es necesario contrarrestar la visión idealista descrita en la sección precedente, presentando algunos argumentos que ponen en tela de juicio muchas de las proposiciones planteadas. De este modo, a continuación, se desarrollarán los aspectos que, según diversos autores, limitan u obstaculizan el potencial democrático de estos nuevos espacios políticos digitales.

Los principales argumentos de este enfoque crítico sobre el verdadero poder democrático de las redes sociales y sus limitaciones son los siguientes: 1) las redes promueven un activismo de bajo riesgo; 2) pueden desinformar a la población porque no están sujetas a controles de calidad; 3) priorizan el grado de viralidad de una noticia por encima de su calidad o contenido; 4) generan “comunidades amuralladas” y una mayor polarización; 5) crean la ilusión de un contacto más directo entre gobernantes y gobernados; 6) aún no constituyen verdaderos canales de captación de demandas y generación de políticas públicas; 7) no se encuentran libres de censura y pueden ser instrumentalizadas para manipular a los votantes y perseguir a los disidentes; y 8) pueden generar nuevas formas de exclusión.

En primer lugar, si bien existe un consenso acerca de que las redes sociales son efectivas herramientas de coordinación política y movilización social, también hay una visión contraria, introducida por Malcolm Gladwell, quien sostiene que

las redes sociales promueven débiles vínculos políticos y un activismo de bajo riesgo (o ‘slacktivism’ [concepto original en inglés]) porque ‘likear’ algo

en Facebook o retuitear una historia implica poco esfuerzo pero induce a los protagonistas a creer que están actuando de manera significativa. (Gladwell, como se citó en Tully, 2014, p. 157).

Las redes sociales impulsan a las personas a exponerse publicando lo mejor de sí mismas, lo cual incluye mostrar al mundo su compromiso con causas políticas importantes. Es por este motivo que los usuarios pueden ser políticamente muy activos en las redes, pero ello no implica que su activismo trascienda de las plataformas digitales a las plataformas políticas o de la sociedad civil. Un *“like”* como muestra de apoyo a una campaña en contra de la tala de árboles, por ejemplo, no va a llevar automáticamente a que deje de producirse dicha deforestación, a menos que tal demostración de activismo digital se materialice en acciones concretas y colectivas en pos de ese objetivo.

En el caso de Bolivia, la *“calle”* continúa siendo el ámbito muchas veces decisivo de la manifestación y lucha política; y las redes sociales no constituyen un reemplazo de la *“calle”*, sino una ampliación de la misma en la era digital, pues representan formas innovadoras de acción política. El mismo patrón se observa en el caso de la Primavera Árabe, ya que, aunque las redes sociales fueron sumamente importantes para el éxito de las revoluciones, estas no se hubieran producido si la gente hubiera decidido no salir a las calles y hubiera optado por manifestar su descontento únicamente a través de las redes.

Aunque la crítica es correcta, no es neurálgica para el análisis del poder de las redes sociales, ya que *“el hecho de que un actor apenas comprometido [con una causa] no pueda hacerse camino hacia un mundo mejor por medio de un clic, esto no significa que actores [en verdad] comprometidos no puedan usar las redes sociales efectivamente”* (Shirky, 2011, p. 38). Es necesario ver que los posibles resultados del activismo digital son múltiples y dependen de cada caso. El fracaso de uno no tiene porqué anular el éxito de otro, pues caso contrario se estaría incurriendo en la *“falacia de la composición”*¹³.

En segundo lugar, si bien las redes sociales pueden constituir valiosas fuentes de información, principalmente en contextos no democráticos, éstas también pueden desinformar a la ciudadanía, pues no se encuentran sujetas a los

13 El término *“falacia de la composición”* hace alusión a la idea de creer que aquello que es verdadero para una *“parte”*, también lo es para el *“todo”*.

controles de calidad de la información que los medios tradicionales deben incorporar obligatoriamente. Es por ello que, si bien efectivamente uno puede encontrar información veraz, también es igualmente frecuente que circulen noticias falsas. Como señala Noam (2005, p. 58), “sólo porque la cantidad de información aumente, ello no implica que su calidad en promedio incremente”.

Muchos podrían argumentar que la circulación de noticias falsas no constituye una verdadera traba a la democracia, pues Internet es justamente una plataforma abierta y plural, y es el usuario quien debe aprender a diferenciar una noticia falsa de una real. No obstante, el problema radica en que la capacidad de discernimiento entre lo que es verdadero y lo que no lo es, no siempre es fácil; y “[l]a prevalencia de historias falsas en línea levanta barreras a la toma de decisiones políticas bien informadas y hace que sea menos probable que los votantes elijan sobre la base de información genuina” (Persily, 2017, p. 68).

Tomando en cuenta esta situación, la solución más adecuada pareciera ser educar a los usuarios de tal manera que puedan distinguir entre fuentes confiables y no confiables. Pero, por lo general, el ímpetu por implementar mayores regulaciones sobre la información disponible por parte de los gobiernos (conllevando riesgos de censura, como se verá más adelante), supera los esfuerzos por generar una educación digital que más bien permita a las personas identificar y separar las noticias reales de las falsas, sin necesidad de censurar o aplicar controles excesivos a la información en línea.

Se produjo mucha especulación respecto a las repercusiones de las denominadas “noticias falsas” en el resultado de las elecciones presidenciales del año 2016 en Estados Unidos, en razón a que autores como Hunt Allcott y Matthew Gentzkow (2017, p. 212) concluyeron que, en ese contexto, las noticias falsas que favorecían a Trump se propagaron cuatro veces más en las redes que aquellas que beneficiaban a Clinton. Esto puso en duda si la votación hubiera arrojado resultados diferentes de no ser por la proliferación de tales noticias.

Nathaniel Persily (2017, pp. 67, 70), quien escribe acerca de dicha campaña digital, señala que para analizar este debate es crucial “evaluar qué tipos de noticias falsas podrían tener un impacto electoral”, dado que existen diversas clases, cada una con un fin diferente. No existen las “noticias falsas” como categoría homogénea y “el poder (si acaso alguno) de las [mismas] está determinado por la viralidad de la mentira que propagan, por la velocidad con

que la diseminan sin contradicción oportuna y, consecuentemente, por cuántas personas reciben y creen en la falsedad”.

Respecto a este último punto, es importante aclarar que una encuesta conducida por Allcott y Gentzkow (2017, p. 223) sobre las fuentes de noticias más importantes para las elecciones del 2016 en Estados Unidos, demostró que si bien las redes sociales han incrementado su preponderancia, la televisión continúa siendo, por un amplio margen, el medio preferido y dominante para la obtención de información, tanto por su “frecuencia de consumo”, como por el nivel de confianza que se le otorga. De esta manera, los autores señalan que no es posible atribuir la victoria de Trump a la circulación —aunque masiva— de noticias falsas, pues para que ello hubiese sido factible, el alcance y grado de confiabilidad de las redes sociales debería haber sido mucho mayor.

Esta declaración debe ser contrarrestada con las afirmaciones de Christopher Wylie, ex empleado de *Cambridge Analytica*, quien en una entrevista a la BBC (“5 claves para”, 2018) declaró que parte del trabajo de la empresa británica durante la campaña electoral consistía no sólo en difundir propagandas personalizadas a través de las redes, sino también noticias falsas con el propósito de cambiar la percepción de las personas y generarles dudas respecto a la transparencia de los grandes medios de comunicación. Entonces, sería posible afirmar que el mayor o menor grado de impacto de las noticias falsas en las decisiones de los votantes está intrínsecamente vinculado al mayor o menor grado de confiabilidad que estos le atribuyen a los distintos medios de comunicación y plataformas digitales.

En el caso de Bolivia, tras la victoria del no en el referéndum del 21 de febrero de 2016, el gobierno denunció que el voto ciudadano había sido influenciado por la “campaña sucia” de la oposición en las redes sociales (Welp y Lissidini, 2016; Welp, 2018, p. 201), especialmente con el estallido del escándalo en torno a Gabriela Zapata semanas antes de la votación¹⁴. El mismo presidente Evo Morales, en una conferencia de prensa del 22 de febrero de 2016, declaró:

14 Semanas antes al referéndum, el periodista boliviano Carlos Valverde denunció un supuesto caso de tráfico de influencias que implicaba al presidente Evo Morales. El 3 de febrero de 2016, en su programa de televisión, Valverde reveló que Gabriela Zapata, entonces Gerente General de la empresa china CAMC (misma que se había adjudicado contratos millonarios con el Estado boliviano) era la expareja de Evo Morales, con quien además había tenido un hijo. La noticia desató mucha polémica, pues fue la primera vez que un escándalo de ese tipo involucraba la figura del presidente, pero también por el carácter contradictorio de muchas de las declaraciones oficiales.

“Como no hay... cómo atacar este proceso... usan guerra sucia, mentira tras mentira” (Videos Bolivia, 2016). Si bien las declaraciones oficialistas siguieron la misma línea, condenando la circulación de las supuestas noticias falsas¹⁵, la mayor parte de las denuncias sobre el caso Zapata resultaron ser ciertas, pues Gabriela Zapata sí fue condenada a 10 años de cárcel por una serie de delitos relacionados al enriquecimiento ilícito y el mismo presidente Morales admitió tanto su relación afectiva con ella, como la existencia de un hijo que habría fallecido (Carrasco, 2017).

Dos años más tarde, las referencias a la “guerra sucia”, las “fake news” y el rol de las redes sociales en el país siguen produciéndose —y todo parece indicar que se acentuarán a medida que se aproximen las elecciones presidenciales de 2019, aunque ningún estudio ha determinado aún su impacto real en el comportamiento electoral de los bolivianos. Un claro ejemplo del poder que ejercen las redes en el imaginario social se evidencia en el discurso del presidente Morales a sus bases durante la inauguración del ampliado nacional del pacto de unidad en noviembre de 2018, donde volvió a referirse a la “guerra digital”, señalando que debían estar preparados, pues por culpa de ella podrían perder las elecciones de 2019 (Alanoca, 2018).

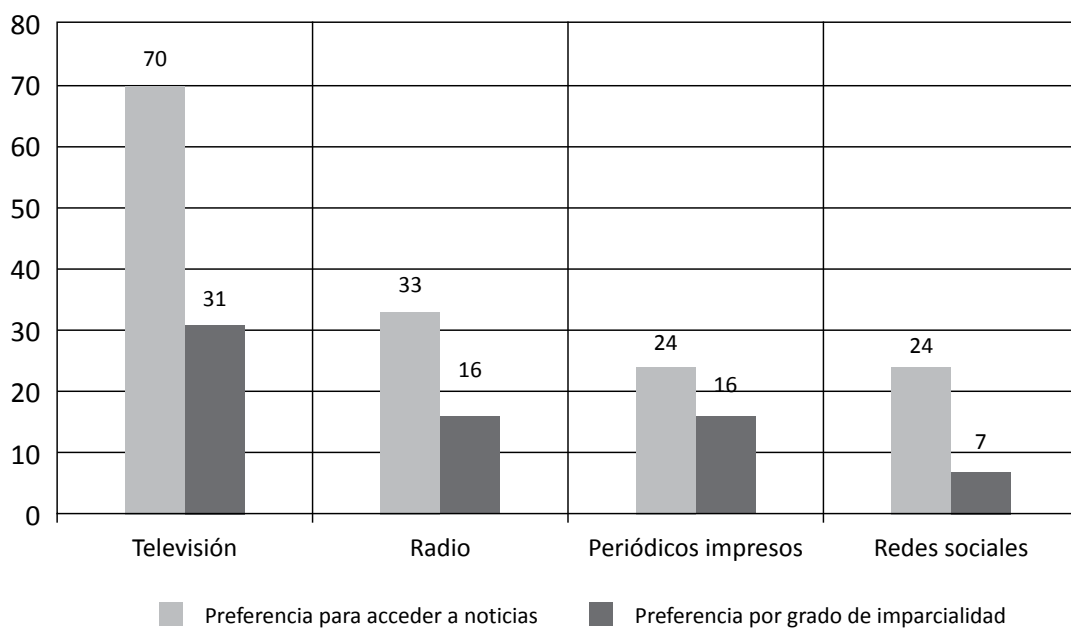
Ante el vacío de estudios empíricos que determinen el impacto real de las redes en el comportamiento político boliviano, un ejercicio que puede contribuir a direccionar los debates en ese sentido, siguiendo la línea de análisis de Allcott y Gentzkow (2017), es utilizar los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Opinión sobre Tecnologías de Información y Comunicación, conducida por la AGETIC, para determinar el grado de preferencia de la población por las redes sociales para la obtención de información imparcial en comparación con otros medios de comunicación.

Al respecto, los resultados de la encuesta (AGETIC, 2017) muestran que, al igual que en el caso de Estados Unidos, la televisión constituye el medio de comunicación preferido por los bolivianos para acceder a las noticias (70%) y que las redes sociales se posicionan en tercer lugar (junto con los periódicos impresos), incluso después de la radio. De igual manera, el 31% de la población considera que la televisión es el medio más imparcial, frente a un reducido

15 En reacción al movimiento #21F y #BoliviaDijoNo, en 2017, el oficialismo optó por iniciar su propia campaña en las redes sociales denominada #21FdiaDeLaMentira (Velásquez, 16 de febrero de 2017).

7% que opina lo mismo de las redes sociales (ver la figura 2). En vista de que la televisión continúa siendo el medio de comunicación más influyente, y que el 35% de la población en Bolivia no utiliza redes sociales (AGETIC, 2017; Latinobarómetro 2018), resulta incorrecto atribuir la derrota electoral del 21 de febrero de 2016 solo a las campañas realizadas por medio de las redes sociales (Lafuente, 2016). En todo este tiempo se ha sobredimensionado la influencia real de las redes sociales en el comportamiento electoral ciudadano. Su poder de influencia debería interpretarse a través de su interacción con los medios de comunicación tradicionales.

Figura 2
Preferencia de medios de comunicación en Bolivia en 2017 (en %)



Fuente: elaboración propia con base en AGETIC (2017, pp. 29-30).

En tercer lugar, el impacto de una noticia se mide cada vez más por su grado de viralidad, que muchas veces depende de su nivel de polémica más que de su calidad o veracidad. No existe el mismo tipo de rendición de cuentas sobre el contenido de los mensajes que se publican en las redes sociales, frente a los medios tradicionales de comunicación. Esto se debe a que las redes constituyen espacios en los cuales cada persona puede expresar sus opiniones y sentimientos libremente, incluso desde el anonimato. En muchos casos se encuentran mensajes poco tolerantes, xenófobos, racistas y homofóbicos,

entre otros. Esta tendencia se ha comenzado a hacer cada vez más visible en las redes sociales con la presentación de candidaturas para las elecciones de 2019 en Bolivia, donde la tolerancia y el debate respetuoso parecieran encontrarse cada vez más disminuidos.

Durante la campaña digital de Donald Trump se demostró que “hoy en día, lo viral es la moneda del ámbito electoral. Aquellos candidatos y estrategias que puedan generar ‘compartidos’, ‘likes’ y ‘seguidores’ tienen una ventaja sobre aquellos que no pueden”, más allá de si sus opiniones son políticamente correctas, interesantes, o pertinentes. El lenguaje incendiario y controversial utilizado por Trump en *Twitter* lo ha posicionado en el centro de la atención mediática y le ha otorgado un protagonismo que, si bien podría ser considerado bien merecido en términos del tipo de la estrategia empleada en la era digital, ciertamente no lo es en términos del contenido difundido. Es más que evidente que la propensión de las redes sociales a privilegiar la viralidad y la fama por encima de aspectos más sustanciales, no es necesariamente beneficiosa para el fortalecimiento de la democracia.

En cuarto lugar, aunque las redes sociales brindan oportunidades excepcionales para generar conexiones nuevas, entre una pluralidad de actores e ideas provenientes de distintas partes del mundo, la mayoría de las veces dan lugar a “cámaras de eco” (Bascuñán, 2018) o “comunidades amuralladas virtuales” debido a que, en ellas, la información se comparte mayoritariamente entre amigos, familiares, y personas afines, generando una especie de burbuja en la que solo se reafirman las creencias ya existentes, sin mayores disidencias. En su libro *#Republic. Divided democracy in the age of social media*, Cass Sustain (2017) analiza, entre otras cosas, la forma en la que Internet y redes sociales facilitan la interacción entre personas similares en términos ideológicos, políticos y socioeconómicos; y cómo esto conlleva una mayor polarización y radicalización de los grupos.

Esto se produce por dos motivos: el primero es que la sobresaturación de información que uno encuentra en Internet lleva a que páginas como *Facebook* o buscadores como *Google*, apliquen algoritmos o filtros que permitan a las personas acceder con mayor facilidad a aquello que desean; facilitando, en otras palabras, la creación de burbujas que aíslan a los usuarios de información distinta o contraria a sus intereses. En segundo lugar, porque las personas que piensan igual tienden a seguir las mismas páginas y a tener amigos similares;

como señala Sustain (2017, pp. 62-67), “a menudo la gente sabe o cree saber lo que le gusta y le disgusta” y se inclina naturalmente a buscar la reconfirmación de sus puntos de vista.

En palabras del autor, “los filtros colectivos funcionan porque las personas tienden a *likear* lo que personas como ellas tienden a *likear*”. Pero esto no es algo nuevo, ya que las personas siempre han optado por seleccionar aquellos periódicos o programas de radio y televisión en los cuales ven reflejadas sus propias opiniones. El problema es que si bien Internet se caracteriza por ofrecer una pluralidad de perspectivas, al final de cuentas, la capacidad de filtrar la información que uno recibe o busca hace que las personas estén aún más aisladas en sus propias comunidades virtuales y, por ende, más expuestas que antes a múltiples ecos de sus propias voces.

La “ciberpolarización” y el cercamiento en zonas de confort fragmentadas dificultan los procesos democráticos, pues obstaculizan el debate plural, el intercambio de opiniones y la posibilidad de construir consensos a partir de diferencias. De igual manera, altos niveles de polarización y aislamiento, así como la difusión de determinados mensajes de manera continua, pueden propiciar la creación de grupos intolerantes y extremistas. Irónicamente, “las personas que tienden a filtrar los puntos de vista contrarios son aquellas que más necesitan escucharlos” (Sustain, 2017, p. 71).

No obstante, es necesario aclarar que algunas plataformas digitales son más propensas a esta “ciberbalcanización” que otras. Debido a que *WhatsApp* se configura por medio de los números de contacto almacenados en el teléfono móvil, esto hace que la comunicación se reduzca a cerrados círculos familiares o de amistades cercanas. En cambio, plataformas como *Facebook* y *Twitter*, en las cuales los círculos se amplían, incluyendo a conocidos y desconocidos, permiten una mayor pluralidad en el debate.

Es así que, por lo general, las personas tienen la propensión a evadir las perspectivas que contradicen sus creencias, excepto en las circunstancias en las que buscan rebatirlas o ridiculizarlas. Por ello, “los blogueros sistemáticamente se comentan unos a otros, incluso si es sólo para manifestar su desacuerdo” (Adamic y Glance, 2005, p. 38). Esta tendencia puede observarse, por ejemplo, en los 431 comentarios que se hicieron tanto a favor como en contra del tuit de Carlos D. Mesa Gisbert del 6 de octubre de 2018, en el cual compartía su

anuncio de candidatura; o en la pelea en *Twitter*, de fecha 25 de junio de 2017, entre Evo Morales y Sebastián Piñera (“Piñera le dice”, 2017).

En quinto lugar, se ha establecido que las redes sociales crean relaciones horizontales entre la sociedad civil y las autoridades y líderes políticos. Sin embargo, muchos autores afirman que esta idea de un contacto más directo entre gobernantes y gobernados, propiciado por las redes sociales, es simplemente una ilusión. Efectivamente, las redes poseen ese potencial y es por ello que funciona a nivel discursivo; sin embargo, en la práctica es imposible que autoridades con una sobrecarga de responsabilidades, como el presidente de un país, tengan el tiempo para publicar contenido en sus redes todos los días y contestar personalmente todos los mensajes que reciben de desconocidos a través de ellas. A modo de ilustración, sólo entre el 1 y el 19 de noviembre de 2018, se publicaron entre 12 y 31 tuits por día desde la cuenta oficial del presidente Evo Morales; en total: 354 tuits en 19 días (<https://twitter.com/evoespueblo>).

Es por este motivo que, por lo general, las autoridades de alto rango tienen equipos de trabajo encargados de gestionar sus plataformas digitales, con lo cual esa relación “directa” a la que se hace alusión, es en realidad sumamente intermediada. Según Eli Noam (2005):

Sí, cualquiera puede mandar un correo electrónico a autoridades públicas y tal vez incluso recibir un mensaje automático, lo cual puede brindar la ilusión de acceso. Pero el recurso limitado seguirá siendo escaso: la atención de dichas autoridades. Por necesidad, sólo algunos mensajes llegarán a su objetivo. En todo caso, mientras mayor sea el flujo de mensajes, los agentes de poder que pueden proveer acceso serán más importantes que nunca. (p. 58).

En sexto lugar, las redes aún no se han convertido en verdaderos canales de interacción con la ciudadanía, que puedan gestionar las demandas o críticas y traducirlas en políticas públicas. Diversos académicos han demostrado que, en las redes sociales, las figuras políticas parecieran estar más interesadas en la difusión de sus propias opiniones, y en la cantidad de *likes*, retuits y seguidores que obtienen, que en propiciar verdaderos debates con los usuarios (Campos-Domínguez, 2017). Es por ello que

no hay que ponderar la importancia de una figura política según la cantidad de seguidores que tenga en una red social. Esta herramienta es útil solamente si se usa como medio de comunicación alternativo, no como una encuesta de afiliación ciudadana. (Caldevilla, 2009, p. 36).

Este desinterés por procesar las opiniones de la ciudadanía digital es una limitante a la bidireccionalidad y horizontalidad de las redes sociales, puesto que, aunque estas características de la Web 2.0 constituyen oportunidades únicas para comprender las necesidades de la población e incorporarlas de la mejor manera en el diseño de políticas públicas, por lo general, dichas plataformas continúan siendo utilizadas unidireccionalmente; es decir, para la simple difusión de la información de arriba hacia abajo. Sucede lo mismo en Bolivia con las páginas y cuentas oficiales, que se asemejan más a espacios propagandísticos y publicitarios que a plataformas que permitan un verdadero intercambio de opiniones con la ciudadanía. Mientras no se busquen maneras de incorporar las inquietudes y exigencias de la ciudadanía, el potencial de las redes sociales como canales para la gestión y transformación de demandas en políticas públicas seguirá siendo desperdiciado.

En séptimo lugar, si bien es necesario efectuar una regulación sobre determinados tipos de contenidos que se difunden en Internet y sobre los modos en los cuales se produce dicha difusión (por ejemplo, en el caso del mercado negro o *darknet*¹⁶), surge la pregunta: ¿dónde se debe trazar el límite para que esa regulación no se convierta en censura? Esta es una pregunta compleja pues, por lo general, cualquier intento de regulación de los contenidos conlleva el peligro inminente de la censura, por más mínima que esta sea. Habría que preguntarse, entonces, si sería posible considerar algún tipo de censura como aceptable, sin coartar el potencial de las redes para propiciar una mayor democratización y apertura.

Al respecto, Xosé Soengas (2013) invita a hacer una reflexión sobre los peligros de la misma tecnología que, en otros contextos, puede propiciar una mayor apertura democrática.

Al mismo tiempo, tampoco hay que olvidar que la tecnología posibilita el control de las comunicaciones y de la información. Los mismos elementos que sirven para esquivar las barreras de la censura pueden convertirse en

16 Término con el que se denomina a los espacios virtuales en los cuales los usuarios pueden adquirir y comerciar toda clase de productos ilegales, desde armas hasta personas (tráfico de personas).

aliados de la represión, de hecho los gobiernos de los países árabes en los que estallaron las revueltas cortaron o bloquearon varias veces Internet durante las protestas para impedir que trascendiera lo que estaba ocurriendo. (p. 149).

El mayor peligro reside en el hecho de que estas nuevas tecnologías de la información y comunicación puedan ser cooptadas e instrumentalizadas para restringir deliberadamente el acceso a la información; detectar y perseguir disidentes; bloquear la organización de protestas sociales e impedir la conformación de grupos políticos disidentes; y manipular el comportamiento de los usuarios a través del diseño de propagandas políticas personalizadas para cada votante.

Respecto al primer punto mencionado en el anterior párrafo, utilizando el ejemplo emblemático de la República Popular de China, Chi (2012, p. 388) señala que “si un gobierno tiene la intención de controlar la información, el Internet hace posible ese control”, debido a que, en línea con las afirmaciones de Soengas, la misma tecnología que empodera a los ciudadanos, empodera a los gobiernos (Zheng, 2008). Desde los primeros comienzos del suministro de Internet en China, el Partido Comunista tuvo un poder determinante en el control del contenido difundido en línea. El propósito principal era censurar el debate de los usuarios sobre temas “políticamente sensibles”, pues su discusión está prohibida y penada por la ley.

De esta manera, a partir de 2005, se anunciaron una serie de reglas y medidas para hacer efectiva la regulación de Internet, a través del control del contenido, y por medio de un sistema obligatorio de licencia y registro para los proveedores de servicios de Internet (ISP). Adicionalmente, se confirió al Ministerio de Seguridad Pública la autoridad legal para controlar los flujos de información y, junto con otro ministerio, la potestad de monitorear las plataformas digitales, con el objetivo de censurar aquellos espacios en los que se aborden temas políticos. Este control se vio intensificado en el año 2009 cuando el gobierno de China construyó su gran sistema *firewall* de vigilancia para la información de Internet (Chi, 2012, pp. 396-397)

Gobiernos de corte autoritario en diversas partes del mundo han implementado métodos similares de control de contenido, imponiendo incluso bloqueos al acceso a Internet, como es el caso de los gobiernos dictatoriales de Túnez y

Egipto durante las revueltas árabes. Si bien en el caso de China la regulación continúa funcionando de manera más o menos exitosa, dado que se ha abierto a permitir mayores niveles de disidencia en asuntos de índole social, en otros contextos no ha tenido los mismos resultados.

Como se mencionó al comienzo del artículo, en el caso de Egipto, el bloqueo de Internet fue uno de los detonantes para el derrocamiento del régimen. En otros casos, el fracaso de los denominados “bloqueos” a Internet se encuentra vinculado a las dificultades que ello conlleva para la realización de negocios, pues “no puede existir una economía moderna sin teléfonos funcionando” (Shirky, 2011, p. 39). De todas maneras, no existe aún un consenso acerca de si este tipo de medidas de control y censura estallarán inevitablemente a la larga, propiciando transformaciones pro democráticas (como en el caso de Egipto); o si los gobiernos se adaptarán constantemente, flexibilizando sus medidas en algunos temas, al mismo tiempo que conserven un estricto control en otros (como en el caso de China).

En segundo lugar, tanto en el caso de China, como en el caso de Túnez y Egipto durante la Primavera Árabe, las redes sociales generaron mayores niveles de protagonismo, pero también de vulnerabilidad para los disidentes políticos, cuya identificación fue posible de manera mucho más rápida debido a su mayor exposición en Internet. Su persecución y detención también fue facilitada por la cantidad de información que las nuevas tecnologías proporcionan sobre la ubicación de las personas en tiempo real. En tercer lugar, y en la misma línea, dichas tecnologías fueron utilizadas, además, para intervenir las convocatorias a movilizaciones y protestas; así como para desarticular, desde el inicio, cualquier iniciativa que intentase cuestionar el orden político establecido en esos países. Si bien estos riesgos disminuyen en contextos democráticos, ello no implica que no se encuentren vigentes ya que, al final de cuentas, todo depende del uso que se haga de estas herramientas.

En cuanto al cuarto punto, cabe aclarar que la instrumentalización de las nuevas tecnologías no es exclusiva de los gobiernos, ya que el ejemplo más reciente y controversial sobre el tema fue protagonizado por la empresa consultora británica *Cambridge Analytica*, la cual fue acusada de manipular a los votantes para que se inclinen a favor, tanto del *Brexit*, en el referéndum del Reino Unido, como de Donald Trump, en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2016. El escándalo se desató cuando diarios como *The New York Times* y *The*

Observer reportaron que *Cambridge Analytica* habría utilizado indebidamente la información de alrededor de 50 millones de usuarios de *Facebook*, en base a un test de personalidad creado por Aleksandr Kogan, para generar perfiles psicológicos de los posibles votantes y diseñar tipos de propagandas políticas que apelen a los miedos e intereses de cada persona, con el fin de modificar su forma de pensar y sus decisiones¹⁷ (“5 claves para”, 2018).

Por otra parte, grandes compañías como *Google* o *Facebook* también delimitan la información disponible de manera arbitraria, o en concordancia con lineamientos que responden a sus objetivos, a través de la imposición (desde arriba) de filtros y algoritmos, cuya lógica es desconocida para el ciudadano promedio. Esto es posible gracias a que las preferencias de los usuarios se concentran en unas cuantas redes sociales y motores de búsqueda, entre las cuales se encuentran las mencionadas precedentemente. Según Loader y Mercea (2011, p. 760), “tales concentraciones de hipervínculos a unos cuantos espacios dominantes podrían proporcionar una influencia autoritaria desproporcionada sobre las fuentes de información de los usuarios”; en otras palabras, un monopolio sobre el control de la información por estas grandes empresas.

Finalmente, incluso cuando los intentos de control de contenido sean bien intencionados y no se orienten deliberadamente a la censura o a la manipulación de los usuarios, como en los puntos mencionados previamente, “la adopción de medidas regulatorias inevitablemente (...) limita el potencial cívico ofrecido por las redes sociales”; y, hoy en día, existe una tendencia ascendente a una mayor regulación de las mismas por parte de los gobiernos (Tully, 2014, pp. 153-154).

Muchos de los riesgos mencionados fueron discutidos ampliamente en Bolivia tras la victoria del no en el referéndum de 21 de febrero de 2016. Declaraciones de autoridades de gobierno, como la entonces ministra de Comunicación, Marianela Paco, resaltaban la “necesidad de regular las redes sociales” en el país (Peña, 2016). Siguiendo esa línea, ese mismo año, se creó la Dirección General de Redes Sociales, dependiente del Ministerio de Comunicación, con el “objetivo de ‘difundir, consultar e interactuar’ información del Gobierno con las ‘cibercomunidades’ en distintas plataformas virtuales, como Facebook y

17 Martin Hilbert es uno de los personajes “tech” que más ha ahondado en el tema que él denomina como “lavado de cerebros”, vinculándolo, además, al detrimento de la democracia.

Twitter. Además de monitorear las tendencias en los medios, a los periodistas y lo que publican los ciudadanos” (“Redes sociales y política”, 2018).

Asimismo, aunque assembleístas del Movimiento al Socialismo (MAS) presentaron una propuesta de ley para regular las redes sociales en Bolivia en 2016, la misma no prosperó por falta de apoyo y por la ferviente oposición de los defensores de los derechos digitales en Bolivia (por ejemplo, a través del movimiento #RedesLibresBo) (Pallero, 2016). Sin embargo, si bien todavía las redes sociales no están reguladas por ley, a comienzos del 2018, el diputado por el MAS, Julio Huaraya, comentó acerca de la proyección de una propuesta de proyecto de ley “para ‘regular’ el uso de las redes sociales” (Alanoca, 2018). En un contexto político en el cual se ha vuelto a hablar sobre la influencia de las redes en el comportamiento electoral de la ciudadanía, la regulación de las redes seguramente será un tema central de debate.

Por último, en un país como Bolivia en el que las brechas de la pobreza y la desigualdad continúan siendo grandes, no todos tienen igual acceso a Internet y a las redes sociales, pues no todos pueden adquirir un teléfono inteligente y/o pagar los elevados costos de Internet¹⁸. Por otra parte, el uso de las redes y de las nuevas tecnologías de la información y comunicación está muy ligado al aspecto generacional, ya que los adultos mayores muchas veces no utilizan estas herramientas digitales, o al menos no lo hacen de la misma manera que los jóvenes, aprovechando todo lo que estas pueden ofrecer. Si a esto se añade el hecho de que los trabajos exigen cada vez más un mejor manejo de aplicaciones tecnológicas, entonces, es posible afirmar que se están generando nuevas formas de exclusión (según los datos del INE, LAPOP y Owloo, presentados en la primera sección, alrededor de la mitad de la población se encontraría marginada).

IV. Conclusión: redes sociales y democracia, desafíos y oportunidades

La sistematización presentada a lo largo del artículo brinda una visualización amplia y, a la vez, bastante sintetizada de los principales debates internacionales respecto a la temática de redes sociales y democracia. Asimismo, la construcción del análisis a partir del balance de aspectos tanto positivos como negativos de la relación entre redes sociales y democracia permite continuar

18 Bolivia posee uno de los servicios de Internet más lentos y costosos de la región.

con la desmitificación de algunos imaginarios y plantea una aproximación más realista sobre las verdaderas potencialidades democráticas y el impacto de las redes sociales. A su vez, la diversidad de ejemplos presentados muestra que muchos de los riesgos que conllevan las redes en contra de la democracia, no son exclusivos de contextos autoritarios, sino que también pueden presentarse en regímenes democráticos. Finalmente, la incorporación de ejemplos propios del caso boliviano, en diálogo o en contraste con los ejemplos internacionales, aporta una perspectiva nueva a un tema discutido ampliamente.

Por mucho tiempo se ha romantizado el poder de las redes sociales y se las ha identificado como las causantes directas de muchas de las revoluciones que se han producido en los últimos años. Es verdad, por una parte, que las redes han servido como plataformas efectivas y no convencionales de acción, expresión y participación política; y se han posicionado como poderosos instrumentos que han posibilitado tipos de movilización y convocatoria nunca antes vistos. Pero, por otra parte, el hecho de que las redes hayan podido canalizar las iniciativas ciudadanas, potenciando diversos procesos democráticos, no implica que hayan reemplazado –o al menos no aún– a las “calles” como los verdaderos campos de lucha y contestación política.

El imaginario desde el cual gran parte de la Academia y de la sociedad civil globalizada han abordado a las redes sociales, otorgándoles el carácter de catalizadoras de transformaciones políticas y sociales es ciertamente excesivo, pues ha privilegiado el rol de las tecnologías por encima de las causas estructurales, que sí constituyen los verdaderos motores de cambio. En palabras de Malcolm Gladwell (2011), “[l]as personas protestaron y derrocaron gobiernos antes de que Facebook fuera inventado (...) antes de la llegada de Internet (...). Cómo eligieron hacerlo es menos interesante, al final, que porqué tuvieron el impulso de hacerlo en primer lugar” (párr. 2).

En resumen, lo que el artículo intenta mostrar es que, si bien en muchas circunstancias las redes sociales constituyen poderosas herramientas de democratización y empoderamiento ciudadano, “frecuentemente se exagera su impacto” (Beaumont, 2011). Es evidente que las características de las nuevas tecnologías de la información y comunicación ofrecen oportunidades únicas para el fortalecimiento y la renovación de la democracia. Sin embargo, las redes sociales e Internet, en general, “no garantiza[n] ni la participación individual en democracia, ni que el resultado final de las deliberaciones democráticas

sea equitativo y justo. Internet es simplemente una plataforma” (Berman y Weitzner, 1997, p. 1313).

Autores como Manuel Castells (2007, pp. 248-249) contrarrestan esta visión instrumentalista de las tecnologías, considerándolas no como simples herramientas, sino como una “construcción social con sus propias implicaciones”. No obstante, aún no se tiene mucha claridad acerca de cuál es el papel real de las redes sociales en la configuración de las transformaciones políticas a nivel más concreto; más estructural. Todavía queda por descubrir si las redes sociales pueden constituirse en un “contrapoder”; es decir, si pueden ser apropiadas por los actores sociales para “desafiar y eventualmente cambiar las relaciones institucionalizadas de poder en la sociedad”.

Entonces, ¿son las redes sociales inherentemente democratizantes? La respuesta es no. Si comenzamos a visualizar a las redes sociales como nuevas plataformas de acción política, se hace evidente que, aunque poseen potencialidades inigualables para la apertura, ampliación y renovación democrática, su poder democratizante se encuentra condicionado, necesariamente, por el uso que se haga de estas; pues, como se pudo apreciar en la sección precedente, las mismas tecnologías que son utilizadas en pos de la democracia, también pueden ser usadas para censurarla o restringirla. En ese sentido, el potencial democratizante de las redes sociales yace en las decisiones de los usuarios respecto a su uso.

En el caso de Bolivia, en los últimos años, las redes sociales se han ido incorporando al proceso de “informalización de la política” descrito por Jorge Lazarte (1992), y han comenzado a posicionarse, cada vez con mayor fuerza, como nuevos espacios de acción política y democrática. Simultáneamente, han comenzado a ser cooptadas y utilizadas en el proceso formal de modernización del Estado. No obstante, esta emergencia de las redes se ha producido a un ritmo acelerado que ha tomado al gobierno y a la misma sociedad por sorpresa. Es así que, en el contexto actual, altamente politizado y fragmentado, en el que se han intensificado los debates iniciados hace un par de años sobre “noticias falsas”, “guerra digital” y “regulación de las redes”, los actores sociales y políticos recién están comenzando a comprender mejor todos estos fenómenos.

En miras a un año electoral en el cual se intensificará dicha polarización, las redes sociales seguro jugarán un rol trascendental en la configuración de opiniones y

narrativas, e introducirán oportunidades únicas para profundizar la democracia desde sus múltiples enfoques. El análisis presentado en este artículo sirve como insumo para hacer un balance realista de las circunstancias en las cuales las redes sociales pueden potenciar la democracia o, por el contrario, restringirla u obstaculizarla. Dependerá de todos, tanto gobernantes como gobernados, el saber aprovechar las oportunidades excepcionales que los nuevos espacios políticos digitales traen consigo, sin dejar de lado los distintos peligros y desafíos que ellos mismos conllevan; todo esto con el objetivo de utilizar estas herramientas en pos de la construcción e intensificación de una democracia envuelta en un proceso de continua transformación.

Referencias

- 5 claves para entender el escándalo de Cambridge Analytica que hizo que Facebook perdiera US\$37.000 millones en un día. (21 de marzo de 2018). *BBC Mundo*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-43472797>
- Adamic, L., & Glance, N. (2005). The political blogosphere and the 2004 U.S. Election: Divided They Blog. *Paper* presentado en *Proceedings of the 3rd international workshop on Link discovery*.
- Agencia de Gobierno Electrónico y Tecnologías de Información y Comunicación [AGETIC]. (2018). Nosotros [Información de una página web]. Recuperado de <https://agetic.gob.bo/#/nosotros>
- Alanoca, J. (29 de enero de 2018). Un asambleísta del MAS proyecta norma para “regular” redes sociales. *El Deber*. Recuperado de <https://www.eldeber.com.bo/bolivia/Un-asambleista-del-MAS-proyecta-norma-para-regular-redes-sociales-20180129-0035.html>
- Alanoca, J. (14 de noviembre de 2018) Evo: “Por culpa de la guerra digital podemos perder las elecciones. *El Deber*. Recuperado de <https://www.eldeber.com.bo/bolivia/Evo-quotPor-culpa-de-la-guerra-digital-podemos-perder-las-elecciones-quot-20181114-9610.html>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.

- Aristóteles. (1996). *La Política*. La Paz: Juventud.
- Bascuñán, M. (5 de septiembre de 2018). Democracia digital: El nuevo poder inaprensivo. *Revista de Libros: Segunda Época*. Recuperado de <https://www.revistadelibros.com/articulos/democracia-digital-el-nuevo-poder-inaprensivo>
- Beaumont, P. (25 de febrero de 2011). The truth about Twitter, Facebook and the uprisings in the Arab world. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/world/2011/feb/25/twitter-facebook-uprisings-arab-libya>
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Recuperado de http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf
- Berman, J., & Weitzner, D. (1997). Technology and democracy. *Social Research*, 64(3), 1313-1319.
- Bertot, J., Jaeger, P., & Grimes, J. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government Information Quarterly*, 27, 264-271.
- Bobbio, N. (1986). *El futuro de la democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bobbio, N. (1989). *Liberalismo y democracia*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bobbio, N., Matteucci, N., & Pasquino, G. (2007). *Diccionario de Política* (Tomo I, 15.ª ed.). Ciudad de México: Siglo Veintiuno Editores.
- Caldevilla, D. (2009). Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales. *Pensar la Publicidad*, 3(2), 31-48.
- Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política. *El profesional de la información*, 26(5), 785-793.

Carrasco, G. (23 de mayo de 2017). Condenan a 10 años de cárcel a Gabriela Zapata, expareja de Evo Morales. *CNN en español*. Recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2017/05/23/condenan-a-10-anos-de-carcel-a-gabriela-zapata-expareja-de-evo-morales/>

Caso Alexander: jueza revela en un audio que no hubo violación y que el médico es inocente. (17 de septiembre de 2018). *Los Tiempos*. Recuperado de <http://www.lostiempos.com/actualidad/pais/20180917/caso-alexander-jueza-revela-audio-que-no-hubo-violacion-que-medico-es>

Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1, 238-266.

Chi, E. (2012). The chinese government's responses to use of the internet. *Asian Perspective*, 36(3), 387-409.

Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia. (2009). La Paz: Ministerio de la Presidencia.

Corporación Latinobarómetro. (2018) Informe 2018 [Información de una página web]. Recuperado de <http://www.latinobarometro.org/latNewsShow.jsp>

Dahl, R. (1989). *Democracy and its critics*. New Haven: Yale University Press.

Dahl, R. (1998). *On democracy*. New Haven: Yale University Press.

Dahl, R. (2002). *La poliarquía: Participación y oposición*. Madrid: Tecnos.

Hague, B., & Loader, B. (Eds.). (1999). *Digital democracy. Discourse and decision making in the Information Age*. London: Routledge.

Held, D. (1996). *Models of democracy*. Cambridge: Polity Press.

Howard, P., Duffy, A., Freelon, D., Hussain, M., Mari, W., & Mazaid, M. (2011). *Opening closed regimes: What was the role of social media during the Arab Spring?* [Working paper n.º 2011.1]. Washington: Project on Information Technology and Political Islam [pITPI].

- Gladwell, M. (4 de octubre de 2010). Small Change: Why the revolution will not be tweeted. *The New Yorker*. Recuperado de <https://www.newyorker.com/magazine/2010/10/04/small-change-malcolm-gladwell>
- Gladwell, M. (2 de febrero de 2011). Does Egypt need Twitter? *The New Yorker*. Recuperado de <https://www.newyorker.com/news/news-desk/does-egypt-need-twitter>
- Guarachi, Á. (21 de febrero de 2016). Las redes sociales le tomaron el pulso en línea al referéndum. *La Razón Digital*. Recuperado de http://www.la-razon.com/nacional/redes-sociales-tomaron-linea-referendum_0_2440555956.html
- Instituto Nacional de Estadísticas [INE]. (10 de julio de 2018). *Bolivia cuenta con más de 11 millones de habitantes a 2018* [Nota de prensa]. Recuperado de <https://www.ine.gob.bo/index.php/notas-de-prensa-y-monitoreo/itemlist/tag/Población>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kekic, L. (2007). *The economist intelligence unit's index of democracy*. Recuperado de https://www.economist.com/media/pdf/DEMOCRACY_INDEX_2007_v3.pdf
- Lafuente, J. (24 de febrero de 2016). Evo culpa a la 'guerra sucia' y a las redes sociales de su derrota. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/internacional/2016/02/24/america/1456327387_586177.html
- Las redes sociales vehículo para las revoluciones – reportaje. (6 de agosto de 2011). *TICbeat*. Recuperado de <http://www.ticbeat.com/socialmedia/redes-sociales-vehiculo-revoluciones-reportaje/>
- Leadbeater, C. (2008). *We-Think: Mass innovation, not mass production*. London: Profile Books.
- Loader, B. y Mercea, D. (2011). Networking democracy? Social media innovations and participatory politics. *Information, Communication & Society*, 14(6), 757–769.

- Martínez, J. (2017). El habitus: Una revisión analítica. *Revista Internacional de Sociología*, 75(3), 1-14.
- Mesa, C. [carlosdmesag]. (6 de octubre de 2018). Texto del mensaje en el que anuncié mi candidatura a la presidencia [https://carlosdmesa.com/2018/10/07/anuncio-mi-candidatura-a-la-presidencia-del-estado/ ...](https://carlosdmesa.com/2018/10/07/anuncio-mi-candidatura-a-la-presidencia-del-estado/) [Tuit]. Recuperado de <https://twitter.com/carlosdmesag/status/1049069052713418763>
- Mirani, L. (2 de octubre de 2010). Sorry, Malcolm Gladwell, the revolution may well be tweeted. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/commentisfree/cifamerica/2010/oct/02/malcolm-gladwell-social-networking-kashmir>
- O'Donnell, G. (1997). *Contrapuntos. Ensayos escogidos sobre autoritarismo y democratización*. Buenos Aires: Paidós.
- O'Donnell, G. (2010). *Democracia, agencia y estado: Teoría con intensidad comparativa*. Buenos Aires: Prometeo.
- O'Donnell, G., & Schmitter, P. (1994). *Transiciones desde un gobierno autoritario*. Buenos Aires: Paidós.
- Pallero, J. (10 de marzo de 2016). ¿Por qué Bolivia quiere regular las redes sociales y prohibir el anonimato en línea? *Access Now*. Recuperado de <https://www.accessnow.org/por-que-bolivia-quiere-regular-las-redes-sociales-y-prohibir-el-anonimato-en-linea/>
- Persily, N. (2017). The 2016 U.S. election: Can democracy survive the internet?". *Journal of Democracy*, 28(2), 63-76.
- Piñera le dice a Evo Morales 'que se calle' y este le responde así. (25 de junio de 2017). *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/mundo/actualidad/pinera-le-dice-evo-morales-calle-y-este-le-responde-437464>
- Quiroz, E. (Ed.). (2016). *Bolivia digital: 15 miradas acerca de internet y sociedad en Bolivia*. La Paz: Vicepresidencia del Estado Plurinacional.

- Redes sociales y política en Bolivia: Sin estrategia y con participación colectiva. (25 de marzo de 2018). *Página Siete*. Recuperado de <https://www.paginasiete.bo/ideas/2018/3/25/redes-sociales-politica-en-bolivia-sin-estrategia-con-participacion-colectiva-174005.html>
- Sartori, G. (1994). *Teoría de la democracia*. Buenos Aires: Alianza.
- Sartori, G. (2009). *La democracia en 30 lecciones*. México: Santillana.
- Schumpeter, J. (2015). *Capitalismo, socialismo y democracia* (Vol. 1 & 2). Barcelona: Página Indómita.
- Shirky, C. (2011). The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change. *Foreign Affairs*, 90(1), 28-41.
- Soengas, X. (2013). El papel de Internet y de las redes sociales en las revueltas árabes: Una alternativa a la censura de la prensa oficial. *Revista Comunicar*, 21(41), 147-155.
- Sustain, C. (2017). *#Republic. Divided democracy in the age of social media*. Princeton: Princeton University Press.
- Tocqueville, A. (1999). *La democracia en América*. Madrid: Alianza.
- Touraine, A. (1995). *¿Qué es la democracia?* México: Fondo de Cultura Económica.
- Tully, S. (2014). People you might know: Social media in the conflict between law and democracy. En Glenn P., & Kim R. (Eds.) *Law and Democracy: Contemporary Questions*. Canberra: ANU Press.
- Velásquez, M. (16 de febrero de 2017). '#21F, día de la mentira': La campaña que promueve la reelección de Evo Morales como presidente. *CNN en español*. Recuperado de <https://cnnespanol.cnn.com/2017/02/16/21f-dia-de-la-mentira-la-campana-que-promueve-la-reeleccion-de-evo-morales-como-presidente/>

Videos Bolivia. (22 de febrero de 2016). *Evo Morales habla tras derrota. Referendum 2016*. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7rWpr6972YY>

Welp, Y. (2018). *Todo lo que necesitas saber sobre las democracias del siglo XXI*. Buenos Aires: Paidós.

Welp, Y., & Lissidini, A. (2016). Democracia directa, poder y contrapoder: Análisis del referendo del 21 de febrero de 2016 en Bolivia. *Revista de Estudios Bolivianos*, 22, 162-190.

Zheng, Yongnian. (2008). *Technological Empowerment: The Internet, State and Society in China*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Lo nosótrico: una mirada decolonial de la comunicación de grupos

Mgr. Edson Guillermo Montaña Ortiz¹

edson.guillermo.m@gmail.com

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 10 de agosto de 2018

Fecha de aprobación: 24 de octubre de 2018

*Para ellos, nuestras historias son mitos,
nuestras doctrinas son leyendas,
nuestra ciencia es magia,
nuestras creencias son supersticiones,
nuestro arte es artesanía,
nuestros juegos, danzas y vestidos son folklore,
nuestro gobierno es anarquía,
nuestra lengua es dialecto,
nuestro amor es pecado y bajeza,
nuestro andar es arrastrarse,
nuestro tamaño es pequeño,
nuestro físico es feo,
nuestro modo es incomprensible.*

Subcomandante Marcos

Milpa Alta, DF, 9 de marzo de 2001

Resumen

La comunicación es un proceso de intercambio de señales que, cuando es efectivo y afectivo, puede generar sintonía y empatía. Sin embargo, cuando llegó la Colonia, mucha de la sabiduría comunicacional de las naciones y pueblos indígenas se diluyó por causa de la castellanización. Por eso, en el presente documento se plantea repensar a la comunicación desde lo nosótrico, desde lo colectivo, frente al individualismo cada vez más recalcitrante. En el hogar, y más en la escuela, se ha hecho énfasis en la capacidad de expresarnos y en la oralidad, pero poco o nada de "saber escuchar"; capacidad que en muchas ocasiones se reduce a una actitud pasiva y contemplativa.

1 Magíster en Comunicación para el Desarrollo. Posgraduado en Desarrollo Local con Perspectiva de Género (DELNET-OIT), Planeamiento y Formulación de Políticas Educativas (IIPE-Unesco), y en Educación Superior (Universidad Pinar del Río). Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social (UCB SP). Actualmente es docente en la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" y de otras instituciones de educación superior.

Palabras clave

Comunicación, nosótrico, decolonial, lengua, escucha.

Nosótrico: A decolonial perspective on groups communication

Abstract

Communication is a process of exchange of signals that, when effective and affective, can generate harmony and empathy. However, when the Spanish Colony came, much of the communicational wisdom of the nations and indigenous peoples was diluted because of the castilianization. That is why, in this document, we propose to rethink communication from the nosótrico, from the collective, as opposed to the increasingly recalcitrant individualism. At home, and more at school, emphasis has been placed on the ability to express ourselves and on orality, but little or no “knowing how to listen”; a capacity that in many occasions is reduced to a passive and contemplative attitude.

Keywords

Communication, nosótrico, decolonial, language, listening.

I. Introducción

Para comprender esta lectura es importante partir del constructo denominado “decolonialidad”. Una primera reflexión sobre el concepto sería la referida al proceso crítico de recuperación de los saberes ancestrales para romper con las diferentes hegemonías aún vigentes. Y para ello se debe tener conciencia de que la Colonia no feneció con la liberación de los pueblos, en las fundaciones históricas y en las dignas revoluciones. La colonia pervive y está vigente en la actualidad, y de paso se ha transformado, glocalizado y vigorizado. Si bien la Colonia no fue un paso ligero en la historia, en la actualidad aún se registran sus impactos.

En palabras simples, la colonialidad fue, es y será una invasión (a veces sutil, a veces no) de las formas de comprensión de la realidad, de cómo vivir, de cómo utilizar el tiempo, de las prioridades, de qué aspirar o soñar.

La colonización epistemológica de la cultura occidental ha llevado a invisibilizar y/o negar la existencia de otros saberes y formas de vivir la vida de diferentes comunidades indígenas. Púa (2011) y Lenkersdorf (2005), con un enfoque decolonial, muestran que no hay filosofía sino filosofías, y en la propuesta de Mejía (2011) se asume la idea de cosmovisión con relación a la filosofía. Sin

embargo, esta cosmovisión se ve en clave de *cosmovivencia* (Sobrevilla, 2008): que primero se vive y luego se interpreta dicho vivir.

Este texto, más allá de una crítica a aquellos procesos invasivos, es una mirada alentadora a partir de lo nuestro, de la construcción de saberes y conocimientos y su recuperación para “decolonizar” nuestra forma de ver a la comunicación de grupos.

Para Boaventura de Sousa Santos (2003), son múltiples las formas de dominación y opresión, y muchas de ellas fueron olvidadas irresponsablemente por la teoría crítica moderna. Quizá la única que asumió este desafío fue la teoría crítica feminista. En ella se observan múltiples caras de dominación, múltiples resistencias y diferentes agentes que la protagonizan. Justamente, una de las más evidentes y vigentes es la que se aferra a la lengua.

En esta mirada, y en el camino del conocimiento emancipatorio, se debe considerar la transición del *monoculturalismo* al *multiculturalismo*, que consiste en el reconocimiento del *otro* como productor de conocimiento. Por tanto, urge un acercamiento y diálogo multicultural con aquellas naciones y pueblos que fueron silenciados en sus formas de entender y comprender el mundo y el cosmos. Es un desafío dialógico en el que la lengua hegemónica y aprehendida dé paso a otras formas de conocimiento y sabiduría contrahegemónicas, de lo inteligible o de lo inconmensurable que, en palabras de Santos (2003, p. 32) es la *hermenéutica diatópica*.

II. La lengua, como habla y escucha

Las lenguas se componen de palabras que se hablan y que se escuchan. Si no se habla, no escuchamos nada. Y si en cambio se habla y no escuchamos, las palabras se dirigen al aire. Por eso, las lenguas se componen de dos realidades: el hablar y el escuchar. Ambas se complementan y se requieren mutuamente. Surge, sin embargo, un problema que se inicia con el término “lengua”. Esta noción tiene una larga historia en Occidente. Tanto en el griego antiguo como en el latín, la lengua es el órgano lengua, en griego *glossayen*, en latín *lingua*. Es decir, lengua es lo que se produce al hablar. El escuchar ni se menciona (Ministerio de Educación, 2014).

Sucede que en las concepciones occidentales del término que genera la comunicación en los seres humanos, la capacidad de saber escuchar se ha escindido y dejó de lado el gran componente de un proceso comunicacional: la escucha; que no es ni pasiva ni tonta, ni ausente ni obvia.

A diferencia de la comprensión unilateral de la lengua, las naciones indígenas de Latinoamérica han desarrollado sus relaciones humanas a partir de la “escucha”, en la que la oralidad (habla y lengua) ha generado sus acciones de sociabilidad, de entendimiento y de relación.

Para las naciones indígenas, “escuchar y hablar” tienen el mismo nivel de importancia en la comunicación de grupos. Por eso, muchas naciones indígenas tienen lenguas *diádicas*, por no decir dialógicas.

Un caso concreto de lo mencionado se encuentra en la lengua de los mayas, y particularmente de los tojolabales, quienes han desarrollado su cosmoaudición y pervivido a la vorágine occidental. Son un caso preciso de lengua hablada y lengua escuchada, una *díada* a la cual (‘ab’al: yo dije/ k’umal: tú escuchaste) los hablantes de lenguas occidentales no estamos acostumbrados (Lenkersdorf, 2009).

A diferencia de ellos, en nuestros espacios occidentales de sociabilidad se ha hecho énfasis en la capacidad de expresarnos y en la oralidad, pero poco o nada en “saber escuchar”. Esta capacidad en muchas ocasiones se reduce a una actitud pasiva y contemplativa. Empero, hace referencia a la capacidad de entendimiento, a la empatía, al respeto y a lo emotivo (Lenkersdorf, 2006).

Quienes aprendimos con el castellano, el inglés u otra lengua occidental hemos sido entrenados, instruidos y capacitados para obedecer, para que otros nos hablen, pero no para generar diálogo o exponer nuestros pensamientos y mucho menos los sentimientos.

III. La cosmoaudición de los pueblos frente a las teorías funcionalistas de la comunicación

Diferentes teorías de la comunicación han centrado su atención en la unidireccionalidad de los mensajes, en la que los diferentes componentes del proceso comunicacional tienen una descripción de su importancia o relevancia.

Uno de los que aprendemos es el modelo matemático de comunicación de Shannon y Weaver, de 1948, en el que el mensaje es lo importante, independientemente de su significación o de quién lo diga, o quién lo escuche. Su pretensión se reduce a la capacidad de los canales de comunicación o a la velocidad en la creación y transmisión de mensajes (López, 2018).

Asimismo, la fórmula funcionalista de Lasswell, considerado por muchos como uno de los padres de la comunicación, hace un perfil de las relaciones y mediaciones que se dan en la comunicación colectiva. En su propuesta considera a los sujetos y a sus intenciones, con lo que perfecciona el modelo de Aristóteles.

Muchos recordamos también el modelo de la “aguja hipodérmica”, que empezó como una investigación de la comunicación de masas, después de la Primera Guerra Mundial (1914-1918), y que postulaba que los medios “inyectaban” una información con un contenido que buscaba una reacción en el emisor.

Podríamos seguir con otros modelos comunicacionales, como el de Wilbur Schramm, quien consideraba que en la comunicación colectiva se envían mensajes idénticos que son recibidos por receptores inmersos en grupos sociales. Estos fijan los parámetros para interpretar los mensajes y dentro de ellos actúan los líderes de opinión. Otro caso es el modelo de Hovland, de quien se dice que hizo una extensión de la teoría de la aguja hipodérmica, pero sumando el concepto de comportamiento de los destinatarios (Aguado, 2004).

A diferencia de los modelos tradicionales de comunicación, los pueblos originarios o naciones indígenas originarias han desarrollado sus saberes a partir de sus formas de comprender su vida y la naturaleza, y sobre todo a escuchar a esta. Sí, a poner atención a lo que sucedía, pero escuchando, porque así aprendieron de sus abuelos: a través de cuentos, historias de vida, leyendas y mitos, y gracias a su capacidad de atención.

Por esta razón, las teorías comunicacionales que hacen énfasis en la linealidad (incluida la que promueve la horizontalidad) han difundido entre sus esquemas más básicos y complejos que el benefactor del mensaje es un “receptor” pasivo y poco protagónico del proceso comunicacional, cuyo beneficio humano queda en la nebulosa de la incertidumbre.

Por sí mismo, el concepto de “receptor” no suma. Por ello, otros autores han añadido a su análisis la capacidad de “percibir”, señalando que esta es una actitud, una acción, una forma de comprensión que va más allá de la simple aceptación, menos que humana, de captar un mensaje. Sin embargo, la percepción, aún permanece inerte: sucede entre las sinapsis neuronales y solo Dios sabe si el mensaje habrá generado una comprensión, incomprensión o decodificación arbitraria de lo que se dice.

Por esta razón, la cosmoaudición de los pueblos va más allá de los esquemas básicos de las teorías comunicacionales. Porque las naciones indígenas han desarrollado una serie de capacidades (habilidades, conocimientos y destrezas) para pensar y actuar a partir de la escucha y porque esta no solo se reduce a una actividad humana, sino que integra naturaleza y cosmos como áreas de aprendizaje y convivencia.

Es aquí donde se forma una comunidad dialógica, pensada y construida desde los pueblos, que se la puede recuperar y aprender de ella. No solo se escucha a un interlocutor, se escucha a las plantas, a los animales y a la naturaleza. Los pueblos indígenas aprendieron y desarrollaron sus saberes a partir de escuchar todo lo que los rodea y, a partir de ello, dar soluciones a sus necesidades y problemas.

Al aprender a escuchar, existe una relación de comunidad donde todos somos necesarios, donde todos somos importantes. En las sociedades con tradición y aprendizajes occidentales, la soledad es un mecanismo de defensa o resguardo que a veces deriva en un individualismo que, como advertía Durkheim en *El suicidio*, es origen de la autolesión o eliminación. Sin embargo, en los pueblos indígenas ocurre algo diferente. En el mundo aymara alguien que está *ch’ulla* está incompleto; o en el contexto tojolabal los que están solos están *stuch’ij*, es decir, desarraigados o abandonados (Lenkersdorf, 2006). Para los pueblos indígenas de América Latina, la soledad no significa un “privilegio” que deriva en el aislamiento, significa que nuestro corazón está triste (nótese que se dice “nuestro”, porque la soledad no es atribución individual, sino comunitaria).

Por tanto, las palabras por sí mismas, no tienen un significado único. Depende quién las dice y dependerá quién las escuche. Un ejemplo, coloquial, es cuando Doña Florinda (personaje de la laureada serie televisiva mexicana “El Chavo del 8”) llama a su hijo “Federico”, lo que provoca que este se acongoje y reclame

solemnemente a su madre por qué lo llamó de esa manera; que más allá de que sea su nombre de pila, es la forma en que ella expresa su descontento con alguna actitud de su hijo. Es decir, una misma palabra dicha de una forma, escuchada de otra y con una comprensión comunitaria.

Pues bien, los hispanoamericanos tenemos cerca de 500 mil palabras que la Real Academia Española (RAE) atina a definir, aunque cada una de ellas puede llegar a ser un profundo y complejo constructo psico y sociolingüístico en las naciones y pueblos indígenas. Es así que los pueblos no solo tienen formas diferentes de decir y hablar (tonos, matices y colores), sino también de escuchar, porque la capacidad de escuchar y escucharnos es una herencia fundamental de cosmoaudición. Pero cada vez vamos perdiendo más esa capacidad debido a la frenética invasión de mensajes visuales, paradójicamente sobresaturados, que también tienen a ser más simples y básicos, con lo que se elude la capacidad humana de decir y expresar lo que se piensa o se siente, y la gran necesidad de ser escuchados.

IV. El Nosotros frente al Yo

Recordemos nuestros primeros años de primaria, cuando nuestras maestras o maestros se esforzaban por enseñarnos cómo debíamos conjugar los verbos. En ese momento fue, de manera muy sutil, que la realidad lingüística y la imposición colonial de la lengua calaban mucho más que una simple repetición del verbo “amar” en sus accidentes gramaticales de persona, cantidad tiempo y modo.

En palabras más sencillas, siempre nos enseñaron a conjugar con el ‘yo’: “yo amo...”, “yo odio...”, “yo escribo...”, “yo...”. Y es aquí donde empieza la crítica, porque más allá de una coincidencia casual de cómo debemos hacer el ejercicio gramatical, repetitivo y monótono de la lengua, lo que sucedía era una forma de adoctrinamiento que llevaba cientos de años. Porque la lengua es fundamentalmente la herramienta para comprender la realidad y la que nos permite sociabilizar en ella. Es posible que los lectores no crean que por este pequeño ejercicio escolar el comportamiento humano hubiera cambiado hacia el individualismo; sin embargo, no debemos olvidar que la lengua es la forma en que nos comunicamos (con eficiencia o sin ella).

Pero hagamos el análisis a partir de las lenguas de los pueblos indígenas. Por ejemplo, para los aymaras, la primera persona es *jiwasa* que significa “nosotros”;

y esta no es una simple coincidencia, es parte de toda su cosmovisión, cosmoaudición, principios y filosofía de vida. Así, no es difícil comprender por qué aún perviven los *mink'a*, los *ayni*, los *aphtapi*, etc., que son sencillamente y complejamente (al mismo tiempo) formas de convivencia y comunicación grupal efectiva y afectiva.

Del otro lado, se pueden encontrar desde las olimpiadas de Grecia cómo se enfatiza a los ganadores individuales, tal y como sucede hasta hoy en día en la política, la educación, el comercio y la sociedad.

Las publicaciones científicas, políticas y sociológicas sobre otras culturas pueden tener juicios muy académicos sobre ellas, pueden ser juicios muy eruditos, pero a menudo no tocan el meollo de su filosofía comunitaria. Recordamos que la Real Academia de Española (RAE, 2014) define a 'oír' como "percibir con el oído los sonidos" y 'escuchar', en cambio, es "prestar atención a lo que se oye". Pero, ¿qué nos dicen los sonidos que oímos y a los cuales prestamos atención? Las palabras oídas y escuchadas implican toda la historia de una cultura. Las explicaciones o definiciones de la Real Academia por su generalidad, en cambio, se ubican en el contexto del español u otros idiomas dominantes europeos.

De alguna manera las lenguas aymara y quechua también utilizan las anteriores lenguas para su escritura y esa es la razón por la que se usan casi los mismos símbolos. En la década de los años 70 había más de una veintena de abecedarios diferentes en Perú y Bolivia para escribir el aymara, y cada persona optaba por una signografía propia: algunos incluían tres vocales y otros cinco. Esto generó una guerra de alfabetos hasta que en 1982 se proclamó la alfabetización de lenguas indígenas con la elaboración de cartillas con los signos lingüísticos definitivos de cada lengua (Cancino, 2007).

V. La violencia simbólica del lenguaje

Violencia simbólica es un concepto instituido por el sociólogo francés Pierre Bourdieu en la década de los 70. En las ciencias sociales se utiliza para describir una acción racional en la que el "dominador" ejerce un modo de violencia indirecta y no físicamente directa en contra de los "dominados". Estos no la evidencian o son inconscientes de esa práctica en su contra, por lo cual son "cómplices de la dominación a la que están sometidos" (Bourdieu, 1994, p. 63).

La violencia simbólica se caracteriza por ser una violencia invisible, soterrada, subyacente, implícita o subterránea. Haciendo alusión a Michel Foucault, “el poder está en todas partes”. Solo debemos “hacer visible lo invisible” (Molina, 2009).

A partir de lo señalado por Bourdieu y Foucault, se puede inferir que, por siglos, la castellanización fue un instrumento de violencia subyacente sobre las comunidades indígenas. Esto se evidencia en las escuelas de varias comunidades de nuestro país, donde niños y niñas se deleitan en tiempos de descanso (recreo) hablando su lengua originaria, pero al ingresar de nuevo al aula deben cambiar su modo de comunicación al castellano, esforzándose por incorporar términos y frases que no necesariamente han sido parte de sus primeros años de vida. Aquí no solo hay una necesidad de aprendizaje en su lengua materna, sino de revalorización de sus saberes ancestrales.

VI. La filosofía detrás de lo nosótrico

En este preciso instante, mientras redacto estas líneas, el término “nosótrico” está siendo marcado con una línea roja, acanalada por el corrector del Word. Si bien puede considerarse un neologismo, es decir, un término nuevo para el corrector del computador, en el fondo, es un vocablo que lleva en esencia una filosofía comunitaria.

Partamos de la idea de que el *Nosotros* no excluye al individuo, sino que lo incluye, lo contiene. Un caso paradigmático de inculturación profunda en el mundo nosótrico fue el discurso dado por los ancianos tojolabales al subcomandante Marcos –antes de iniciar la “Marcha de la Dignidad” (Nurío, 3 de marzo de 2001) hacia la ciudad de México– para que él hablara con los legisladores: “Vuelve a ser de nosotros la palabra. Ya no serás tú, ahora eres nosotros. Toma ya nuestra voz, nuestra mirada anda. Hazte oído nuestro para escuchar del otro la palabra. Ya no serás tú, ahora eres nosotros” (Lenkersdorf, 2009, p. 99).

En el diálogo grupal, cada uno de los participantes individuales no habla en nombre de sí mismo, sino en nombre del *nosotros*. Al parecer, la individualidad se sabe incorporada en el todo *nosótrico* que, por consiguiente, no es la suma de tantas individualidades o partes, sino que representa una entidad cualitativamente distinta. Es una sola cosa, un todo, en el cual todos los constituyentes forman

una unidad *organísmica*. De este modo no se niega la individualidad de ninguno de los constituyentes. Cada uno es necesario *organísmicamente*. La pertenencia al todo *organísmico* conforma el pensamiento y el actuar de cada individuo. Por ello, cada uno habla en el nombre del *nosotros* (Lenkersdorf, 2009).

Lo *nosótrico*, por tanto, es una palabra-clave que está en las mismas estructuras sociolingüísticas de los pueblos indígenas de América Latina, tanto de los guaraníes, quechuas, aymaras, tzeltales, mayas o tojolabales.

Para una mejor comprensión de este vital concepto se debe superar la idea básica de la individualización de cada ser. Descartes y Freud, que se cuentan entre los pensadores más influyentes de la civilización occidental, hacen énfasis en el Yo y, por tanto, en la dificultad para captar el Nosotros. Por supuesto, otros pensadores también incluyeron la relación del Yo y el Tú, como Federico Schiller o Martín Buber, sin embargo, no plantearon aún equivalencia con el Nosotros.

En los científicos sociales occidentales escasean los que abordan lo nosótrico. Uno de los referentes es el sacerdote jesuita Miguel Manzanera, quien hace referencia a la “nosotridad” como una invitación a la convivencia y donde el Nosotros es el eje de la vida social. El proceso de “nosotrificación” busca la consolidación del Nosotros organísmico, que está relacionado con la capacidad de vivir en comunidad.

VII. Lo nosótrico en el aprendizaje de la lengua

En muchas de las universidades bolivianas (al menos en todas las públicas), se exige la aprobación de una lengua originaria. En ellas sucede que varios aprendemos lo básico, incluso partiendo de preguntar lo más sencillo, tal y como se ejemplifica acá:

Kuna sutimax = ¿Cuál es tu nombre?

Sin embargo, cuando nos toca recorrer el país, particularmente en zonas donde la lengua materna es el aymara, el aprendizaje queda inconcluso, porque la comunidad te enseña la verdadera forma de realizar la pregunta, tal como está a continuación:

Kuna sutisax = ¿Qué es nuestro nombre?

Así es como entre los aymaras preguntan el nombre de una persona; porque son inclusivos. El referirse a “cuál es tu nombre” es discriminatorio. El aymara, como otras lenguas originarias, es inclusivo. Por ejemplo, cuando dicen *manqa siñani*, significa “comeremos”. La persona, la individualidad, se incluye a sí misma en la comunidad (Ajacopa, 2018).

Otro ejemplo de nosotricación es lo que sucede con los niños y niñas tzotziles cuando adquieren su lengua materna: usan formas verbales y no sustantivas para las primeras palabras. Esta forma de empezar la adquisición de la lengua materna contrasta con lo que sucede con la educación de niños del contexto norteamericano: primero les enseñan a sustantivar. A los dos años, los niños y niñas tzotziles ya empiezan a utilizar el *-tik* (un sufijo que acompaña a cada forma verbal y que significa “nosotros”), lo cual corresponde con un proceso de educación convivencial (Lenkersdorf, 2006)

VIII. El individualismo versus lo nosótrico

El proceso de sociabilidad y educación de los seres humanos surge desde el nacimiento, por la influencia comunitaria y la vivencia diaria. Estas son parte del acondicionamiento ambiental que funciona como sistema orientador y que explica las cosmovisiones diferentes. En otras palabras, desde una visión política, determinan un pensar y un comportamiento antimonista (rechazo a un poder único) y complementario.

El monismo (en su comprensión política) está presente en la mayoría de los pueblos occidentales (por no decir todos): tienen una sola forma de gobierno económico, gobierno político, dirección social, etc. El rechazo del presumir, del destacarse, del lucirse, individual o grupalmente conduce a la humildad. La sabiduría humilde o la humildad con sabiduría, que, a su vez, es nosótrica, no espera a un líder para la solución de problemas políticos, o de otra índole.

IX. La intersubjetividad de lo nosótrico

Yo te dije (español).

Yo dije. Tú escuchaste (tojolabal).

La frase en español es unidireccional. Del sujeto agencial Yo se procede mediante el verbo Decir hacia el objeto indirecto Te, que recibe pasivamente la acción.

La unidireccionalidad, además, es vertical desde el sujeto determinante hacia el objeto determinado. En este sentido, el acontecimiento de comunicación sucede desde arriba hacia abajo. En el ejemplo tojolabal, en cambio, tenemos dos frases en lugar de una sola. Cada oración tiene su sujeto, Yo o Tú, con el verbo correspondiente que, sin embargo, no procede hacia ningún objeto. Por lo tanto, la estructura de las dos frases es bidireccional, dos sujetos agenciales se encuentran como iguales y se complementan al nivel horizontal para realizar el acontecimiento de la comunicación. Mejor dicho, el accionar de los dos sujetos tiene que complementarse. La comunicación, pues, no es impositiva como en la frase española, sino complementaria. Si uno de los sujetos no corresponde, la comunicación no se puede realizar (Lenkersdorf, 2009).

Por tanto, la intersubjetividad es otra manifestación del *nosotros*, dentro del cual se da el encuentro de una pluralidad de iguales que se complementan y que no excluyen a los desiguales o desprivilegiados, sin negar la diversidad de las funciones de cada uno. La intersubjetividad, en efecto, nos amplía la concepción del *nosotros* al señalar las ramificaciones del *conjunto orgánico* que se mantiene por las relaciones horizontales de sus componentes. La intersubjetividad conduce a una *pluralidad* de sujetos que corresponden a la pluralidad implícita en el *nosotros*. Por ende, el filosofar intersubjetivo y nosótrico excluye las formas variadas del monismo. Los sujetos diferentes, sin embargo, no se contraponen, sino que *se complementan* para la realización de los acontecimientos, así como los miembros del *nosotros* buscan el consenso. Tanto la complementariedad como el consenso manifiestan que se trata de conjuntos orgánicos que se distinguen cualitativamente de la suma de sus componentes.

X. Componentes del Nosotros

- **Pluralidad.** Bajo este concepto se entiende que los niños que crecen en un ambiente nosótrico se sienten acogidos, amados, contenidos e incorporados al contexto social; siempre son abrazados, cargados y acogidos. Esta es una característica del crecimiento de los niños y niñas en los pueblos indígenas de América Latina. En cambio, los niños que crecen en la visión occidental están aislados y atraviesan varios periodos de ausencia familiar, muchas veces recomendados por “especialistas” psicólogos con visión eurocéntrica. El niño crece en una cuna o cama solo, sin compañía, aislado en una propia habitación. Así se genera una

forma de monismo en la criatura. El pretexto de los parientes es que así se forja el carácter, que supuestamente eso hace más fuerte al niño, que así tendrá confianza en sí mismo..., y así progresivamente hacia al individualismo, el cual al final de cuentas llega a ser –para los promotores de esta actitud– el menor de los problemas.

- **Antimonismo.** La cercanía con la familia, para los niños que viven en lo nosótrico, permite que no sean autoritarios, egoístas o individualistas. No buscan la forma de salirse con la suya o compensar la soledad. Nótese que la relación con la familia es fundamental porque sus intercambios se dan con personas, no con juguetes o teléfonos inteligentes (relación virtual). La relación entre hermanos es continua y permanente.
- **Diversidad.** Cada miembro de la familia y la comunidad es diferente, y ello lo hace particularmente esencial y especial para comprender la multirrelación. En el caso de los niños, no se los considera una carga o un óbice para que la madre o el padre alcancen sus objetivos personales (profesionales, formativos, etc.). Los niños son fundamentales en el nosotros orgánico de una familia, porque son fundamentales en el logro de objetivos comunes.
- **Complementariedad.** Sean niños, jóvenes o adultos, todos se complementan y son fundamentales para la unidad y el crecimiento orgánico.

XI. “Ya no serás tú, ahora eres nosotros”

Esta es una expresión de los pueblos indígenas mayas que suelen utilizar para expresar la pluralidad cohesionada, en la que todos son importantes. La individualidad deja de ser una necesidad personal de protagonismo, y la democracia participativa rebasa a la democracia representativa. Una referencia precisa de esta expresión es la que se expone en las primeras líneas de este documento, aludiendo a las palabras revolucionarias del subcomandante Marcos.

Incluso va más allá. Lo nosótrico no solo incluye a los seres humanos. Las naciones indígenas consideran que los seres humanos son parte de la naturaleza y que también pueden y deben escucharla para tomar decisiones de cómo vivir y aprender de ella, pero sobre todo, de cómo convivir con ella.

En castellano decimos, por ejemplo, “uno de nosotros cometió un delito”. La frase correspondiente en tojolabal, en cambio, dice: “uno de nosotros cometimos un

delito". Se evidencia de inmediato la diferencia de las dos frases. En español el sujeto es "uno", es decir, la persona que por su comportamiento se apartó del grupo, del *nosotros*. Por ello, el verbo está determinado por el sujeto particular y ya no por el *nosotros*. Todo lo contrario observamos en la frase tojolabal: el *nosotros* sigue siendo el sujeto del grupo comunitario, independientemente del comportamiento del "uno". Enfatizamos que el *nosotros* sigue siendo el sujeto, porque el comportamiento diferente del "uno" no disuelve la unidad del sujeto nosótrico. El "uno", pues, sigue perteneciendo al grupo nosótrico. Las estructuras sintácticas de las dos frases muestran una diferencia de fondo (Lenkersdorf, 2009).

XII. Lo nosótrico en el *ayllu* y el *llank'ay*

Los quechuas han desarrollado una cosmovisión y cosmoaudición que involucra lo nosótrico, que se configura en la *pacha*, sea humano o no: la naturaleza, los otros, la familia, el trabajo, la fiesta, el rito, la educación, la sexualidad y la resolución de problemas, entre otros (Meza, 2017). Para los quechuas su vida "era vivir en un *willka qheswa* –valle sagrado–, en un lugar en que, gracias al trabajo y a la unión de los hombres [seres humanos], todo podía realizarse" (Mejía, 2011, p. 49).

Los seres humanos han sido creados como parte de la naturaleza, creados por *Pachakamaq* –creador de la naturaleza– y no por *Runakamaq* –creador de la humanidad–; por consiguiente, los incas piensan su origen proveniente del subsuelo, de las cuevas o manantiales, a los que consideran *paqarina*.

Por otro lado, el dios *Pachakamaq* no es solo el creador de la tierra o el mundo, sino de todo lo existente, tanto material como espiritual; es creador de la naturaleza toda (Mejía, 2011, pp. 149-153). Al respecto, Estermann (2008, p. 76) afirma que el término *pacha* se refiere a la relacionalidad, como la característica esencial de la racionalidad andina. Todo el cosmos está relacionado: "...podemos traducir *pacha* como 'cosmos interrelacionado' o 'relacionalidad cósmica'" (Meza, 2017).

Por un lado, el andino no se puede entender solo en relación con la *pachamama*, sino en una multiplicidad de relaciones; entre ellas, las sociales, políticas, económicas, éticas y religiosas, entre otras (Mejía, 2011, p. 241).

Por otro lado, a diferencia de la visión occidental del trabajo con miras al ideal de “jubilación”, que llevaría a considerar al ocio como un estado virtuoso, para el andino eso es inconcebible, pues el trabajo es parte esencial de su vida mientras se tengan las fuerzas para desarrollarlo, incluso después de la muerte, como se puede ver en algunos fardos funerarios donde la persona es enterrada con instrumentos de trabajo.

El análisis lingüístico del término quechua trabajar: *llank'ay*, nos muestra que esa actividad no debe tomarse en sentido doloroso o maldito, sino como una actividad de realización individual y colectiva. (...) una actividad que hace del hombre un ser para el otro, antes que un ser para sí mismo. (Mejía, 2011, p. 59).

En efecto, la *cosmovivencia* del trabajo como invitación (*minká*), como colaboración con cargo a retribución (*ayni*) y como actividad colectiva para resolver los problemas comunales (*wayka*) es una muestra de la conciencia colectiva y del ‘alma manual’ que tienen los incas, donde no hay lugar para la mendicidad, ya que esta sería una contradicción en sus vidas.

En este sentido, Mejía (2011) señala que en el mundo andino el trabajo hace del hombre un ser transformador, reordenador de la naturaleza, mantiene unidos a los hombres, haciendo del individuo un *ser para el otro* y a la colectividad, un *ser al servicio de los individuos* (p. 63).

Entre los quechuas se infiere también que la relacionalidad es constitutiva de su ser-nosotros (*noqayku/nanaka*). Esta se manifiesta primordialmente en la celebración, dado que sus actividades tienen una esencia sagrada, festiva y ritual, y no solo de esparcimiento. Por eso cantan, danzan y celebran ritualmente en torno a la naturaleza para sembrar, para cosechar, para recibir las estaciones en los solsticios y en los cambios de luna; celebran cuando van a cazar, cuando van construir caminos, puentes o locales públicos; celebran el nacimiento, el matrimonio, la muerte (Sobrevilla, 2008).

En el quechua hay dos formas verbales y pronominales para la primera persona del plural (‘nosotros’): *Noqayku/nanaka* (respectivamente, con el sufijo *-yku* o *-naka*), que se refieren al sujeto exclusivo en el sentido del grupo que habla, actúa o celebra. Mientras, el sujeto inclusivo *noqanchis/jiwasanaka* (respectivamente, con el sufijo *-nchis* o *-sa*) se refiere tanto al grupo ‘emitente’

como al grupo 'recipiente', y en un sentido más universal a todos los seres humanos (Cancino, 2007).

XIII. A manera de provocación

Este es un acercamiento, una mirada (como diría el subtítulo) para cuestionarnos qué es lo que aprendimos y cómo lo hicimos. Es fácil, pues, quedarse en un mundo globalizado y glocalizado, con sus histrionismos y falacias de lo que es importante y lo que es trascendente, pero aquí, al menos en estas cuantas líneas se intenta recuperar no solo una forma de entender la comunicación humana, sino de reconstruirla en su resignificación.

El camino es arduo, porque son siglos y miles de "referentes" científicos que se han dedicado sistemáticamente a menospreciar y desconocer los saberes ancestrales de las naciones y pueblos indígenas; sin embargo, hay una pléyade de investigadores que están en el flanco de una batalla histórica de recuperación de conocimientos en favor de la liberación de los pueblos; hacia una decolonialidad de los saberes.

NOSOTROS podemos ser una sola comunidad de aprendizaje, si lo creemos y si nos valoramos como pueblo latinoamericano.

Referencias

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la información y comunicación*. Recuperado de [https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Ajacopa, S. (2018). *Aymara: El aymara inclusivo*. La Paz, Bolivia: s. e.
- Bourdieu, P. (1994). *Razones prácticas: Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- Cancino, R. (2007). La descolonización lingüística de Bolivia. *Sociedad y Discurso*, (12), 22-37. <https://doi.org/10.5278/ojs.v0i12.832>

- Estermann, J. (2008). Colonialidad, descolonización e interculturalidad: Apuntes desde la filosofía intercultural. *Polis, Revista Latinoamericana*, 13(38).
- Lenkersdorf, C. (2006). *Aprender a escuchar*. Ciudad de México: Plaza y Valdés.
- Lenkersdorf, C. (2009). *Filosofar en clave tojolabal*. México DF: Porrúa.
- López, R. (2018). Crítica de la teoría de la información: Integración y fragmentación en el estudio de la comunicación. *Cinta de Moebio*, 3. Recuperado de <https://cintademoebio.uchile.cl/index.php/CDM/article/download/26453/27746>
- Ministerio de Educación. (2014). *Comunicación y lenguajes. Comunicación y educación en comunidad*. La Paz, Bolivia: Ministerio de Educación del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Mejía, M. (2011). *La cosmovisión andina y las categorías quechuas como fundamentos para una filosofía peruana y de América Latina*. Lima: Universitaria.
- Meza, G. (2017). Tambos de filosofías indígenas: La perspectiva de la nosotridad. *Revista de Estudios e Pesquisas sobre as Américas*, 11(2), 109-126. <http://dx.doi.org/10.21057/10.21057/repamv11n2.2017.25711>
- Molina, Y. (2009). La violencia simbólica en el lenguaje. *Almiar*. Recuperado de https://www.margencero.es/articulos/new02/violencia_lenguaje.html
- Púa, F. (2011). *Filosofías amerindias: búsquedas de lo propio en América Latina*. Bogotá, Universidad de San Buenaventura.
- Real Academia Española. (2014). Escuchar. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=GLkff9P>
- Real Academia Española. (2014). Oír. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=QxCw3RS>

Sobrevilla, D. (2008). La filosofía andina del P. Josef Estermann: Quito: Abya-Yala, 1998; 359 pp. *Solar, Revista de Filosofía Iberoamericana*, (4), 231-247. Recuperado de <http://revistasolar.org/wp-content/uploads/2016/04/Solar-4.pdf>

Santos, B. de S. (2003). *Crítica de la razón indolente: Contra el desperdicio de la experiencia*. Bilbao: Desclée de Brouwer.

La vida es un riesgo carnal: los memes como una forma de interpretación de la realidad, opuesta a la de los medios convencionales

Carlo Piérola Soliz

luiscarlo.lc@gmail.com

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 21 de marzo de 2018

Fecha de aprobación: 29 de octubre de 2018

Resumen

Si hay algo nuevo bajo el internet, son los memes. Este fenómeno en constante cambio presenta varias facetas para ser estudiado. El presente trabajo estudió a los memes empezando por aquellos que hablaban sobre tragedias hasta aquellos que tratan sobre la vida cotidiana desde la perspectiva de los usuarios. Combinando métodos cuantitativos (agrupamientos de k medias) y cualitativos (grupos focales en Facebook), se encontró que la preferencia por los memes se da porque presentan un mundo donde todo es motivo de risa y no de riesgo, como ocurre con las noticias. Así, el artículo contribuye a la discusión en la sociología del internet.

Palabras clave

Memes, medios, humor, discurso, internet, consumo.

Life is a risk *carnal*: Memes as a form of interpretation of reality, opposed to the conventional media

Abstract

If there is something new under internet, they are the memes. This phenomena in constant change presents various angles to be studied. The present work studied them, starting from memes that talk about tragedies until the ones that talk about the daily life from the user's perspective. Combining both quantitative and qualitative methods (k media clustering and focus groups in Facebook), we found that a preference for the memes is caused because they present a world where everything can be laughed at, instead of a world of risks, as it happens with the news. Finally, the article contributes to the discussion of internet's sociology.

Key words

Memes, news, humor, discourse, internet, consumerism.

I. Introducción

Cuando un terrorista atropella a trece personas en Barcelona, cuando el huracán más fuerte de la historia, Irma, se dirige hacia Florida, cuando una epidemia como el ébola se extiende por el norte de África, cuando los secuestros de menores sacuden Bolivia y cuando un hombre aparece en un concierto en Las Vegas y asesina a cincuenta y ocho personas (“Diez minutos”, 2017), la gente comienza a hacer memes.

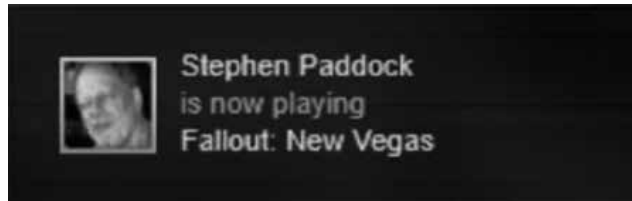
En el caso boliviano, luego del estreno de la película *Muralla*, apareció este meme sobre los secuestros a menores de edad (la temática del film).

Figura 1
“Memes sobre Muralla”



Por ejemplo, no había pasado ni un día del tiroteo en Las Vegas que empezaron a aparecer este tipo de imágenes en Facebook:

Figura 2
“Stephen Paddock está jugando ahora Fallout: Nuevas Vegas”



Fuente: Difficulty II (2017).

Pronto se publicaron más memes, no solo en páginas angloparlantes, sino también en páginas en español:

Figura 3
Meme sobre el tiroteo en Las Vegas



Fuente: Astrolabio Parlante (2017).

¿Y qué hay sobre las tragedias en Latinoamérica? Pues sucede el mismo fenómeno: aparecen memes incluso antes de que los medios alcancen a cubrir e informar sobre el hecho. Sin ir muy lejos, está el ejemplo de México. Al ser el país que más memes busca, según estadísticas de Google¹, no es de extrañar que pocas horas después de haber sufrido su peor terremoto en cien años, los memes inundaran las redes (“No hay que perder”, 2017).

Figura 4
Peña Nieto y el terremoto de México



Fuente: “No hay que perder” (2017).

El resto de países hispanohablantes no se queda atrás: lo mismo sucedió en República Dominicana, luego de que el huracán Irma pasara por el país (“Entre la devastación”, 2017) y en España, luego de los atentados de Barcelona (Hancock, 2017).

Aunque en cada país se hagan estas ilustraciones, burlándose (o jactándose) de ser el único lugar donde se hacen memes sobre tragedias², en realidad este es un fenómeno global en el ámbito de las redes y está lejos de ser un asunto limitado a una nación.

Por ejemplo, durante la aparición del virus del ébola, evento que abarcó desde 2013 hasta 2016, apareció el meme de Ebola-chan (Marcus & Singer, 2017). Este personaje fue creado en Japón, aunque obtuvo un éxito desbordante en

1 <https://trends.google.es/trends/explore?date=2010-01-01%202016-12-31&q=memes>

2 Esto muestra los procesos de referencialidad y resignificación que surgen del fenómeno de los memes.

Estados Unidos (Ebola-chan, 2014), lo cual prueba la globalización del fenómeno de los memes sobre tragedias:

Figura 5

“Has sido visitado por Ebola-chan de la peste y la muerte. Dolor agudo y muerte vendrán a ti a menos que postes un “TE AMO EBOLA-CHAN!” en esta cadena”



Fuente: Ebola-chan (2014).

Sin embargo, esto no siempre fue así. A continuación, se presentarán los antecedentes del fenómeno que se pretende estudiar.

II. Antecedentes

Los memes (tanto aquellos sobre tragedias como cualquier otro) comenzaron siendo compartidos solo por correo electrónico al no existir redes sociales con un alcance mayor.

De hecho, se puede rastrear el origen de este tipo de contenido *online* al atentado del 11 de septiembre de 2001. La investigadora Giseline Kuipers estudió estos primeros memes sobre tragedias: “Las primeras bromas consistían principalmente en fotos, enviadas por *email* o recolectadas en sitios web, en vez de las bromas tradicionales transmitidas oralmente” (Kuipers, 2002, p. 451).

Aunque Kuipers nunca llamó memes a estas imágenes, es claro que entran dentro de esta categoría al ser un grupo de contenidos digitales que comparten

características similares, que han sido puestos en circulación, y son imitados y transformados vía internet por muchos usuarios (Shifman, 2014, p. 41).

Los memes, empero, no fueron pioneros en vehicular bromas sobre desastres y tragedias. El estudio del humor sobre desastres se remonta a investigaciones realizadas hace varias décadas, como las de Dundes (1987), Morrow (1987) y Oring (1987), y también elaboradas en años más recientes: Ellis (2001), Davies (2010), Phillips (2011) y Marcus y Singer (2017). En común estas investigaciones hallan que estas bromas provocan tanto rabia como entretenimiento al ser compartidas. Son ofensivas –lo que en nuestro medio se le llama “humor negro”– y al mismo tiempo son altamente populares.

Queda entonces preguntarse, ¿por qué los usuarios hacen y comparten estos memes sobre temas tan delicados? Al buscar respuestas a esta interrogante, se encontraron diversas explicaciones sobre por qué se consume el discurso propuesto por estas imágenes.

Por un lado, los análisis de Kuipers (2002), Oring (1987), Marcus y Singer (2017) y otros, que se centraron en los creadores de este tipo de bromas, sugieren que los chistes sobre desastres son una respuesta al discurso mediático, el cual trata de decirles a los usuarios cómo sentirse.

Otra corriente, que buscó agrupar a consumidores y a productores de este tipo de discurso, afirma que las bromas sobre desastres son medios para ayudar a la gente a recuperarse del impacto de una catástrofe (Carr & Greeves, 2006; Cruz, 2017).

Desde ya, esta última explicación es la más popular, en el sentido de que las personas recurren a ella para justificar las bromas sobre desastres. Sin embargo, es al mismo tiempo la que tiene de su lado a más comentaristas de periódicos, como es el caso de Cruz (2017), que de científicos.

Entonces, podemos resumir las tres explicaciones sobre los memes de desastres: una, de rebelión contra el discurso mediático; otra, de recuperación del impacto de un evento trágico; y la tercera, de preferencia.

Con base en estos antecedentes, se procedió a definir una hipótesis inicial, así como las preguntas y objetivos de la investigación.

III. Hipótesis, preguntas y objetivos de la investigación

La presente investigación partió con la siguiente hipótesis inicial: el consumo de memes sobre tragedias se produce como una muestra de rebeldía de los usuarios frente a un discurso prefabricado por los medios tradicionales que difunden notas periodísticas a través de internet.

A diferencia de Kuipers (2005), Orign (1987), Davies (2010) y Marcus y Singer (2017), que buscaron analizar a quienes producen las bromas de internet o a quienes las consumen de manera preferencial sobre otros contenidos, en esta investigación se analizó a los usuarios consumidores de internet en general. Sin embargo, sí se partió de la premisa descubierta por trabajos anteriores: que hay una oposición discursiva a las noticias o a los medios.

Asimismo, se estudió a los memes desde lo micro (ilustraciones relativas a desastres) hacia lo macro (las ilustraciones en general) en el contexto local, es decir, en los jóvenes universitarios de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, ubicada en la ciudad de La Paz.

Las preguntas de investigación son las siguientes:

- ¿Cuál discurso se consume más en internet: el de los memes o el de las noticias publicadas en línea?
- ¿Por qué existe esta preferencia?
- ¿Cuál de los tres tipos de relaciones para explicar el consumo de memes sobre desastres tiene mayor validez científica y se puede aplicar al consumo de memes en general?

Con base en estas preguntas, los objetivos de investigación son los siguientes:

- Determinar el discurso que los usuarios prefieren consumir entre memes y noticias.
- Determinar el tipo de relación que existe entre el discurso mediático y el discurso de los memes.
- Explicar los motivos que tienen los usuarios –no afectados por tragedias publicadas en noticias en línea– para preferir ya sea el discurso de los memes o de las noticias por encima del otro.

No solo porque los memes han evolucionado, desde ser las bromas apenas en construcción que estudió Kuipers (de hecho, en el *paper* de Davies, 2010, se llama “artistas” a los creadores de los memes y “bromas visuales” a estos últimos) hasta tener un nombre propio y llegar a nuevos espacios y niveles de difusión.

De hecho, el fenómeno de los memes tiene “un potencial comunicativo, cuyo sentido es compartido únicamente por aquellos que los han incorporado dentro de sus bagajes simbólicos” (Pérez, Aguilar & Guillermo, 2014, p. 81), y cuenta con un discurso significativo (Nowak, 2016) que, como se verá más adelante, puede rivalizar incluso con estructuras más “fuertes” como la mediática tradicional.

La investigación pretende contribuir al debate académico sobre el fenómeno global de los memes, más específicamente a una sociología del internet, y aportar evidencia empírica sobre la relación entre memes y medios.

El presente trabajo se desarrolló de la siguiente manera:

Primero, de los varios abordajes teóricos, algunos más aptos que otros, se ha realizado un análisis crítico para seleccionar el apropiado, al ser este un fenómeno nuevo.

En la segunda parte se observó cómo se construye el discurso de los medios en torno a los desastres, una perspectiva caracterizada por la sensación de riesgo. Se consideró necesario utilizar el concepto de sensación de riesgo propuesto por Ulrich Beck (1992) para nombrar la tendencia de pensar en una modernidad caracterizada por un sentimiento creciente de la omnipresencia del terrorismo, las epidemias, el crimen y la crisis ambiental.

Acto seguido, se describe la metodología aplicada, la recolección de datos junto con las respuestas a nuestras preguntas de investigación. Finalmente, en las conclusiones, se hace un resumen de los hallazgos del trabajo, así como unas cuantas recomendaciones.

IV. Aproximaciones teóricas para explicar los memes

Para empezar, no se puede hablar de memes sin hablar de internet. La etnógrafa Christine Hine (2015) sugiere que el internet puede ser visto de dos maneras: como un sitio cultural donde la gente realiza actividades, y la segunda, como un artefacto cultural que se ha hecho significativo en otros contextos.

¿Cuál de estas opciones se debería escoger? Claramente el enfoque debe ser el que concibe al internet como el sitio donde se realizan actividades, en este caso, el consumo de memes (sería perjudicial si se estudia tanto al internet como a los memes como artefactos culturales ya que eso ampliaría demasiado el foco de la investigación).

Es necesario entender que el internet es donde se han formado relaciones sociales de diversas comunidades (Hine, 2015) y que, por lo tanto, ya es un espacio donde se dan fenómenos que le son propios.

De la misma manera, se justifica a los memes como artefactos culturales porque son “un aspecto del mundo material con uso recordado” (Martos & Martos, 2014). Son parte del mundo material porque existen fuera de nosotros mismos. Pero, ¿qué tipo de artefactos son? Depende de a quién se haga esa pregunta.

IV.1. La memética

En el caso de los memes el término apareció antes del fenómeno. La memética, una teoría científica en la que aparece la palabra en cuestión, surgió en 1976 con el biólogo Richard Dawkins. Este creó el término meme para equipararlo con los genes: mientras estos transmiten códigos genéticos, aquellos pasan códigos culturales (Dawkins, 1976).

Unos años después, los usuarios de internet le robaron la palabra a Dawkins para nombrar al contenido que estaban produciendo (Basulto, 2016), evitando así llamarlo “broma visual”. Entonces, casi lógicamente, los académicos comenzaron a utilizar la “memética” para explicar los memes.

Así, surgieron definiciones desde la memética. Por ejemplo, es “una unidad cultural, un producto cultural atómico que es usado para construir organismos culturales más grandes y complejos” (Coscia, 2014, párr. 1).

Desde ya se puede ver un problema con la definición, ya advertido por la investigadora Limor Shiffman (2014): un meme podría ser, entonces, casi cualquier artefacto cultural, incluso aquellos que no están en internet o aquellos que los usuarios no definirían como “meme”. Es una equivocación común tener como definición de meme a un concepto que ha surgido antes que el mismo fenómeno. En suma, es un problema ontológico.

Bajo esta teoría, se realizaron estudios que se enfocaban en el meme en sí mismo, independientemente de los usuarios involucrados y de las redes donde se encontraban. Por ejemplo, el investigador Michele Coscia descubrió que la similitud entre memes tenía una relación proporcional inversa con su éxito (2014), así como que existen plantillas que compiten por el éxito entre los usuarios (Coscia, 2013).

Aparte de Coscia, numerosas investigaciones se basan en los postulados de esta teoría para estudiar a los memes: Castañeda (2015); Knobel y Lankshear (2007); Pérez, Aguilar y Guillermo (2014) y Zayas (2017), por mencionar unos cuantos.

Sin embargo, es posible afirmar que la memética falla en explicar el fenómeno global de los memes más allá de sus unidades específicas. Por tanto, debe ser abandonada. Un segundo problema, aparte del ontológico, es el metodológico.

El problema metodológico de la memética es que desconoce a los actores sociales al afirmar que “la cultura es dirigida por principios evolutivos, donde la información es seleccionada, reproducida y mutada utilizando a las personas como medio para hacerlo” (Díaz, 2012, p. 5).

Esto niega que los usuarios son los que codifican y comparten los memes a partir de sus propios marcos de referencia de conocimiento, sus relaciones de producción y su infraestructura técnica (Nowak, 2016).

Por esto, es necesaria una aproximación más global a los memes. Hay que enfocarse menos en los que es un meme por y en sí mismo y más en las redes de representación y significación que tiene con los usuarios, con los que tiene una base de signos y significados compartidos.

Así, los memes no se limitan a una imagen o video en una red, sino que se integran a comportamientos y fenómenos estudiados por la sociología, previos al mismo internet. El enfoque de la sociología del humor es prueba de esto.

IV.2. Sociología del humor

Ya Davies, (2010), Dundes (1987), Morrow (1987) y Oring (1987) estudiaron las bromas sobre desastres (“sick jokes”, en inglés) previamente a la aparición de bromas *online* (Ellis, 2001; Kuipers, 2005; Marcus & Singer, 2017; Phillips, 2011).

Por esto, la característica de este enfoque es abordar a los memes a partir de su contenido humorístico y su relación con los actores sociales.

Como un antecedente, los hallazgos de Elliott Oring (1987) sugieren que el auge de las bromas sobre el desastre de la nave Challenger estaba relacionado con la cobertura mediática de este evento ocurrido en 1986.

Giselinde Kuipers (2005) siguió la misma línea de investigación y afirmó que los memes sobre los atentados del 11 de septiembre de 2001 no pueden ser entendidos como medios para lidiar con el sufrimiento. En vez de eso afirma:

Son un comentario del tono serio y quejumbroso del discurso público y de la cultura mediática en torno a los eventos del 9/11, y es una forma para que los bromistas, por una variedad de razones, se separen de esa respuesta obligatoria. (Kuipers, 2005, p. 70).

Asimismo, Davies (2010) afirmó que “cuando las personas son sermoneadas incesantemente, responden haciendo bromas que violan las convenciones aleccionadoras impuestas en ellos” y que la “evidencia más fuerte es que este tipo de bromas no existían antes de la televisión” (p. 18).

De acuerdo con Oring, los medios tratan de prescribir las reacciones de la audiencia, forzando sentimientos de queja y lamento en ellos, discutiendo y mostrando abiertamente lo que es usualmente considerado un sufrimiento indecible; así, las bromas de desastre son una rebelión contra el discurso del desastre (1987).

Uno de los últimos estudios en esta línea es el que trató sobre el meme Ebola-chan. Se encontró que “compartir su imagen puede servir como una forma de violencia o rebeldía contra el sobresalto de los medios sobre una tragedia indecible” (Marcus & Singer, 2017).

Ambas investigadoras agregaron que uno de los motivos por el que los usuarios desean distanciarse del discurso mediático es porque ellos “necesitan familiarizarse, o incluso, en algún nivel, **volver atractivo** algo que es tan amenazador [...] pero que parece lejano y sumamente abstracto”³ (Marcus & Singer, 2017, p. 351).

3 Negrillas de las autoras

La presente investigación sigue líneas similares, solo que se centra en los consumidores en general. Es decir, en el usuario que no necesariamente busca memes sobre desastres. Al igual que el trabajo de Marcus y Singer, trata al meme con sus características propias, separado de otro tipo de humor.

Así, ahora se buscan otros enfoques que complementen a la sociología del humor, pues esta no tiene una definición propia sobre qué es un meme, siendo su mirada más metodológica.

IV.3. Stuart Hall, Charles Pierce, Michele Knobel y Colin Lankshear

Aunque Hall no vivió para ver a los memes, el investigador Jakub Nowak utilizó su modelo para estudiar este fenómeno como discurso significativo. Esta visión puede ser definida de la siguiente manera:

El discurso significativo de un programa mediático significa tomar en cuenta tanto la economía política de los medios como las preferencias individuales de la gente con sus contextos sociales/políticos/económicos. (Nowak, 2016, p. 80).

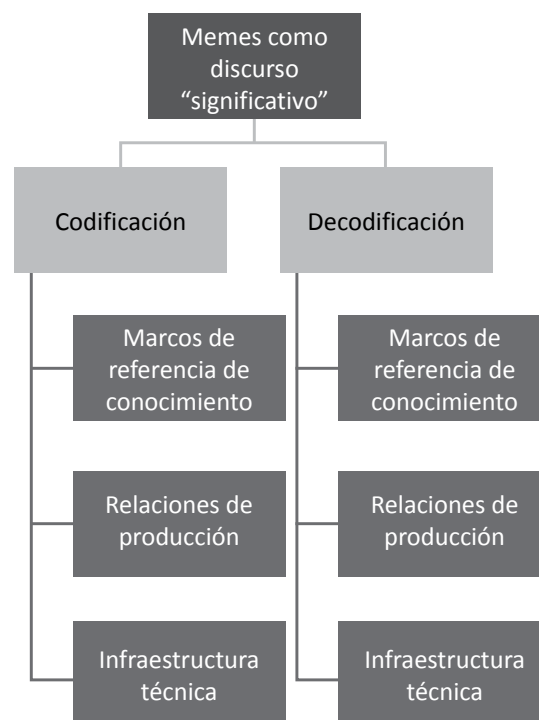
Nowak analizó a una serie de memes al azar para testear el modelo de Hall, analizando memes que utilizan la plantilla “Winter is Coming”:

Figura 6
“Prepárense, el invierno está viniendo”



El polaco fundamenta la elección de Hall para explicar los memes en que “desde la perspectiva más amplia de los estudios culturales, compartir memes es una práctica social significativa de redistribución de textos culturales que pueden reproducir y/o cuestionar las ideologías dominantes” (Nowak, 2016, p. 78).

Figura 7
Memes como discurso significativo



Fuente: adaptado de Nowak (2016) y Hall (1999).

¿Cuál es la definición que tiene Nowak sobre los memes? Los define como “contenido observable audiovisual, tal como imágenes; por ejemplo, capturas de pantalla de películas o videos musicales, fotos publicadas por los usuarios de sitios web de redes sociales y mucho más” (Nowak, 2016, p. 74).

Ahora se abordará a Charles Pierce. Recordemos que al inicio de este texto se mencionó a memes que trataban sobre otros memes. Pues la teoría de Pierce sirve para explicar esa dinámica.

En una investigación sobre el Harlem Shake como meme, los autores afirmaron que “el enfoque de Pierce resulta más pertinente en función de nuestro objeto

de estudio, dada la teoría general que rodea su concepción del signo” (Pérez, Aguilar & Guillermo, 2014, p. 82).

Durante el estudio, se buscó analizar el “interpretamen”⁴ de los usuarios con respecto al meme del Harlem Shake (un meme viral que consistió en videos donde un personaje disruptivo entraba a bailar la canción “Harlem Shake” a un entorno “regular”, donde luego de cierta parte todos los integrantes se descontrolaban y comenzaban a bailar). Así, se aseguró encontrar lo que este meme representaba más allá de lo que era. De acuerdo con los resultados de la investigación, se encontró que realizar este meme implicaba una *interpretamen* expresión colectiva lúdica y un sentimiento identitario grupal (Pérez, Aguilar & Guillermo, 2014).

Otra ventaja de estudiar a los memes con base en Pierce es el concepto de “semiosis infinita”. Como una propiedad de los memes es fungir como unidades semánticas que evocan los significados a los que hacen referencia (González, 2017), entonces, son ejemplos perfectos para lo que Pierce denominaba “semiosis infinita”, pues define “el signo no en relación con el significado de la cosa, sino remitiéndolo a otro signo [...] porque el interpretante de una cosa se convierte a su vez en un signo y así *ad infinitum*” (Zecchetto, 2006, p. 95).

Así, podemos afirmar que los memes son unidades semánticas que poseen una serie de signos (referencias a un bagaje cultural de un grupo social específico) que han sido entrelazados para ser resignificados nuevamente con un nuevo sentido principal. Este sentido principal puede tener otras interpretaciones, como también será susceptible a otra semiosis en otro meme.

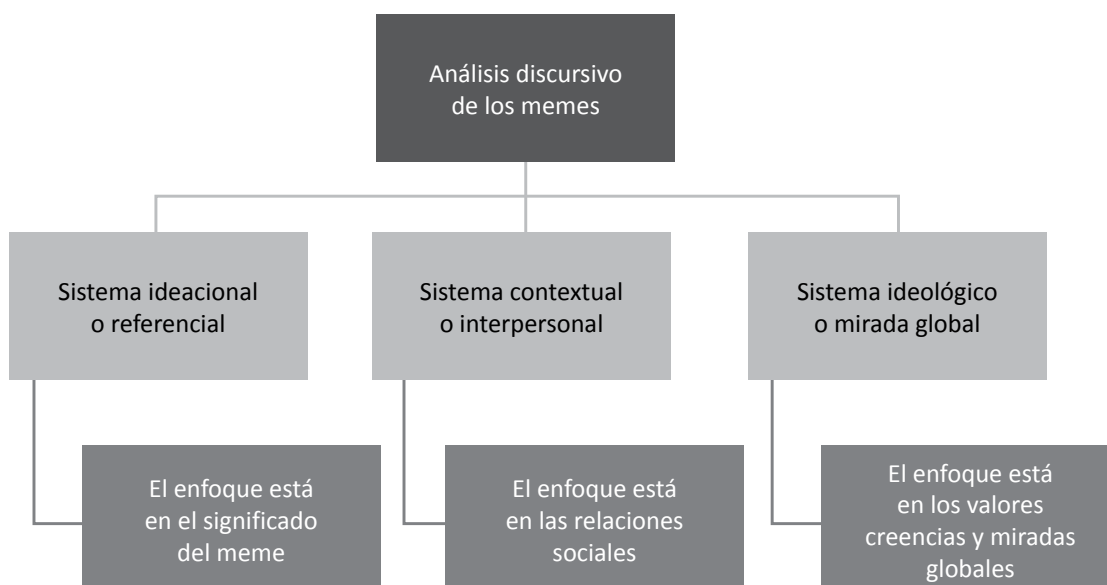
Solo queda tocar la perspectiva de Michele Knobel y Colin Lankshear (2007). Ambos sugieren aproximarse a los memes como una manera de *Alfabetismo* (este término es distinto al alfabetismo con a minúscula):

Alfabetismo, con una A mayúscula, se refiere a crear significado en maneras que están enlazadas directamente con la vida y con el ser en el mundo (cf. Freire 1972, Street, 1984). [...]. Las prácticas de Alfabetismo con A mayúscula asociadas con memear involucran el crear significado, la creación de significado social y la creación de identidad en el mundo de cada uno. [...]

También involucran a las personas en decidir cómo elegirán leer o interpretar un meme y el giro que le darán mientras lo pasan a otros (Knobel & Lankshear, 2007, p. 219).

Con base en esta concepción, se puede resumir de la siguiente manera la postura de ambos investigadores (que se basaron también en el modelo de los espacios de afinidad de James Gee):

Figura 8
Análisis discursivo de los memes



Fuente: adaptado de Knobel y Lankshear (2007).

Aunque Knobel y Lankshear se adscriben al concepto de meme con una perspectiva similar a la de Richard Dawkins, este tercer enfoque es sumamente útil metodológicamente para entender cómo un meme se relaciona con los usuarios por su vinculación con la teoría de Pierce y con la etnografía de Hine sobre internet y sus usuarios, mencionadas anteriormente. Esto es algo ligeramente irónico, dada la objetivación de los usuarios por parte de la memética, donde estos no tienen agencia, sino son vehículos culturales, entendiendo a la agencia como la capacidad que posee una persona para actuar en un mundo.

Un último paso antes de continuar es terminar de definir algunos términos.

V. Definiciones necesarias

Para definir lo que es un meme, inicialmente, se utilizaron los parámetros marcados por Shifman (2014), Pérez Aguilar y Guillermo (2014), Marcus y Singer (2017) y Laineste y Voolaid (2017).

Meme: Es un (a) artefacto/texto cultural (b) propio de internet (c) que posee múltiples signos multimedia (d) reunidos de manera intertextual, que (e) fue creado de manera multiparticipante (f) con el conocimiento de otros memes, (g) siendo transformado, circulado y/o imitado por uno o varios usuarios.

En segundo lugar, definiremos plantilla, es decir, la base sobre la cual se crea un meme. La comunidad académica no ha definido claramente lo que es una plantilla, lo cual podría atribuirse a que la mayoría de los investigadores no son nativos de internet.

Plantilla: (a) artefacto propio de la cultura popular, (b) reconocido por una comunidad online, (c) que sirve como base para ser re-significado con otros artefactos culturales para formar un meme. Ejemplo de plantillas son las que surgen de los videos del *youtuber* Luisito Comunica:

Figura 9
Plantillas de Luisito Comunica



Nótese que el espacio blanco está para que el usuario "mezcle" la plantilla con un texto.⁵

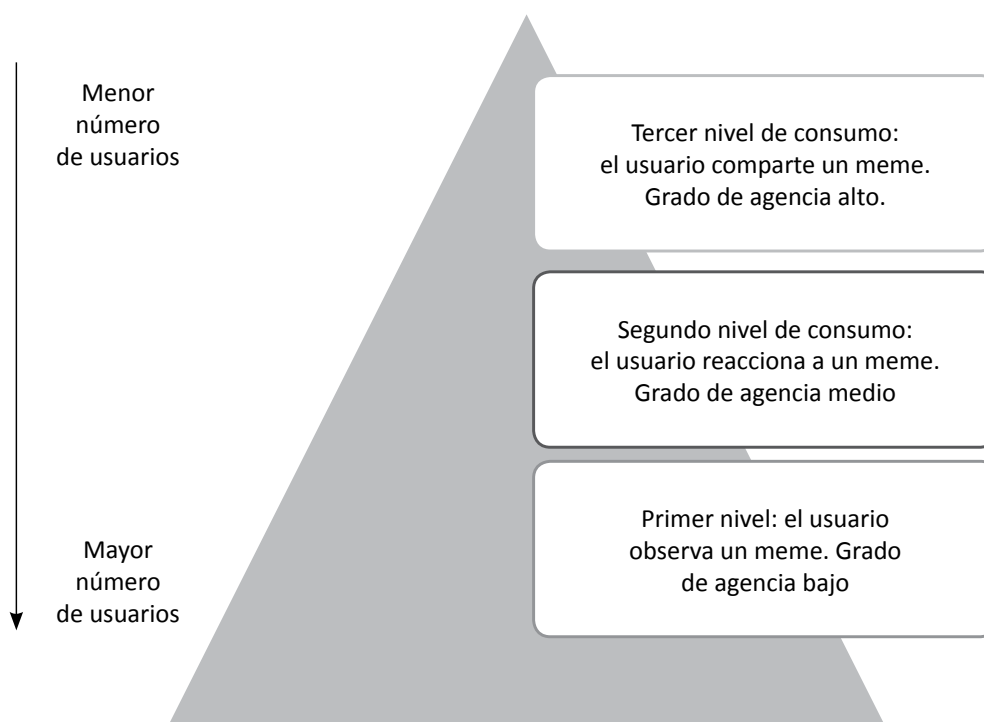
Consumo: Se definieron tres niveles de consumo de internet:

⁵ https://www.google.co.kr/search?q=plantillas+de+memes+luisito+comunica&client=firefox-b-ab&dcr=0&source=Inms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi53eT21tLZAhXCXLwKHfGQDeIQ_AUICigB&biw=1536&bih=752

El primer nivel consiste en apenas mirar un meme (sin sentido de agencia), mientras que el segundo consiste en reaccionar a este (mediante un me gusta, me divierte, me enoja, me encanta, me entristece o me asombra, en Facebook, con un grado leve de agencia). Por último, el tercer nivel y el que tiene mayor grado de agencia sería compartir un meme.

Estos niveles han sido determinados con base en estudios de consumo de internet (García, Jiménez & García, 2013; López, 2014).

Figura 10
Niveles de consumo de memes en Facebook



Fuente: elaboración propia.

Empíricamente, se puede demostrar esto mediante el funcionamiento de las páginas productoras de contenido en Facebook, incluidas las de memes. El alcance, es decir, cuántas personas ven un meme siempre es más alto que la suma de las reacciones, que siempre es más alto que el número de veces que se ha compartido la publicación.

La imagen presentada a continuación verifica lo anteriormente afirmado:

Figura 11
Demostración de los niveles de consumo en la publicación en Facebook de un meme

8.232 Personas alcanzadas		
440 Reacciones, comentarios y veces que se compartió <i>i</i>		
164 👍 Me gusta	63 En publicación	101 En contenido compartido
34 😊 Me encanta	10 En publicación	24 En contenido compartido
145 😄 Me divierte	51 En publicación	94 En contenido compartido
2 😱 Me asombra	0 En publicación	2 En contenido compartido
8 😞 Me entristece	3 En publicación	5 En contenido compartido
1 😡 Me enoja	0 En publicación	1 En contenido compartido
32 Comentarios	9 En publicación	23 En contenido compartido
55 Veces que se compartió	53 En publicación	2 En contenido compartido

Fuente: Facebook (2018).

VI. Metodología

¿Cuál es la mejor manera de probar la hipótesis planteada? Se consideró que previamente a definir la herramienta metodológica es necesario partir de una base epistemológica lo más científica posible. Esta base fue el falsacionismo,

postura que afirma que “el testeo de teorías debe orientarse más a tratar de falsarlas que a confirmarlas” (Loayza & Peres-Cajías, 2016, p. 56).

El siguiente paso fue desarrollar el instrumento metodológico. En primer lugar, se buscó seleccionar un grupo de memes cuyos ejes de agrupación fueran temáticas relacionadas con el riesgo. La selección aspiró a ser lo menos subjetiva posible.

En segundo lugar, se estudió a los memes en su ambiente social, es decir, en conjunto con los usuarios que interactúan con ellos, y se comparó su percepción con la de las noticias difundidas en línea. Así se intenta descubrir si existe una preferencia de discurso y una explicación a esta preferencia.

VI.1. Selección de memes

Mediante un equipo, se seleccionaron memes entre el 19 de septiembre de 2017 y el 19 de noviembre del mismo año para generar un universo.

La temática del meme seleccionado debía girar en torno a un “riesgo”, siguiendo la teoría de Beck (1992). Es decir, sobre la guerra, el terrorismo, desastres naturales, epidemias, crisis económica, crimen, etc. Para reducir el sesgo humano, se utilizó el análisis de datos multivariante para formar conglomerados de memes lo más homogéneos entre ellos.

Esta metodología fue aplicada por la investigadora Laura Siri (2016) para estudiar los memes relativos al caso del exagente de la NSA, Edward Snowden. En resumen, podemos describir el método de la siguiente manera:

1. Se asigna a cada elemento del universo una serie de etiquetas (Siri, 2016). Gracias a los nuevos conceptos incluidos en nuestro trabajo, se asignará una etiqueta con base en el riesgo del cual se habla (ejemplo: guerra) y otra etiqueta con base en la plantilla que se utiliza (ejemplo: plantillas de Bob Esponja).
2. Se crea una tabla con el conjunto de etiquetas, más el texto de cada meme del universo.
3. Se hizo una clasificación sin supervisión de los memes obtenidos en el punto 2 aplicando la técnica de K-medias a la matriz que resulta de “reflejar cada palabra presente en algún texto en las columnas y cada

texto en las filas. Esta matriz tenía un uno si la palabra de la columna pertenecía al texto de la fila y un cero en otro caso. Se eligió hacer doce agrupamientos” (Siri, 2016, p. 23).

4. “Una vez determinados los conglomerados se eligió el elemento que estuviera a menos distancia del *centroide* (es decir, elemento central) correspondiente como representativo del grupo” (Siri, 2016, p. 23).

VI.2. Grupos focales

El objetivo final de estos grupos focales fue analizar y “obtener datos de investigación”, que los mismos integrantes brindaron y reconstruyeron al interactuar con sus pares. Además, aportar la realidad que viven en su propio contexto social frente a los memes de “humor negro” y las noticias. Así, estas pequeñas asociaciones de personas, formadas por el grupo de investigación, proporcionaron información que respondió a las preguntas de investigación.

VI.3. Selección de personas

La selección de las personas que conformaron estas agrupaciones no se realizó con criterios de calidad. Sin embargo, una vez reunidas las personas seleccionadas, fue necesario distribuir a las personas que formaron grupos específicos bajo ciertos tipos de criterios.

Inicialmente, fue necesario saber “el nombre, la edad, la profesión⁶ y los intereses personales” (Gonzales, 2017, p. 28) para saber el contexto social en el que habitualmente se encuentran las personas.

De este modo, se llegó a identificar qué grupos de un mismo interés comparten o decodifican los memes de “humor negro” como una contradicción al discurso mediático o como un medio de recuperación del impacto (los memes son entendidos e interpretados de una manera correcta solo en grupos sociales definidos).

Sin embargo, podría darse también que el conjunto de grupos se exprese o dé lugar a las mismas conclusiones y datos. Es decir, que responden o reaccionan a los memes (o a las noticias) de maneras similares.

⁶ Carrera que estudian, en el caso de la presente investigación.

“Shifman es una de las autoras que defiende la importancia de que los memes se compartan en subculturas específicas; ella, como se ha explicado anteriormente, defiende el sentido de pertenencia que va ligado a los memes”, por lo que, “el éxito de los memes tiene también que ver con los espacios de afinidad articulados en torno a estas formas simbólicas” (Gonzales, 2017, p. 12).

Considerando todo lo dicho anteriormente, uno de los criterios que se tomó en cuenta para la distribución de personas en grupos focales específicos fue el común denominador de un contexto. Así, se eligió a usuarios universitarios de Facebook, cuyos contactos o él/ella mismo compartieran memes de cualquier tipo.

Otra medida que se tomó en cuenta es que en estos grupos se colocó en un mismo grupo a los participantes, aun cuando tuvieran los mismos intereses, con personas que ellos no conocían, ya que se podría correr el riesgo de estudiar un solo sentido construido de un solo grupo social ya existente.

Así se evitó este problema, al reunirlos entre personas con las que no comparten ningún vínculo social; “de hecho, el éxito del mensaje está supeditado al reconocimiento del sentido que le den los usuarios” (Martínez, como se citó en Gonzales, 2017, p. 13).

VI.4. Preguntas a realizarse

El penúltimo paso para recolectar datos fue organizar las preguntas para los grupos focales de acuerdo con el modelo propuesto de Knobel y Lankshear (2007) y Gonzales (2017). Estas preguntas fueron testeadas en inmersiones iniciales en el campo.

VI.5. Métodos de reducción y análisis de datos

La reducción de datos se hizo a través de la construcción de categorías de análisis a posteriori. El instrumento consistió en construir unidades que puedan ser analizadas en categorías con base en temas y patrones claves (Loayza & Peres-Cajías, 2016). La siguiente tabla fue utilizada para la reducción de datos y la creación de las preguntas a los grupos focales bajo los parámetros de Knobel y Lankshear (2007):

Tabla 1
Análisis discursivo de los memes

Sistema referencial/ ideacional (el enfoque se ubicará en el significado del meme vs. el de la noticia)	Sistema contextual o interpersonal (este enfoque está en las relaciones sociales donde se incluye a los memes vs. las noticias)	Sistema ideológico o visión global (el enfoque se ubicará en valores, creencias, modos de ver el mundo de los memes vs. las noticias)
¿Qué idea o información está transmitiendo este meme? ¿Cómo sabemos esto?	¿Dónde se coloca este meme con respecto a la relación que implica o invoca entre personas infectadas por este meme? ¿Qué nos dice esto?	¿Qué temas, ideas o posiciones más profundas o grandes son transmitidos por este meme?
¿Cómo es transmitida esta idea o información?	¿Qué nos dice el meme acerca de los tipos de contextos en los cuales este demuestra ser contagioso y replicable?	¿Qué nos dicen estos temas, ideas y posiciones acerca de los diferentes grupos sociales?
¿Qué significa o cuál es su significación (en este espacio, para ciertas personas, en este punto particular del tiempo)? ¿Cómo lo sabemos?	¿Qué parece asumir este meme acerca del conocimiento y la verdad dentro de este contexto particular?	¿Qué nos dicen estos memes acerca del mundo o acerca de una versión particular del mundo?

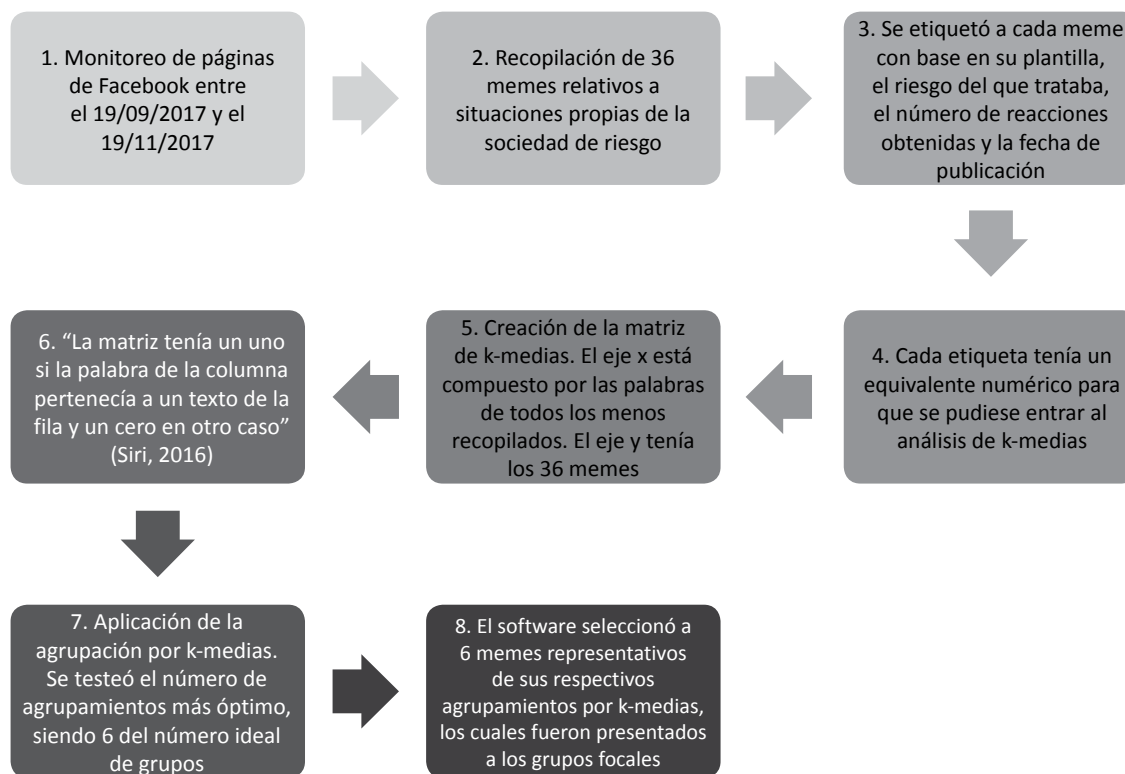
Fuente: adaptada de Knobel y Lankshear (2015).

VII. Aplicación del instrumento metodológico

VII.1. Selección de memes

Como se mencionó, realizamos una selección de memes similar a la investigación de Laura Siri (2016). Para explicar el procedimiento, presentamos el siguiente diagrama de flujo:

Figura 12
Proceso de selección de memes



Fuente: elaboración propia.

VII.2. Grupos focales

VII.2.1. Inmersión inicial

Dentro de la sociología del internet, se debe distinguir entre dos campos distintos, pero que se interrelacionan. Para lograr hacer los grupos focales en un contexto digital como es Facebook, hay que aproximarse al usuario en "el mundo real", en este caso, en el campus de la universidad.

La inmersión en el contexto digital se dio conjuntamente con el monitoreo de páginas (19/08/2017-19/11/2017), mientras que la inmersión en el contexto de la universidad se dio el 30/11/2017 con un grupo focal de 16 personas de la materia Interacción Cultural de la universidad para cumplir los siguientes objetivos:

- Definir los gatekeepers (Green & Thorogood, como se citó en Hernández Sampieri, Collado & Lucio, 2014) del contexto universitario (mundo real). En este caso son los docentes, que legitiman la labor investigativa dentro de su aula. La prueba de esto se dio cuando se intentó reclutar voluntarios por medio de una lista generada aleatoriamente por el sistema de la UCB. De 100 convocados, solo tres respondieron algunas de las preguntas del grupo focal. En cambio, cuando un docente solicitaba el concurso de sus estudiantes, estos participaban activamente (como ocurrió en la primera inmersión).
- Elaborar una historia o guion sobre la investigación (Hernández Sampieri, Collado & Lucio, 2010).
- Se realizó el proceso de adquisición del “punto de vista interno de los participantes respecto a cuestiones que se vinculan con el planteamiento del problema [...] detectar procesos sociales fundamentales en el ambiente [...] tomar notas y empezar a generar datos en forma de apuntes...” (Hernández Sampieri, Collado & Lucio, 2010).

Esta inmersión inicial permitió afinar la hipótesis de investigación, pues demostró la existencia de una preferencia de discurso de los memes sobre las noticias más que una resistencia hacia estas.

VII.2.2. Selección de personas

Para la selección de personas de los grupos focales se siguió el siguiente procedimiento:

- Se consiguió una lista de 100 estudiantes generada aleatoriamente por el sistema académico de la universidad.
- Se comparó la diversidad de semestres y carreras de la lista con las de los cursos de materias religiosas. Estas materias son obligatorias en la Universidad Católica Boliviana (UCB) y cuentan con la ventaja de tener estudiantes de todas las carreras y semestres. Siendo así, se juzgó que la diversidad era similar en la materia de Cristología. Una vez seleccionados los paralelos correspondientes, se trabajó con dos grupos, uno de 13 personas y otro de 17.
- Se comprobó que los usuarios compartiesen el contexto de Facebook y conociesen lo que son los memes.

- Una vez que se mostraron los memes y se respondió a las preguntas, se pasó a la reducción de datos.

VII.2.3. Reducción de datos

Se utilizó el *software* Atlas.ti para categorizar el texto de los comentarios obtenidos por los grupos focales. Primero se clasificaron las respuestas con códigos referentes enmarcados en la siguiente tabla, en la que se modificaron las preguntas iniciales de Knobel y Lankshear para dejar ver la visión de los usuarios por encima de la de los investigadores.

Tabla 2
Categorías a posteriori (memes)

Sistema referencial/ideacional	
¿Qué idea o información consideran los usuarios que está transmitiendo el meme?	Mención positiva El usuario se refiere al sistema referencial identificándose con el sentido del meme o validando su postura. Utiliza palabras como “me hace reír”, “me distrae”, etc.
¿Qué elementos mencionan los usuarios para aprehender el sentido del meme?	Mención indiferente El usuario se refiere al sistema referencial de manera neutra o relativizante. Utiliza palabras como “depende de cada persona”, “no me importa”, etc.
¿Qué significa el meme para los jóvenes universitarios de la UCB La Paz entre 18 y 25 años que utilizan Facebook?	Mención negativa El usuario se refiere al sistema referencial como atacándolo o estando en desacuerdo con este. Utiliza palabras como “es ofensivo”, “malo”, “irrespetuoso”, etc.
Sistema contextual o interpersonal	
¿Dónde colocan los usuarios este meme en la relación que tiene con las personas que lo consumen?	Mención positiva El usuario se refiere al sistema contextual identificándose con el contexto al cual se dirige el meme o validando el grupo en el cual se consume. Utiliza palabras como “son personas divertidas”, “les gustaría a mis amigos”, “entienden los memes”.
¿Qué nos dicen los usuarios sobre los contextos donde este meme demuestra ser contagioso y replicable?	Mención indiferente El usuario se refiere al sistema contextual de manera neutra o relativizante. Utiliza palabras como “no sé qué les gustaría”, “a algunos les gustaría a otros les ofendería”, etc.

¿Qué ideas perciben los usuarios por parte del meme acerca del conocimiento y la verdad en el contexto donde se encuentra?	Mención negativa El usuario se refiere al sistema contextual atacándolo o discrepando con quienes se encuentran en el grupo social que consume el meme. Utiliza palabras como “todos lo considerarían ofensivo”, “quienes comparten estos memes son insensibles”, etc.
Sistema ideológico o visión global	
¿Qué temas, ideas o posiciones más profundas o grandes son transmitidos por los memes de acuerdo con los usuarios?	Mención positiva El usuario se refiere al sistema ideológico identificándose con la visión del mundo de los memes o reflejando una preferencia por esa visión. Utiliza palabras como “es bueno distraerse”, “ven al mundo con humor”, “me distraen de los problemas”, etc.
En la percepción de los usuarios, ¿cuál es discurso que tienen los memes en los temas que tocan?	Mención indiferente El usuario se refiere al sistema ideológico de manera neutra o relativizante. Utiliza palabras como “no los veo tan a menudo”, “no les veo la gracia”, etc.
¿Cómo los usuarios ven al mundo de los memes?	Mención negativa El usuario se refiere al sistema ideológico atacándolo o rechazándolo, o expresando su desacuerdo con quienes están de acuerdo con este, ya sea en la producción o consumo de los memes. Utilizan palabras como “no se toman la vida en serio”, “hay cosas sobre las que no hay que bromear”, “prefiero las noticias”, etc.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3
Categorías a posteriori (noticias)

Sistema referencial/ideacional	
¿Qué idea o información consideran los usuarios que están transmitiendo las noticias?	Mención positiva El usuario se refiere al sistema referencial identificándose con el sentido de las noticias o validando su postura. Utiliza palabras como “me informan”, “me transmiten lo que necesito saber”, etc.
¿Qué elementos mencionan los usuarios para aprehender el sentido de las noticias?	Mención indiferente El usuario se refiere al sistema referencial de manera neutra o relativizante. Utiliza palabras como “depende de cada persona”, “no me importa”, etc.

¿Qué significan las noticias para los jóvenes universitarios de la UCB La Paz entre 18 y 25 años que utilizan Facebook?	Mención negativa El usuario se refiere al sistema referencial atacándolo o expresando su desacuerdo con este. Utiliza palabras como “me estresa su mensaje”, “son sensacionalistas”, etc.
Sistema contextual o interpersonal	
¿Dónde colocan los usuarios a las noticias en la relación que tienen con las personas que lo consumen?	Mención positiva El usuario se refiere al sistema contextual identificándose con el contexto al cual se dirigen las noticias o validando el grupo en el que se las consume. Utiliza palabras como “son personas serias”, “son empáticas”, “se entretienen con las noticias”.
¿Qué nos dicen los usuarios sobre los contextos donde las noticias demuestran ser contagiosas y replicables?	Mención indiferente El usuario se refiere al sistema contextual de manera neutra o relativizante. Utiliza palabras como “no sé qué les gustaría”, “a algunos les gustaría a otros les aburriría”, etc.
¿Qué ideas perciben los usuarios por parte de las noticias acerca del conocimiento y la verdad en el contexto donde se encuentra?	Mención negativa El usuario se refiere al sistema contextual como atacando o estando en desacuerdo con quienes se encuentran en el grupo social que consume el meme. Utiliza palabras como “todos lo considerarían una tarea”, “pondría mal a todos”, “son pesimistas/aburridos”, etc.
Sistema ideológico o visión global	
¿Qué temas, ideas o posiciones más profundas o grandes son transmitidos por las noticias de acuerdo con los usuarios?	Mención positiva El usuario se refiere al sistema ideológico identificándose con la visión del mundo de las noticias o reflejando una preferencia por aquella. Utiliza palabras como “es necesario informarse”, “ven al mundo como es”, “ven los hechos como son”, “son imparciales”, etc.
En la percepción de los usuarios, ¿cuál es discurso que tienen las noticias en los temas que tocan?	Mención indiferente El usuario se refiere al sistema ideológico de manera neutra o relativizante. Utiliza palabras como “no las veo tan a menudo”, “no les doy importancia”, etc.

¿Cómo los usuarios ven al mundo las noticias?	<p>Mención negativa</p> <p>El usuario se refiere al sistema ideológico atacándolo o rechazándolo, o expresando su desacuerdo con quienes se encuentran de acuerdo con este, ya sea en la producción o consumo de la noticia. Utilizan palabras como “tienen una visión solo política”, “hay cosas en las que exageran”, “ven todo de manera negativa”, etc.</p>
---	--

Fuente: elaboración propia.

Una vez clasificado el texto de los usuarios según estas temáticas, se pasó a reunir descripciones/opiniones similares dentro de las temáticas anteriormente mencionadas, formando redes y patrones comunes entre los usuarios. Los patrones que surgieron se presentarán en la siguiente sección.

VIII. Resultados

Para entender y relacionar los resultados, se deben recordar, primero, los objetivos de investigación y la hipótesis inicial. Los objetivos son los siguientes:

- Determinar el discurso que los usuarios prefieren consumir: si el de los memes o el de las noticias.
- Determinar el tipo de relación que existe entre el discurso mediático y el discurso de los memes.
- Explicar los motivos que tienen los usuarios no afectados para preferir un discurso por encima de otro.

En cuanto a la hipótesis inicial, esta era:

El consumo de los memes sobre tragedias se produce como muestra de rebeldía de los usuarios frente a un discurso prefabricado por los medios tradicionales que difunden notas periodísticas a través de internet.

Luego de la inmersión inicial se observó una visión distinta en los usuarios. Aquellos que disfrutaban y buscaban los memes sobre desastres no habían estado expuestos al discurso mediático lo suficientemente para conocerlo. Por su experiencia previa sabían qué es lo que este discurso transmitía, así como el de los memes relativos a desastres, así que simplemente preferían evitar uno y consumir el otro.

La misma situación se repetía con usuarios que no disfrutaban los memes sobre desastres: en lugar de consumir el discurso mediático, se tornaban hacia memes que no tocaran *a priori* cualquier temática de desastre.

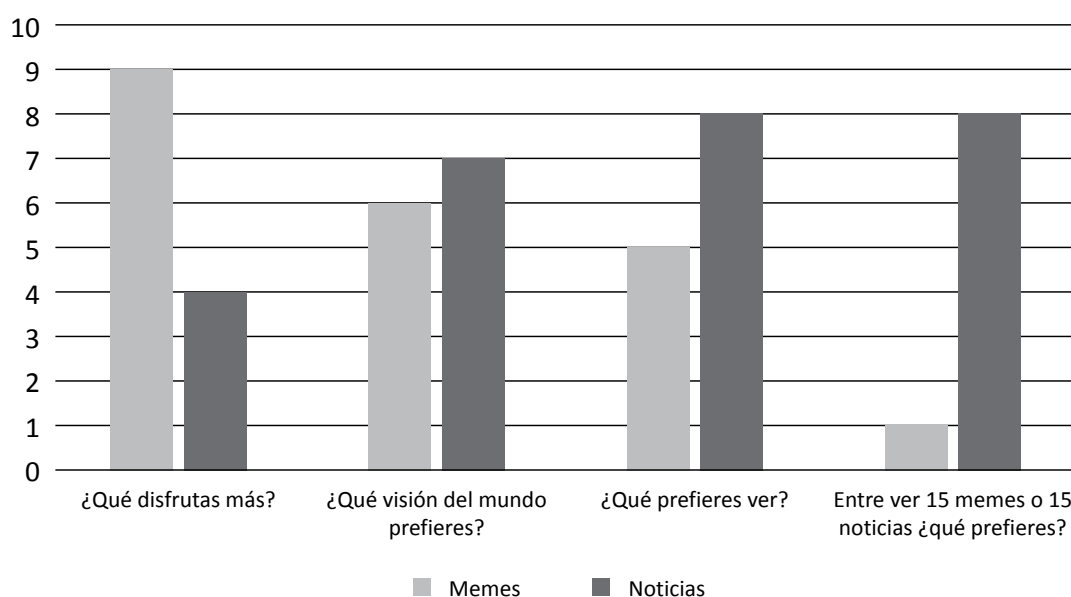
Esto dio una pista al equipo de investigación, que decidió reformular la hipótesis: *El consumo de los memes (tanto aquellos sobre tragedias como aquellos que tocan otros temas) entre los usuarios en general es preferido y elegido por encima del consumo de las noticias en línea, que es evitado.*

A continuación, se presentan los resultados:

VIII.1. Los usuarios tienen una marcada preferencia por consumir el discurso de los memes; sin embargo, asumen que ver noticias es mejor visto socialmente

En los grupos focales se formuló una serie de preguntas con las que se buscaba definir la preferencia de los usuarios: por los memes o las noticias. Cuando se les solicitó decir qué actividad disfrutaban más (ver uno u otro producto), los memes obtuvieron un 69% de las preferencias. Sin embargo y, curiosamente, las noticias resultaban elegidas en otras preguntas similares:

Figura 13
Preferencia entre noticias y memes (nominal)



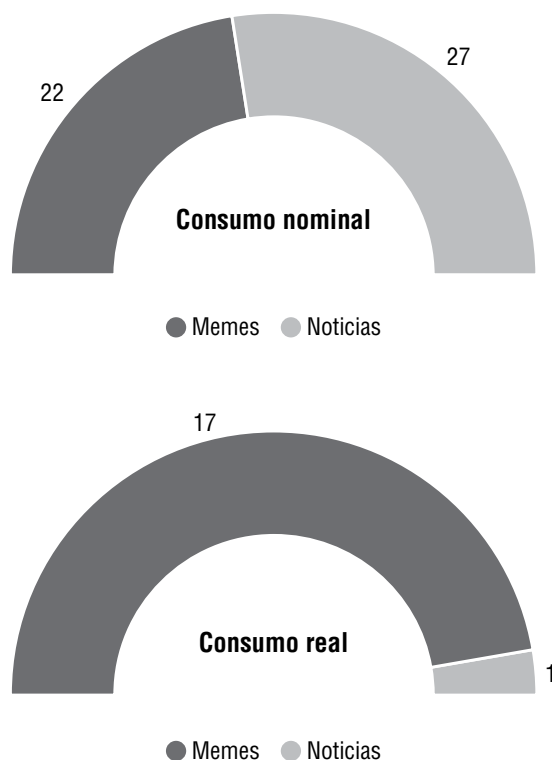
Fuente: elaboración propia.

Como se ve en la figura, la preferencia de los usuarios se inclina hacia las noticias; sin embargo, la pregunta de control exhibe que estos hallan más disfrute en el consumo de memes. Así, surge la pregunta: ¿Por qué no eligen la actividad más “placentera”?

Para comprobar las palabras de los usuarios, revisamos los perfiles de Facebook de todos los participantes (estipulado en una cláusula de consentimiento), especialmente de aquellos que afirmaban preferir las noticias. Entonces, se encontró que en los últimos cuatro meses la ratio de publicaciones de memes versus noticias era de 17:1.

Recordando los niveles de consumo establecidos en la primera parte de este trabajo, se ve que los usuarios que afirman preferir las noticias, en realidad consumen más memes, y a un nivel más profundo (nivel 3, que implica replicar un meme y el que mayor grado de agencia muestra).

Figura 14
Comparación de consumo nominal versus el real



Fuente: elaboración propia.

Entonces, ¿por qué mintieron los usuarios que afirmaban ver más noticias que memes? La siguiente explicación es una deducción derivada de las percepciones de los usuarios. Sin embargo, debido a que es un fenómeno no previsto y por lo tanto no estudiado en este caso, no es concluyente. Es más, da pie a una posible nueva investigación sobre este tema en específico.

Recordemos que el sociólogo Erving Goffman (1956) describió que las personas presentan un “yo” fabricado ante diferentes escenarios y que Pierre Bourdieu (2010) mostró que en todo campo se compite por un capital, y en el caso del ámbito universitario, por el capital académico.

Estas dos ideas se combinan para explicar por qué los usuarios consideran que la preferencia por las noticias es mejor vista. En un ámbito académico, la información y el conocimiento son valores fundamentales (son justamente las palabras asociadas a las noticias por los usuarios: 12 citaciones en la red de “Noticias” en el software Atlas.ti, frente al resto de palabras y asociaciones que no superaban las cinco citaciones).

Mientras, palabras como “diversión y emoción”, sumamente separadas del ámbito académico, están muy ligadas a los memes (15 citaciones en Atlas.ti, en la red “Meme”, frente a otras palabras que llegaban hasta las seis citaciones).

En suma, podemos decir con suficiente seguridad que en internet el consumo de memes es claramente superior al de noticias en jóvenes de 18 a 25 años (probablemente, el rango de edad se extienda aún más, pero eso requeriría mayor investigación).

VIII.2. La relación entre el discurso de los memes y el discurso de las noticias es de oposición

Confirmando las tesis de investigaciones anteriores, descubrimos que los discursos de memes y de noticias no solo son diferentes (obviamente), sino que formulan afirmaciones contrapuestas.

Los usuarios identificaron que la visión de mundo de las noticias sobre tragedias sería así:

- En primer lugar, son realistas. Una noticia no solo muestra, sino que tiene el deber de mostrar la realidad tal como es (cinco citaciones)

- En segundo lugar, es negativa. Una noticia muestra un mundo trágico, aunque es necesario conocer de este mundo, por más que eso sea molesto (tres citas).

En contraparte, la visión de mundo de los memes sobre la tragedia sería la siguiente:

- En primer lugar, humorísticas. Un meme asume que las tragedias son “cosas inofensivas y cotidianas” (cita recogida de los comentarios). ¿Y los peligros, como el terrorismo o los desastres naturales? Son solo personajes de la broma, incluso ellos mismos son “chistosos” (11 citas).
- Como son humorísticos, entonces, ven con indiferencia las problemáticas de la sociedad del riesgo. De hecho, una participante afirmó que los memes sobre tragedias no tienen “respeto al prójimo” (cuatro citas).
- Son ofensivos. No ofende quien comparte un meme (de hecho, ningún usuario condenó a quienes gastan este tipo de bromas; simplemente predominó la indiferencia). Lo ofensivo es el meme en sí; busca causar polémica para divertir (cuatro citas).

Ahora, los memes y las noticias se diferencian también en la intención. Los usuarios afirman que las noticias persiguen una serie de objetivos:

- Primero, informar sobre la realidad tal y como es.
- Segundo, dar entretenimiento al mismo tiempo (por medio del “placer” de conocer y aprender cosas nuevas).
- Tercero, generar atención sobre temas importantes.

La intención del meme es solo una (sin importar los medios, como la ofensa, en el caso de los memes sobre tragedias):

- Divertir.

De estos datos podemos concluir algo sumamente interesante.

Lorenzo Gomis (1991) decía que el periodismo es “la interpretación sucesiva de la realidad social” (p. 35) y ya Knobel y Lankshear (2007) afirmaban que los memes eran una forma de alfabetismo; entonces, podemos afirmar:

Los memes, al igual que las noticias, son una nueva forma de interpretación sucesiva de la realidad social, y rivalizan con la segunda por su consumo en internet.

Mientras que los usuarios piensan que las noticias son “realistas” o “imparciales”, también piensan que un meme es un “filtro” humorístico para ver (o para no ver) esa misma realidad.

Así, los memes son una nueva forma de codificar el mundo: un terrorista no es más que alguien que me va a hacer reír por cinco segundos y es tan chistoso como el meme de Bob Esponja, que veré tres segundos después, y así es parte de mi cotidianidad.

Queda ahora respondernos: ¿Por qué existe preferencia por los memes? ¿Por qué preferir un discurso que pasa la realidad por el filtro “distorsionador” de la diversión?

VIII.3. Los usuarios prefieren a los memes *precisamente* porque no muestran una sociedad de riesgo

Consideramos que el mecanismo causal de la preferencia de los memes es la ley del efecto (visto según el conductismo de Edward Thorndike). El psicólogo estableció que si una conducta tiene consecuencias positivas para quien la realiza será más probable que se repita, mientras que si tiene consecuencias negativas esta probabilidad disminuirá (Thorndike, 1911).

Esta ley ha sido puesta a prueba desde que fue propuesta y ha sido confirmada en numerosas ocasiones. Originalmente, Thorndike reformuló su propia ley en dos ocasiones (1931) y (1935). Sin embargo, la evidencia demostró que la postulación inicial, citada anteriormente, tenía mayor validez científica.

Esto fue probado por el estudio sobre el castigo, del psicólogo Manuel Alonso (1981), quien a su vez recopiló evidencia anterior que sustentaba la tesis original de Thorndike (1911). En el ámbito latinoamericano también se encuentran estudios recientes basados en esta ley. Por dar algunos ejemplos, López (2017), Muñoz y Troya (2017) y Vidart (2017).

López (2017) la aplica al campo médico, específicamente a terapias de recuperación; Vidart (2017) analiza la creatividad en las aulas trabajando a

partir de la Ley Vigotsky y la ley del efecto. Finalmente, Muñoz y Troya (2017) también aplican LA ley al ámbito educativo.

Aunque eventualmente se nos acuse de reduccionismo, la ley del efecto es la mejor explicación de la preferencia.

Mientras que los usuarios afirmaban que las noticias buscaban dar seguridad e información, también admitieron que los principales sentimientos que obtenían de ellas eran encontrados. Por un lado, sentían “gusto” por saber de la realidad, pero esto se mezclaba con miedo, estrés y aburrimiento. Y de más está decir que ninguno mencionó la seguridad como un efecto de ver noticias.

Esto no es una sorpresa, ya que las noticias son un ingrediente principal de la sensación de riesgo descrita por Beck. Es decir, la pretensión discursiva de las noticias era dar seguridad, pero fallan y otorgan en su lugar la sensación de riesgo.

Sin embargo, en los memes hay una increíble coherencia discursiva. Todos los usuarios entrevistados dijeron que un meme busca dar diversión y todos coincidieron en que da eso (eso sí, de distintas maneras). En la visión de mundo de los memes, todo, literalmente todo, es un chiste. Desde el Estado Islámico hasta quedar en la *friendzone* o el amor.

Así, podemos decir que mientras una noticia tiene consecuencias negativas (como el miedo), un meme tiene consecuencias positivas (“siempre me sacan una sonrisa”, “te sacan una sonrisa cuando los necesitas”, “alegran mi vida”, “me causan felicidad”, son solo algunos de los comentarios con respecto a los memes).

Obviamente, las noticias también tienen consecuencias positivas, como la información. Sin embargo, esta no es tan impactante como una emoción. Y las emociones generadas por una noticia, como se ha visto en las respuestas de los usuarios, no son positivas, al menos no en un corto plazo.

Claramente, al igual que cualquier ser vivo sujeto a refuerzos positivos, elegiremos entonces un buen meme antes que una noticia, si no tenemos la necesidad de presentar un “yo” específico, al amparo de nuestro espacio controlado de Facebook.

Otros factores que contribuyen a esta preferencia son los siguientes:

VIII.3.1. Simplicidad y replicabilidad

Una persona afirmó que algunos memes “son tan simples de entender que puedes compartirlos hasta con un niño”. Este es un requisito para que un meme sea exitoso, ya que demanda pocos segundos de la atención del usuario.

De hecho, esta simplicidad no es otra cosa que un campo de significados común que comparten los usuarios con el meme. Este campo posee elementos que son entrecruzados para generar un nuevo sentido dentro del artefacto cultural que es el meme.

Esto ya fue advertido por autores como Shifman (2014) y García-Jiménez, López y García (2013). Sin embargo, es necesario agregar que todo usuario que entiende un determinado meme tiene el potencial de resignificarlo y crear otro artefacto que entrecruce las mismas temáticas, a veces incluyendo al meme anterior.

Existe la resignificación cotidiana, que es cuando los memes se incorporan al lenguaje cotidiano (ya sea oral o en línea). Asimismo, existe la resignificación total, que es cuando un nuevo meme surge y es difundido de alguna manera, por algún canal en internet.

Al igual que en los niveles de consumo, son muchos los usuarios que podrían realizar resignificaciones cotidianas, mientras que un número menor llegaría a producir nuevos memes, llegando a la resignificación total.

Estas prácticas fueron enmarcadas en investigaciones relacionadas con la memética (Coscia, 2014; Knobel & Lankshear, 2007) y otras con el término “replicabilidad”. Usualmente, estaban acompañadas por una característica que debían tener los memes: longevidad (Coscia, 2013).

Sin embargo, si algo no tiene longevidad son los memes: el sitio de internet Know Your Meme recopila en el ámbito angloparlante el llamado “meme del mes” (Caldwell, 2017), pues poco después la imagen “muere” y su uso ya no es gracioso. Esto lo expresan reseñas de memes como las del *youtuber* PewDiePie (2018), que tiene 61 millones de suscriptores.

En el ámbito hispanohablante las cosas son aún más volátiles. Durante la recopilación de memes de riesgo, no se observó un consenso sobre “el meme del mes” como ocurre en el caso del ámbito angloparlante.

Así, se debe afirmar que es la simplicidad y la replicabilidad (algo que no poseen las noticias, pues no pueden resignificarse como los memes) lo que contribuye a la preferencia de discurso observada.

VIII.3.2. Cotidianeidad

En las reglas de la apreciación estética, Pierre Bourdieu descubrió que la población interpreta una obra de arte de acuerdo con su experiencia de vida (2010). Un meme aprovecha este factor y va directo a que el usuario asocie el significado del meme con su existencia cotidiana.

Sin embargo, a continuación, Bourdieu observaba que las obras de arte requieren un código de apreciación (2010). Los memes no lo hacen, ya que parten de la misma cotidianeidad de los usuarios. Por esto, páginas de memes generalistas (es decir, que tratan sobre temas cotidianos) tienen más “me gusta” que aquellas que tratan sobre temas o subculturas menos conocidas.

Continuando con la analogía, los colores de una obra de arte, en general, se colocan de acuerdo con su complementariedad estética con el cuadro. Sin embargo, los colores de un meme se codifican con base en los significados a los que se les asocia en la vida cotidiana.

Por esta misma razón, por más tentadora que sea la idea de llamar artistas a los productores de memes, como lo hace Davies (2010), se debe rechazar esta pretensión, pues un meme no es “algo que demanda ser apreciado estéticamente” (Panofsky, 1975).

VIII.3.3. En resumen

No está demás reafirmar la contradicción discursiva de las noticias, así como la ley del efecto, que funge como mecanismo causal del fenómeno. En términos más claros, el principal hallazgo de la investigación sería:

Los usuarios en general prefieren consumir memes a noticias debido a que experimentan consecuencias positivas de los primeros y negativas de los segundos.

En resumen, como diría una de las personas entrevistadas: “Con tanta polémica en el mundo es buena la distracción”.

IX. Conclusiones

A lo largo de la investigación se ha ido desde lo micro (memes sobre tragedias) hacia lo macro (los memes y su discurso general). Así, se descubrió que los memes no son un artefacto cultural cualquiera, sino una forma de interpretar sucesivamente la realidad. Esta interpretación presenta un mundo donde todo es parte de “lo cotidiano” y al mismo tiempo todo puede ser objeto de mofa.

Esta investigación ha demostrado que el usuario promedio (es decir, no el autor de los memes sobre el riesgo) no se rebela ante un discurso mediático, sino que simplemente lo evita. Mucho menos se siente “traumado” y, por tanto, con necesidad de lidiar con esa sensación. Prefiere interpretar su realidad desde el humor *a priori*.

Es importante recalcar que para hablar de humor, y sobre todo de humor en internet, es necesario tener datos e investigaciones comprobadas en mano. Por ejemplo, el columnista Juan Cruz, de *El País*, criticó duramente a cualquiera que se riera de un video publicado por ISIS: “El enemigo no se rinde, o no deja la maldad, porque tú te rías de él. Reír es una mueca que, si carece de contenido, se queda en la sorda expresión de la tontería. Ahora se considera heroico reírse de los asesinos, como si el alma de éstos sufriera por la risa” (Cruz, 2017).

Sin embargo, Cruz no tiene idea de lo que está hablando. Se basa apenas en las opiniones que lee en línea o en comentarios que hacen en su círculo social o en las redes. Pero ni se ha molestado en investigar sobre el humor.

Nadie se ríe creyendo que se daña a alguien, los usuarios no son estúpidos. Las causas de un fenómeno no se encuentran en el sentido común ni tampoco en lo que los usuarios “confiesan”, sino que requieren de un escrutinio a fondo.

Esto no ocurre con otro artículo también de El País en el que se atribuye a Davies la afirmación de que el humor negro es “una forma de gestionar conflictos emocionales complejos” (Hancock, 2017, párr. 6), cuando en realidad aquel autor no afirma tal cosa. Y peor aún, se le endilga la autoría de un libro que no es suyo.

En fin, este tipo de ejemplos sirven para ilustrar la manera incorrecta de hablar de humor. Vale la pena que los difusores de conocimiento, desde un marco institucional como son los medios, revisen sus fuentes y sean honestos al citarlas, por más que sea difícil explicar sus conclusiones al público al que se dirigen.

Por otra parte, es hora de dejar de ver a la cultura o a los artefactos culturales como positivos o negativos. Más allá de condenar la “ceguera voluntaria” a la realidad o aplaudir el humor frente a una sociedad llena de riesgos, hay que limitarse a describir la realidad social. Como diría una popular –pero ya muerta– plantilla de meme: la vida es un riesgo carnal (ver la Figura 16). Cómo se la interprete, ya depende de cada uno.

X. Recomendaciones

La presente investigación no busca ser definitiva ni mucho menos totalmente exacta. Es más, dentro de su visión inicial (a partir del falsacionismo), a continuación, se presenta una serie de pasos que se deberían dar para falsear los resultados acá presentados:

- Una encuesta cuantitativa a gran escala. Es posible que con una encuesta se confirme la preferencia de los usuarios por los memes, incluso de manera más notoria que con un grupo focal, debido al anonimato de los consultados.
- Una encuesta cuantitativa a miléniales que utilizan redes de distribución de memes (Facebook, Reddit, 4chan, etc.). Se predice que, debido a la globalización, la preferencia por los memes sobre las noticias, con la explicación de este fenómeno, puede ser generalizada a esta generación, que es la creadora y consumidora de los memes.
- Estudiar con ayuda de la Psicología a grupos experimentales en los que se verá confirmado el mecanismo causal de la ley del efecto que proponemos.

Figura 15
“La vida es un riesgo, carnal”, versión Vaporwave



Fuente: elaboración propia.

Referencias

Alonso, M. (1981). El estudio experimental del castigo, una revisión. *Estudios de Psicología*, (4), 137-145.

Astrolabio Parlante. (2 de octubre de 2017). Bueno, ¿qué no hay ningún muerto en este maldito cementerio? No quería causar alboroto pero ya que lo menciona [Meme]. Recuperado de <https://www.facebook.com/1957057554579758/photos/a.1957060754579438.1073741828.1957057554579758/2083426708609508/?type=3&theater>

Basulto, D. (5 de julio de 2016). Have internet memes lost their meaning? *The Washington Post*. Recuperado de <http://www.webcitation.org/6HzwmLz6C>

Beck, U. (1992). *Risk society, towards a new modernity*. Londres: Sage.

Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.

- Caldwell, D. (2017). Meme of the month calendar. *Know Your Meme*. Recuperado de <http://knowyourmeme.com/memes/meme-of-the-month-calendars>
- Carr, J., & Greeves, L. (2006). *Only joking: What's so funny about making people laugh?* Nueva York: Gotham.
- Castañeda, W. (2015). Los memes y el diseño: Contraste entre mensajes verbales y estetizantes. *Kepes*, (11), 10-33.
- Coscia, M. (2013). Competition and success in the meme pool: A case study on Quickmeme.com. *The International Conference on Weblogs and Social Media*. Recuperado de https://www.estrategiadelcontenido.com/doc/notes_5.pdf
- Coscia, M. (2014). Average is boring: How similarity kills a meme's success. *Scientific Reports*, 4. <https://doi.org/10.1038/srep06477>
- Cruz, J. (25 de agosto de 2017). El terror y la broma infinita. *El País*. Recuperado de https://politica.elpais.com/politica/2017/08/25/actualidad/1503661676_587508.html
- Davies, C. (2010). The appearance and evolution of the disaster joke. En C. Hoffstadt & S. Höltgen (Eds.), *Sick Humor*. Friburgo: Projekt Verlag.
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Londres: Oxford University Press.
- Díaz, R. (2012). La ciencia a la luz de los memes: Los memes a la luz de la ciencia. *Apuntes Filosóficos*, 21(41). Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4371136>
- Diez minutos de exterminio: cronología del tiroteo en Las Vegas. (4 de octubre de 2017). *El Universal*. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/mundo/diez-minutos-de-exterminio-cronologia-del-tiroteo-en-las-vegas>
- Difficulty II. (2 de octubre de 2017). Stephen Paddock is now playing Fallout: New Vegas [Meme]. Recuperado de <https://www.facebook.com/>

DifficultyII/photos/a.1613487388940903.1073741828.1571395493150093/1992351321054506/?type=3&theater

Dundes, A. (1987). At ease, disease-AIDS jokes as sick humor. *American Behavioral Scientist*, 30(3), 72-81.

Ebola-chan. (2014). *Know Your Meme*. Recuperado de <http://knowyourmeme.com/memes/ebola-chan>

Ellis, B. (2001). A model for collecting and interpreting World Trade Center disaster jokes. *New Directions in Folklore*, 5, 1-10.

Entre la devastación, aparecen los memes del huracán Irma. (9 de septiembre de 2017). *Telemundo 51*. Recuperado de <http://www.telemundo51.com/noticias/mundo/Entre-la-devastacion-aparecen-los-memes-del-huracan-Irma-republica-dominicana-huracan-443439713.html>

García-Jiménez, A., López, M., & García, B. (2013). Hábitos de uso en internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, 21, 195-204. <http://dx.doi.org/10.3916/C41-2013-19>

Goffman, E. (1956). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: Cómo se forma el presente*. Madrid: Paidós.

González, A. (2017). *Decodificación, consumo y usos sociales del meme: estudio de recepción*. (Tesis, Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, España). Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2017/180516/TFG_Gonzalez_Prieto_Alba.pdf

Hancock, J. (24 de agosto de 2017). Los montajes de “El Cordobés”: por qué teníamos tantas ganas de reírnos del ISIS. *El País*. Recuperado de https://verne.elpais.com/verne/2017/08/24/articulo/1503582665_794015.html

- Hernández-Sampieri, R., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2010). *Metodología de la investigación*. México DF: McGraw-Hill.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet: embedded, embodied, and everyday*. Nueva York: Bloomsbury Academic.
- Knobel, M., & Lankshear, C. (2007). Online memes, affinities, and cultural production. En Autores (Eds.), *A New Literacies Sampler*. (pp. 199-227). Nueva York: Peter Lang.
- Kuipers, G. (2002). Media culture and Internet disaster jokes: bin Laden and the attack on the World Trade Center. *European Journal of Cultural Studies*, 5(4), 450-470. <https://doi.org/10.1177/1364942002005004296>
- Kuipers, G. (2005). Where was King Kong when we needed him?: Public discourse, digital disaster jokes, and the functions of laughter after 9/11. *The Journal of American Culture*, 28(1), 70-84. Recuperado de http://www.academia.edu/1166956/_Where_Was_King_Kong_When_We_Needed_Him_Public_Discourse_Digital_Disaster_Jokes_and_the_Functions_of_Laughter_after_9_11
- Laineste, L., & Voolaid, P. (2017). Laughing across borders: Intertextuality of internet memes. *European Journal of Humour Research*, 4(4), 26-49. <http://dx.doi.org/10.7592/EJHR2016.4.4.laineste>
- Loayza, R., & Peres-Cajías, G. (2016). *Repensando la investigación en ciencias sociales*. La Paz: Plural.
- López, D. (2017). *Propuesta de intervención con TMIR en personas con ictus* (Tesis, Universidad Miguel Hernández, Elche, España).
- López, D. M. (2014). Consumo de internet en el Ecuador entre los años 2010 y 2012: Hacia una ecología de la comunicación. *Revista ComHumanitas*, 4(1), 31-45.
- Los memes del huracán Irma: los floridanos esperan su llegada entre el miedo y la risa. (9 de septiembre de 2017). *Univision*. Recuperado de <http://www.univision.com/noticias/trending/los-memes-del-huracan-irma-los-floridanos-esperan-su-llegada-entre-el-miedo-y-la-risa>

- Macondo Art. (19 de octubre de 2018). No paran los memes dedicados a Muralla [Meme]. Recuperado de <https://www.facebook.com/macondoart/photos/a.463191423842158/1025325487628746/?type=3&permPage=1>
- Marcus, O. R., & Singer, M. (2017). Loving Ebola-chan: Internet memes in an epidemic. *Media, Culture & Society*, 39(3), 341-356. <https://doi.org/10.1177/0163443716646174>
- Martos, E., & Martos, A. (2014). Artefactos culturales y alfabetización en la era digital: Discusiones conceptuales y praxis educativa. *Teoría Educativa* (26), 119-135. <http://dx.doi.org/10.14201/teoredu2014261119135>
- Morrow, D. P. (1987). Those sick challenger jokes. *The Journal of Popular Culture*, 20(4) 175-184.
- Muñoz, Y., & Troya, E. (2017). *Plan de talleres sobre las técnicas de estudio como una de las bases para el Aprendizaje Significativo en niños y niñas de 6º Grado de Educación General* (Trabajo de grado, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador).
- ¡No hay que perder el humor! Los memes del peor terremoto en más de 100 años. (8 de septiembre de 2017). *Publimetro*. Recuperado de <https://www.publimetro.com.mx/mx/virales/2017/09/08/no-perder-humor-memes-peor-terremoto-mas-100-anos.html>
- Nowak, J. (2016). Internet meme as meaningful discourse: Towards a theory of multiparticipant popular online content. *Central European Journal of Communication*, 1, 73-90. Recuperado de https://www.academia.edu/26530723/Internet_meme_as_meaningful_discourse_Towards_a_theory_of_multiparticipant_popular_online_content
- Oring, E. (1987). Jokes and the discourse on disaster. *The Journal of American Folklore*, 71(3). 276-286.
- Panofsky, E. (1975). *Meaning in the Visual Arts*. Nueva York: Double Day Anchor Books.

- Pérez, G., Aguilar, A., & Guillermo, M. (2014). El meme en internet: Usos sociales, reinterpretación y significados, a partir de Harlem Shake. *Argumentos*, 27(75), 79-100. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/595/59533233004.pdf>
- PewDiePie. (11 de enero de 2018). *DO U KNO DA WEI? [MEME REVIEW] #6* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=H34qrTkhFz0>
- Phillips, W. (2011). LOLing at tragedy: Facebook trolls, memorial pages and resistance to grief online. *First Monday*, 16(12). <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v16i12.3168>
- Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. Cambridge: MIT Press.
- Siri, L. (2016). Memes en internet: El escándalo Snowden. *Letra. Imagen. Sonido: Ciudad Mediatizada*, (16). 16-39.
- Thorndike, E. L. (1911). *Animal intelligence: Experimental studies*. Nueva York: Macmillan.
- Thorndike, E. L. (1931). *Human learning*. Nueva York: Appleton-Century Crofts.
- Thorndike, E. L. (1935). *The psychology of want, interests and attitudes*. Nueva York: Appleton-Century Crofts.
- Vidart, I. (2017). Validez o confiabilidad, esa es la cuestión: La validez y la confiabilidad en la evaluación del aprendizaje. *Escritos en la Facultad*, 136. 63-65.
- Zayas, V. A. (2017). Humorismo como creación y fortalecimiento de los vínculos en la sociedad red, el caso de los memes sobre filósofos. *Revista de Comunicación*, 1(16). 122-146. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6015158>
- Zecchetto, V. (2006). Esas cosas llamadas signos. En Autor (Ed.), *La danza de los signos*. Buenos Aires: La Crujía.

Del matrimonio aymara tradicional al aymara-urbano en dos familias carabuqueñas: la transformación de ritos y tradiciones

Lic. Gabriela Delia Choque Chura¹

choquegabriela405@gmail.com

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 2 de septiembre de 2018

Fecha de aprobación: 12 de noviembre de 2018

Resumen

En pleno siglo XXI los ciudadanos alteños continúan practicando ritos, costumbres y tradiciones de acuerdo con su cultura de procedencia. El matrimonio aymara-urbano es un fenómeno en el que se refleja esta prevalencia de las tradiciones culturales y su adaptación o resignificación en contextos urbanos. Así, los migrantes aymaras que viven en El Alto no dejan de lado su identidad y su sentido originario-comunitario. Lo que este artículo pretende es describir y entender la influencia del proceso de urbanización en la transformación de ritos y tradiciones del matrimonio aymara-urbano. Para ello, este artículo se centra en relatos de vida y observación participante del matrimonio aymara carabuqueño antiguo de Pedro Machicado y Mercedes Miranda, y en el matrimonio aymara-urbano moderno de Grover Foronda y Victoria Rondo, residentes carabuqueños que viven en aquella ciudad. Ambos matrimonios dan cuenta que el festejo matrimonial tiene una incidencia social fuerte en su comunidad y en la zona donde residen.

Palabras clave:

matrimonio aymara-urbano, El Alto, urbanización, modernidad y sentimiento cultural.

1 Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", regional La Paz. Consultora en Helvetas Swiss Intercooperation.

From the traditional Aymara marriage to the urban-aymara marriage in two families from Carabuco: the transformation of rites and traditions

Abstract

In the 21st century the inhabitants of El Alto are still practicing their rites, customs and traditions according to their own culture. The “urban-aymara” marriage is an example of this prevalence of cultural traditions and their adaptation or resignification in urban context. Thus, the aymara migrants who live in El Alto do not leave their identity and their native-community sense. This article aims to describe and understand the influence of the process of urbanization in the transformation of rites and traditions of the urban-aymara marriage. This article is focusing in life stories and participant observation of the old aymara-carabuqueño marriage of Pedro Machicado and Mercedes Miranda, and in urban-aymara marriage of Grover Foronda and Victoria Rondo, who were born in Carabuco and live in El Alto. Both show that the celebration of the marriage has a strong social incidence in their community and in the city where they live.

Keywords:

Tradition, rituality, urban-aymara’s marriage, El Alto, urbanization, modernity and culture feeling.

I. Introducción

El matrimonio es un rito o ceremonia que marca una etapa en la vida del ser humano y que varía de acuerdo al contexto, al país, a la cultura, a la posición económica, etc. Mientras para determinados grupos puede ser algo muy íntimo o personal, porque es la unión de dos personas, en la cultura aymara implica algo más, ya que toda la comunidad (o vecindario) está implicada y tiene que estar reunida para recomendar a la pareja en el nuevo camino que está a punto de emprender; también para que todos los comunarios o vecinos sean testigos de este gran paso para la pareja. En la fiesta del matrimonio salen a relucir todas las costumbres o ritos que cada pueblo posee y la forma en que influyen en sus habitantes.

Este artículo describe la forma en la que se fusionan los usos y costumbres del matrimonio aymara con los elementos, las lógicas y discursos propios de la modernidad, y cómo ciertos ritos y tradiciones de la cultura carabuqueña se han ido transformando.

La transformación del matrimonio aymara-urbano se da por la influencia de la modernidad y la urbanización, factores que determinan un estilo distinto para la realización de este evento; en contraposición, está lo cultural y lo tradicional. Estos elementos ponen al migrante aymara en una situación de confusión entre

su cultura y su contexto moderno. Entonces, lo que hace el aymara-urbano es fusionar lo tradicional-cultural –lo suyo– con lo moderno-urbanizado –lo ajeno–, lo que tiene como resultado un matrimonio aymara-urbano como el de la familia Foronda Rondo, proveniente del pueblo de Carabuco.

Para Giddens y Habermas (como se citó en Escobar, 2003, p. 55), la modernidad es el primer momento en la historia en que el conocimiento teórico se retroalimenta de la sociedad para transformarla. Giddens (1999, p. 30) caracteriza a las sociedades modernas como un conjunto híbrido, local y mutante. Del mismo modo, el autor señala que la modernidad comienza con el individualismo, y este rasgo se intensifica con la emergencia de la lógica capitalista, protagonista de los cambios de identidades e ideologías. Una de las características de dichas sociedades que plantea Zygmunt Bauman (2004) en su libro *Modernidad líquida* es el individualismo, el cual marca las relaciones humanas y las torna precarias, transitorias y volátiles (p. 30).

Para Castells (1986, p. 99), la consecuencia más inmediata de la modernidad es la urbanización de las ciudades: es un proceso organizado que se da a partir del modelo de interacción entre el hombre y el medio. En este proceso, una porción significativamente importante de una población humana se agrupa en un espacio, formando aglomeraciones en las que están funcional y socialmente interrelacionados desde el punto de vista interno.

En el presente estudio, en un plano simbólico y en el contexto alteño, se puede evidenciar que los sectores indígenas urbanos forman conglomerados (como comunidades o sentidos de comunidad) a partir de trayectorias sociales y migratorias. Guaygua y Castillo (2008, pp. 114-115) señalan que estos espacios dan lugar a esquemas de representación social y de distinción colectiva en los que se entrelazan potencialidades de recreación sociocultural y transformación de identidades sociales que muestran la complejidad de la constitución y reconstrucción de los tejidos sociales. Estos van desde los propios espacios primarios de sociabilización de los sujetos sociales (familia, barrio, escuela, procedencia étnica, grupos de amigos, etc.) hasta converger con la estructura macro de la sociedad, como interpeladores, gestores y sus potenciales transformadores.

Con respecto a la urbanización, se podría decir que causa una gran diversidad cultural y hace que los ritos, tradiciones y costumbres de cada región de donde

provengan los migrantes se compartan y se sigan practicando en ciudades modernas como El Alto. Esta urbe es un lugar lleno de variedad cultural y de encuentro de tradiciones.

Pero la construcción social urbana no solo se da por la modernidad y la urbanización, sino que también se entreteje con las raíces maternas y el sentimiento cultural que cada sujeto social posee y practica en su diario vivir, en especial en sus eventos importantes como es el caso del matrimonio. Bravo (2005, p. 25) señala también que las formas culturales están en cambio constante.

II. Metodología

Para entender la transformación de los ritos y tradiciones del matrimonio aymara se recurrió al relato de vida de dos matrimonios: el *antiguo*, de Mercedes Miranda y Pedro Machicado, quienes contrajeron nupcias hace 43 años en el pueblo de Carabuco, y el otro, urbano-moderno, de Grover Foronda y Victoria Rondo, quienes se casaron en 2016, en la zona Santiago II de El Alto. También se desarrollaron entrevistas en profundidad a los familiares de los novios, padrinos y, además, expertos en el tema como Félix Layme, profesor de aymara y doctor Honoris Causa, y Xavier Albó, investigador y antropólogo, con especialidad en el estudio de pueblos indígenas y poblaciones rurales de Bolivia.

Por otro lado, se realizó una observación participante del matrimonio aymara-urbano de Grover Foronda y Victoria Rondo (residentes² carabuqueños en Santiago II de El Alto). Para obtener información sobre el matrimonio aymara-tradicional, se reconstruyó el relato de vida de Mercedes Miranda y Pedro Machicado (quienes celebraron su casamiento hace cuatro décadas en Carabuco). Esos datos se respaldaron con el libro de Vicenta Mamani (2002) que relata el matrimonio antiguo de la provincia Camacho, en cuya jurisdicción está Carabuco. Ambas son familias de raíces y sentimiento cultural carabuqueño.

2 “Los aymaras inmigrados a la ciudad forman un grupo social claramente identificado como tal y que recibe dentro de todo el mundo aymara el nombre específico de los ‘residentes’ (Albó, 2014, párr. 6).

III. Particularidades del matrimonio aymara-tradicional y aymara-urbano

III.1. *Jaqichasiwi*: matrimonio aymara

Para Vicenta Mamani (2002, p. 21), la palabra *jaqichasiña* significa casarse, hacerse gente o personas, porque una vez casados entran como miembros completos en la comunidad de los mayores y asumen responsabilidades dentro de ella. Esta definición permite comprender que para los aymaras el matrimonio es como volver a nacer y que durante la fiesta se constituyen como personas responsables y pertenecientes a la comunidad. Domingo Llanque (1990) describe este proceso de la siguiente manera:

El matrimonio para los aymaras constituye el cuarto nacimiento en el proceso de la vida: *jaqichasiña* quiere decir hacerse persona adulta y responsable. Se nace a la sociedad de adultos como sujetos que podrán compartir la existencia total de la comunidad como ser social viviente. Se nace para asumir la herencia cultural y la memoria histórica del grupo social del que se es integrante. “Se exige responsabilidad adulta porque solo una persona adulta puede compartir las responsabilidades de una sociedad de adultos. Por esta razón, tradicionalmente no confían cargos de responsabilidad a los jóvenes y solteros” (p. 28).

Domingo Llanque (1990, p. 28) menciona que en el mundo aymara hay cargos que las personas asumen solo cuando están casadas: a los cónyuges se los toma en cuenta para pasar fiestas, para ser nombrados como padrinos de bautizo o de matrimonio y para desempeñar el cargo de autoridades de la comunidad.

Alrededor de 1970, cuando se celebró en Carabuco el matrimonio Machicado-Miranda, el noviazgo no era público. Las parejas empezaban a manifestar su amor en el pastoreo de los animales, en el trabajo agrícola, en ferias, viajes, fiestas de carnaval, matrimonios y otros acontecimientos. Los varones expresaban su amor a una joven arrojándole piedritas, quitándole su sombrero, su *awayu*³ o su rueca, o encandilándola con el reflejo de un espejo al sol (“haciendo brillar” con su espejo). Si a la muchacha no le gustaba ser molestada, se enojaba,

3 Es una pieza de tela usualmente rectangular, tejida a mano, que se caracteriza por llevar franjas de distintos colores contrastantes y tener distintos grosores; aunque también el tejido puede representar figuras. Las mujeres lo usan para cargar objetos o a los bebés. En el awayo o aguayo se ven dibujados sus sueños, sus animales, los símbolos de su cultura y de su comunidad (Mamani, 2002, p. 204).

insultaba o trataba de eludir al joven; pero si le gustaba, se reía y daba paso inmediatamente a una conversación con él (Mamani, 2002, p. 23).

Los jóvenes no andaban de enamorados por pasar el tiempo; simplemente ya habían escogido a “esa chica” como su futura esposa. Tampoco podían tener relaciones sexuales antes de casarse porque eso significaba deshonor y vergüenza para la familia (Mamani, 2002).

Actualmente, el noviazgo es más permisivo y moderno: la muchacha que se elige para el cortejo no tiene que ser necesariamente la futura esposa, y el noviazgo es para conocerse y establecer un ambiente de confianza en la pareja. La modernidad y la tecnología ayudaron a que el enamoramiento y la primera cita no fueran tan complicados como antes. En este tiempo los jóvenes no necesitan casarse para ser considerados adultos y asumir ciertas responsabilidades, ya que son adultos ante el Estado cuando cumplen la mayoría de edad (18 años). Por eso no hay apuro en buscar a la pareja ideal para casarse.

Yo trabajaba de chofer y Viky, en un *snack* de salchipapas. Todos los días a las siete de la noche, yo iba a comer algo a su *snack* para poder hablar con ella, pero ella al principio no me hablaba y era indiferente. Después de un tiempo que yo sin falta iba a verla, ella me terminó hablando y salimos a pasear a La Ceja. Desde ese momento empezamos a enamorarnos por un tiempo y luego formalizamos la relación. (G. Foronda, comunicación personal, 11 de enero de 2017).

III.2. La pedida de mano, la *irpaqa* y la *sart'a*

Antiguamente, luego del noviazgo, se desarrollaba la *irpaqa*, considerada el paso fundamental para la celebración del matrimonio. Para Félix Layme (comunicación personal, 25 de abril de 2017) y Vicenta Mamani (2002), la *irpaqa* es el inicio de la celebración del matrimonio, ya que es el momento en el que se toman decisiones: la elección del padrino mayor y menor, también se acordaba la fecha para la fiesta del matrimonio y los compromisos que cada familia asumiría en esta celebración. Antes, a la *irpaqa* también se le decía en aymara *palawrat warmi apsuña*, que quiere decir “hacerse de mujer mediante la palabra” (Mamani, 2002, p. 25).

Layme (comunicación personal, 25 de abril de 2017) menciona que la *sart'a* y la *irpaqa* son dos acciones que pueden realizarse en un solo evento o por separado. En la *sart'a* se definen las condiciones del matrimonio –cuándo será, cómo será y quiénes serán los padrinos, etc.–, mientras que la *irpaqa* es como la formalización de la pareja; se podría decir que la *sart'a* es la discusión de fondo y la *irpaqa* no es más que la ceremonia para recoger a la novia.

Según Vicenta Mamani (2002, p. 24), cuando la joven se presentaba ante la familia de su novio, lo que comúnmente se conocía como “hacerse de nuera”, tenía que entrar a la casa del joven con el pie derecho, saludando a los padres del joven y diciendo: “Papá, mamá, llego como una de tus hijas más”. La versión en aymara es: “Machaq awkch'in utaparux kupi kayumpiw chillqintaña, arumtañawa tataya mamaya imil wawamaw purintha sasa”.

La nueva nuera debe entrar con el pie derecho, porque es símbolo de firmeza, seguridad y confianza en que ella y su futuro esposo vivirán bien como familia. Los padres, en algunos casos, preparan una comida especial para recibir a la nueva nuera, si es que saben que se va a juntar con su hijo. Pero cuando los padres no tienen conocimiento de la nueva nuera y ella llega de imprevisto, estos inmediatamente acuden donde una persona de respeto para preguntar sobre la pareja; desde cuándo, cómo y a través de quién han llegado a unirse, y si se comprometen a vivir bien. Hacen estas preguntas con el objetivo de que la pareja no traiga problemas a la familia y exista un testigo para este compromiso (Mamani, 2002, p. 26).

Mercedes Miranda y Pedro Machicado contrajeron nupcias hace 43 años en el pueblo de Carabuco. A continuación, Miranda relata su experiencia personal sobre su matrimonio desde el momento de la *irpaqa*:

Una vez que la familia de mi esposo aceptó la relación, se procedió con el rito del *k'inthu*⁴ *jaqkataña uywiri kunturmaniru*, antes de salir de la casa, que quiere decir “arrojar coca al espíritu protector del hogar”. Para este ritual se colocaron dos vasos de licor o cervecedores al lado dos *taris*⁵ de coca, alcohol y azúcar. Se acercaron por parejas todos los presentes y sacaron ocho hojitas de coca cada uno y colocaron cuatro en cada vaso. Cada una, después, lo

4 Ofrenda ritual que se hace con la hoja de coca (Mamani, 2002, p. 2004).

5 Prenda pequeña parecida al *awayu* que usan las mujeres aymaras para poner la hoja de coca.

*ch'allaban*⁶ con azúcar y alcohol. Cuando todos finalizaron con el ritual, el *yatiri*⁷ o alguien que sabe de estos ritos alcanzó a los papás de mi esposo los dos vasos de coca; ellos echaron al techo por el lado donde sale el sol; cayeron algunas hojas de coca en el piso del lado verde oscuro. Es buen augurio, pero si no caía a ese lado habría que preocuparse. (M. Miranda, comunicación personal, 9 de enero de 2017).

Por la cosmovisión andina los aymaras consideran que siempre deben tener una estrecha comunicación con los espíritus ancestrales para que siempre los protejan y guíen en lo que están emprendiendo. Por eso el ritual con la coca y el augurio son importantes.

El día de la *irpaqa* la familia del novio demuestra sus costumbres realizando el *k'inthu* (pedir permiso a los espíritus de la casa para poder salir). Pedro Machicado cuenta al respecto:

Antes de salir de la casa, debíamos hacer la señal de la cruz en la pared, después se debía sacar un poco de tierra para besarla y después recién podíamos salir todos. Al llegar a la casa de mis suegros, saludamos a todos y después pusimos un altar. Para eso extendimos una cama, dos aguayos, y encima colocamos un par de botellas de alcohol, cerveza Taquiña y un par de *taris* con coca y su *llujt'a*⁸. Luego mis padres comenzaron a hablar mientras *pijcheaban*⁹ la coca. (P. Machicado, comunicación personal, 9 de enero de 2017).

Algunos ancianos (entrevistados en la comunidad de Carabuco) mencionaron que colocar los *taris* de coca antes de cualquier conversación es símbolo de compartir y de amistad, por que refuerza los lazos de confraternidad y confianza entre las personas del grupo o de otras comunidades andinas; son elementos esenciales para mantener la unión entre ellas.

6 Es el rito religioso aymara que consiste en derramar al suelo un poco del alcohol que se va a beber, con el fin de pedir a los dioses el buen término de alguna actividad y también para rendir homenaje a la Pachamama o a los *achachilas*.

7 Es el líder religioso y espiritual de los andinos. Muchas veces es llamado *tata* (padre), curador, sabio, *paqo* (el que sabe curar las enfermedades por intervenciones mágicas). *Yatiri* significa literalmente "el que sabe" (Tschopik, 1968, p. 199).

8 Lo que se conoce actualmente como lejía.

9 Masticar la coca; también se conoce como *acullicar*.

En el caso del matrimonio Machicado-Miranda, se realizó el ritual del *k'inthu* con el fin de que los padres y familiares de la joven los reciban sin ningún problema. Mercedes Miranda continúa el relato de los rituales para su matrimonio:

Después del *k'inthu*, todos juntos salimos rumbo a mi casa. Al llegar, los familiares de mi esposo invitaron un puñado de coca a mis padres, como símbolo de compartimento y seriedad en la conversación. Mis padres muy afligidos dijeron: “¿Qué pecado hemos cometido para alcanzarnos la coca?”. Luego mis suegros responden: “(...) sírvanse esta coquita, no hemos venido de simple visita, sino tal vez a causarles dolor de cabeza. Los hijos han caído en pecado y hemos venido a comunicarles. Les pedimos que no nos niegue, porque la vida es así: hasta los pajaritos viven en pareja”. (M. Miranda, comunicación personal, 9 de enero de 2017).

Carter y Mamani (1989, p. 196) dicen que los padres de las mujeres, en muchas ocasiones, se oponían a esta petición, porque las hijas para los aymaras eran y son indispensables en las familias, ya que desde que son muy pequeñas ayudan a sus madres con las labores del hogar y en el cuidado de sus hermanos menores, de las siembras y de los animales. Por esta razón, puede ser muy difícil para una familia entregar a su hija a un desconocido.

Es por eso que, en algunos casos, los padres expulsan a la familia del pretendiente y hasta se enojan, aunque saben que al final terminarán aceptando la relación. Una vez que admiten la relación de los jóvenes, los adultos fijan la fecha de la *irpaqa*, que normalmente se realiza en la noche.

Retornando a la explicación del ritual, mientras los presentes *pijcheaban* coca, antes de pedir la mano, el padre o algún familiar de la novia generalmente le preguntaba a ella: “¿Cómo te has juntado con este hombre?”. Algunos papás incluso solían *chicotear* a sus hijas regañándolas (Mamani, 2002, p. 27). Mercedes Miranda narra su experiencia:

Bien fregados eran los papás en ese tiempo, porque mi papá me ha chicoteado y recomendándome. Después mi esposo y yo nos hemos puesto de rodillas, para pedirles perdón a nuestros padres y a nuestros familiares si es que en algún momento les hemos fallado. Ese rato nosotros hemos dicho: “Papá, mamá, perdónanos, vamos a vivir como gente, no les vamos a causar dolor de cabeza, por favor, acéptenos”. Después nosotros les alcanzamos a mis papás refrescos, cervezas, alcohol, comida especial para que se sirvan. Mis

papás nos aceptaron y todos comenzamos a compartir. Mis suegros ofrecen tres vasitos de alcohol a mis padres como símbolo de unión y alegría. (M. Miranda comunicación personal, 9 de enero de 2017).

Cuando los padres aceptaban la solicitud las personas presentes comenzaban a compartir mutuamente la coca y contaban cómo fue la *irpaqa* de cada uno de ellos. Todos celebraban la aceptación, menos la novia y el novio, porque son tratados como niños hasta el último día de la boda (M. Miranda, comunicación personal, 9 de enero de 2017).

Vicenta Mamani (2002, p. 27) hace referencia a que, antes de comer, el padrino de *irpaqa* o el testigo bendecían a sus ahijados levantando su plato y haciendo la señal de la cruz tres veces sobre ellos. Durante la reunión, los acompañantes de ambas familias ponían ejemplos de sus propias vidas, recomendándole a la nueva pareja que lleven una vida ejemplar en la comunidad, que hagan honor a sus parientes. En estas recomendaciones generalmente suelen participar las parejas más antiguas y respetadas de las familias, para que la nueva pareja las vean como ejemplo familiar.

En ese ambiente de festejo y confraternización se ponían de acuerdo para la fecha del matrimonio y decidían quiénes serían los padrinos. La costumbre aymara dicta que el “padrino grande” o de religión sale de la familia del novio y el “padrino pequeño” o de civil es de la familia de la mujer.

Mercedes Miranda y Pedro Machicado (comunicación personal, 9 de enero de 2017) señalan que alrededor de las cuatro de la madrugada, un grupo autóctono, *kantus*¹⁰, interpretaba la música apropiada para la *irpaqa*. Los suegros de la novia suelen pedir permiso para retirarse. Inmediatamente, la madre de la novia pedía también permiso para ir a vestir de blanco a la novia. Luego de unos minutos regresaban y los novios se ponían de rodillas con vista a la salida del sol; el padre de la novia colocaba una moneda en la boca del yerno y la madre hacía lo mismo con su hija. Posteriormente, la familia del novio se llevaba a la novia cantando el *Irpastay* (Mamani, 2002, p. 28). Pedro Machicado y Mercedes Miranda confirman que en su caso el ritual fue según la descripción previa (comunicación personal, 9 de enero de 2017). A continuación se presentan los versos del canto *Irpastay*:

10 Tipo de música originaria de Bolivia (Charazani, La Paz) e interpretada por una banda de sicuris (intérpretes de una forma de zampoña). Se cree que su uso original fue ceremonial (K'antus, s. f.).

*Irpastay irpastay
Paris palomaw irpasta
Irpapastay irpastay
Janq'u palomaw irpasta
Uywaway Uywaway
Lluch'u apillampi uywaway
Uywaway Uywaway
Kaya liq'itampi uywaway.*

Cuya traducción al castellano es la siguiente (Mamani, 2002, p. 28):

*Me estoy llevando, me estoy llevando
Un par de palomas me estoy llevando
Me estoy llevando, me estoy llevando
Una paloma blanca me estoy llevando
Criaré, criaré
Con coca amarga criaré
Criaré, criaré
Con lawa de kaya criaré*

En ese momento, la pareja y los padrinos se tomaban del brazo y salían bailando al son de la música; antes daban tres vueltas al patio y continuaban con su camino. Mientras, los familiares estaban pendientes de las risas de los pajaritos y los ladridos de los perros, porque se creía que cuando ladraban los perros significaba que la pareja iba vivir como perro y gato peleando. Pero cuando no pasa nada de estas cosas, se creía que la pareja iba a vivir bien (M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, 17 de enero de 2017).

Mercedes Miranda y Pedro Machicado recuerdan que descansaban en los lugares sagrados para *ch'allar* a la Pachamama. Al llegar a la casa de Machicado, hicieron el rito de solicitud de permiso y saludo al *Uywiri-Kunturmani*, el cual consistía en una ceremonia exactamente igual a la que hicieron antes de partir de la casa del novio. Después de la *irpaqa*, el hombre y la mujer comprometen con el trabajo cotidiano de la familia, la sociedad y, además, están esperando el día del matrimonio (Mamani, 2002).

Los *Uywiri* y los *Kunturmani* son los espíritus protectores del hogar. *Uywiri* es el espíritu protector femenino, mientras que *Kunturmani* es considerado

varón. Esta dupla se debe a que para el aymara todo es par, incluso los espíritus protectores (F. Layme, comunicación personal, 25 de abril de 2017).

Hoy en día la *irpaqa* no siempre es el inicio del matrimonio, porque la pareja decide juntarse o concubinar previamente. Este evento especial y solemne se deja esperar, porque la pareja primero decide conocerse, establecerse económicamente y ahorrar para el matrimonio aymara-urbano; este tiempo de establecimiento que los novios se dan puede extenderse muchos años.

Tal es el caso de Victoria y Grover que convivieron o concubinaron por 10 años. Después de ese tiempo organizaron su fiesta del matrimonio que comenzó con el rogado de padrino y concluyó con el sacado de cadena. En El Alto es común que el concubinato o convivencia haga referencia a una pareja que vive como una familia sin estar necesariamente casada, ya que generalmente los concubinos tienen hijos y hasta logran establecerse adquiriendo propiedades o bienes; es decir, son una familia que no está legalmente reconocida, pero que tiene hijos y propiedades en común.

III.3. Rogado del padrino

Para la tradición aymara los padrinos son como unos segundos padres que están encargados de guiar y cuidar a la pareja como si fueran sus propios hijos; en sí son sus hijos espirituales. Por eso la pareja y sus familias deben seleccionar a alguien de la comunidad, puede ser un familiar o un conocido que sea un buen testimonio de vida matrimonial. Los comunarios antiguamente creían que el padrino debía ser alguien muy respetado económicamente y en su vida matrimonial (M. Miranda y P. Machicado, comunicación personal, enero de 2017).

La importancia de los padrinos en el matrimonio no ha variado para los aymaras: en el matrimonio antiguo y en el actual, el padrino mayor o de religión es de parte de la familia del novio y el de civil o de aro es de parte de la familia de la novia. La diferencia es que antes estos padrinos debían ser personas de prestigio, familiares, autoridades o necesariamente profesionales; pero ahora eso ya no es tan necesario, porque puede asumir esta tarea una pareja amiga cercana o lejana, siempre y cuando sea una pareja que tenga un buen testimonio de vida matrimonial.

Félix Layme (comunicación personal, abril de 2017) y Vicenta Mamani (2002) señalan que para los aymaras, los hijos no podían tomar decisiones importantes como escoger al padrino de su matrimonio; eso lo hacían sus padres y los hermanos mayores. Con el pasar del tiempo, eso fue cambiando y ahora se toma en cuenta la opinión de los jóvenes antes y después de la unión. Por ese motivo, cuando ellos eligen a sus padrinos, lo hacen teniendo en cuenta que son ellos quienes convivirán con los padres espirituales elegidos.

En el rogado de padrino antiguo, los candidatos a ahijados rogaban con palabras cariñosas o incluso de rodillas que los padrinos aceptaran ser sus padres espirituales o sus guías. En contraposición, en el rogado de padrino moderno, los novios junto con los papás dicen el propósito de la visita de pie, sin necesidad de arrodillarse; antes de la visita, actualmente los novios hablan con los padrinos de manera informal para fijar la fecha de la visita oficial, la acostumbrada (Mamani, 2002, p. 30).

El sentido del compadrazgo entre las familias aymaras o aymaras-urbanas, según Xavier Albo (comunicación personal, 19 de mayo de 2017), es formar una gran familia entre todos para tener lazos no solo familiares:

Para empezar, la palabra “compadre” es de origen castellano, pero es apropiado, tiene sentido en los aymaras y ahora para los aymara-urbanos. Esta acción de compadrazgo es más para ampliar la familia, es decir, en vez de hacer lazos solamente con la familia física (la familia natural), que también se hagan lazos entre otras familias para poder desarrollar de mejor forma todas las cosas que tienen que hacer, sintiendo más familiaridad con más gente y tener más lazos de reciprocidad entre esa su familia de ritual. Como se sabe, hay muchos tipos de padrinos, como ser el padrino de bautizo o el padrino de torta u otros que son infinidad; pero yo pienso que los que tienen más importancia son los padrinos de bautizo y los de matrimonio, porque son como sus modelos de cómo se debe convivir y enfrentar la vida. (X. Albó, comunicación personal, 19 de mayo de 2017).

En esa visita solemne, de tradición y ritos, se puede decir que tanto en los casamientos antiguos como en los actuales se desarrolla el *k'inthu*, para que los padrinos sepan guiar al matrimonio con la ayuda de las fuerzas espirituales. Grover Foronda narra el ritual según lo aprendido en su pueblo:

Para el *K'inthu* todos los presentes deben ir en parejas, a *ch'allárselo* para la nueva familia que se está formando. Siempre inicia la pareja que se casará,

entonces nosotros empezamos con el ritual. En ambos vasos hemos colocado cuatro hojitas de coca, cada uno coloca cuatro hojas de coca en cada vaso, en total entre los dos pusimos 16 hojas de coca a los dos vasos. Estas cuatro hojitas son: un par para la *Pachamama*, que es la Madre Tierra, y el otro par es para el *kunturmamani*, que es el abuelo protector del hogar. Luego echamos unas pizcas de azúcar, todo eso se *ch'alló* con alcohol. Luego invitamos a los padrinos, papás, hermanos y familiares de mi esposa para que continúen con el *k'inthu*; cuando finalizaron nuestras familias, mi mamá pide también a la familia del padrino que acompañen con este ritual. Luego, los padrinos nos alcanzaron los dos vasos, la madrina me dio a mí y el padrino, a mi esposa; con eso nosotros salimos afuera, hicimos una señal de la cruz en la tierra y lo besamos, para *ch'allar* lanzamos hacia la salida del sol, encima del techo de la casa, siempre debe ser hacia arriba, y, cuando cae la coca al piso, eso también tiene significado. En mi pueblo decimos que, cuando las hojas de coca caen al piso y salen del lado verdicos obscuro, significa que te va a ir bien. En mi caso cayó del lado verde obscuro y mis papás dijeron que nos iba ir bien en todo, "van a estar caminando bien nomás", eso lo ve generalmente el padrino o los papás. Luego retornan donde todos están reunidos, al llegar nos dieron alcohol puro un poquito simulando que nosotros estábamos llegando bien cansados y el pago es alcohol puro, claro que es un poquito nomás. (G. Foronda comunicación personal, 26 de diciembre de 2017).

Hasta el ritual nadie de los presentes podía *pijchar* o acullicar, pero después del ritual ya todos podían compartir la coca. Después del ritual, los novios antiguos y modernos aprovechan ese momento para ofrecer los obsequios a los padrinos. En el caso de Foronda, les dieron dos canastas de frutas, *whiskies* y seis cajas de cerveza; los padrinos aceptaron los presentes de los novios y la familia de la novia sirvió la comida a todos (G. Foronda, comunicación personal, enero de 2017).

Cuando terminaron la comida, en los matrimonios de Foronda y de Machicado, los novios y sus papás se pusieron de pie y agradecieron por la comida. A continuación, las familias de los novios repartieron refrescos y luego cervezas a todos, siempre por el lado derecho. A medida que iban compartiendo todos, los padrinos también sacaron dos cajas de cerveza como retornando lo invitado, como símbolo de alegría y fiesta por la nueva familia espiritual conformada.

En el caso del matrimonio Foronda-Rondo, a la una de la madrugada, los novios y sus familias decidieron retornar a la ciudad (estaban en la casa de sus

padrinos, en Achacachi). Se pusieron de pie y frente a todos pidieron permiso para retirarse, diciendo: “Padrino, madrina, nos vamos a retirar, por favor, no se ofendan ni se sientan mal, solo que nosotros lejos tenemos que ir; por favor, madrina y padrino”. Los padrinos se ponen de pie, les dan el permiso de retirarse y les encargan que vayan con cuidado.

Antes de partir, los novios les dejaron cuatro cajas de cerveza a sus padrinos para que continúen compartiendo con su familia. Así concluye el rogado del padrino mayor. En la visita al padrino menor, se siguió el mismo protocolo sin ninguna diferencia en los obsequios o en las costumbres mostradas.

III.4. Un día antes del matrimonio

Mercedes Miranda y Pedro Machicado (comunicación personal, enero de 2017) relatan que antiguamente, en el pueblo de Carabuco, todos se enteraban de las actividades que realizaban los comunarios por la distribución de sus hogares y la gran fraternidad que había entre todos. Por lo anterior, en la organización del matrimonio, los familiares, compadres y ahijados, de forma voluntaria o a solicitud acudían a la casa del novio para ayudar con los preparativos.

En el contexto urbano la preparación de la fiesta del matrimonio está a cargo de los familiares de la novia, que acuden de forma obligatoria al local y ejecutan todas las tareas necesarias, mientras que la familia del novio acude, pero no con tanta presión. Asimismo, los *aynis*¹¹ de los novios deben estar presentes de forma obligatoria, porque es como una deuda que deben pagar en ese momento.

Con respecto a las actividades que se desarrollan en el preparativo de la fiesta, antes las tareas estaban divididas de la siguiente forma: las labores de la cocina las realizaban las mujeres y los varones ayudaban a preparar la leña, a degollar el cordero y a limpiar el lugar donde se techaría la ramada. En la actualidad, todos ayudan en lo que pueden para preparar la fiesta y para que todo sea un éxito; no se hacen diferencias entre mujeres y varones.

11 Sistema de prestación de ayuda recíproca. La lógica detrás de esta práctica es “si me ayudas hoy, mañana te ayudaré en otra cosa”. En el contexto del matrimonio aymara-urbano, se refiere a los obsequios traídos por los invitados (Timmer, 2011, p. 362).

Antiguamente, además de preparar la fiesta, también se ofrecía una mesa a los espíritus sobrenaturales y protectores del hogar. Actualmente, los aymaras-urbanos continúan ofrendando estas mesas a los *achachilas*, a pesar de situarse en una sociedad moderna y con desarrollo tecnológico. A continuación, se presentan las similitudes y variaciones en el desarrollo de los rituales en los matrimonios antiguos y los actuales.

Antes se brindaba la ofrenda al *marani achachila*, que es el cerro o montaña sagrada que existe en cada comunidad. Se lo conocía también como el espíritu protector masculino. En la actualidad, se ofrece una mesa a la Pachamama o Madre Tierra, porque es la proveedora de vida, alimento y protección (F. Layme, comunicación personal, 2017; Mamani, 2002). Antes y ahora se desarrolla este ritual para que, durante la fiesta, no surja ningún problema, ni haya peleas ni falte nada. Para desarrollar el ritual en el matrimonio antiguo, era necesario que se reúnan los novios, los padres y los padrinos, para que entre ellos se llame a la reflexión y se den recomendaciones para que se superen con paciencia algunos problemas que se presenten durante la fiesta (M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, 17 de enero de 2017). En cambio, ahora se reúnen únicamente las familias completas del novio y la novia, y se hace la *ch'alla* en las esquinas del local con arroz, azúcar y canela molida¹². Además, se hace sahumar en todo el local con la mesa ofrendada, para que no existan peleas y no falte nada en los dos días de fiesta (G. Foronda, comunicación personal, diciembre de 2016).

III.5. La celebración del matrimonio

III.5.1. El matrimonio civil

El artículo 63.I y II de la Constitución Política del Estado establece que el matrimonio civil entre una mujer y un hombre se constituye por vínculos jurídicos y se basa en la igualdad de derechos y deberes de los cónyuges. En ese sentido, antes y ahora, las parejas deben casarse por esta instancia para poder ser reconocidas como familia ante las leyes bolivianas.

12 El azúcar, el arroz y la canela son empleadas en la *ch'alla* del "local" o salón de eventos que se alquila en los matrimonios urbanos actuales, ya que son elementos que llevan armonía y buena suerte al hogar que se está formando (Mamani, 2002).

En el matrimonio antiguo, el matrimonio civil no podía celebrarse en otro día más que sábado; en cambio, ahora puede ser cualquier día de la semana. Este cambio se dio porque en los pueblos funcionaba solo un registro civil que atendía solo una vez a la semana. Ahora los registros civiles están a unos pasos de donde se habita y atienden de lunes a domingo (M. Miranda, comunicación personal, enero de 2017).

El matrimonio antiguo de Mercedes Miranda y Pedro Machicado se desarrolló en tres días. Empezó el sábado, entre las cuatro y cinco de la mañana, pues los padrinos debían recoger a sus ahijados para subir al pueblo en el transcurso del amanecer; se creía que a la nueva pareja nadie debía mirarla con ojos pecaminosos. Mientras que en el matrimonio de Victoria Rondo y Grover Foronda solo los novios se dirigieron al registro civil para casarse, sin necesidad de ir con el padrino de civil. Actualmente, tampoco es necesario dirigirse al lugar con los primeros rayos solares (P. Machicado, comunicación personal, enero de 2017).

En el matrimonio antiguo, los padrinos de religioso y de civil debían ir juntos a las dos celebraciones, la civil y la religiosa. Esto se daba por el reducido tiempo de todos los involucrados y las lejanas distancias que había entre una vivienda y la otra. En cambio, ahora no es tan importante que los dos estén, aunque los padrinos grandes deben llegar a la mitad de la celebración que se ofrece tras el matrimonio civil, para llevar a la novia a mudarla de ropa para el matrimonio religioso (G. Foronda, comunicación personal, diciembre de 2016).

Hoy en día, después del matrimonio civil, el padrino de este rito prepara un festejo pequeño que dura aproximadamente dos horas. A este solo acuden la familia del padrino y las dos familias de los novios. Antes, inmediatamente después del matrimonio civil, se iban al matrimonio religioso, porque los domicilios de los padrinos eran generalmente muy distantes de los de sus ahijados y se retrasaría mucho tiempo la llegada a la casa del novio. Actualmente, este festejo consiste en que el padrino prepare un plato a base de chancho, aliste un champán para brindar, unas dos cajas de cerveza y algunos otros licores.

III.5.2. El matrimonio religioso

En el matrimonio antiguo, la novia se casaba con pollera y manta de bayeta blanca; para los varones, todo el traje era elaborado con bayeta de color blanco.

Cuando la pareja ya tenía hijos, usaba ropa de color marfil u otro color resaltante; eso significaba que esta pareja de novios ya había convivido un tiempo largo antes del matrimonio. En la actualidad, las novias utilizan vestido blanco de novia occidental, aunque su ropa diaria sea pollera y ya hayan convivido tiempo antes. Este vestido es comprado o alquilado por la madrina mayor. Los varones usan un terno oscuro o claro, adquirido por ellos mismos (G. Foronda, comunicación personal, diciembre de 2016; M. Miranda, comunicación personal, enero de 2017).

Según Félix Layme (comunicación personal, 25 de abril de 2017), la transformación de la vestimenta de los novios se debe a la influencia moderna, porque los padrinos, siguiendo el parámetro actual, regalan o fletan el vestido de novia para sus ahijadas y esta moda es adoptada de la cultura occidental. La novia acepta este regalo, pero no por completo, porque su cultura materna se lo impide. Es decir, acepta el vestido hasta cierto momento del proceso, porque después para la fiesta o en el matrimonio civil se cambia a su ropa originaria o de cholita de gala, para demostrar quién es y de dónde proviene.

La vestimenta más antigua era de colores llamativos, hecha con sus propias manos. Los padrinos colocaban hasta tres ponchos de color anaranjado, rosado y verde al novio; un *llu'chu* multicolor; una chuspa de color con sus respectivas hojas de coca; un sombrero de oveja y una chalina de color, tejida con figuras o chalina de vicuña. Las mujeres usaban rebozos de color azul, amarillo, anaranjado, una *inkuña* tejida a mano con figuras para ponérselas como mandil, polleras multicolores, *taris* de color, *awayos* tejidos y manta de vicuña (Mamani, 2002, p. 34).

Tanto en el matrimonio antiguo como en el actual, la madrina de religión es quien cambia a la novia encima de algo; antiguamente era sobre cueros y aguayo, pero en la actualidad se la cambia sobre una frazada y aguayos *ch'allados* (G. Foronda, comunicación personal, diciembre de 2016; M. Miranda, comunicación personal, enero de 2017).

En la celebración del matrimonio religioso de antes y ahora, los sacerdotes extienden la cadena a los novios y, para finalizar, solo se la colocan a la novia, para que ella la lleve hasta el sacado de cadena. La mujer carga la cadena, porque, para los aymaras, la mujer siempre fue símbolo de fertilidad y es quien administrará la riqueza de su hogar (G. Foronda, comunicación personal, diciembre de 2016; M. Miranda, comunicación personal, enero de 2017).

En el matrimonio antiguo de Mercedes Miranda y Pedro Machicado la posición era la siguiente: la novia iba al lado derecho y el novio al lado izquierdo; a la mano derecha de la novia se paraban las dos madrinas y al lado izquierdo del novio, los padrinos (M. Miranda, comunicación personal, enero de 2017). En la observación que se realizó al matrimonio aymara urbano de Victoria Rondo y Grover Foronda se vio que la posición era la siguiente: la novia estuvo al lado izquierdo y el novio al lado derecho; al lado derecho del novio estuvieron el o los padrinos y del lado izquierdo de la novia, las madrinas o la madrina.

Antes la novia se ubicaba en el lado derecho del altar porque los aymaras consideran que la mujer es símbolo de fertilidad. Ahora se sitúan a la izquierda. No solo eso ha cambiado. Según Félix Layme (comunicación personal, 25 de abril de 2017), antes la mujer gozaba de una posición preminente en la sociedad, mientras que ahora el pensamiento occidental ha fomentado el machismo.

Xavier Albó, al analizar la figura de la mujer como símbolo de fertilidad en el mundo aymara, señala que si bien ella es la que da vida a los hijos, el matrimonio es el encargado de criarlos, porque la mujer y el varón unidos forman una complementariedad, la cual debe ser enteramente reflejada en la crianza de los hijos (comunicación personal, 19 de mayo de 2017).

A partir de la observación participante y de los relatos de vida del matrimonio aymara-antiguo se pudo percibir que el único cambio en la posición descrita anteriormente es la incorporación de los padres en el lado del hombre y la mujer para poder recibir las felicitaciones de los invitados y acompañantes. Los que se dirigían a felicitar a la nueva pareja lo hacían echándoles flores blancas. En la actualidad ya no se felicita necesariamente con pétalos de flores blancas, sino con mistura blanca, que es un elemento incluido por influencia moderna.

Antes, a la salida de la iglesia, la banda empezaba a tocar y todos se iban bailando rumbo a la casa del novio para continuar con el festejo. En el matrimonio actual, no es necesario que se contrate una banda que toque a la salida de la iglesia; aunque hay matrimonios actuales en los que se contratan mariachis para bailar el vals a la salida del templo (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

En el matrimonio actual, el padrino mayor, de la misma manera que el padrino menor, prepara una reunión para la confraternización o “compartimiento”,

como dicen los aymaras, y un festejo en su casa con sus ahijados, con los otros padrinos, las familias de los novios y de los padrinos. Antes, los novios y padrinos se dirigían directamente a la casa del novio, por el reducido tiempo que tenían y la lejanía de los domicilios (G. Foronda, comunicación personal, diciembre de 2016; M. Miranda, comunicación personal, enero de 2017).

Antes, los novios, padrinos y familiares se iban caminando hacia la fiesta realizada por los novios; en el camino, se hacía la *ch'alla* en los lugares sagrados ya conocidos por la comunidad. Actualmente, el padrino transporta a los invitados a su casa en automóviles para la reunión de confraternización y celebración preparada, y después del festejo se dirigen al paseo por los puentes (Miranda y Machicado, comunicación personal, enero de 2017).

Antes se *ch'allaban* los lugares sagrados, porque las divinidades debían ser respetadas, porque “ellas o ellos nos están viendo” desde la otra dimensión. Actualmente, el paseo por los puentes simboliza el paso que se da soltero a casado (F. Layme, comunicación personal, 25 de abril de 2017).

III.5.3. Festejando el matrimonio

En la actualidad, la fiesta se desarrolla durante dos días, en un local contratado por los novios, y las dos familias ayudan en el preparado de la fiesta. Antes, se desarrollaba en tres días que se dividían de la siguiente manera: el primer día era del novio, en su casa, su familia hacía los gastos y la gente que conocía y apreciaba a esta familia asistía a la fiesta y a colaborar en el preparado; el segundo día era de la novia, en su casa, también se hacía la fiesta con la gente allegada a esta familia; el tercer día era el conteo de regalos, en ambos lugares se construía la ramada (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

La ramada que se construía para el matrimonio antiguo seguía el siguiente protocolo: antes de construir la ramada, los padres del novio debían entregar a uno de sus compadres un par de botellas con licor y un par de *taris* con coca. Estas personas, antes de iniciar con la construcción, debían cumplir con el rito del *k'inthu jaqkataña*, para que la ramada se teche bien, los espíritus malos se aparten de ese lugar y no hubiera ningún problema durante la fiesta (Miranda y Machicado, comunicación personal, enero de 2017).

Después del *k'inthu*, recién empezaban con la construcción de la ramada, que consistía en plantar cuatro palos gruesos y grandes, de unos cinco metros de alto. Por encima se tendían objetos hechos de totora denominados *sixi*, para que protejan del sol a los participantes. Los palos eran envueltos con hojas de eucalipto, *kiswaras*¹³ y *sewenka*¹⁴. Se utilizaba pino porque dura mucho tiempo como debía durar el matrimonio. Se añadían adornos de flores de kantuta o de flores artificiales. La parte superior de los palos se envolvía con aguayos, de modo que caigan en forma de banderines. Encima de los palos se colocaban las dos *wiphalas*¹⁵ blancas flameando. Dentro se ubicaba una mesa grande. Al frente de la entrada, se colocaban dos floreros con flores blancas y algunas flores que representaban a la pareja, como la *kiswaras*. “Las bancas se colocaban a los costados, porque todos se tenían que ver frente a frente y nosotros con mis padrinos debíamos estar como al medio para ver a todos nuestros invitados (Miranda, comunicación personal, 9 de enero de 2017).

Antes, la fiesta se hacía en el patio de la casa de los novios, dentro de la ramada que armaban las familias; en el interior se colocaba una mesa principal con mantel blanco y flores blancas. En este lugar se ubicaban los novios, los padrinos y algunas de las principales autoridades del pueblo. Se armaba la mesa para que los novios se sentaran y pudieran compartir con todos los invitados y los familiares. La posición de la mesa daba la posibilidad de que los invitados miraran de frente a los de la mesa principal. Ahora, como en el matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, la fiesta se realiza dentro de un local¹⁶ que está adornado de la siguiente manera: las mesas con sillas están alrededor del punto medio del local, todas tienen un mantel blanco con una tela combinada, tienen un adorno floral, dos botellas de ron, dos refrescos, cuatro botellas de cerveza, una jarra de bebida artesanal con alcohol y algunos vasos de plástico. Frente a la puerta principal, se colocan dos mesas: una está con la torta y sus adornos, la otra tiene un mantel blanco, dos floreros y dos fruteros con plátanos, manzanas

13 Hojas de eucalipto y *kiswaras*, de hojas blancas y verdes, dos en uno, que simbolizan a la pareja que no puede ser separada (F. Layme, comunicación personal, 25 de abril de 2017).

14 Representa al joven que se tuvo que cortar, sacar del lado de los impares para llevarlo al lado de los pares (F. Layme, comunicación personal, 25 de abril de 2017).

15 Banderas.

16 El “local”, en el ámbito de las bodas aymaras realizadas en El Alto, es un lugar que tiene capacidad para 200 personas o más y es alquilado por los novios para desarrollar su fiesta tras la ceremonia religiosa. El alquiler implica hacer uso del ambiente, la pista de baile y el lugar donde la amplificación y orquesta se acomodan. Asimismo, debe incluir una cocina donde se preparan los alimentos para la fiesta, la despensa, el lugar donde se guardan los regalos, el bar, el lugar donde se prepara las bebidas ofrecidas por los novios y los baños. Usualmente el alquiler del lugar incluye la disponibilidad de mesas, sillas, cocinas y la vajilla completa.

y uvas, aunque cuando la pareja tiene hijos no son tan necesarios los plátanos ni las uvas (se pueden colocar fresas u otras frutas que sean símbolo de un matrimonio ya disfrutado). A espaldas de los novios (en la pared) está colgado un adorno de plastroformo en forma de corazón donde figuran las iniciales de ambos (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

Para Layme (comunicación personal, 25 de abril de 2017), las frutas en la mesa principal simbolizan la reproducción de la pareja: el plátano es el pene, las manzanas la vagina y las uvas el resultado de esta unión. Se colocan estas frutas en la mesa principal por innovación moderna, creada por los propios aymaras para representar la vida sexual de la pareja que se está formando ese día del matrimonio.

Otra de las innovaciones occidentales modernas en el matrimonio –como en el de Victoria y Grover– es la torta. Esta se origina en la antigua Roma. En esa civilización se colocaba un pan sobre la cabeza de la novia y se lo rompía como símbolo de fertilidad. Los invitados debían recoger las migas, pues eran consideradas de buena suerte. Alrededor del siglo XII, esta tradición pasó a Inglaterra. Allí los invitados llevaban pequeños pasteles que se iban amontonando en una torre hasta hacerla lo más alta posible, con el fin de que más tarde se le añada una capa de azúcar glaseada. Los novios se besaban sobre el pastel y finalmente repartían porciones a los invitados.

Con la llegada al local de Grover y Victoria, el matrimonio actual, se reventaron coheteros. En el matrimonio antiguo se reventaba dinamita, para que toda la gente escuchara y fuera al festejo. Ambos simbolizan la anunciación de algún evento importante y se usan para llamar a todos a la fiesta. Los aymaras creían que el ruido despide a los muertos que desde el Día de Difuntos están en el *Manka Pacha* (Mamani, 2002, p. 34).

Antes de entrar a la ramada, el padrino hacía dar vueltas a la derecha o a la salida del sol a los novios, agradeciendo a la Pachamama por el nacimiento de esta nueva criatura (la pareja) y para estar en paz con las divinidades protectoras del lugar (Miranda & Machicado, comunicación personal, enero de 2017). Mientras que ahora solo ingresan caminando y toda la gente los recibe de pie (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

En los matrimonios de antes y ahora, los novios, los padrinos y los papás ingresan caminando por el lado derecho con una música suave como símbolo de saludo a los invitados. La diferencia es que antes esta música era interpretada por una banda y ahora proviene de una amplificación. En la actualidad el DJ (*disc jockey*) invita a bailar el vals a los novios, a los padrinos de religión, de civil y de torta, al igual que a los papás de los novios. En el matrimonio antiguo, no había un DJ que los invite a bailar; ellos solos salían a bailar con sus padrinos de religión y civil, también con sus papás (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, diciembre de 2016). Antes se bailaba con la música de un tocadiscos o de la banda, mientras que ahora se utiliza amplificación u orquesta; depende de la situación económica de los novios (Miranda & Machicado, comunicación personal, enero de 2017).

Antes, los familiares del novio y de la novia contrataban una banda o al *sikuri*, pero ahora los novios contratan una amplificación, una orquesta o una banda autóctona de *sikuri*. Antiguamente, contar con una banda en un matrimonio era símbolo de prestigio económico y social entre a los comunarios (Miranda & Machicado, comunicación personal, enero de 2017). Ahora, lo más prestigioso es la orquesta o cierto tipo de amplificación, porque los urbanizados modernos desean disfrutar de las propuestas musicales actuales, lo que la banda quizá no ofrece con amplitud; aunque contratar a este grupo sea más costoso que una amplificación. Ahora bien, es cierto que hay residentes carabuqueños que aprecian su cultura y por eso traen como regalo un grupo autóctono del lugar de donde provienen, para poder disfrutar aunque sea un poco de esta música. Esto sucedió en el matrimonio de Grover y Victoria, y en los matrimonios de otros residentes carabuqueños (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

Antes, en el día del novio o el día de la novia, sus familiares atendían a los novios, a los invitados, a la banda y sobre todo a la familia de la mujer o del hombre, según corresponda (Miranda & Machicado, comunicación personal, enero de 2017). Mientras que en la actualidad, las dos familias de los novios contratan meseros, cocineras, y la familia no atiende en la fiesta, pero sí ayuda en sus preparativos. En caso de que la familia no contrate meseros, los invitados los ven como desorganizados o que no cuentan con los suficientes recursos económicos para solventar la fiesta (Foronda, comunicación personal, enero de 2017).

Antes, el padre de los novios agradecía a los invitados por su asistencia; ahora, solo se hace un brindis dirigido por el padrino mayor. Antes y ahora, durante el brindis, los padrinos mayores dan recomendaciones a sus ahijados ante la concurrencia y agradecen a todos los invitados por la asistencia. Después empieza la recepción (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

En los matrimonios antiguos y en los actuales, los padrinos y los padres acompañan a los novios a recibir a los invitados y los obsequios; en el pensamiento aymara moderno y en el antiguo, se cree que el día del matrimonio está naciendo una nueva criatura y ellos no debían dejarla sola en ningún momento, porque son los padres de esa unión o criatura.

En el matrimonio moderno, los familiares o amigos tratan de ingresar primero para que los obsequios inaugurales sean cajas de cerveza, porque se cree que cuando el primer regalo es cerveza, lo más valioso en estos tiempos y símbolo de prosperidad, nada faltará durante la fiesta ni en su vida matrimonial (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

Antes, cuando ingresaban los invitados en *arku* montaña (entrar con regalos), se formaban dos medias lunas entre los invitados y los novios, los padrinos y los familiares. Después los invitados colocaban sus obsequios grandes en esas dos medias lunas formadas frente a la ramada; los anfitriones de la fiesta, para agradecer y saludar a sus invitados, bajaban sus sombreros y hacían una venia (M. Miranda y P. Machicado, comunicación personal, enero de 2017). Mientras que ahora, los anfitriones de la fiesta y los invitados hacen las mismas medias lunas, pero en el local, y colocan los obsequios grandes en el piso y los pequeños los entregan personalmente a los novios en la puerta del local; sin embargo, estos no se bajan los sombreros, solo hacen una reverencia de saludo con la mano derecha (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016). El sombrero antiguamente era parte de la vestimenta de los indígenas, mientras que ahora no y por eso el símbolo de saludo y agradecimiento es la venia o la reverencia.

Antiguamente, cada uno de los novios conseguían que algún familiar o amigo sea su mesero (no se contrataban como ahora) y uno de los meseros del novio o de la novia traía una jarra de jugo de tumbo con alcohol (la bebida más prestigiosa

del lugar) para invitar. Ahora los novios invitan tres distintas bebidas alcohólicas con jerarquía a los invitados como símbolo de agradecimiento por su asistencia. También conocido como “trecito” o “ferrocarril” –nombre colocado por los urbanizados–, consiste en tomar las tres bebidas consecutivamente: se empieza con el vaso más pequeño y se termina con el más grande, el vaso de cerveza (Foronda, comunicación personal, enero de 2017; observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

Antes, los invitados del novio le entregaban a este sus obsequios el día de su fiesta y a la novia, el día de la suya. Como actualmente no hay días separados de fiesta, en el mismo momento los amigos del novio le dan sus regalos a él y si son de la novia, a ella. Pero los urbanos-aymaras señalan que ahora no es importante ese aspecto y da lo mismo a quien se los den, porque el obsequio es de ambos y ambos retornarán el *ayni*. Sin embargo, cabe señalar que antes el *ayni* era retornado por los padres de los novios (Foronda y Rondo, comunicación personal, enero de 2017).

Cuando todos han terminado de tomar las bebidas, los papás y padrinos van por el lado derecho a agradecer a los invitados, dándoles un abrazo y echándoles mistura blanca; después el mesero sigue los parámetros que se explican a continuación para agradecerles el regalo a los invitados (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

Antes, cuando se regalaba algo a los novios no se retornaba nada, pero en la actualidad se siguen estos parámetros: cuando se recibe cerveza, se retorna la mitad a los obsequiantes, para que compartan en la fiesta, es decir, “si me dieron diez cajas de cerveza, nosotros le damos ese rato cuatro o seis cajas para que compartan durante la fiesta”, y cuando reciben otro tipo de regalo, se agradece con una caja para que compartan en la fiesta (F. Layme, comunicación personal, 25 de abril de 2017).

En la actualidad, los regalos más preciados son las cajas de cerveza o los muebles; mientras que antes lo más valioso era ganado y terrenos, aunque también se obsequiaban cargas de papa o chuño para que los novios iniciaran su vida conyugal (G. Foronda & V. Rondo, comunicación personal, enero de 2017). En la cultura aymara-urbana, se da mucha importancia a los obsequios de cerveza; es decir, cuando una persona entra con cajas de cerveza es bien vista en la fiesta, porque demuestra prestigio social y económico. Cuando los novios retornan el

ayni, principalmente lo hacen a los que les dieron cerveza y los regalos grandes como muebles (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

En el matrimonio antiguo, pasado el mediodía, los familiares del novio ingresaban con sus obsequios. Los padres del novio regalaban animales o terrenos para que puedan empezar a vivir como una familia. Generalmente, la familia del novio regalaba un pedazo de terreno al lado de su casa, para que los recién casados vivan ahí e inicien su vida conyugal. Incluso se creía que la yerna mayor era la segunda madre de los hermanos menores del esposo, por eso se les daba los terrenos tan cerca de la familia del novio (M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, enero de 2017).

Antes y ahora los novios nombran a alguien para que anote la lista de los obsequios y los nombres de las personas que hacen los presentes para que los novios luego devuelvan los *aynis* a estas personas. En la actualidad el cuaderno donde se toma nota está dividido en dos columnas: una para “nuevos”, que son los invitados que están viniendo a entregar un regalo porque se los invitó y otra de “*ayni*”, cuando el invitado está viniendo a devolver un regalo (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016). Antes, los papás de los novios retornaban los *aynis* en las fiestas; mientras que ahora los novios son quienes retornan los obsequios o *aynis* en las fiestas o eventos especiales. Antes, los hijos e hijas mayores heredaban los *aynis* de sus papás (G. Foronda & V. Rondo, comunicación personal, enero de 2017; M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, enero de 2017).

En la actualidad, los padres de los novios invitan bebidas a sus amistades o a los familiares sin distinciones de género (G. Foronda & V. Rondo, comunicación personal, enero de 2017). Contrariamente, en el matrimonio antiguo, el padre del novio colocaba coca en la mesa de los novios e invitaba solo a los hombres para que cada uno se sirva (les decía “*acullt’asipjjamay*”, que significa “sírvanse coca, pues”) y también servía vasitos de alcohol puro o con refresco a cada uno de los invitados varones, como símbolo de unión familiar; mientras que la madre del novio hacía lo propio con las mujeres (M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, enero de 2017).

Antes, todos los invitados se sentaban en el patio de la casa alrededor de la ramada, los hombres a un lado y las mujeres al otro (M. Miranda & P. Machicado,

comunicación personal, enero de 2017). En la actualidad, todos se sientan juntos, mujeres y varones, para compartir y disfrutar de la fiesta. Es cierto que la posición en la que se encuentran las mesas impide la confraternización entre todos, porque los invitados suelen sentarse en las mismas mesas que sus conocidos, para así disfrutar de su compañía y de la fiesta (G. Foronda & V. Rondo, comunicación personal, enero de 2017).

Antes y ahora, casi al final de la fiesta, el padrino mayor entrega a sus ahijados al padrino menor; con la diferencia de que antes esa entrega se hacía para que la novia desarrolle su fiesta al día siguiente con el cuidado del padrino menor. Mientras que ahora se entrega la pareja al padrino menor para encomendarle que también cuide a sus hijos espirituales, porque se creía, y se cree, que el matrimonio (el *jaqi*) es una criatura que recién está empezando a vivir y necesita del cuidado de los padrinos; por eso también durante la fiesta no los dejan solos (Mamani, 2002, p. 88). Desde el día que comienza la celebración del matrimonio hasta que termina, los padrinos están al cuidado de la pareja y la acompañan, pues son considerados padres y madres de esta, ya que el recién nacido no puede crecer sin el cuidado y apoyo de los padres. Además, se piensa que en esos días se están desarrollando físicamente los hijos y por eso deben ir a saludar a sus padres espirituales.

III.5.4. Conteo de regalos

A la mañana siguiente del festejo, tanto en el matrimonio antiguo como en el actual, las dos familias, sus amigos cercanos y el *kantus* o el *sikuri* se reúnen en la ramada o en el local, respectivamente, para recoger a los padrinos. Antes, el recojo se hacía el lunes y con banda o *sikuri*¹⁷; en cambio, ahora lo hacen el domingo y con *kantus*. El recojo de los padrinos para el conteo de regalos es un símbolo de gratitud y respeto hacia sus padres espirituales (F. Layme, comunicación personal, 17 de abril de 2017).

17 El *sikuri* es el grupo autóctono de Carabuco. El instrumento musical del *sikuri* es el *siku*. Este consta de dos hileras de tubos de caña (u otro material) de diferentes tamaños. Una de estas hileras se denomina (*ira*, el macho, y la otra el *arca*, la hembra). Cada *siku* tiene una mitad de la escala musical; por ello se toca por lo menos entre dos. Ambos se necesitan y se complementan para conseguir melodías gracias a la técnica del diálogo musical. El *siku*, por lo tanto, se toca en pareja, y la tropa (grupo de *sikuris*) viene a ser la junta de varias parejas con *iras* y *arkas* complementarias, que se fusionan para existir. A esta dualidad unitaria, tanto del instrumento como de los instrumentistas y que viene a representar la concepción esencial para la vida, se la conoce como *jjaktasiña irampi-arcampi*, entendido como ponerse de acuerdo, recibir-devolver, producir algo nuevo (Tschopik, 1968, p. 199).

En el matrimonio actual, se sigue el siguiente protocolo. Se llega donde el padrino menor haciendo reventar cohetillos, el *k'antus* empieza entonando una diana y el padrino sale para bailar con sus ahijados y el grupo autóctono en su patio o en la calle. Luego, los recién casados le dan seis cajas de cerveza para que compartan con sus familiares, porque ese día los padrinos son los festejados. Pero, en el caso de Grover y Victoria, sus padrinos compartieron su regalo con todos los que fueron a recogerlos y con sus familiares. Seguidamente, sacaron a los padrinos de civil a bailar unas dos calles y después se dirigieron a recoger al padrino mayor. En el matrimonio antiguo, esto se desarrolla casi de la misma manera, con la variación de que actualmente se les invita cervezas y antes se les daba bebidas artesanales elaboradas por los mismos novios o familiares (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

La visita al padrino mayor en el matrimonio actual tiene algunas variaciones, porque muchas veces los padrinos no son de la misma comunidad y no comparten algunas costumbres. A continuación se explican algunas de las variaciones posibles según el caso analizado. Cuando se llegó donde el padrino, se pudo apreciar que él ya había empezado la fiesta con sus invitados, porque la costumbre en la comunidad de Achacachi (de donde proviene el padrino de Grover y Victoria) es que ese día es del padrino, así que él debe organizar como una pequeña fiesta entre sus familiares y conocidos, sus invitados deben llevar de regalo cajas de cerveza no para los novios, sino para los padrinos y de esa forma demostrar su cariño a ellos.

Cuando llegaron sus ahijados, se acoplaron al festejo y les dieron las cajas de cerveza que trajeron; los novios y sus acompañantes comparten un poco y luego sacan a los padrinos a bailar unas dos calles. Después los padrinos mayores se quedan en su festejo y los novios junto con sus padrinos de civil se dirigen al local (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

Antes y ahora, cuando los novios y los padrinos llegan al lugar del festejo, saludan a todos los presentes personalmente dándoles la mano; cuando finalizan con el saludo, continúan bailando el ritmo autóctono. Luego se reparte comida especial a los novios primero y a todos los presentes después por el lado derecho (M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, 17 de enero de 2017; observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

Antes y ahora se nombran padrinos de parte de las dos familias para el conteo de regalos; pero, en el matrimonio antiguo, cuando no aceptaba la pareja escogida, esa tarea era asumida por el padrino de religión. Este nombramiento se hace dando dos cajas de cerveza a cada pareja de padrinos, es decir, a los padrinos de conteo de regalos y a los de dinero. Los nombrados deben ser casados por la dualidad que debe existir en el mundo aymara (M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, 17 de enero de 2017; observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

En el matrimonio antiguo, las familias y los novios ayudaban a reunir los regalos en el centro del patio de la casa del novio; pero ahora se hace como un juego tradicional para transportar los regalos. Este consiste en que los novios compiten por reunir los obsequios encima de una frazada y unos aguayos; la dificultad está en que las dos familias les impiden el paso a los novios, es decir, la familia del novio impide el paso a la novia y la familia de la novia, al novio (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

Antes y ahora, previo al conteo, se hace un ritual especial para *ch'allar* los regalos, para eso se prepara en un plato con pétalos de flores, con azúcar y canela molida. Las madrinas hacen un recorrido alrededor de los regalos y *cha'llan* todo con ese preparado, mientras tanto los padrinos *ch'allan* con alcohol y cerveza tras ellas. Después, los padrinos del conteo de regalos cuentan los regalos y aumentan Bs. 100 o más en el caso de salir impar; en el caso que sea par, no se incrementa nada. Estos padrinos buscan entre los regalos bacines o ladrillos, los *cha'llan* y luego les hacen tomar cerveza ahí a los novios (M. Miranda y P. Machicado, comunicación personal, 17 de enero de 2017) y (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016).

Antes y ahora los padrinos del dinero también *cha'llan* con alcohol, cerveza, coca, azúcar, canela y flores antes de contar el dinero; en el caso de Grover y Victoria, el dinero obsequiado era un total de Bs. 1.200 y sus padrinos incrementaron 100 dólares por cariño (observación participante del matrimonio de Grover Foronda y Victoria Rondo, 17 diciembre de 2016). La elevación de la cantidad del incremento se debe a la posición económica y a la presión social que existe en la urbanización (G. Foronda y V. Rondo, comunicación personal, enero de 2017), porque antiguamente los padrinos no aumentaban el conteo con altas sumas de dinero o regalos lujosos. La modernidad trajo consigo la competencia

individual y, en cierta manera, convirtió al sujeto en alguien muy competitivo en todo lo que realiza y que siempre trata de demostrar lo que es y lo que tiene ante todos como símbolo de superioridad. La costumbre de aumentar cuando el regalo era impar no implicaba para los padrinos ser tan generosos con sus aportes, porque los aymaras solo vivían del día y no contaban con fuertes sumas, pero eso se transformó por la manera de pensar del aymara-urbano (Mamani, 2002, p. 100).

Antes y ahora se desarrolla el “ritual de la prosperidad”, para empezar con el pie derecho la vida matrimonial. El ritual actual consiste en que se preparan dos aguayos, uno para el novio y otro para la novia; en estos se colocan dos piedras, papas y chuños; a la novia se le incluye el *tari* de plata. Ambos aguayos se *cha'llan* con coca, azúcar y canela, y después la pareja debe bailar alrededor del local. Antes era de la siguiente manera: se preparaba dos aguayos con papas, canela, azúcar y piedras; se dividía para los dos esposos el dinero contado, se les cargaban los aguayos a ambos y daban vueltas por los alrededores del terreno del papá del novio (M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, 17 de enero de 2017).

En los matrimonios de antes y ahora, cuando los esposos retornan de dar las vueltas, recién empieza el festejo y la confraternización que dura hasta la noche o el amanecer; depende del contexto y los acompañantes.

III.5.5. Sacado de cadena

En la actualidad, se debe celebrar una misa y después comienza el “sacado de cadena”; mientras que antes no era tan necesaria la misa. En los matrimonios actuales y antiguos, el sacado de cadena es la culminación de la fiesta del matrimonio, cuando los novios deben reunir a las familias y a los padrinos por última vez (G. Foronda & V. Rondo, comunicación personal, enero de 2017). En esta reunión, los novios preparan comida para compartir con toda la familia. Este evento antiguamente se realizaba en la casa del padrino menor, pero ahora no necesariamente: en el caso analizado para la presente investigación, se realizó en la casa de los novios.

El protocolo que se sigue en el sacado de cadena de los matrimonios actuales y antiguos es el siguientes: comienza con el ritual del *k'inthu* y se continúa con las recomendaciones; anteriormente solo las parejas antiguas podían dar consejos a

la nueva pareja, pero ahora todos los casados y los que están presentes los dan. Luego, el padrino menor o de civil saca la cadena que lleva la esposa y la entrega en un *tari*, junto con las arras, a la novia para que guarde todo como un tesoro de su matrimonio; finalmente, se colocan los *taris* de coca con alcohol para iniciar el *compartimento* (G. Foronda & V. Rondo, comunicación personal, enero de 2017; M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, enero de 2017).

Antes, como la gente era más estricta, se hacía arrodillar a los novios para hacerles reflexionar; pero en la actualidad esto no es necesario, aunque sí deben agachar la cabeza para oír las recomendaciones. Esto no significa que los novios estén siendo reprendidos por algo malo que hubieran hecho (M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, enero de 2017).

Generalmente en las recomendaciones a los novios se enfatiza que a partir del matrimonio ya no hay “mi mamá” o “mi papá”, cada quien por separado, porque ambos son uno solo y ambos tienen las mismas familias; no deben hacer diferencia y deben tratar de tener una vida más independiente como pareja (F. Layme, comunicación personal, 25 de abril de 2017).

Luego del sacado de cadena, los ahijados de los matrimonios antiguos visitaban a los padrinos en Año Nuevo o en carnaval, llevándoles cuadros de recuerdo, cargas de papa, cordero, chuño u otros productos de acuerdo a su posibilidad económica, hasta que se cumplan mínimamente tres años desde el casamiento, a fin de que los padrinos y los ahijados se mantengan cercanos y siempre estén en constante acompañamiento entre ellos (M. Miranda & P. Machicado, comunicación personal, enero de 2017). En la actualidad, estas visitas ya no son tan indispensables como antes; es más, hay ahijados y padrinos que después del sacado de cadena ya no se encuentran más; eso depende mucho de las tradiciones de ambas partes.

IV. Conclusiones

Desde el momento en que el hombre aymara carabunqueño viene al mundo, adopta su cultura originaria y se la apropia para poder desarrollarse en el contexto que lo rodea. Esta apropiación implica practicar sus usos y costumbres en todo momento de su diario vivir; pero, además, debe cumplir con la cosmovisión aymara que le indica que todo lo que rodea al hombre tiene vida y alma, y por eso cada elemento debe ser respetado.

Asimismo, el aymara interpreta todo lo que lo rodea dividiéndolo en hembra y macho o *chacha* y *warmi*; es decir, concibe a su realidad como la integración de dos contrarios que se armonizan entre ambos. Esta unión de contrarios se da también en la unión dual del hombre y la mujer en el matrimonio.

El matrimonio para los aymaras significa hacerse una persona adulta y responsable, es como nacer a la sociedad de adultos en la que los casados podrán cumplir con la exigencia total de la comunidad. Este nacimiento les permitirá asumir su herencia cultural y así poder replicarla entre sus hijos y las personas que los rodean.

Esta celebración matrimonial trae consigo algunos ritos y tradiciones que expresan respeto y armonía con las divinidades de la comunidad. Cuando Mercedes Miranda y Pedro Machicado, muchos años atrás, desarrollaron el festejo de su matrimonio en Carabuco, siguieron ciertas tradiciones desde el rogado de padrinos hasta el sacado de cadena. Los novios no tenían tanto protagonismo en su fiesta, porque se los consideraba inmaduros y sin experiencia al respecto; por eso los adultos tomaban las decisiones para la elección de los padrinos y el desarrollo de la fiesta.

Esta ideología aymara se transmitió de generación en generación para que perdurara en los nuevos indígenas; pero esto se fue transformando por la influencia de la modernidad y la mezcla cultural que vivieron los mismos. Otro de los factores importantes y relevantes en esta transformación es la migración campo-ciudad que tuvieron que atravesar los originarios de Carabuco. Desde el momento en que Grover llegó a la ciudad, experimentó un enfrentamiento entre lo moderno-urbano y su cultura. Pero como él llegó con su cultura plenamente apropiada, decidió fusionarla con lo moderno y su nuevo contexto social.

Por ello, el festejo matrimonial de Grover y Victoria es tradicional-cultural y urbano-moderno al mismo tiempo; se podría decir que tiene el mismo despliegue que el matrimonio antiguo, con algunas excepciones que se resumirán a continuación.

Los principales organizadores de este festejo son ellos, porque sus padres viven en el pueblo de Carabuco, alejados de sus hijos y sin muchos recursos económicos. Por esa razón, los novios son los que deben disponer de dinero para desarrollar su fiesta en el lugar donde habitan; pero, además, deben cuidar

que sus costumbres resalten sin opacar la cultura urbana y moderna adquirida en el lugar donde ellos habitan.

Ahora, es cierto que la cultura urbanizada de El Alto es el resultado de la construcción de diversas culturas que se manifiestan en esta urbe, y sus representantes tratan de reflejar sus orígenes culturales, los fusionan y los adecúan a su contexto. En este caso, el matrimonio no puede ser totalmente aymara, porque se transforma con ese influjo moderno, por el que se trata de adecuar lo tradicional al contexto urbano- moderno, sin perder la esencia tradicional-aymara que nació con ellos y se ha transmitido o heredado de generación en generación.

Al respecto, cabe citar algunos ejemplos de esta transformación y fusión entre lo tradicional cultural y lo moderno que se presentan en el matrimonio aymara-urbano. En este matrimonio, se da mucha importancia al prestigio social y económico que se quiere mostrar a la sociedad, tanto de parte de los novios, como de los padrinos y los invitados. Por esta razón, los padrinos después del matrimonio civil o religioso tratan de desarrollar un festejo prestigioso para sus ahijados y sus familias. Esto es reflejado en la cantidad de cervezas, las bebidas y la comida que se invita. Es también muestra de prestigio que el padrino ocupe un buen cargo profesionalmente o que simplemente tenga recursos económicos; eso se refleja en el obsequio que da a los novios y la ayuda futura que proporcionará a esta nueva familia. Hay casos en los que el padrino no tiene prestigio económico; eso no le quita la autoridad que tiene frente a sus hijos espirituales.

El prestigio de los novios se refleja en la realización del matrimonio y en cuánto dinero se está disponiendo para esta celebración. Los novios realizan su matrimonio con muchos lujos e invirtiendo altas sumas de dinero en el contrato de algún grupo de renombre que haga música del género "chicha"; este tipo de música es del agrado de los alteños y en general son grupos que vienen desde Perú. En caso de que no se cuente con muchos recursos económicos, solo se contrata una amplificación o una orquesta. Pero como el aymara tiene presente su cultura materna, contrata para el festejo a un grupo autóctono de su lugar de origen; de esa forma puede lograr un equilibrio entre lo tradicional y lo moderno.

Los invitados exhiben su prestigio económico en la cantidad de cajas de cerveza que obsequian a los novios o con los costosos regalos que les dan. Esto es fruto

de la vida social que la pareja realiza con sus vecinos, es decir, si la pareja nunca asistió a los eventos sociales llevando cerveza como *ayni*, en su fiesta se reflejará eso. Es como “hoy por ti, mañana por mí”.

En el matrimonio antiguo, el prestigio social y económico no desempeñaba una figura importante, porque los comunarios tenían una similar posición económica. Eso quizás se reflejaba en la cantidad de terrenos del novio o la novia, porque cuando alguien tenía muchas hectáreas de terreno era considerado “millonario”, y eso automáticamente pasaba a ser parte de la nueva familia que se estaba formando, aunque en división con los demás hijos.

Referencias

- Albó, X. (2014). Bases étnicas y sociales para la participación Aymara en Bolivia: La fuerza histórica del campesinado. En E. Kingman (Ed.), *Ciudades de los Andes: Visión histórica y contemporánea* (de la 1.ª ed. de 1992; pp. 375-387). Lima: Open Edition Books. <https://doi.org/10.4000/books.ifea.2234>
- Bauman, Z. (2004). *La modernidad líquida*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Bravo, N. (2005). Costumbre y tradición: la cultura popular entre la rebeldía y el conservadurismo. *Realidad*, (105), 481-504.
- Carter, W., & Mamani, M. (1989). *Irpa Chico: Individuo y comunidad en la cultura aymara*. La Paz: Juventud.
- Castells, M. (1986). *La ciudad y las masas: sociología de los movimientos sociales urbanos*. Madrid: Alianza.
- Escobar, A. (2003). Mundos y conocimientos de otro modo: El programa de investigación de modernidad/colonialidad latinoamericano. *Tabula Rasa*, (1), 51-86. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39600104>
- Giddens, A. (1999). *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.

- Guaygua, G., & Castillo, B. (2008). *Identidades y religión: Fiesta, culto y ritual en la construcción de redes sociales en la ciudad de El Alto*. La Paz: ISEAT.
- K'antus. (s. f.). En Wikipedia. Recuperado el 28 de noviembre de 2018 de <https://es.wikipedia.org/wiki/K%27antus>
- Llanque, D. (1990). *La cultura: desestructuración o afirmación de identidad*. Lima: IDEA.
- Mamani, V. (2002). *Ritos espirituales y prácticas comunitarias del aymara*. La Paz: Creart.
- Timmer, H. (2011). *Cosmología andina: sabiduría indígena boliviana en encuentro con la ciudad*. La Paz: T'ika&Teko.

Videojuegos para aprender historia

Lic. Rodrigo Daniel Flores Noriega¹

rodrigo_9_188@hotmail.com

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

(La Paz, Bolivia)

Fecha de recepción: 17 de agosto de 2018

Fecha de aprobación: 22 de octubre de 2018

Resumen

El siguiente artículo aborda el fenómeno de la adquisición de conocimiento histórico a través de la práctica de videojuegos. También se compara la veracidad de la información proporcionada por los títulos de estos entretenimientos con la información histórica acerca de los tópicos abordados por los juegos.

Palabras clave

Proceso, videojuegos, historia, información.

Learning history by playing videogames

Abstract

The following article presents an analysis of a phenomenon, where videogames can provide historical information to its users, so called players. Also, the article compares accuracy between information provided by the games, with the information that we get on different historical events.

Keywords

Process, videogames, history, information.

I. Introducción

La forma en que una persona puede acceder a todo tipo de información actualmente no se limita a la consulta o búsqueda en libros u otros medios académicos comúnmente usados, dado que la obtención de información que hace un individuo deriva en primera instancia de las experiencias vividas y

1 Nacido en 1993, en La Paz Bolivia. Graduado del colegio Internacional del Sur en humanidades y licenciado en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Entusiasta en los estudios de historia, durante su tiempo en la universidad estudió bajo la tutela de Carlos D. Mesa Gisbert y José Luis Aguirre Alvis. En 2015 fue uno de los autores de un artículo de Calle 2 bajo la dirección de Amparo Canedo de Tellería.

almacenadas en su memoria. Así, el medio o canal por el que puede conseguir la información varía, según sus preferencias o decisiones que él mismo toma.

Este argumento se encuentra respaldado por autores como Kenneth Craik y Robert S. Lockhart (1980), quienes consideran que la memoria es un solo núcleo y que la forma en que se procesa la información influye sobre un recuerdo posterior. Es decir, que la calidad de lo recordado dependerá de cómo se haya procesado la información en el momento de su codificación (aprender sobre un determinado tema requiere tiempo y dedicación). La historia y sus formas de difusión no escapan a esta definición; se presentan de forma más subjetiva aun, porque los eventos pueden diferir de lo relatado en los documentos de historia, y en algunos casos ni las consecuencias de esos eventos corresponden fielmente con lo ocurrido.

Actualmente no quedan testigos del Renacimiento italiano o de las Cruzadas en Tierra Santa, pero es gracias a los materiales y fuentes de investigación histórica que se conocen los eventos que ocurrieron en aquellas épocas y que han influenciado de varias maneras en los acontecimientos de hoy en día. La única certeza que queda es gracias a que la gente que vivió esos hechos pudo recordarlos e informar sobre ellos.

La historia no es una ciencia exacta. Lo que la hace una disciplina de estudio es su objetivo: entender y discernir las posibilidades y contextos de hechos que se desarrollaron en su momento. Para descifrar los acontecimientos históricos de la humanidad, la historia se basa en el estudio de las actividades de las personas y de las sociedades de una determinada época.

Una característica importante de la historia es la transmisión de sus hallazgos, que pasó de la forma oral (de padres a hijos, de maestros a pupilos en clases magistrales) a la comunicación escrita (a través de libros y documentos de todo formato). Sin embargo, en la actualidad la tecnología ofrece otras formas de comunicación que pueden ser explotadas no solamente para comunicar hechos históricos, sino para enseñar otras ramas del saber. Uno de esos medios son los videojuegos, elegidos para el desarrollo del presente análisis. La gran expectativa que generan entre la niñez y la juventud actual los ha convertido en un medio de comunicación con el que se puede transmitir información y conocimientos de una manera entretenida para todo el que los juegue.

Esta investigación se fijó como objetivo explorar si es posible que un jugador obtenga conocimiento histórico universal mediante la interacción con videojuegos. A este efecto se organizó un grupo de jugadores asiduos de los videojuegos y particularmente familiarizados con tres títulos: *Assassin's creed*, *Age of empires* y *Medal of honor*. Basados en distintos acontecimientos históricos mundiales, esos videojuegos llevan esos hechos a escenarios virtuales y permiten conocer los sucesos que los rodearon.

II. El fenómeno del videojuego y la información

Bustos y Guzmán (2009), en su trabajo *Los videojuegos y el desarrollo de competencias de información*, afirman que “no existe una definición única y consensuada sobre el videojuego que integre tanto sus aspectos técnicos, sociales y psicológicos” (p. 2). El videojuego es una herramienta transformable en su uso, y dependiendo de cómo se lo maneje el usuario puede obtener distintos tipos de resultados.

Una de los textos bases de la investigación fue la obra *Homo ludens*, de Huizinga (2000). El concepto de “el hombre que juega” ayuda a entender la necesidad que tienen las personas de jugar y cómo es impulso no tiene una raíz cultural o social:

El juego es más viejo que la cultura; pues, por mucho que estrechemos el concepto de ésta, presupone siempre una sociedad humana, y los animales no han esperado a que el hombre les enseñara a jugar. Con toda seguridad podemos decir que la civilización humana no ha añadido ninguna característica esencial al concepto del juego. Los animales juegan, lo mismo que los hombres. Todos los rasgos fundamentales del juego se hallan presentes en el de los animales. Basta con ver jugar a unos perritos para percibir todos esos rasgos. (Huizinga, 2000, p. 1).

De esta afirmación se desprende que la necesidad de “jugar” es innata en el ser viviente. Se juega por instinto y por eso es algo común entre de las acciones de las personas.

El teórico de la comunicación Jesús Martín-Barbero (2002) plantea una visión general de la información y el saber en una sociedad que está inmersa en la tecnología y en la rapidez de adquisición de ella. En “*La educación desde la comunicación*” plantea:

El lugar de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural. Pues la tecnología remite hoy, no a la novedad de unos aparatos sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras. Radicalizando la experiencia de desanclaje producida por la modernidad, la tecnología deslocaliza los saberes modificando tanto el estatuto cognitivo como institucional de las condiciones del saber, y conduciendo a un fuerte emborronamiento de las fronteras entre razón e imaginación, saber e información, naturaleza y artificio, arte y ciencia, saber experto y experiencia profana. (p. 2).

De la exposición de estas ideas se infiere la existencia de un cambio dentro de la cultura, pues esta no es estática. De la afirmación de Martín-Barbero se deriva la necesidad de adaptación de las culturas y sociedades al paso del tiempo y desde un ángulo comunicacional. También da pie a la idea de usar los videojuegos como posible método para difundir información histórica.

En la línea de Martín-Barbero, el sociólogo Manuel Castells (2010) en su disertación *Internet y la sociedad red*, plantea lo siguiente:

Sabemos, por ejemplo, por un estudio que acaba de hacer British Telecom, (...) realizado a lo largo de un año en una serie de hogares en los que se utilizaba Internet, que no cambia nada. (...) Se llama *Aquí no pasa nada*. Pero sí que pasa. Internet es un instrumento que desarrolla pero no cambia los comportamientos, sino que los comportamientos se apropian de Internet y, por tanto, se amplifican y se potencian a partir de lo que son.

Esto no significa que Internet no sea importante, quiere decir que no es Internet lo que cambia el comportamiento, sino que es el comportamiento el que cambia Internet. (Castells, 2010, "5. La sociabilidad", párr. 1).

Lo que plantean Martín Barbero y Castells va más allá de considerar al internet como algo que influye negativa o positivamente en las personas. En realidad estas, con su comportamiento, se apropian del medio y en ese proceso lo cambian, a la vez que las características tecnológicas de este cambian también las percepciones y el lenguaje humanos. Esto es importante de tomar en cuenta a la hora de analizar a los videojuegos, cuyo vehículo fundamental es el internet.

III. Conceptos principales del estudio

Jesús Martín-Barbero (Universitat de Barcelona, 2010), en una entrevista titulada “El consumo cultural de los jóvenes”, plantea:

Esta nueva manera de circular los productos culturales frente a un actor que nos separa radicalmente el consumo de la producción, el ocio del trabajo, no sólo porque ya podemos trabajar en casa, sino porque dentro del ocio puede haber una dimensión de trabajo, de producción, una dimensión de creatividad. Creo que trastorna profundamente lo que era la relación puntual de la gente con las diversas modalidades de la cultura y a la vez creo que la ganancia más de fondo es que mucha más gente que solo usaba y tiraba, hoy día tiene una relación con la cultura, mucho más duradera a su modo y mucho más creativa. (Universitat de Barcelona, 2010, 2:22).

Esta afirmación plantea que el consumo cultural ha sufrido un cambio en el uso de los medios tradicionales de información. Por ello para el estudio de los sujetos de este trabajo se manejarán los siguientes conceptos:

- Consumo
- Apropiación
- Usos

III.1. Consumo

En el estudio, este concepto comprende tres dimensiones: la primera se refiere a la compra de los juegos; la segunda, al tiempo dedicado en su uso y “por qué” dedican ese tiempo específico a jugarlos y la tercera, que determina si la exposición al juego ha conducido a los sujetos a buscar información histórica relacionada con el tema, a raíz de un interés del jugador por conocer más de la historia universal.

III.2. Apropiación

Se fundamenta en la idea de que los jóvenes pueden asimilar y adaptar la información obtenida en los videojuegos sobre hechos históricos; los contextos en los cuales se basa la trama de los videojuegos y los personajes que intervienen en su narrativa durante el tiempo de exposición a aquellos.

III.3. Usos

Se analiza si los jugadores hacen uso de la información obtenida de los juegos. Así se pretende determinar a partir de este “uso” si el jugador considera o no verídica la información; luego, se observa si el jugador vincula la información recibida con una búsqueda de información adicional; y finalmente, si el jugador la expone en el espacio académico o social.

IV. Los videojuegos y su influencia

En la actualidad hay ciertas opiniones controversiales sobre los videojuegos debido a que son vistos únicamente como fuentes de entretenimiento, a lo que se suma la corriente que indica que los videojuegos de acción causan actitudes violentas o negativas en los jóvenes. Así Díez, Terrón y Rojo (2002), en su artículo “Violencia y videojuegos”, señalan: “Consideramos que algunos videojuegos son una de las claves explicativas que ayudan a mantener y potenciar unas relaciones de agresividad, desprecio y un clima de violencia soterrada entre la población adolescente y juvenil” (p. 3).

Más allá de la consideración de los efectos que mencionan los autores citados, nos interesa confirmar si la influencia de los videojuegos en sus consumidores se traduce en que estos adquieran conscientemente información histórica relativa a los acontecimientos y personajes presentados en los juegos. Para ello, se llevó a cabo una exploración piloto a través de encuestas a un grupo de jóvenes de entre 18 y 26 años, cuya característica común era interactuar con este tipo de entretenimiento.

A efectos de valorar este estudio se llevó a cabo una exploración piloto, haciendo encuestas a un grupo de jóvenes entre los 18 y 26 años, que tenían la característica común de interactuar con los videojuegos señalados, y así confirmar la influencia de los mismos y constatar si estos jugadores, adquieren conscientemente la información histórica relativa a los acontecimientos y personajes presentados en los juegos.

Dada la narrativa de inmersión usada por los juegos basados en personajes y eventos históricos, hay una nueva forma entre los consumidores de recibir y apropiarse de los datos, aunque no precisamente exactos probablemente debido a la intención de los creadores de estos pasatiempos de mantener el

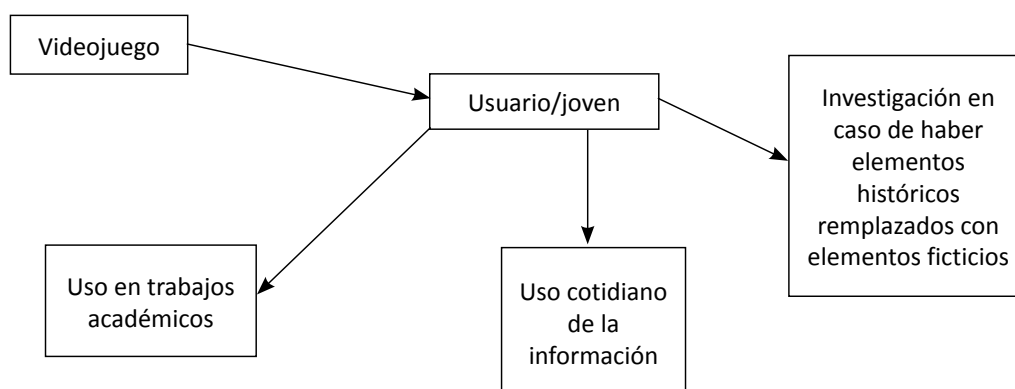
suspenso y elevar el entretenimiento. Esto despierta en el usuario un interés por investigar para entender o verificar la certeza de la información histórica mostrada en el videojuego.

Por otra parte, la socialización de los jugadores mientras disfrutan del entretenimiento es un objetivo primario para los desarrolladores de cualquier tipo de videojuego, dado que la tecnología de hoy permite a cada usuario jugar desde la comodidad de su hogar con otras personas que forman parte de la comunidad virtual del pasatiempo. Pese a que la persona puede estar sola en un espacio físico, en el espacio virtual está acompañada potencialmente por millones de otros usuarios con los que está interactuando y compartiendo información acerca de los hechos históricos tratados en el juego.

V. El proceso oculto de interacción

A continuación, se presenta un modelo esquemático de la estrategia que se empleó para descubrir el proceso de la obtención de información histórica. La figura se desarrolló con base en la experiencia del autor al interactuar con los títulos de videojuegos escogidos para esta investigación.

Figura 1
El modelo hipotético del proceso entre jugador y videojuego



Fuente: elaboración propia.

Inicialmente, se hizo el análisis de cada uno de los títulos de videojuegos. De ahí, la línea de acción se consistió en describir el primer proceso; es decir, la forma en que el juego llega al usuario y cómo este se desenvolvía con la información obtenida.

Luego, se procedió a determinar si el sujeto hacía uso de la información de manera cotidiana, en su relación con otras personas, y si alguna vez le sirvió en sus trabajos académicos.

Finalmente, a partir de descubrir los elementos históricos que habían sido incorporados en el juego para mantener su grado de entretenimiento, se indagó si ello despertaba en el jugador algún tipo de interés por tener una aclaración acerca de los verdaderos hechos históricos.

VI. Los juegos y la información

Los datos históricos que se recopilaron de los juegos fueron sometidos a un análisis de discurso. Para ello se compararon los eventos, personajes y locaciones históricas que exhiben los entretenimientos con los mismos elementos, pero descritos por fuentes históricas. Así se pudo determinar qué referencias o aspectos de los videojuegos gozan de exactitud histórica y en cuáles hay inconsistencias.

En la narración de los distintos videojuegos elegidos se encontraron referencias o elementos complementarios a hechos históricos. Los tres títulos estudiados, representan momentos históricos de carácter bélico, acaecidos en distintas regiones del mundo. Se clasifican en las categorías de juegos de “acción” y de “aventura”.

VI.1. *Assassin's creed*

Assassin's creed fue lanzado al mercado de videojuegos en 2007. Lo desarrolló Ubisoft, una empresa con sede en Montreal, Canadá, dedicada a la creación de juegos de video. Hubo varias entregas con el título de *Assassin's creed* en los siguientes años:

- 2007: *Assassin's creed*
- 2009: *Assassin's creed II*
- 2010: *Assassin's creed brotherhood*
- 2011: *Assassin's creed revelations*
- 2012: *Assassin's creed III*
- 2013: *Assassin's creed IV: Black flag*
- 2014: *Assassin's creed: Rouge*, y *Assassin's creed: Unity*
- 2015: *Assassin's creed: Syndicate*

Se trata de un juego de aventura y acción en tercera persona, en el que el jugador toma el control del protagonista y sus acciones e interacciones. En todo momento el usuario es partícipe, como un espectador omnisciente, de los eventos que ocurren dentro del espacio virtual.

Hay distintas situaciones y momentos en los que el juego presenta elementos ficticios: la hermandad de los “Asesinos”, protagonistas de cada una de las entregas, están en constante guerra con los “Templarios”, quienes cumplen el papel de los antagonistas y hacen referencia a la orden de los Caballeros Templarios.

A continuación, de forma resumida se explica la guerra ficticia entre Asesinos y Templarios.

Los Assassins son guardianes de la humanidad que buscan mantener el libre albedrío del hombre y los ideales de libertad y justicia que todos los hombres merecen tener. Por otro lado, los “Templars” defienden la idea de que la libertad es una invitación al caos y desorden en la humanidad, y que todas las personas deberían seguir un mismo rumbo y propósito en sus existencias. Así, descartan el ejercicio de la libertad de ideas y pensamientos, y su principal búsqueda es el control y el poder. El elemento fantástico más grande está en que ambos bandos combaten por el control de artefactos conocidos como “Piezas del Edén”, que tienen el poder de controlar la mente y acciones de las personas. Los Asesinos buscan guardar estos artefactos, legados por seres mucho más antiguos que el hombre, mientras que los Templarios buscan controlarlos para crear su utopía de dirección y propósito para la humanidad. Varios personajes históricos pertenecen a uno u otro de estos dos bandos.

Assassin's creed consta de ocho entregas, con un mismo universo y temática ficticia basada en hechos históricos; pero cada juego se desarrolla en un punto distinto de la historia humana y mantiene una línea temporal propia con relación a los eventos de distintas naciones del mundo.

Por ejemplo, la primera entrega de la saga de *Assassin's creed* (2007) está ambientada en la tercera cruzada en Tierra Santa (1189-1192). Esta es “la más importante después de la primera intervención en la captura de Jerusalén”, según *Historia militar de las Cruzadas en Tierra Santa*, de David de Caixal (2011).

Steven Runciman (1999), autor de *Historia de las Cruzadas*, resume este hecho histórico así:

El ejército cristiano había sido destruido; la Santa Cruz, la más sagrada de todas las reliquias de la Cristiandad, estaba en manos del infiel; la misma Jerusalén había sido conquistada. En el espacio de pocos meses el edificio del Oriente franco se había desplomado, y si algo se quería salvar de las ruinas era menester mandar ayuda, y además sin pérdida de tiempo. (p. 17).

La Tercera Cruzada es popular en la historia universal porque marca un punto y aparte en las guerras por el control de Jerusalén. Europa quería el control de ese territorio por varios motivos: económicos, culturales y sociales.

A partir de esta reseña, se puede comparar lo que ofrece el juego y lo que se conoce del hecho histórico como tal.

La primera entrega del juego se desarrolla durante la Tercera Cruzada de los reinos europeos sobre las tierras de Medio Oriente. Son escenario del juego tres ciudades importantes: Acre, Damasco y Jerusalén. Si bien las características históricas de estas ciudades no son totalmente exactas durante el juego, hay monumentos y sitios que sí son reales (ver la Figura 2).

Figura 2
Monumento real y monumento exhibido en el juego



Fuentes: Andrew Shiva (2013) y Ubisoft (2007).

Como se puede ver, la imagen de la Cúpula de la Roca es la misma en la vida real que en el juego. Este monumento se encuentra en Jerusalén (actual Israel), el principal objetivo de conquista de los cruzados. En el juego, el participante

ingresa al monumento y su acción está situada históricamente en la Tercera Cruzada (1189-1192).

VI.2. *Age of empires II*

Desarrollado por Microsoft (1999), *Age of empires II: The age of kings* es un videojuego que pertenece al género de estrategia en tiempo real y cuenta con cuatro “expansiones”: *The conquerors*, *The forgotten*, *The african kingdoms* y *Rise of the rajas*.

Las entregas *The forgotten*, *The african kingdoms* y *Rise of the rajas* corresponden a la versión en alta definición (*high definition* o HD) lanzada en 2013, es decir, se les hizo una actualización para los sistemas más recientes de Windows (como las versiones 7, 8 y 8.1), después de 14 años de su lanzamiento original.

El juego aporta información histórica sobre las campañas bélicas que recrea en diferentes tiempos y lugares. Así, el usuario revive batallas destacadas de la historia, como la guerra de independencia de Escocia o la conquista del imperio azteca, con la lucha por el control de la ciudad de Tenochtitlan.

Cada campaña tiene por título el nombre de algún personaje que es el centro o parte esencial de los eventos que se desarrollan en diferentes “escenarios”. Estos son una representación virtual de los acontecimientos, cuyos protagonistas pueden o no ser visibles en el videojuego. A diferencia de *Assassin’s creed*, se encontraron mayores inconsistencias históricas entre el entretenimiento y la realidad documentada.

Se analizó la información histórica general de los eventos y batallas, más que los datos sobre los personajes, ya que el juego, en lugar de sumergir al usuario en un rol de primera persona, lo traslada a una narrativa en tercera persona en la que controla la gran parte de los elementos de interacción del entretenimiento.

Así, el episodio de William Wallace transcurre durante el primer periodo de la guerra de independencia de Escocia (1296-1298) y alude al impulsor de la revuelta escocesa contra la corona inglesa de Eduardo I.

Alexander Murison (2014), en *Sir William Wallace*, afirma que “Wallace era indudablemente de linaje escocés puro; y a partir de esta posición social tenía

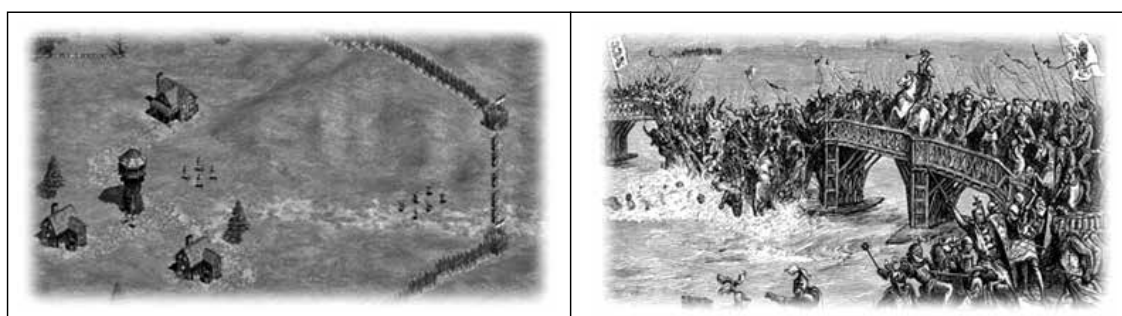
amplio contacto con el sentimiento nacionalista” de su país (p. 20). Ello explica que entre las causas principales de sus revueltas se cuente el señorío inglés sobre la población escocesa y sus tierras, además del incumplimiento de un tratado y asuntos de política interna ingleses (Murison, 2014).

Dos contiendas se destacan dentro del juego: La batalla de Stirling (1297) y la batalla de Falkirk (1298).

VI.2.1. Batalla de *Stirling*

Se la conoce por ser un triunfo al mando de Wallace y un hecho que elevó la moral de las tropas escocesas. Históricamente se disputó en el puente de Stirling. Según Murison (2014), a raíz de la victoria escocesa, las tropas inglesas se retiraron de ese país y se generó una dura enemistad entre ambas naciones.

Figura 3
Recreación de la batalla en el juego e ilustración antigua del mismo hecho



Fuentes: (“The battle of Stirling”, s.f.) y Hanley (1986).

En el juego los escoceses ganaron la batalla, lo cual históricamente es correcto, aunque se prescinde del elemento del puente por razones narrativas y para simplificar la historia, pues esta campaña tiene el objetivo didáctico de enseñar a jugar al usuario.

VI.2.2. Batalla de *Falkirk*

Aquí se encuentra una gran inconsistencia histórica. El juego sugiere que los escoceses ganaron la batalla de Falkirk (1298), sin embargo, de acuerdo con la documentación histórica, en realidad perdieron la contienda ante el ejército inglés.

El juego plantea el objetivo de destruir un castillo dentro del escenario de batalla, mientras que la crónica histórica no menciona a ningún castillo inglés ni un asedio a una base o asentamiento de Eduardo I.

Figura 4
Un castillo inglés dentro del juego



Fuente: <https://vignette.wikia.nocookie.net/ageofempires/images/2/29/Wallacelc7castle.png/revision/latest?cb=20160209192842>

Murison (2014) menciona que la causa principal del desastre de Falkirk fue la traición de Robert Bruce, heredero del trono de Escocia. La derrota significaría la renuncia de Wallace como “Guardián de Escocia”.

Posiblemente la incoherencia histórica en el juego se deba a que no se podía dar un final trágico al héroe, especialmente en una campaña tutorial para nuevos usuarios: una derrota los desanimaría a seguir jugando.

VI.3. *Medal of honor*

Fue desarrollado por la compañía Electronic Arts (1999), comúnmente conocida como “EA Games”, y tuvo distintas entregas desde su lanzamiento en 1999. Nuestra investigación solo abordó los episodios con contenido histórico.

A diferencia de los otros títulos estudiados, que presentan eventos protagonizados por diferentes naciones y culturas, los juegos de *Medal of honor* se ambientan solo en la Segunda Guerra Mundial. Los acontecimientos se narran desde la perspectiva de los Aliados, más específicamente de Estados

Unidos, ya que la mayor parte de las batallas dentro del juego se desarrollan después del ataque a Pearl Harbor, en 1941, cuando Estados Unidos ingresó a la contienda.

Para esta investigación solo se estudiaron dos entregas de las 16 que el juego tiene disponible, como el mejor material de muestreo de lo que se puede ver en el resto.

VI.3.1. Operación Overlord

Un evento de gran relevancia dentro del juego y en la historia de la Segunda Guerra Mundial es el asalto de los Aliados a las costas de Normandía el 6 de junio de 1944, en un intento de romper el muro Atlántico de Adolf Hitler y asegurar una base permanente para el teatro de operaciones de Europa.

Este hecho, conocido como el Día D y denominado en términos militares como Operación Overlord, fue el más grande avance militar de los Aliados durante la Segunda Guerra Mundial.

Desde que la Alemania nazi expulsó a los Aliados fuera de Francia en 1940, estos planearon una acción para cruzar el canal de la Mancha y retomar el continente europeo. Para la primavera de 1944, un plan minuciosamente elaborado y secreto, llamado Operación Overlord, fue puesto en marcha al mando del general Dwight Eisenhower. Para evitar la invasión, Hitler ordenó al mariscal de campo Erwin Rommel terminar la construcción del “muro atlántico”, una serie de obras que abarcaban más de 2.400 millas y que consistían en búnkers de concreto, alambrados de púa, hoyos para tanques, el emplazamiento de miles de minas de tierra e instalaciones especiales para armas de fuego pesadas. Muchos de estos obstáculos habían sido especialmente diseñados para sabotear y dañar la parte inferior de los vehículos con que los Aliados eventualmente desembarcarían en las playas de Normandía. Otras trampas fueron hechas para que los soldados en la playa estuvieran expuestos a la artillería pesada desde posiciones fortificadas (Cittino, 2017).

Está claro que la invasión de las playas de Normandía no era un asunto fácil. Así, el juego plantea un escenario importante: la batalla en las playas de Normandía en el marco de la Operación Overlord.

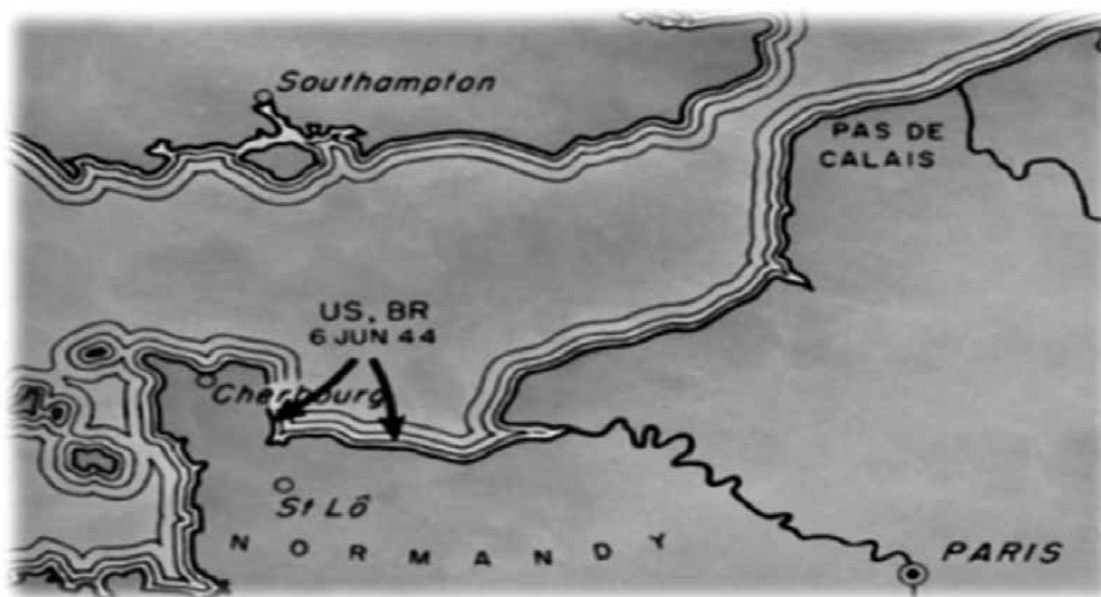
Cuatro eventos fueron necesarios para que la “Operación Overlord” fuese un éxito: el mantenimiento de un flujo constante de soldados y provisiones, incluso después de que los Aliados aseguren las playas de Normandía; la supremacía aeronáutica para evitar que los alemanes refuercen la costa marítima; la existencia simultánea de dos frentes que movilicen ejércitos masivos contra Hitler en ambos extremos de Europa; y el elemento sorpresa de la invasión, para el cual se ideó la Operación Fortitude (Bullimore & Simon, 2012).

El juego alude a la estratagema de la Operación Fortitude, pero no menciona expresamente su nombre. Así, un personaje ficticio, el coronel Hargrove, se dirige al participante del juego:

Los alemanes saben que estamos llegando y llegando pronto, pero les hemos hecho pensar que la invasión será en Calais, muy al norte de las verdaderas playas de desembarco. Esta será la más larga invasión anfibia de la historia, teniente, y usted estará en el grupo que liderará la carga. (Electronic Arts, 1999).

La siguiente imagen describe el ámbito de esta operación:

Figura 5
Mapa del juego donde se muestra la zona de la invasión aliada



Fuente: Electronic Arts (1999).

En el videojuego se representa el desembarco de las tropas aliadas en diferentes zonas, cuyas denominaciones militares son las mismas que en el hecho histórico (ver la Figura 6): Utah, Omaha, Gold, Juno y Sword.

Figura 6
Ilustración del videojuego que reproduce con precisión histórica la operación Overlord



Fuente: Electronic Arts (1999).

El usuario, en el rol ficticio del teniente Powell, experimenta durante el juego el evento paso a paso de la invasión a las playas de Normandía. La recreación tiene mucha similitud con imágenes documentales (ver la Figura 7).

Figura 7
El transporte de las tropas invasoras según una ilustración animada del videojuego y según una fotografía documental



Fuente: Electronic Arts (1999).

Durante el desembarco, el jugador mira cómo sus compañeros mueren cuando baja la rampa de la nave que los transportaba (Figura 8). El usuario debe avanzar hasta los búnkers situados al frente sin ser alcanzado por el fuego defensivo. Para esto puede usar distintos lugares donde ponerse a cubierto, pero debe tener cuidado con no pisar una mina enterrada en la playa.

Figura 8
Los soldados llegan a la playa



Fuente: Electronic Arts (1999).

VII. Lo que piensan los usuarios

Todos los sujetos estudiados obtuvieron información de historia universal a partir de la interacción con los videojuegos; es decir, conocieron sobre los hechos históricos a través de la información provista por el videojuego.

Las sesiones de observación, las entrevistas y las conclusiones extraídas del grupo focal confirmaron que si bien los jugadores adquieren el conocimiento de la información histórica que llevan los videojuegos, todavía esta forma de apropiación de información no puede reemplazar a los medios tradicionales usados en la actualidad.

Más allá de la necesidad de jugar, como lo plantea la teoría del “homo ludens”, está la decisión del individuo de dedicarle un tiempo específico a explorar

los universos ficticios que se pueden encontrar dentro de la narrativa del videojuego, muy parecida a lo que uno puede encontrar en una franquicia de películas o en una larga serie de libros.

Identificaron que hay muchas empresas o casas desarrolladoras de videojuegos y no existe una que pueda definirse como dominante. Actualmente el “gamer” tiene un abanico extenso de opciones; sin embargo, la compañía Blizzard Entertainment es la más conocida y usada por los participantes del estudio.

VIII. Conclusiones

Los videojuegos estudiados –*Assassin’s creed*, *Age of empires* y *Medal of honor*– contienen en sus narrativas eventos históricos verídicos en gran medida; por lo tanto, son un canal de información sobre historia universal para sus usuarios; sin embargo, los participantes del estudio no dijeron haber usado la información de los entretenimientos en otras circunstancias, queda claro que es posible el acceso a la información de tipo histórico, por parte de ellos y otros jugadores.

Se confirmó que el uso de los videojuegos elegidos despierta en los jugadores o “gamers” interés por investigar más acerca de los hechos de la historia universal.

Si bien los videojuegos no son un reemplazo de los métodos académicos convencionales de aprendizaje, pueden ser utilizados como incentivo o como medios alternos de obtención de información sobre historia universal, dada la facilidad con que los jugadores acceden a datos históricos a través de los entretenimientos. Esta potencialidad sería aún mayor si los desarrolladores de videojuegos se enfocaran más en la enseñanza.

Aunque hay inconsistencias históricas dentro de la narrativa de los juegos estudiados, estas variaciones no desvirtúan substancialmente los hechos históricos en sí.

Entonces, se puede concluir que es posible la apropiación de conocimientos de historia universal a partir del uso de la información que contienen los títulos de los videojuegos *Assassin’s creed*, *Age of empires* y *Medal of honor*, en jóvenes usuarios de La Paz, comprendidos entre los 18 y 26 años. Más aún si se considera que cualquier persona puede asumir la calidad de jugador (*gamer*) sin necesidad de contar con atributos específicos.

Por tanto, la interacción con videojuegos puede constituirse en un atractivo canal comunicacional, no tradicional, para la transmisión de información histórica a jóvenes, dada la facilidad con que estos acceden a los entretenimientos y al uso masivo que les dan.

Referencias

- Anderson, L. (2010). *Operation fortitude: The allied D-day deception campaign and media use*. Recuperado de https://minds.wisconsin.edu/bitstream/handle/1793/44601/Anderson_Luke.pdf?sequence
- Bullimore, A. (Productor), Simon, G. (Director). (2012). *WWII from space* (Película documental). Estados Unidos: October Films.
- Bustos, F., & Guzmán, J. (2009). Los videojuegos y el desarrollo de competencias de información. *Serie Bibliotecología y Gestión de Información*, (51). Recuperado de http://eprints.rclis.org/13791/1/Serie_N%C2%BA_51-Diciembre_2009_Los_Videojuegos_2.ed..pdf
- Caixal de, D. (2011). *Historia militar de las cruzadas en Tierra Santa*. Recuperado de <https://books.google.com.bo/books?id=8LsQAwAAQBAJ&lpg=PA30&dq=Historia%20Militar%20de%20las%20Cruzadas%20en%20Tierra%20Santa&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Castells, M. (mayo de 2017). *Internet y la sociedad red*. Paper presentado en la Lección inaugural del programa doctoral sobre la sociedad de la información y el conocimiento, Barcelona, España. Recuperado de <https://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/print.html>
- Cittino, R. (2017). D-Day through a German lens. *The Quarterly Journal of Military History*, 29(4), 68-75.
- Craik, F., & Lockhart, R. (1980). Niveles de procesamiento: Un marco para la investigación sobre la memoria. *Estudios de Psicología*, 2. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/65802.pdf>
- Díez, E., Terrón, E., & Rojo, J. (2002). Violencia y videojuegos. *Eticanet*, 1. Recuperado de <http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero0/Articulos/violencia%20y%20videojuegos.pdf>

- Electronic Arts [Software de computación]. (1999). Medal of honor. California: Steven Spielberg.
- Hanley, C. (1986). *History of Scotland*. Broxburn, Escocia: Lomond books.
- Huizinga, J. (2000). *Homo ludens*. Madrid: Alianza Editorial.
- Martín-Barbero, J. (2002). *La educación desde la comunicación*. Bogotá: Norma.
- Microsoft Games, Ensemble Studios, Skybox Labs, & Konami [Software de computación]. (1999). Age of empires II: The age of kings [Videojuego]. Dallas, Texas: Karen Sparks, Sandy Petersen, Bruce Shelley.
- Murison, A. (2014). *Sir William Wallace*. (1.^a ed.). New Jersey: Free. Recuperado de <https://freeditorial.com/es/books/sir-william-wallace>
- Runciman, S. (1999). *Historia de las cruzadas volumen iii: El reino de Acre y las últimas cruzadas*. Madrid: Alianza.
- Ubisoft [Software de computación]. (2007). Assassin's creed [Videojuego]. Montreal: Jade Raymond.
- Universitat de Barcelona [PortalGC UB]. (10 de mayo de 2010). Jesús Martín Barbero-El consumo cultural de los jóvenes [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=4_kRy3sGV94
- The battle of Stirling. (n.d.). En *Age of Empires Wiki*. Recuperado el 13 de noviembre de 2018 de https://ageofempires.fandom.com/wiki/The_Battle_of_Stirling.

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

Populismos y neopopulismos en América Latina

Ph. D. Stéphanie Alenda¹

Directora de investigación de la Facultad de
Educación y Ciencias Sociales de la Universidad
Andrés Bello (Chile)

Quiero agradecer a la Universidad Católica Boliviana –en particular, a Rafael Loayza– y a la Fundación Konrad Adenauer por esta invitación para hablar sobre un tema que no forma parte de mis investigaciones recientes, pero sobre el cual estuve trabajando hace varios años, precisamente en Bolivia cuando empecé a estudiar a Condepa [el partido Conciencia de Patria].

En esta presentación no pretendo hablar como una especialista que abordó recientemente este fenómeno. Solo pretendo presentar algunas herramientas para entender conceptualmente el fenómeno del populismo, haciendo referencia a diferentes momentos fundadores para identificar algunos rasgos tempranos, y presentando los principales acercamientos teóricos sobre

la cuestión, recién publicados en un manual: *The Oxford handbook of populism*.

El estudio del populismo ha despertado renovado interés últimamente. El *Cambridge dictionary* eligió a “populismo” como la palabra del año 2017 por ser el término más buscado en internet y por haber tenido *peaks* de búsqueda en diferentes fechas del año, en particular, durante la investidura de Donald Trump en enero de 2017 y al parecer a raíz de una declaración del papa Francisco en la que advertía sobre un auge del populismo.

La literatura especializada nos enseña que se trata todavía de un concepto sobre el que no hay consenso relativo a su definición y rasgos centrales, a diferencia de otros conceptos como el fascismo, el nacionalismo o el liberalismo. La noción de populismo sigue siendo problemática. Prueba de ello es la proliferación de populismos con adjetivos, a falta de una definición consensual: “neoliberal (neo)populismo” (Weyland), “etno-populismo” (Madrid), “telepopulismo” (Taguieff). El populismo es, además, un concepto polarizante en diferentes sentidos, tanto por sus mecanismos de movilización como porque, dependiendo de los puntos de vista, se tenderá a considerar a determinados líderes populistas como una amenaza para la democracia o, al revés, como impulsores de innovaciones democráticas.

1 Disertación llevada a cabo el 17 de octubre de 2018 en el marco de la Cátedra Konrad Adenauer, organizada por la institución homónima y por el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana.

Las definiciones principales se pueden agrupar en dos grandes acercamientos: el primero, “ideacional”, y el segundo, organizacional, tomando como base los aportes recientes del manual que he mencionado. Pero antes, cabe hacer un breve recorrido comparativo por las características generales que ha tenido el populismo en el tiempo, desde su momento fundador –el siglo XIX– hasta sus manifestaciones en el siglo XXI. Consideraremos: 1) los populismos fundadores; 2) los populismos clásicos; 3) los llamados “neopopulismos” (populismos neoliberales, en palabras de Carlos de la Torre); y 4) los populismos radicales de los años 2000.

1. El populismo a través de sus olas en América Latina

La noción de populismo nace durante el siglo XIX, pero los orígenes del vocablo pueden remontarse a la historia moderna de la legitimidad democrática. El pueblo está siempre incluido en cualquier teoría de los gobiernos legítimos. En la historia de la democracia moderna aparece como la fuente de la autoridad política y también como una entidad unificada capaz de actuar y arrebatar el poder a los gobernantes. Es el pueblo soberano, “We the people...”, de la Constitución de los Estados Unidos. Como punto de partida, podemos decir que el populismo lleva al paroxismo ese principio al absolutizar la autoridad popular, o lo idealiza haciendo del pueblo un referente sublimado, rasgo que ya aparece en los populismos fundadores.

La palabra ha sido utilizada para describir al movimiento ruso de los *narodniki* (“populistas” en ruso), movimiento de estudiantes idealistas y revolucionarios de las ciudades que en los años 1860 empezaron a mirar a la comunidad campesina como base

de la regeneración nacional, a partir de la idea de que el pueblo no está contaminado por los falsos valores de occidente que pervierten a las ciudades y al Estado zarista, al que se oponen. El proyecto no prendió entre los campesinos y quedó sumido en un impulso moral antiintelectual y antielitista.

Casi al mismo tiempo apareció en Francia un movimiento patriótico y autoritario en torno a la figura del general Boulanger. Este logró canalizar el descontento de varios sectores cansados del mal funcionamiento de la III República francesa, que criticaban al régimen parlamentario y eran partidarios de un Estado fuerte. El *boulangisme* logró conformar una coalición diversa, compuesta por categorías sociales que van desde la burguesía al proletariado, y dirigió sus ataques hacia una élite presentada como ampliamente monarquista, a la cual opuso un Estado fuerte y una democracia plebiscitaria. Ese carácter plebiscitario de relación directa entre el líder y pueblo sin la presencia de organizaciones intermedias será considerado como uno de los rasgos característicos del populismo por el enfoque organizacional (Weyland).

Un tercer ejemplo de populismo fundador es el de los pequeños granjeros del oeste norteamericano. En un contexto de crisis económica aguda, a fines del siglo XIX, protestaron de manera espontánea contra la competencia internacional que afectaba sus cosechas, denunciando la corrupción capitalista (los grandes monopolios). El caso destaca por ser la primera institucionalización populista, ya que se organiza por primera vez un partido, The People’s Party (1892). Este exaltaba la figura del granjero, del pionero buen ciudadano (producto de la colonización del Oeste en la post Guerra de Secesión), del individuo honesto versus los empresarios ricos. No hay figura carismática en el movimiento.

Puntos en común y diferencias:

- Celebración del “verdadero” pueblo, construido como una ficción homogénea (coalición variopinta). Discurso maniqueo y antagónico.
- Diferencias organizacionales: peso variable del líder y de la institucionalización.
- Relación con la democracia: rasgos plebiscitarios, relación directa pueblo-líder sin intermediaciones (niega el pluralismo democrático).

Mientras estos tres casos ocurrían al final del siglo XIX, la emergencia del populismo en América latina es un poco más tardía: puede remontarse a principios del siglo XX con Yrigoyen en Argentina y Alessandri en Chile. Estos serían los precursores de los llamados “populismos clásicos” de los años 40 y 50 (Conniff; de la Torre; Rovira Kaltwasser). ¿Qué produce esta ola? Existe un consenso sobre el hecho de que es la Gran Depresión de los años 30. Se trata de un momento histórico en el que los presidentes de las naciones más desarrolladas implementaron políticas sociales redistributivas y que coincidió con el periodo de industrialización para la sustitución de las importaciones (ISI). En Bolivia, según Carlos de la Torre, el populismo no estuvo ligado con la industrialización, pero sí con la inclusión política (gracias al MNR) de sectores sociales previamente excluidos. La dimensión de la crisis económica en la que ingresó América Latina es, en este sentido, importante para entender las principales demandas de incorporación que se producen de parte de diferentes sectores sociales. Según Octavio Ianni (en *La formación del Estado populista en América Latina*), se trata de “movimientos multiclasistas” o alianzas de clases que se dan en un contexto de masivas migraciones campo-ciudad, muy

bien descritas por Gino Germani en su estudio sobre el peronismo. Emergen así líderes populistas que van a desarrollar un discurso radical capaz de apelar a diferentes clases sociales que conforman los sectores excluidos de la sociedad (Drake; Di Tella). Ejemplos paradigmáticos de aquellos líderes son Juan Domingo Perón en Argentina, Getulio Vargas en Brasil, Víctor Raúl Haya de la Torre en Perú, etc.

En síntesis, el populismo en América Latina resulta en una forma particular de organización política para la inclusión de sectores excluidos, lo que en Europa pasó por la construcción de Estados de bienestar. Ese rasgo inclusivo se mantiene en los neopopulismos. Organizacionalmente, es clave el papel de líderes carismáticos. Ideológicamente, hay cierta ambivalencia, como en el caso del peronismo, que se mueve ideológicamente desde el fascismo hasta la izquierda radical. Ocurriría lo mismo en el chavismo.

Una segunda ola son los neopopulismos de los años 90 que suceden a las transiciones de los regímenes militares a regímenes democráticos de los años 80. Los estudiosos del fenómeno distinguen ahí una nueva ola con casos como el de Collor de Mello en Brasil (1990-1992), Fujimori en el Perú (1990-2000) y Menem en Argentina (1989-1999). La diferencia con la ola anterior es que sus gobiernos no implementaron reformas sociales de centro-izquierda, sino favorecieron la introducción de políticas públicas neoliberales (Roberts; Weyland). Kenneth Roberts y Kurt Weyland acuñan el término de “neoliberal (neo)populismo”, postulando unas afinidades inesperadas entre ambas ideologías.

A diferencia de los populismos clásicos, los populismos neoliberales abandonan

las políticas públicas estatistas de sus antecesores y reducen el tamaño del Estado. Sin embargo, se mantiene una dimensión de inclusión, de los trabajadores informales, en el caso de Fujimori. También se observa una dinámica de renovación de élites económicas (élites económicas emergentes) que pasan a ser aceptadas por el *establishment*. Desde el punto de vista del aporte a la consolidación de la democracia, el de Fujimori es un caso paradigmático de destrucción de las instituciones democráticas.

La emergencia de esta nueva ola de populismos volvió a abrir todo un debate no solo sobre el concepto de populismo, sino también sobre la relación ambivalente entre populismo y democracia (Gibson; Levitsky; O'Donnell). Esta discusión académica sobre el impacto del populismo en la democracia ha sido reforzada por la configuración de una nueva ola de populismos desde los años 2000, marcada por el auge de proyectos populistas de la izquierda (Levistky y Roberts; De la Torre). Carlos de la Torre los llama populismos radicales, pues reconectan con utopías de izquierda ligadas al socialismo y a la revolución.

Esta ola ha sido encabezada por líderes carismáticos como Rafael Correa en Ecuador, Evo Morales en Bolivia y Hugo Chávez en Venezuela, quienes han propiciado reformas institucionales tendientes a disminuir el poder de las élites establecidas e incorporar a los sectores excluidos. Otra característica de esos proyectos, a diferencia de los neopopulismos, es el apoyo que reciben del mundo intelectual (v. gr., Noam Chomsky; Toni Negri, que fue invitado más de una vez a Bolivia; el grupo Comuna que contribuyó a idear lo que sería el camino boliviano; y, por supuesto, el propio Álvaro García Linera).

Sus rasgos comunes son los siguientes:

- Dimensión refundacional (nuevas constituciones) que expandieron los derechos ciudadanos y simultáneamente concentraron el poder en el Ejecutivo. En el caso boliviano, la nueva Constitución reconoce derechos de grupos sociales, incorpora un lenguaje de género, garantiza una serie de servicios básicos que corresponde al Estado proveer, etc.
- Argumentan que van a encarnar formas superiores de democracia resolviendo las deficiencias participativas y representativas de esta. En el caso boliviano, con Evo Morales, más democracia significó reemplazar o complementar las instituciones liberales con formas de democracia comunal indígena diseñadas para aumentar la participación indígena.
- Los populistas radicales del siglo XXI son similares a los populistas clásicos en su manera de politizar las exclusiones sociales y económicas. Al igual que ellos, se caracterizan por aplicar políticas nacionalistas y redistributivas con efectos positivos en la reducción de la pobreza y las desigualdades. Pero mostraron también una gran capacidad para acelerar el colapso de los sistemas de partidos y las instituciones al igual que los populistas neoliberales.

Para Canovan, estos fenómenos no pueden ser reducidos a un solo "core" por las siguientes razones:

- Porque los populismos no tienen un modo de organización específico. Vimos que el populismo se puede expresar en un movimiento espontáneo u organizado sin necesidad de una estructura partidaria; o institucionalizarse en partidos; o ser régimen

de gobierno (peronismo, evismo). Se plantean preguntas distintas en función de si estamos estudiando al populismo como interpelación a las masas en una estrategia de conquista del poder o como régimen político. En este último caso, nos tenemos que preguntar cómo el líder logra mantenerse en el poder por lo general durante tiempos largos, qué es la institucionalidad que construye... En esta organización, el peso otorgado al líder es variable, aunque en América Latina, los especialistas reconocen su centralidad (Carlos de la Torre).

- No tienen una ideología unificada: así, los populismos/neopopulismos de los años 90 tuvieron mayor cercanía con el modelo neoliberal, mientras que ha habido mayores conexiones de los populismos de los años 2000 con el socialismo.

Los estudios más recientes (*Oxford handbook of populism*) tienden a definir los rasgos específicos del populismo a través de dos ejes: el ideacional o el organizacional.

2. Abordajes recientes para abordar el populismo

El énfasis en lo ideacional

¿Por qué “ideacional”? Porque se plantea que el populismo encierra una ideología minimalista a diferencia del nivel de consistencia que podemos encontrar en el socialismo o el liberalismo. Más que de ideología, los especialistas van a hablar de un “discurso”, de un “lenguaje”, de un “modo de identificación” y de un “enfoque político”. Hay más bien “un núcleo ideario reducido asociado a un rango mínimo de conceptos políticos” (Freeden): el pueblo puro versus las élites corruptas, la oligarquía versus el

pueblo, los inmigrantes que amenazan la pureza de la identidad de cepa, los excluidos de la mundialización, los sin voz, la mayoría silenciosa, etc. Para la mayoría de los especialistas del populismo, “el acercamiento ideacional del populismo es el más utilizado en el campo actualmente” (Mudde). Hay una importancia de las ideas que ya exhibían los populismos fundadores.

El padre fundador de ese enfoque es Ernesto Laclau (*Politics and ideology in marxist theory: Capitalism, fascism, populism*):

Laclau ve al populismo como una estrategia discursiva de las élites políticas para dar sentido al término de “pueblo” y maximizar el apoyo popular. Explica cómo la construcción de un sujeto colectivo se realiza en contra de otro, en una relación de antagonismo (nosotros vs. los otros).

El mismo autor se refiere al concepto de “pueblo” como a un “significante vacío”: plantea que el pueblo que opera en los discursos populistas es un constructo en el marco del cual se constituye la identidad popular.

Los especialistas más recientes de este acercamiento dialogan por lo general con Laclau. Cas Mudde plantea, por ejemplo, que el concepto de “pueblo” no es un “significante vacío”, sino un concepto muy flexible que remite a una “concepción idealizada de la comunidad” (Taggart), definida con base en algunos rasgos generales.

“El populismo es una ideología minimalista que considera a la sociedad como separada en dos grupos homogéneos y antagónicos, ‘el pueblo puro’ y la ‘elite corrupta’, y que argumenta que la política debería ser la expresión de la voluntad general del pueblo” (Cas Mudde).

Para Mudde, la noción clave que distingue al fenómeno es la dimensión moral.

Varias ideologías están basadas en una oposición fundamental entre el pueblo y la élite. Sin embargo, mientras que en el socialismo este antagonismo se sustenta en el concepto de clase (Marx y Engels), y en el nacionalismo, en el concepto de nación (Hobsbawn), en el populismo la oposición está basada en el concepto de "moralidad". Laclau ya había explicado que en el populismo no tenemos lucha de clases, sino clases en lucha que se definen en una relación de oposición. La esencia del pueblo es su pureza, en el sentido de ser auténtico, mientras que la élite es corrupta por no ser auténtica. La pureza es por lo general definida en términos morales, no en términos étnicos o raciales, lo que explica que uno pueda encarnar al pueblo sin provenir necesariamente de este.

Pierre Ostiguy (acercamiento socio-cultural) plantea la siguiente definición de populismo: "Una exhibición antagonística, movilizadora en la política de lo culturalmente popular y nativo y del personalismo como modalidad de toma de decisión".

Ostiguy presenta al populismo como la activación de un antagonismo a la vez político y sociocultural, "alto-bajo", entre los de abajo y los de arriba que trasciende el eje izquierda-derecha y que no es sinónimo de los pobres (bajo) versus los ricos (alto), sino que se remite a los marcadores culturales y marcadores de la política legítima que son movilizados (e invertidos) por los líderes populistas. Lo bajo va a pasar a ser lo legítimo. Para decir las cosas simplemente, los populistas van a convertir los estigmas en virtudes (inversión de la realidad), y eso pasa por el discurso y actos simbólicos en los que el reconocimiento del otro tiene un papel

clave (por ejemplo, los "cabecitas negras", como Eva Perón se refería afectuosamente a los trabajadores; los compadres de Carlos Palenque, que transmitía una idea de igualdad y comunidad, pero al mismo tiempo remitía a una institución desigual: el compadrazgo).

A nivel sociocultural, lo alto corresponde a marcadores culturales tales como el dominio del lenguaje, los buenos modales, los códigos sociales, la "cultura" y los diplomas, que distinguen a quienes tienen mucho capital cultural de quienes no lo tienen (el autor hace referencia a *La distinción* de Bourdieu). En lo alto del eje sociocultural tenemos, así, a los políticos que estudiaron en las grandes escuelas de administración pública, que usan un lenguaje técnico y saben comportarse, mientras que en lo bajo tenemos al lenguaje popular y emocional que no calza con la política "seria".

La segunda dimensión de ese eje es sociopolítica y se remite a la política "legítima", hegemonizada por lo alto, que es la política procedimental, legal-racional, etc. Lo bajo en este eje serían los liderazgos masculinos fuertes, personalizados, en los que la adhesión emocional tiene un papel clave y que defienden la inmediatez de las acciones que proceden de la mediación directa, sin complicaciones institucionales.

Así, el populismo para Ostiguy propone una subversión del orden simbólico, pues lo bajo pasa a ser lo legítimo y puede ser encarnado por un líder que no forma parte de quienes representa. Lo que importa es la construcción discursiva que permite acortar la brecha entre las élites y el pueblo, incluso subvertirla.

Esas categorías discursivas muestran un vínculo ambiguo con el principio democrático:

por un lado, existe una fuerte carga inclusiva transversal en los populismos y que siempre pasa por un reconocimiento del otro, incluso en los neopopulismos (uno de los casos paradigmáticos es la llegada de la primera mujer de pollera al Parlamento gracias a Condepa, lo que tuvo un efecto simbólico y de arrastre, pues cambió la percepción sobre quién es legítimo para acceder a la esfera política). Mencionamos también los efectos inclusivos y redistributivos muy concretos de los populismos de la primera ola. Sin embargo, no dejan mucho espacio para el pluralismo la concepción homogeneizadora del pueblo (las divisiones sociales, la existencia de grupos de interés) ni la concepción de la política que tiende a desacreditar, atacar o negar al adversario como estrategia de movilización. En el populismo, cualquier compromiso tiende a ser sinónimo de ceder terreno a las élites corruptas.

Si bien este enfoque ideacional no niega el peso del líder o de una estructura organizacional, no convierte aquello en un rasgo claramente distintivo, dada la existencia de un populismo en movimientos carentes de líderes como el Tea Party.

El énfasis en lo organizacional o acercamiento “político-estratégico”

Este acercamiento parte de la idea de que el papel del discurso es variable; más presente en la ola de populismos de izquierda que en los neopopulismos de los años 90, que tenían marcadas tendencias antiintelectuales. El populismo es definido como un tipo particular de movilización en el que los líderes se vinculan directamente con sus seguidores debido a la ausencia de una organización formal *relevante* entre ambos. Esto es particularmente notorio en el caso de los neopopulismos como el fujimorismo o palenquismo.

Kurt Weyland formula la siguiente definición:

“Una estrategia política a través de la cual un líder personalista busca y ejerce el poder gubernamental basado en un apoyo directo, sin mediaciones y sin institucionalizaciones de parte de grandes números de seguidores principalmente desorganizados”.

Hay que diferenciar esa hiperpersonalización de los casos fascista (Mussolini) y nacional-socialista (Hitler): en ellos el liderazgo personal cobra también mucha fuerza, pero lo que prevalece es el fervor ideológico, mientras que el populismo es plenamente personalizado y sigue, por lo mismo, mucho más los caprichos del líder; es más pragmático y oportunista.

Ese acercamiento plantea preguntas muy relevantes que no contempla el enfoque anterior:

Weyland se pregunta: “¿Cómo determinado líder político sostiene un gobierno y asegura el apoyo y la obediencia de los ciudadanos? ¿Qué tipo de actor político –por ejemplo, un líder o un partido organizado– manda?” ¿Cómo logra convertirse en dominante o construir una hegemonía frente a otros tipos de actores tales como las facciones elitarias y partidos políticos organizados? El mismo autor distingue dos componentes claves de la estrategia política con la que los líderes personalistas se relacionan con sus seguidores: el tipo de actor político que busca y ejerce el poder, y la base de apoyo que moviliza para mantenerse en el poder.

La dimensión de la movilización es clave, pues en ausencia de conexiones institucionales el líder debe constantemente movilizar a sus seguidores para reforzar su compromiso y lealtad: la refundación de un país es una hazaña particularmente movilizadora. La

activación de amenazas que pesan sobre el pueblo y la retórica antielitista es clave para eso. (Ver, por ejemplo, la siguiente declaración del vicepresidente García Linera sobre el referéndum de 2016: “Si gana el No, el 2019 ya no hay Evo (Morales) en la papeleta, (estarían) puro q’aras, puro vende patrias”, La Razón, 24/11/2015).

La debilidad en la construcción de instituciones sólidas es otro rasgo característico que Weyland destaca de los populismos. Por eso no incluye entre ellos a la extrema derecha europea, debido a su carácter fuertemente institucionalizado (por ejemplo, el Frente Nacional francés). Un contraejemplo sería el caso de los partidos que desaparecen junto con sus líderes.

3. ¿Evo Morales populista?

Según estos diferentes acercamientos, Evo Morales aparece como un caso mixto: populismo/nueva izquierda.

Según lo ideológico:

- Se acerca a los populismos de la ola de los 2000 con su articulación de socialismo comunitario, lo que fue llamado por Raúl Madrid como un “etnopopulismo”.
- Idealización del pueblo, propio de la retórica populista: opone el pueblo indígena puro con una élite mestiza corrupta (Mudde y Rovira).
- El MAS construyó la noción de pueblo como multiétnico y plural a partir de la Constitución de 2009 (Madrid). Pero a veces Morales intentó constituirse como la voz única del pueblo. Intentó también imponer una visión hegemónica del indígena como leal a su gobierno.

- La tendencia a perpetuarse en el poder (pese al referéndum de febrero de 2016) va contra los límites fijados a la reelección y que caracterizan a las democracias.

Sin embargo, desde lo organizacional...

- Carácter peculiar del MAS, que es el brazo de movimientos sociales, con líderes que deben rendir cuentas a sus bases sociales (caso distinto al de Venezuela con los círculos bolivarianos).
- La participación parece más como *bottom-up*, con la capacidad de los subalternos de forzar la mano del gobierno (Crabtree). En este sentido, Evo Morales siguió una estrategia algo distinta a la de otros líderes populistas: dio más autonomía a sus bases sindicales y populares (French). Construye su liderazgo apoyándose en una red de organizaciones autónomas, con un formato distinto a la estructura corporativista que armó el MNR en los años 50.

Conclusión

- Populismo atravesado por tensiones entre el discurso y las prácticas. (¿hasta qué punto se cumple todo lo que dice la nueva Constitución?, ¿hasta qué punto el evismo comporta un proyecto de democratización efectivo?, ¿hasta qué punto se queda en la retórica?, ¿hasta qué punto la cooptación aumentó con los años?).
- Entre inclusión/redistribución, pero a costa de un debilitamiento de las instituciones democráticas.

**Convocatoria para el *Journal de Comunicación Social*
número 8, 2019
Carrera de Comunicación Social de la UCB-La Paz**

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 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; y 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 con interlineado sencillo.
- Referencias bibliográficas y notas de acuerdo con la normativa 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 (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. Estos 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, que presente argumentos o proponga debates que no se hayan realizado antes o, al menos, no con el mismo enfoque.

d) Calidad en el 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 o 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 con 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 18 DE FEBRERO
AL CORREO journalcom@ucb.edu.bo**

Para mayor información se puede consultar a

Mgr. Guadalupe Peres Cajías
Gestora académica del Área Investigación Transdisciplinaria
guadapc@gmail.com / gperes@ucb.edu.bo

Andrés Martínez Crespo
Gestor de publicaciones del Departamento de Comunicación Social
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