

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 6, Vol. 8, N.º 8, Mayo de 2019/ La Paz, Bolivia/ Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

Perfil del usuario e interactividad
con la prensa digital en Bolivia
Mgr. Carlos Fernando Corz Portillo
Mgr. Marcio Alejandro Paredes Rivera

Territorio y Dignidad: La primera
marcha indígena por derechos
Mgr. Paola Bedoya Monroy

Uso de metodología colaborativas
en América Latina
Óscar Eduardo Romero Bravo,
Michelle Alejandro Berdeja Ruiz,
Marystela Katalina de Gumucio,
Noelia Belén Rojo Zabalaga,
Luis Castro Piérola Soliz,
Camila Beatriz Vargas Andrade

Distinta representación mediática
de hechos políticos entre
Página Siete y La Razón
Lic. Lorna Norma Arauz Rodríguez

Sensacionalismo en Latinoamérica:
Debates y conflictividades irresueltas
en la sociedad de la información
latinoamericana
Mgr. José Cristian Pérez Arce

Información pública municipal
y participación ciudadana
en La Paz
Mgr. Sandra Villegas Taborga



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 8

1-2019



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

Mayo, 2019

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

Flavio Escobar Llanos

Rector regional UCB-SP, Regional La Paz

Ximena Maclovía Peres Arenas

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

Rafael Loayza Bueno

Director del Departamento de Comunicación Social UCB-SP

Editores del Journal de Comunicación Social

Guadalupe Peres-Cajías (gperes@ucb.edu.bo)

Coordinadora del Centro de Investigación Boliviano de Estudios Sociales y de la Comunicación (CIBESCOM)

del Departamento de Comunicación Social UCB-SP

Andrés Martínez Crespo (aj.martinez@acad.ucb.edu.bo)

Coordinador de publicaciones del Centro de Investigación Boliviano de Estudios Sociales y de la Comunicación (CIBESCOM)
del Departamento de Comunicación Social UCB-SP

Comité editorial interno

Msc. Rafael Loayza Bueno (Universidad Católica Boliviana "San Pablo" - Bolivia)

Mgr. Guadalupe Peres-Cajías (Universidad Católica Boliviana "San Pablo" - Bolivia)

Lic. Andrés Martínez Crespo (Universidad Católica Boliviana "San Pablo" - Bolivia)

Mgr. Claudio Rossell Arce (Universidad Católica Boliviana "San Pablo" - Bolivia)

Lic. José Antonio Quiroga (Plural Editores - Bolivia)

Consejo editorial externo

Mgr. Anika Quiñones (Universidad Cooperativa - Colombia)

Mgr. Eduardo Gutiérrez (Pontificia Universidad Javeriana - Colombia)

Ph. D. Kate Maclean (Birkbeck University of London - Reino Unido)

Mgr. Esperanza Pinto (Universidad Mayor de San Andrés - Bolivia)

Mgr. Alfonso Gumucio Dagrón (Escuela Andina de Cinematografía - Bolivia)

Revisión

Leonardo Lira, Andrés Martínez

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

Av. 14 de septiembre N° 4807, Obrajes

Teléfono: (+591 2) 2782222 / Fax: (+591 2) 2786707

Casilla N. ° 4805

La Paz, Bolivia

E-mail: journalcom@ucb.edu.bo

Sitio web: lpz.ucb.edu.bo

Autores

Mgr. Paola Bedoya

Msc. José Pérez

Oscar Eduardo Romero Bravo

Noelia Belén Rojo Zabalaga

Mgr. Carlos Fernando Corz

Lic. Lorna Arauz

Lic. Michelle Alejandra Berdeja Ruiz

Luis Carlo Piérola Soliz

Mgr. Marcio Alejandro Paredes

Mgr. Sandra Villegas

Marystela Katalina De Gumucio Landívar

Camila Beatriz Vargas Andrade

Depósito Legal

ISSN (edición impresa): 2412 – 5733

ISSN (online): 2413 – 970X

El *Journal de Comunicación Social* del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", regional La Paz, se publica dos veces al año y está indexado en la red de Revistas Bolivianas y Latindex.

Su misión es difundir conocimiento a través de la publicación de artículos originales e inéditos, que generen debate sobre fenómenos sociales desde una perspectiva comunicacional. Asimismo, publica reseñas y reflexiones vinculadas con esta área en particular y de las Ciencias Sociales en general.

Diseño & Impresión

Plural Editores

Rosendo Gutiérrez N. ° 595, esq. Ecuador

Tel.: 2411018; Casilla 5097 / Email: plural@plural.bo

Índice

Presentación.....	7
-------------------	---

PRIMERA PARTE: Artículos originales

Perfil del usuario e interactividad con la prensa digital en Bolivia <i>Mgr. Carlos Fernando Corz Portillo, Mgr. Marcio Alejandro Paredes Rivera ..</i>	11
--	----

Territorio y Dignidad: La primera marcha indígena por derechos <i>Mgr. Paola Bedoya M.</i>	35
--	----

Uso de metodologías colaborativas (prácticas dialógicas) en América Latina <i>Óscar Eduardo Romero Bravo, Michelle Alejandra Berdeja Ruiz, Marystela Katalina de Gumucio Landívar, Noelia Belén Rojo Zabalaga, Luis Carlo Piérola Soliz, Camila Beatriz Vargas Andrade</i>	69
--	----

Distinta representación mediática de hechos políticos entre <i>Página Siete</i> y <i>La Razón</i> <i>Lic. Lorna Norma Arauz Rodríguez</i>	107
---	-----

Sensacionalismo en Latinoamérica: Debates y conflictividades irresueltas en la sociedad de la información latinoamericana <i>Mgr. José Cristian Pérez Arce</i>	133
--	-----

Información pública municipal y participación ciudadana en La Paz <i>Mgr. Sandra Villegas Taborga</i>	151
--	-----

SEGUNDA PARTE: Reseñas de autores

La palabra y la trama: Ensayos sobre literatura boliviana. <i>Juan Ignacio Siles</i>	169
Palabras de circunstancia para agradecer la otorgación del Premio Nacional de Periodismo, 2018 <i>Lic. Lupe Cajías</i>	172

Presentación

El Journal de Comunicación 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 de Comunicación Social con el fin de encauzar la gestión, producción y difusión del conocimiento que se genera en nuestro contexto.

El octavo número de nuestra revista llega con una ampliación en la convocatoria, pretendiendo llenar vacíos y resolver dudas con respecto a los aspectos formales en la presentación de un manuscrito. Este nuevo volumen 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.

En tiempos de interconexión y redes sociales, el contenido multimedia se ha convertido en un elemento básico para la prensa digital en todo el mundo. Pero, ¿cómo está avanzando el periodismo boliviano en este aspecto? “Perfil del usuario e interactividad con la prensa digital en Bolivia”, de Carlos Corz y Marcio Paredes, es un artículo que indaga precisamente en los elementos utilizados por la prensa digital boliviana para satisfacer las necesidades de información del consumidor y cómo este responde a dichos elementos.

Por otro lado, la marcha indígena de 1990 continúa siendo un tópico de discusión académica en pleno 2019. En este sentido, Paola Bedoya, profesora de la carrera de Comunicación Social, aborda el tema desde la perspectiva de la identidad. Los pueblos indígenas que participaron en dicha marcha reforzaron sus lazos identitarios, ya que construyeron, históricamente, gran parte de sus valores en comparación con los sectores sociales “opresores”. “Territorio y

dignidad: La primera marcha indígena por derechos” es un artículo que relata la organización de los pueblos indígenas en búsqueda del reconocimiento de sus derechos como individuos y como agrupaciones sociales.

La Sociedad Científica de Comunicación Social, encabezada por Óscar Romero y Michelle Berdeja, realizó una investigación que sirvió como estado del arte para el trabajo doctoral de Guadalupe Peres-Cajías (en curso en la Universidad Libre de Bruselas - VUB). Con base en este trabajo, escribieron un artículo que rescata las prácticas colaborativas en América Latina, en el marco de la transdisciplinariedad. Los autores resaltan la importancia de estas experiencias en la construcción de proyectos de cambio social debido a que posibilitan la participación de múltiples actores sociales. “Uso de metodologías colaborativas (prácticas dialógicas) en América Latina” es un artículo que, enmarcado en el área de comunicación para el desarrollo, sirve de base para posibles proyectos de la misma índole en Bolivia.

En “Distinta representación mediática de hechos políticos entre *Página Siete* y *La Razón*”, Lorna Arauz, titulada de la Universidad Católica Boliviana, aborda con una perspectiva marxista la relación entre el enfoque de las noticias políticas de aquellos periódicos paceños y el origen de la publicidad de ambos medios. La investigadora concluye que hay una fuerte influencia de este último factor sobre la línea informativa de los dos diarios, lo que puede influir en la calidad de la información que estos brindan a la población.

Con similares preocupaciones, José Pérez, a partir de una investigación para la Universidad Autónoma de Barcelona, hace una revisión teórica de los efectos del sensacionalismo en el ejercicio del periodismo y los retos que esto plantea para la sociedad. Entre los desafíos que plantea el artículo “Sensacionalismo en Latinoamérica”, está una renovada reflexión deontológica y un retorno a las raíces del buen periodismo.

En “Información pública municipal y participación ciudadana en La Paz”, Sandra Villegas analiza la gestión comunicacional de la Alcaldía de La Paz, centrándose en el distrito 3 de Cotahuma. Fruto de su indagación halla desequilibrios en la información edil y obstáculos en la socialización oportuna de información municipal.

JOURNAL *de*

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

PRIMERA PARTE:
Artículos originales

Perfil del usuario e interactividad con la prensa digital en Bolivia

User profile and interactivity with the bolivian digital press

Mgr. Carlos Fernando Corz Portillo, Mgr. Marcio Alejandro Paredes Rivera¹

La Razón, Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

Fecha de recepción: 31 de enero de 2019

Fecha de aprobación: 2 de abril de 2019

Resumen

La investigación indagó cómo las audiencias de "La Razón" interactúan al ingresar a la página web y las redes sociales (Facebook y Twitter) que gestiona el medio. Para ello se establecieron las características de elaboración, publicación y difusión de contenidos informativos en los soportes digitales.

Mediante la aplicación de encuestas y el análisis de recursos formales-discursivos se estableció que el medio procura afianzar su influencia a través de las redes sociales; sin embargo, las audiencias inciden sobre el medio y otros lectores, debido a los modos de interacción explorados en el estudio. Se verificó –entre otras cosas– que la vida de una nota es menor a 24 horas, que existe preferencia por Facebook entre las redes sociales del medio y que las secciones vinculadas con temas de economía e internacional gozan de mayor preferencia entre los usuarios.

Palabras clave

Periodismo digital, redes sociales, interactividad, gratificaciones.

Abstract

This research investigated how the audiences of "La Razón" interact when entering the website and the social networks (Facebook and Twitter) that the media manages. For this purpose, the characteristics of elaboration, publication and diffusion of informative contents in digital media were established.

Through the application of surveys and the analysis of formal-discursive resources, it was established that the media seeks to strengthen its influence through social networks; however, audiences affect the newspaper and other readers, due to the ways of interaction explored in the study. It was verified, among

1 Mgr. Carlos Fernando Corz Portillo, *La Razón Digital*. La Paz-Bolivia, Correo electrónico: ccorz@la-razon.com
Mgr. Marcio Alejandro Paredes Rivera, Unidad de Gestión de la Calidad Académica, Universidad Católica Boliviana "San Pablo". La Paz-Bolivia. Correo electrónico: alemarcio@ucb.edu.bo.

other things, that the lifetime of a story is less than 24 hours, that there is a preference for Facebook among the social networks of “La Razón”, and that the sections related to economic and international issues enjoy greater preference among users.

Keywords

Digital Journalism, social network, interactivity, gratifications.

I. Introducción

La emergencia de internet marca un antes y un después en la comunicación social. Obligó a los medios de información a adecuarse en forma y contenido para actuar en lo digital e influyó de tal forma que trastocó los modelos clásicos de interacción con las audiencias.

Las páginas web y las redes sociales (Facebook y Twitter) son el nuevo soporte sobre el que se desarrolla esta nueva forma de comunicación que dio lugar a los ciberperiodistas y a los cibermedios, que pueden ser considerados una extensión de los medios tradicionales, pero con particularidades ampliamente diferenciadas y adecuadas para responder a las exigencias de un público digital, que actúa e interactúa en lo virtual.

La supuesta horizontalidad y las audiencias activas en su carácter dual emisor-receptor (*prosumidores*), marcan una gran diferencia respecto al modelo punto-multipunto, donde el medio era el “centro” y el receptor una “masa” sobre la que se podía influir. Desde su individualidad, las audiencias actúan hoy en comunidades virtuales y definen-seleccionan con qué satisfacer sus necesidades. “Se establece una relación de igual a igual entre todos los participantes del proceso y donde no existen papeles asignados para quienes participan de la comunicación: Los emisores son receptores y los receptores emisores” (Aparici, 2013).

No obstante, para entender y comprender a la audiencia digital, no basta con centrarse en este eslabón del “intercambio”, sino también en el emisor y el mensaje, con la finalidad de establecer en qué medida los medios lograron avanzar en su adecuación para responder a sus públicos.

La descripción y comprensión de este escenario fue el norte en el presente estudio, que tiene el objetivo de entender a los públicos digitales desde sus necesidades y requerimientos tecnológicos en la oferta informativa de los medios de comunicación. También se consideró para el análisis la presencia-influencia de los medios, para establecer si dejaron de ser el referente informativo y ahora deben competir en la pronunciación mediática con los propios usuarios, desde la dualidad emisor-receptor ya referida.

La exploración de este terreno no deja de ser relevante y de interés social, siendo que los públicos cobran una dimensión que termina dando origen a un renovado paradigma de la comunicación y al influjo de los avances tecnológicos. De hecho, el objetivo de este trabajo es –precisamente–, explicar los modos de interacción y las gratificaciones de los públicos en las redes sociales Facebook y Twitter.

Esta dimensión se estudia a partir de los contenidos informativos elaborados y difundidos-publicados por *La Razón Digital*, un medio de comunicación que es editado en La Paz. Una revisión de las características multimedia, de los contenidos y de la forma en que son difundidos-publicados, mostrará en qué medida el medio se está adecuando a la nueva realidad, pero el enfoque se mantiene en establecer qué necesidades buscan satisfacer las audiencias cuando acceden al medio de comunicación.

El enfoque metodológico aplicado fue de tipo mixto, empleando como técnicas de acopio de datos a la observación de campo, la entrevista, el análisis documental y la encuesta.

Las dos primeras técnicas, de carácter cualitativo, se centraron en el propio medio de información, relevando aspectos relativos a la cobertura, redacción y publicación de contenidos informativos.

Las otras dos técnicas, de carácter cuantitativo, permitieron medir las características de la producción informativa publicada en la página web y las redes sociales con una matriz de análisis y una encuesta. La encuesta se acercó a los lectores de *La Razón Digital* para establecer la valoración que realizan de los contenidos informativos, así como los intereses que buscan satisfacer con el consumo del medio.

II. Los usos y gratificaciones en el nuevo contexto digital-comunicativo

La teoría de usos y gratificaciones representa un cambio de enfoque en un momento en el que las teorías centraban su atención en los efectos de los medios de comunicación, vistos los receptores como masa homogénea y pasiva. Su interés se vuelca al o hacia los intereses de los públicos porque los considera factores determinantes en el proceso de comunicación, en la medida en que son ellos quienes eligen el medio y el contenido que consumirán (sujetos activos).

Ya no se ve más al público como la masa, sino desde lo individual de sus necesidades que busca cubrir (gratificaciones) cuando accede al medio o los medios de comunicación. No hay más, entonces, ningún medio, por más poderoso, que pueda influenciar a un individuo si es que este no se sirve de él (Wolf, 1987).

La conversión de una de las preguntas clásicas de ¿qué hacen los medios con las audiencias? a ¿qué hacen las audiencias con los medios? nos permite acercarnos a los alcances de este enfoque funcionalista que busca explicar, precisamente las motivaciones que impulsan al público hacia los medios de comunicación, pero ya no entendidos como conglomerados sino como individuos y en función de sus intereses.

Una breve descripción de teorías basadas en los efectos hará posible una mejor comprensión y diferenciación de los “usos y gratificaciones”. La teoría de la aguja hipodérmica, planteada por Harold Lasswell, y la *agenda setting*, están enfocadas en el medio y sus efectos en el público. La teoría de la “aguja hipodérmica” o de proyectil mágico centra su atención en el postulado de que el mensaje influirá en el lector “sin ninguna posibilidad de mediación o reelaboración por parte de los lectores (Boni, 2008, p, 212).

Según la *agenda setting*, los medios de comunicación seleccionan los temas de interés e instalan una agenda de discusión en el público, es decir, les dicen de qué hablar y qué les interesará. Boni (2008) sostiene que “los medios de comunicación no nos dicen tanto qué opinión tener sobre un asunto, sino sobre qué asunto tener una opinión”.

Esos postulados centrados en el poder-efecto de los medios, aquellos que determinaban la comunicación, fueron trastocados. Joseph Thomas Klapper (como se citó en Arango-Forero, 2013), uno de los estudiosos de los “usos y gratificaciones”, para reflejar esa situación concluye “que los medios masivos, por sí solos, no constituyen causa necesaria ni suficiente de efectos sobre la audiencia y que el mensaje representa solamente un factor más de influencia al igual que los entornos sociales y psicológicos”.

Entonces, la decisión última para la comunicación está en el público, quien elige de forma libre y consciente el medio y el mensaje a partir de las necesidades que busca cubrir.

La teoría, a decir de Grandío (2009), tiene sus orígenes en la publicación de Elihu Katz y G. Blumler, *The uses of mass communication*, un texto en el que los autores explican y proponen cómo las personas utilizan a los medios de comunicación para gratificar sus necesidades psico-sociales, que generan expectativa sobre los medios de difusión, lo que –a su vez– genera pautas de exposición de los medios y da lugar a distintas gratificaciones. (p. 22).

Los postulados pueden dividirse en cuatro ejes que muestran justamente el papel preponderante asignado a los públicos, no solo desde lo individual sino del contexto que los rodea.

Una visión actual de los usos y gratificaciones se basa en las siguientes premisas: 1.- La conducta comunicativa está dirigida a un objetivo. Tiene una intención y una motivación. 2.- El público toma la iniciativa de seleccionar y utilizar los medios de comunicación con el fin de satisfacer sus necesidades y deseos. En lugar de dejarse utilizar por los medios de comunicación, es el público quien efectúa su propia selección y uso para gratificar sus necesidades y voluntades. La utilización de los medios puede ser una respuesta a las necesidades básicas, aunque también satisface los intereses y la voluntad de obtener información para resolver un dilema personal. 3.- Un conjunto de factores sociales y psicológicos actúan de mediadores en la conducta sobre la comunicación. Las predisposiciones, la interacción y el entorno moldean las expectativas de la audiencia. 4.- Los medios de comunicación compiten con otras formas de comunicación para seleccionar, atender y utilizar de modo gratificante las necesidades y deseos públicos. El grado de satisfacción aportado por los medios para satisfacer dichos motivos o deseos varía en

cada individuo y según sean sus circunstancias sociales y psicológicas. (Bryant & Zillmann, como se citaron en Grandío, 2009, p. 22-23).

La teoría de “usos y gratificaciones” (1974) representa una nueva mirada respecto a la forma de comunicación, centrada ahora en los públicos y no en el emisor. Ahora se deja esa percepción de que los públicos son “como conglomerados de individuos pasivos, aislados, manipulables e ignorantes. La masificación y aislamiento, según esta perspectiva, las hacía extremadamente susceptibles de ser influenciadas por los medios masivos de comunicación” (Lozano, 1996, p. 38).

Pero los individuos como tales no son ajenos a su entorno y consecuentemente a su influencia social y psicológica. Entonces, esos aspectos condicionan sus necesidades, como señala McQuail (1994), al momento de acceder a los medios de comunicación:

1.- Las circunstancias sociales y disposiciones psicológicas individuales 2.- influyen tanto en los hábitos generales de uso de los media como en las 3.- creencias y expectativas referidas a las ventajas ofrecidas por la media, que configuran 4.- acciones específicas de elección y consumo mediáticas, seguidas 5.- de valoraciones de la experiencia (con consecuencias para el uso posterior de los media) y, posiblemente de 6.- aplicaciones de las ventajas obtenidas en otros ámbitos de la experiencia y de la actividad sociales. (McQuail, 1994, p. 484).

Ahora surge la interrogante de cuáles son esas necesidades que busca cubrir y por qué. McQuail las divide en información, identidad personal, integración e interacciones sociales y entretenimiento (Abreu, 2002).

Información

- Informarse sobre las circunstancias de acontecimientos significativos del entorno inmediato, de la sociedad y del mundo
- Buscar consejo sobre cuestiones prácticas o de la opinión y toma de decisiones
- Satisfacer la curiosidad y el interés general; aprender, auto-educarse;
- Obtener una sensación de seguridad a través del conocimiento.

Identidad personal

- Buscar el refuerzo de los valores personales
- Buscar modelos de comportamiento
- Identificarse con otros individuos en los medios (modelos)
- Obtener intuiciones acerca de uno mismo.

Interacción social e integración

- Obtener intuiciones acerca de las circunstancias de otras personas, empatía social
- Identificarse con otros y alcanzar un sentido de pertenencia;
- Hallar una base para la conversación y la interacción social
- Obtener un sustituto de la compañía real
- Ayudar a representar roles sociales
- Capacitarse para relacionarse con la familia, los amigos y la sociedad.

Entretenimiento

- Evasión o distracción de los problemas
- Obtener goce cultural o estético
- Llenar el tiempo
- Descarga emocional
- Estimulación sexual

Es amplio el espectro de necesidades que busca satisfacer el público y que los medios, por su parte, deben cumplir para ser elegidos-seleccionados. Los contenidos de los medios, en consecuencia, deben ceñirse o adecuarse a esas necesidades de los públicos para tener o mantener influencia en la sociedad. Es una especie de círculo, donde ambos extremos confluyen en la medida de la coincidencia-encuentro de oferta-gratificaciones-necesidades, pero siempre condicionado por el público.

Esa situación incide, entonces, en la producción y generación de contenidos, lo que a su vez se traduce en una competencia de los medios por ganar mayor audiencia-influencia. “El saber sobre estos movimientos y estos deseos alimentará la circularidad programación-producción-consumo, siempre inestable pero tendida hacia la integración funcional y afectiva del consumidor en el dispositivo” (Mattelart, 1997, p. 104).

Se valora no solo la forma, sino también aspectos tecnológicos, estéticos y requerimientos particulares del público. “Los estudios han demostrado que las gratificaciones del público se derivan del contenido de los medios que puede suministrar elementos de gratificación, la exposición a los medios y el contexto social que implica la situación de exposición ante diferentes medios” (De Moragas, 1892, p. 267).

Los atributos de los medios, que pueden entenderse como la forma de presentación de sus contenidos (calidad y fiabilidad), derivan también en gratificaciones, siempre que haya una asociación personal de una satisfacción o función de un medio con una necesidad personal, en tanto que el contexto social hace referencia a qué necesidades son creadas y qué motiva a buscar información en los medios, en función a la situación social, desde cinco vertientes: Tensiones que llevan a presionar su alivio vía consumo de medios; crear una conciencia sobre problemas que exigen atención; ofrece a sectores empobrecidos oportunidades de satisfacer ciertas necesidades; o surgen valores cuya información y refuerzo son facilitados por el consumo de materiales adecuados en medios; y aporta un campo de expectativas entre los contactos sociales del individuo y familiaridad con ciertos contenidos de los medios.

Hay una relación directa entre el contexto social del destinatario y la clase de necesidades que favorecen el consumo de comunicación, lo que nos plantea que el destinatario está influenciado por todo un contexto a la hora de recibir y seleccionar e interactuar sobre el mensaje.

Las conexiones entre satisfacción de la necesidad y elección del medio de comunicación al que exponerse está representada como una opción del destinatario en un proceso racional de adecuación de los medios disponibles a los fines perseguidos. Es en este marco en el que cualquier hipótesis de efecto lineal del contenido de los media sobre las actitudes, valores o comportamientos del público se ve invertida, en cuanto es el receptor el que determina si habrá o no un real proceso comunicativo. (Wolf, 1987, p. 43).

El destinatario ya juega un papel determinante en el proceso de comunicación y producción de mensajes-contenidos por parte de los medios de comunicación, porque los medios ahora están obligados a pensar en los públicos cuando trabajan sus contenidos, con lo cual dejan de ser el centro monopolizador del mensaje.

Lo descrito hasta aquí muestra esa relación intrínseca entre medios y públicos, en la que ambos se necesitan entre sí, pero con la diferencia de que uno, los públicos, definen cómo y con quién terminan cerrando-abriendo el proceso de comunicación.

La teoría de “usos y gratificaciones” cobra una singular relevancia en la actualidad porque encaja en el nuevo modelo de comunicación emergente, a partir de las nuevas tecnologías de la comunicación e información (TIC), que tienen como característica central la horizontalidad en la comunicación y la asignación de un papel central al usuario.

El internet representa esa situación: “Internet es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos en tiempo escogido y a una escala global” (Castells, 2001, p. 16) a partir de nodos interconectados (red), que son viejas formas de comunicación que hoy cobran vitalidad al influjo de la internet.

En su evolución, la web 1.0² representó lo más básico en cuanto al desarrollo del internet porque solo estaba caracterizado por la lectura, sin la posibilidad de interactuar con el contenido. Ya la web 2.0³ incorpora la generación de contenidos propios y la interacción en la medida de la accesibilidad y facilidad de manejo que representan las nuevas herramientas emergentes de esa evolución.

La web 2.0 es una forma de entender internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de información dependen del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose a éstas no solo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar. (Exeni, Herrera & Rocha, 2015, p. 10)

2 La web 1.0 se remonta a la década del 90 y estaba caracterizada por lo estático si hacemos un parangón con lo que actualmente tenemos. Se publicaba información en una página web a la que podía acceder el usuario solo para la lectura, es decir “eran estáticas, fijas y poco actualizadas, en la que el usuario no podía introducir comentarios, e interactuar de cualquier forma” (Estrella & Segovia, 2016, p. 124).

3 La web 2.0 tiene sus orígenes en 2004 y su irrupción representó un cambio significativo en lo tecnológico al hacer posible la interacción, las redes sociales, los blogs y todo aquello que permitió, en definitiva, la conexión entre personas, el romper los límites del tiempo y el espacio. Para Nafria (2008), “es la etapa en la que el usuario adquiere un gran protagonismo”.

Ya se perfila la importancia que ocupa el usuario y las gratificaciones que ofrece la web 2.0 a los usuarios. Dos estudios rescatados por De Roberto (2004) proyectan categorías de uso de la red; uno de ellos es el de H. Yoo, que infiere seis dimensiones de gratificación: entretenimiento, información, transacciones generales, transacciones laborales, creación de vínculos interpersonales y mantenimiento de los vínculos ya existentes.

D. Ferguson y E. Perse, concluyen que “los individuos hacen uso de la red para satisfacer tres necesidades principales: las interpersonales (de inclusión, afectión, relajación y control), las mass-mediáticas (interacción social, acabar con el aburrimiento, información, hábito y entretenimiento) y las nuevas necesidades creadas por el uso de los nuevos medios (perder el tiempo y conocer a otras personas)” (como se citó en De Roberto, 2004, p. 222).

La teoría de usos y gratificaciones, entonces, recobra importancia para abordar la investigación en comunicación al influjo de las nuevas tecnologías.

III. Metodología empleada

El enfoque metodológico aplicado fue de tipo mixto (cuantitativo-cualitativo), empleando como técnicas de acopio de datos a la observación de campo, la entrevista, el análisis documental y la encuesta virtual.

La observación de campo se realizó en la sala de redacción digital de *La Razón Digital*. La observación estuvo dirigida a ver las rutinas que siguen en el proceso de cobertura informativa diaria y al proceso, en particular, de elaboración de un contenido informativo.

Tabla 1
Proceso de la observación no participante

Pautas	Desarrollo
Interacción social no ofensiva	1 Presentarse ante el equipo de <i>La Razón Digital</i> y dar a conocer, a modo general, el objetivo de la investigación. (No se trata de una observación encubierta).
	2 Palpar la situación, buscar ser visto como inobjetable y lograr la simpatía para establecer el <i>rapport</i> (“Lograr que las personas se abran y manifiesten sus sentimientos respecto del escenario y otras personas”).

Estrategias y tácticas de campo	1 Mantener el <i>rapport</i> y tratar de amplificar los conocimientos del escenario que se observa.
	2 Formular preguntas (saber cómo)
	3 Prestar atención a los símbolos verbales y no verbales.
Registro en notas de campo	1 Las notas de campo se realizan al concluir la observación.
	2 Deben ser completas, precisas y detalladas.
	3 Describir al detalle situaciones, personas y /o conversaciones.
	4 “Si no está escrito, no sucedió nunca”.

Fuente: elaboración propia.

Para el análisis documental se construyó una matriz de recursos formales y discursivos con datos cualitativos y cuantitativos. Fueron sometidas a análisis 100 notas periodísticas publicadas en *La Razón Digital*, seleccionadas de forma aleatoria durante diez días. A partir de esa muestra se analizaron las características multimediales del contenido web, la forma de presentación en redes sociales y la respuesta-interactividad de los públicos.

También se aplicó una encuesta en línea a la que respondieron 291 seguidores-usuarios. La población estuvo integrada por los seguidores en Twitter y los usuarios en Facebook, que ascienden aproximadamente a 400 mil personas. En este caso se elaboró una boleta de encuesta que contempló preguntas vinculadas a las necesidades que buscan satisfacer los públicos en los contenidos que ofrece *La Razón Digital*, lo que permitió indagar no solo qué necesidades satisface sino también su percepción sobre los contenidos y la forma de presentación en la plataforma web y las redes sociales.

Se hicieron tres entrevistas, a la jefatura de *La Razón Digital*, al responsable técnico y al *community manager*, para conocer la producción de contenidos, su difusión y respuesta en redes sociales. En este caso se optó por una muestra no probabilística de carácter intencional.

IV. Producción y distribución de contenidos

Como ya se apuntó, la irrupción de la internet influyó en todo el proceso de comunicación, con lo que generó, si no un nuevo periodismo, sí un periodismo con nuevas características asociadas a los recursos tecnológicos. Ahora no solo es importante escribir bien, sino complementar ese texto –como elemento complementario indisoluble– con las herramientas que proporciona el nuevo

soporte (videos, audios, infografías, animaciones, entre otras). Estos recursos están estrechamente ligados a las audiencias digitales.

En esencia, el periodismo digital no tiene diferencias respecto del periodismo tradicional, ya que trabaja bajo los mismos valores universales como la responsabilidad, la verdad e independencia,

pero adquiere diferentes lenguajes y formas de expresión a la hora de presentar las noticias en Internet, como su formato digital, el uso del hipertexto, la actualidad permanente, la integración de elementos multimedia, la interactividad y la posibilidad de personalizar los contenidos. (Cabrero, 2005, p. 21).

El hipertexto, lo multimedia y la interactividad son las características más distinguidas del periodismo digital. El hipertexto, por ejemplo, implica la narración con enlaces o nodos (*links*) que llevan al lector a otras notas para una mayor contextualización sobre determinado tema, lo que explica que la extensión de las notas se haya reducido en caracteres. Lo multimedia, como se señaló, se traduce en la articulación del video y otros recursos audiovisuales en una misma unidad comunicativa (nota-contenido informativo), en tanto que la interactividad permite al usuario de noticias ser un actor activo, pues puede publicar, compartir o realizar diferentes acciones comunicativas sobre los contenidos digitales, modificando así la centralidad del intercambio simbólico.

Con la interactividad que permiten actualmente los medios, el periodismo está expuesto a que el receptor del mensaje pueda comentarlo y aportar nuevos datos. En teoría son los usuarios quienes, en buena medida, marcan la pauta de lo que desean leer, y le quitan al editor la fuerza y arrogancia que tradicionalmente tenía en cuanto a lo que presenta y al modo de hacerlo. En otras palabras, el usuario participa de los contenidos que desea conseguir. (Hernández, 2012, p. 175)

Los medios de comunicación impresos que se desdoblaron frente a la aparición del nuevo soporte crearon sus páginas web para (en principio) reproducir el material que publicaban en papel. No pudieron sostener mucho tiempo este sistema porque los públicos también migraron a lo virtual, lo que los obligó a adaptarse y generar contenidos acordes a las nuevas características de esta tecnología. Así, emergieron las propias redacciones digitales. La constitución de

redacciones digitales, abrió una distancia entre el papel y la pantalla. Cada una con sus particularidades propias y ritmos de trabajo diferenciados, aunque el mismo desarrollo hizo que vean conveniente articular esfuerzos para optimizar recursos humanos y mejorar la oferta informativa en base a la convergencia.

La Razón Digital es uno de esos medios. Tiene una planta de 10 personas, divididas en dos grupos. El proceso de producción es distinto al aplicado en el impreso, sobre todo en la forma. Apuestan por el monitoreo de radio, televisión y redes sociales (Twitter y Facebook) para conseguir información, aunque destinan a un periodista del equipo para hacer cobertura de calle, lo que garantiza videos, fotos y grabaciones propias. Una persona está dedicada a la administración de las redes sociales (*community manager*), lo que también implica alerta sobre tendencias y posteo de alguna autoridad o personalidad de la agenda noticiosa.

Los materiales informativos redactados pasan por el filtro de un editor y del jefe de *La Razón Digital* antes de ser publicados en la página web y ser distribuidos en redes sociales. El responsable técnico, parte del equipo, interviene en caso de que existan materiales como videos, audios o fotografías. Cuando esto sucede, se logra aprovechar el carácter multimedial del soporte, bajo la lógica de “integrar contenidos de texto, imagen, video, sonido y animación en un mensaje único” (Angulo, 2015, p. 35).

Otro elemento que destacar es la participación-colaboración en el proceso de producción de contenidos de algunos periodistas del medio impreso; fundamentalmente con el envío de grabaciones o breves textos de conferencias de prensa a la redacción digital. Esto con el fin de aportar a la redacción de notas, lo que puede ser considerado como una incipiente convergencia papel-digital. Los periodistas del impreso tienen abierta una línea en la aplicación WhatsApp como centro de convergencia del envío de información externa a la redacción para su evaluación y redacción.

La base de datos generada para analizar el contenido informativo permitió establecer que, de 100 notas publicadas en la página web y que fueron distribuidas en las redes sociales de *La Razón Digital*, 44 están relacionadas con temas de Política y Seguridad (narcotráfico, corrupción, entre otros), mientras que en menor frecuencia se encuentran notas de Economía, Sociedad, Ciudades y Deportes. Los datos muestran una clara tendencia en la oferta informativa centrada en el área de Nacional y una menor incidencia en el resto.

Adicionalmente, de ese total, 99 están redactadas en género noticia, es decir a partir de la declaración de una fuente y con un elemental contexto sin mayor profundización.

¿Cuántas cumplen con la característica multimedia? La respuesta a esta pregunta se la encuentra en la revisión de las notas publicadas en la web. Ahí puede establecerse el uso o no de los recursos multimedia, es decir, hipervínculos, hipertexto, fotografía, fotogalería, video, audio e infografía. La siguiente tabla muestra el estado de situación de lo multimedia en *La Razón Digital*:

Tabla 2
Características multimedia

Elemento multimedia	Sí	No
Hipervínculos	29	71
Hipertexto	15	85
Fotografía	97	3
Foto galería	12	88
Video	1	99
Audio	0	100

Fuente: elaboración propia.

Para contrastar este análisis se optó por establecer qué piensa el público sobre el uso de estos recursos a través de una encuesta. Es evidente que todas las herramientas multimedia son valoradas positivamente, aunque con un mayor peso de atención en determinadas. En la siguiente tabla destacan dos aspectos: primero, las personas ven importante que la nota o contenido informativo sea breve (para complementar esa información están los hipertextos-hipervínculos); y segundo, que la mayoría –aunque es el 29% y con mínima diferencia sobre el resto–, considera menos importantes los espacios de opinión (ver la Tabla 3).

Tabla 3
Valoración de elementos multimedia (¿Qué te atrae más de una información de La Razón Digital en la plataforma web? Enlaces, imágenes, noticia breve y espacios de opinión)

Categoría	Enlaces		Fotos, animación, sonido, gif y video		Noticia breve		Espacios de opinión	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Menos importante	42	17,6	24	10,0	18	7,4	70	29,0
Algo importante	66	27,6	59	24,7	44	18,1	59	24,5
Importante	80	33,5	109	45,6	97	39,9	61	25,3

Fuente: elaboración propia.

Los contenidos informativos son distribuidos a los públicos digitales a través de las cuentas en Twitter y en Facebook.

La encuesta virtual sobre la calificación a la cuenta de Twitter del medio mostró que la tendencia en la calificación es buena (30,2%) y pésima (28,5%). Un elemento correlacional a este dato puede encontrarse en la matriz sobre uso de recursos multimedia en el posteo en esta red social y puede explicarse por varios factores.

No hay un estilo propio en la publicación de los mensajes (contenidos informativos), es decir hay una copia literal-mecánica de la noticia publicada en web en Twitter. De las 100 notas contempladas en la muestra, solo una fue compartida con un estilo de redacción distinta al resto.

En la forma de presentación mayoritariamente se usa la fotografía, enlaces (o links que llevan a la nota) y *hashtag* o etiqueta (para lograr unificar los tuits por temática). En resumen, hay un uso básico de los recursos multimedia que incide en la valoración que realizan las audiencias.

La valoración del público digital sobre el uso de los recursos multimedia es positiva en términos generales. El 58% considera que hay un uso bueno de infografías; el 45% de animaciones; el 41% de audios; 45% de videos y el 66% de fotografía. Este último dato puede relacionarse, precisamente, con el hecho de que hay un mayor uso de este último recurso.

Por otro lado, en Facebook hay una calificación positiva sobre la página en la red social entre bueno (38,6%) y excelente (32,4). También se reveló que hay un uso mayoritario de recursos multimedia. Por ejemplo 93 notas tienen fotografías; 96, enlaces; 59 *hashtags*; y sobre todo que 86 tienen un estilo propio, es decir, que el medio desarrolló un lenguaje propio para publicar su material.

De hecho, la encuesta muestra que la mayoría se inclina por una calificación buena del uso de los recursos multimedia. El 51% califica de bueno el uso de infografías; el 41% de animaciones; el 43% de audios; el 50,8% de videos y el 61,0% de fotografías.

Un elemento complementario en el análisis tiene que ver con la edad, pues a menor edad hay una valoración más positiva respecto al empleo de los recursos multimedia, al igual que en la población de mayor formación académica.

V. Interacción en las redes sociales

La encuesta mostró que la tendencia (46,6%) de ingreso es de menos de una vez al día a Facebook y la frecuencia de interacción eventual frente a un contenido informativo es de un 32,6% frente a un 22,7% que responde a que nunca interactúa. Más hombres que mujeres interactúan, pero en lo general las mujeres interactúan más seguido que los varones.

De las 100 notas analizadas, en promedio se alcanza un 54,4 me gusta, 6,3 compartir y 15,4 comentarios. En 73 notas hay uso de *stickers* y en 67 el texto como elemento de interacción. Un dato interesante es que 39 contenidos informativos generaron interacción entre públicos, y no solo entre el medio y el público, como se pensaría.

Los comentarios fueron registrados hasta 20 horas con 24 minutos después de su publicación. Es decir, en todo ese tiempo está vigente (viva) una noticia, por lo menos en Facebook. La primera respuesta al posteo se da al segundo de la publicación, lo que muestra la atención a la actividad del medio en Facebook.

La situación en Twitter es diferente por los datos encontrados. La frecuencia de ingreso de menos de una vez al día es alta y llega a 73,5% de los encuestados, aunque el contraste, pero sin mayor incidencia, está entre los usuarios de 31 a 40 años que ingresan una vez al día.

La interacción no llega ni a 1 en promedio cuando se habla de favoritos, citar *tuit* o responder. Solo los *retuits* superan el promedio de 1 por nota posteada. En 15 de las 100 notas se encontraron comentarios de los usuarios.

VI. Los intereses de los nuevos públicos

Los públicos dejaron de ser pasivos y ahora son activos, seleccionan qué leer en función de sus intereses. Cuando ingresan a la página web de un medio de comunicación o se hacen seguidores en redes sociales están conscientes de que buscan información. Los resultados de la encuesta virtual mostraron qué les interesa y por qué, uno de los aspectos centrales de la investigación.

La oferta de *La Razón Digital* es variada en términos de información y el interés está focalizado en las diferentes áreas, aunque naturalmente unas con mayor atención que otras como puede observarse en la siguiente tabla.

Tabla 4
Sección por importancia atribuida

Sección	Importancia asignada (media)
1. Economía	2,83
2. Mundo/Internacional	2,77
3. Sociedad	2,78
4. Política	2,69
5. Ciudades	2,68
6. Deportes	2,63
7. Entretenimiento	2,28

Fuente: elaboración propia.

Noticias de Economía son las mayormente demandadas por el público digital, seguidas de las notas internacionales. Esto muestra a un usuario local interesado en lo que ocurre fuera de las fronteras o públicos dispersos en diferentes países y que leen las noticias sobre su realidad. En tercer lugar de importancia o interés asignado están los temas de sociedad, es decir son aquellos temas que están más cerca del ciudadano porque tocan aspectos como salud, educación, medio ambiente y derechos.

Lo llamativo es que la agenda política esté en el cuarto lugar de interés cuando el medio focaliza muchos de sus esfuerzos y ofertas precisamente en esta área.

En quinto lugar están las noticias de ciudades, otra área que recoge y publica información de más cercanía a la ciudadanía como lo que ocurre en barrios o delincuencia, por citar algunos ejemplos. El encuestado mostró muy poco interés por deportes y mucho menos por temas de entretenimiento.

Estos resultados fueron cruzados con distintas variables. Por sexo, tanto varones como mujeres asignan similar importancia a temas de economía, pero difieren sobre el resto. Los hombres tienen como segundo ítem de importancia deportes, mientras que en tercer lugar está mundo. Hombres y mujeres coinciden en dejar en el cuarto lugar de importancia a la política, aspecto que contrasta con la oferta informativa del medio.

Con la variable edad, el resultado muestra que a menor edad están más interesados en temas ciudadanos y a mayor edad optan más por Economía o Política. A mayor formación académica el interés está volcado a Economía, Política y temas de interés ciudadano, y a menor formación a Deportes, Entretenimiento y temas internacionales.

En ese contexto, es posible derivar en el uso que dan las audiencias a las notas o contenidos informativos que buscan. Acceden vía la página web y redes sociales, a partir de las nueve variables señaladas sobre usos y gratificaciones.

El público digital recurre al medio en busca de compañía de forma mayoritaria, antes que a buscar información como podemos observar en la siguiente tabla (5):

Tabla 5
Uso de contenidos informativos

Leo La Razón Digital:	Porcentaje (media)
1. Cuando estoy solo	2,91
2. Para informarme	2,89
3. Para incrementar mis conocimientos	2,78
4. Para satisfacer mi curiosidad	2,77
5. Para interactuar	2,51
6. Para ocupar tiempos de ocio	2,46
7. Para la toma de decisiones	2,32
8. Para ser parte de un grupo social	2,04
9. Para distraer de los problemas	2,09

Fuente: elaboración propia.

El usuario, antes que para informarse, busca al medio para reemplazar la compañía. En segundo lugar, no menos importante y razón del medio, lo hace para informarse y de forma descendente en importancia para incrementar sus conocimientos, satisfacer su curiosidad e interactuar. Este aspecto es central en lo multimedia, pero se encuentra en el quinto lugar de importancia desde la perspectiva del público.

También en forma descendente está que acceden al medio para ocupar tiempos de ocio, toma de decisiones, formar parte de un grupo social y para distraerse de sus problemas. Un aspecto que llama la atención es que no acceden al medio para ser parte de un grupo social, pero al hacerlo y (por lo visto) sin darse cuenta ya forman parte de un grupo o comunidad virtual.

La variable sexo muestra que los hombres acceden más a la oferta informativa cuando están solos, para informarse, satisfacer curiosidad, incrementar conocimiento e interactuar, en tanto que las mujeres mayoritariamente para informarse, incrementar conocimientos, satisfacer curiosidad y finalmente cuando están solas.

Tabla 6
Usos de contenido según el sexo

Leo La Razón Digital:	Varón (media)	Leo La Razón Digital:	Mujer (media)
1. Cuando estoy solo	2,99	1. Para informarme	2,90
2. Para informarme	2,89	2. Para incrementar mis conocimientos	2,81
3. Para satisfacer mi curiosidad	2,78	3. Para satisfacer mi curiosidad	2,76
4. Para incrementar mis conocimientos	2,78	4. Cuando estoy solo	2,67
5. Para interactuar	2,53	5. Para interactuar	2,43
6. Para ocupar tiempos de ocio	2,47	6. Para tomar decisiones	2,29
7. Para tomar decisiones	2,33	7. Para ocupar tiempos de ocio	2,43
8. Para distraer de los problemas	2,11	8. Para distraer de los problemas	1,95
9. Para ser parte de un grupo social	2,06	9. Para ser parte de un grupo social	1,95

Fuente: elaboración propia.

Cuando se hace el análisis por edad, se muestra que la mayor cantidad de lectores está entre los 21-30 años, por lo que podríamos decir que en términos generales es joven. El público de mayor edad accede al medio para estar informado, tomar decisiones, ser parte de un grupo social, distraerse de sus problemas y ocupar su tiempo de ocio. A menos edad opta para satisfacer su curiosidad, incrementar sus conocimientos, interactuar y cuando está solo.

Tabla 7
Uso de contenido según edad

Leo La Razón Digital:	Mayores de 20 (media)	Entre 21 y 30	Entre 31 y 40	Entre 41 y 50	Entre 51 y 60	Más de 60
1. Cuando estoy solo	2,9	2,9	2,9	3,0	2,8	2,5
2. Para informarme	2,7	2,9	3,0	3,0	2,7	2,3
3. Para satisfacer mi curiosidad	2,0	2,4	2,5	2,3	2,0	1,8
4. Para incrementar mis conocimientos	2,6	2,8	2,9	2,7	2,5	2,4
5. Para interactuar	2,3	2,6	2,7	2,4	2,2	2,1
6. Para ocupar tiempos de ocio	2,5	2,5	2,5	2,2	2,3	1,9
7. Para tomar decisiones	2,7	2,9	3,0	2,7	2,3	2,3
8. Para distraer de los problemas	2,0	2,1	2,1	2,1	1,9	1,8
9. Para ser parte de un grupo social	1,7	2,1	2,0	2,3	1,8	1,8

Fuente: elaboración propia.

La variable formación académica muestra que el mayor número de lectores tiene nivel licenciatura y de postgrado, pero más que diferencias hay coincidencia en cuanto a lo que buscan. A mayor grado académico acceden al medio para informarse, cuando están solos, satisfacer curiosidad y para incrementar conocimiento.

Finalmente cabe señalar que el público del medio es mayoritariamente de Bolivia, aunque en la muestra se observó que se conectan o interactúan desde 11 países centrados en Norte y Sud América.

Conclusiones

Como resultado del análisis de los datos obtenidos en el trabajo de campo, se presenta una serie de conclusiones concentradas en el proceso de producción, la

distribución de contenidos por las redes sociales y la interacción de la audiencia con el medio; es decir, tomando en cuenta la secuencia que sigue para un proceso productivo de una noticia o contenido informativo. El eje transversal es ver si responden a los requerimientos de usos y gratificaciones.

De inicio es importante establecer que el equipo de redacción digital es reducido, de 10 personas, y está centrado en el monitoreo de información antes que la cobertura periodística propiamente dicha, lo que a su vez incide en la generación de contenidos multimedia.

La fortaleza que puede representar el monitoreo (para la redacción) es una desventaja o debilidad pues implica descuidar la obtención de materiales multimedia (videos o fotografías) en la cobertura informativa y reducir las posibilidades de atención-interés de los públicos al presentar una oferta poco atractiva en lo digital.

No hay un uso generalizado de recursos multimedia en la elaboración de notas o contenidos informativos, siendo que el público considera importante su presencia. A su vez eso refleja la falta de adaptación del medio a lo digital y la ausencia de planificación en la redacción.

En los contenidos, la oferta informativa de los medios en general está dividida en secciones, y *La Razón Digital* no es la excepción. Las secciones más leídas son Economía y Mundo, mientras que las menos leídas son Deportes y Entretenimiento. Esto es un contrasentido cuando ese dato se contrapone con la oferta del medio, que está centrada en el área Nacional (información sobre política y seguridad nacional), ubicada en el cuarto lugar de interés del público.

La forma de distribución de los contenidos informativos en redes sociales no guarda relación con los intereses del público en cuanto a los elementos multimedia que busca encontrar en cada posteo.

La página de Twitter del medio tiene un nivel bajo de aceptación, lo que puede encontrar explicación justamente en el uso deficiente o nulo de los recursos multimedia, en la medida en que el público valora su empleo. Además, no se adaptan las notas al lenguaje propio de la red social y se continúa con la mecánica de copiar los titulares de las notas para los *tuits*, sin composición lingüística-multimedia.

Adicionalmente se estableció que la interacción en Twitter es baja en número, situación que puede estar relacionada al hecho que el público no encuentra “atractivo” el posteo o que no es de su interés.

Por otro lado, el muro de Facebook del medio tiene una valoración positiva del público, lo cual está asociado al adecuado uso de los recursos multimedia. Es evidente que se consolidó un lenguaje propio, adecuado a los hábitos de los públicos ya sumergidos en lo digital y conocedores de las herramientas digitales y los mecanismos de acceso-búsqueda.

Se observó que cada nota publicada en Facebook cuenta con algún tipo de interacción, ya sea de texto o emoticones. En promedio, se registró que se publican más de cincuenta respuestas por cada contenido informativo. Al respecto, vale hacer notar que los varones son más activos en su interacción frente a los mensajes o notas publicadas por el medio. Entonces hay una sintonía entre los requerimientos que busca el público y la oferta.

Un elemento más de esa “sintonía” es que los contenidos informativos no solo generan una interacción entre el medio y las audiencias, sino entre los lectores, quienes comentan y generan debate desde una perspectiva no solo de posición (apoyo-rechazo) sino de contribución-construcción social de la noticia.

Las audiencias usan y encuentran gratificación en las siguientes necesidades en orden de importancia: compañía, información, incremento de conocimiento, satisfacción de curiosidades, interacción, ocupación de tiempos de ocio, toma de decisiones, ser parte de un grupo sociales y distracción de los problemas. Obviamente no todos tienen el mismo nivel de importancia en el usuario, que elige qué y para qué leer.

Los datos muestran que, principalmente, acceden al medio cuando están solos o para buscar compañía. En segundo orden acceden para informarse, el objetivo y rol central del medio de comunicación.

La investigación mostró que el público es mayoritariamente joven (21-31) y sus intereses en la oferta informativa están condicionados también por su edad, porque a mayor edad satisfacen mayores necesidades que les permiten estar informados para desarrollar diferentes aspectos de su vida, en tanto que a menor edad optan por acceder a la oferta informativa más como un elemento de distracción.

Hasta aquí es posible establecer que el medio de comunicación digital está en un proceso de adecuación al soporte digital y con ello, aunque de forma incipiente, pero sostenida, a la utilización de las diferentes herramientas digitales, no solo como una condición del medio sino porque los públicos digitales lo exigen.

Los públicos ahora juegan un rol central y determinan los contenidos de los medios a partir de sus necesidades. En un abanico de posibilidades en la “nube”, los medios deben competir entre sí y ello implica, como se observa, no solo terminar de adecuarse a lo multimedia, sino conocer a sus audiencias como factor de sobrevivencia. En esa dirección, solo los medios que se adapten de forma estratégica a este escenario lograrán (¿recuperar?) centralidad de actuación, influencia y poder en la sociedad.

Los cambios que experimenta la tecnología y que repercuten de forma directa en los públicos y medios muestran –una vez más– que el periodismo no es estático y está en constante transformación.

Referencias

- Angulo, H. (2015). *Periodismo multimedia: el diseño multimedial en el periodismo digital boliviano*. Cochabamba, Bolivia: Verbo Divino.
- Aparici, R. (2013). *Conectados al Ciberespacio*. Madrid: Digital.
- Arango-Forero, A. (2013). *El fin de la comunicación masiva: Nuevos medios, nuevos consumos audiovisuales. Fragmentación de audiencias juveniles en un ambiente multimedial* (Tesis doctoral, Universidad Austral, Buenos Aires, Argentina).
- Boni, F. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Cabrero, C. (2005). *Periodismo Digital en Bolivia*. La Paz: Plural.
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet*. Madrid: Plaza & Janes.
- De Roberto, M. (2004). *Sociedad de la información a la española*. Alicante, España: Club Universitario.

Exeni, J., Herrera, K., & Rocha, V. (2015). *Comicios mediáticos II. Medios de difusión y redes sociales digitales en las elecciones de 2014 en Bolivia*. La Paz: IDEA Internacional, Fundación Unir Bolivia.

Estrella, A., & Segovia, C. (2016). *Comunicación Integrada de Marketing*. Madrid: Esiceditorial.

Grandío, M. (2009). *Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva: El caso de Friends*. Buenos Aires: Libros En Red.

Hernández, T. (2012). *Cibermedios latinoamericanos. Caso estudio: Argentina, Chile, Colombia, México y Venezuela*. Ciudad de México: Palibrío.

Lozano, J. C. (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México D. F.: Alhambra Mexicana.

Mattelart, A., & Mattelart, M. (1997). *Historias de las teorías de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.

McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (3.^a ed.). Barcelona: Paidós.

Nafría, I. (2008). *Web 2.0: El usuario el nuevo rey de Internet*. Barcelona: EdiDe.

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

Territorio y Dignidad: La primera marcha indígena por derechos

Territory and Dignity: The first indigenous march for rights

Mgr. Paola Bedoya M.¹

Universidad Externado de Colombia

Fecha de recepción: 24 de octubre de 2018

Fecha de aprobación: 17 de mayo de 2019

Resumen

Para construir una sociedad incluyente, se debe partir de un reconocimiento respetuoso y lo más completo posible de las diferentes identidades que la conforman, de sus luchas, de sus procesos, de sus logros y fracasos. En esta línea, este trabajo estudia las construcciones discursivas plasmadas en la prensa escrita sobre una de las de las movilizaciones indígenas bolivianas más significativas en las últimas décadas, la primera marcha indígena por el Territorio y la Dignidad de 1990 y cómo estas construcciones repercutirán en la construcción de la identidad indígena originaria contemporánea.

Palabras clave

Identidad, derechos y discurso

Abstract

To build an inclusive society, we must start with a respectful and as complete recognition as possible of the different identities that make it up, of its struggles, its processes, its achievements and failures. In this line, this work studies the discursive constructions embodied in the written press on one of the most significant Bolivian indigenous mobilizations in the last decades, the first indigenous march for the Territory and the Dignity of 1990 and how these constructions will reverberate in the construction of indigenous identity-contemporary origins.

Key words

Identity, rights, discourse.

1 Paola Bedoya Monroy es magister en Derechos Humanos y Democratización. Facultad de Derecho Constitucional, Universidad Externado. Bogotá-Colombia. Correo electrónico: tqiaap@gmail.com

I. Introducción

Como Charles Taylor plantea, “el falso reconocimiento o la falta de reconocimiento puede causar daño, puede ser una forma de opresión que aprisione a alguien en un modo de ser falso, deformado y reducido” (1993, p. 21).

En el caso de los pueblos indígenas-originarios en Latinoamérica, a lo largo de la historia y en distintas ocasiones, esta falta de reconocimiento ha invisibilizado o reducido importantes procesos sociales y políticos a simples incidentes, dejando a diversas comunidades y sus luchas excluidas de la construcción histórica, social y política. Estas luchas, en el caso boliviano, a la larga sentarían las bases para la construcción del Estado Plurinacional de Bolivia.

En Latinoamérica, observar y analizar las movilizaciones indígenas y los hilos que se mueven en estas, se convierte en una necesidad que, por un lado, permite visibilizar factores que pueden llegar a ser determinantes en la construcción del Estado mismo y, por otro lado, permite un mejor entendimiento del complejo tejido social.

Este artículo está escrito sobre la base de una investigación realizada por la autora el año 2014, que estudió las construcciones discursivas plasmadas en la prensa escrita sobre una de las de las movilizaciones indígenas bolivianas más significativas en las últimas décadas, la primera marcha indígena por el Territorio y la Dignidad de 1990. La importancia de esta movilización radica en que marcó el inicio simbólico de la era de las movilizaciones con un alto contenido identitario (indígena-originario) en sus reivindicaciones y, como plantea Guzmán, “le abrió los ojos a un país mutilado por la ignorancia de su diversidad política y cultural” (2012, p. 6).

En la actualidad, Bolivia se ha visto inmersa en un proceso de transformaciones, sociales, económicas y políticas, en muchos casos resultado de las luchas de los movimientos indígenas-originarios por sus derechos. En este sentido, para este trabajo, las luchas indígenas por derechos como el territorio, la participación y la autodeterminación han dado lugar a movimientos que, posiblemente como parte de su estrategia, “han construido una identidad colectiva indígena contemporánea [que] es el resultado de un complejo proceso de construcción mediante movilización, organización y discurso” (Maíz, 2004, p. 2).

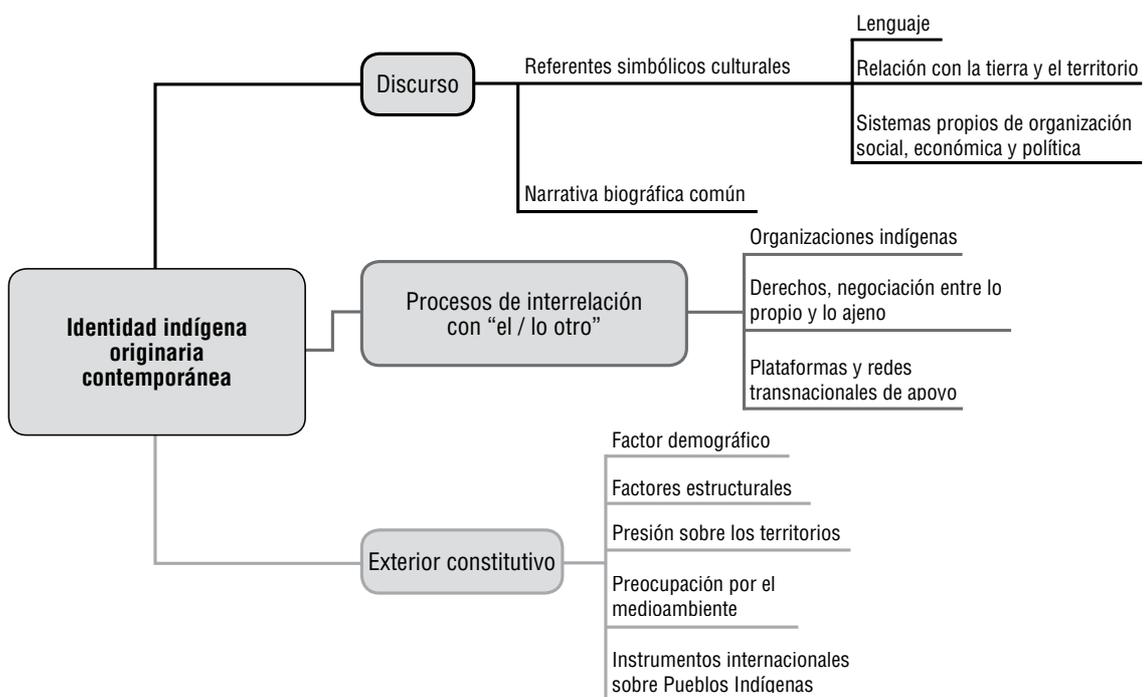
Este escrito se divide en dos partes, la primera en la que se hace una revisión del concepto de identidad (de los elementos que lo integran) sobre el cual se basa esta investigación. La segunda parte expone el estudio de caso de la marcha indígena del oriente boliviano “por el Territorio y la Dignidad” (1990).

II. Estrategia metodológica

Se ha realizado una investigación de tipo analítico, en la que la identidad se constituye en la categoría clave y con ella todo lo que significa su proceso de construcción. De ahí que, a partir de la revisión de varios trabajos teóricos de autores como Stuart Hall, Gilberto Giménez y Ramón Maíz, se ha construido el marco de acercamiento al fenómeno social y político que representa este objeto de estudio.

Se han identificado dentro de los elementos que dan forma a la identidad, tres categorías madre: a) el discurso, b) los procesos de interrelación con el/lo “otro” y c) el exterior constitutivo. A su vez, cada categoría madre se ramifica en una o dos subcategorías, dando lugar al árbol de codificación (ver la Figura 1).

Figura 1
Árbol de codificación



Esta estrategia metodológica permite, por un lado, descubrir y organizar los elementos presentes en las construcciones discursivas plasmadas en la prensa escrita sobre la identidad indígena-originaria contemporánea, de acuerdo al soporte teórico utilizado y por otro, identificar las interconexiones de estos.

Al efecto, se realizó un análisis de contenido de trescientos documentos (entrevistas, crónicas, comunicados y notas de prensa) extraídos de los periódicos bolivianos de mayor circulación en 1990², año de la Marcha por el Territorio y la Dignidad.

III. ¿Identidad?

El concepto de identidad se ha convertido en una de las categorías de análisis más significativas para acercarse al fenómeno de la emergencia de los movimientos indígenas en Latinoamérica³, ya que permite profundizar en aspectos clave como quiénes son y cómo llegaron a serlo. Dado que este trabajo se concentra en estas movilizaciones indígenas, resulta importante establecer teóricamente cómo se entenderá la “identidad”.

La conceptualización de la identidad ha sido abordada desde diferentes disciplinas y enfoques, con diversos resultados. Sin embargo, por la relevancia para este acercamiento, tomaremos en cuenta el *enfoque constructivista*, que comparten autores como Ernesto Laclau en su obra *Hegemonía y estrategia socialista*⁴ o Ramón Maíz en su trabajo *La construcción política de las identidades indígenas en América Latina*, que conciben la identidad como una construcción social que se modifica de acuerdo al momento histórico y sus características sociales, económicas y culturales. Para esta posición, la identidad es un producto de la acción social y política, es cambiante y puede ser manipulable. Y la concepción de Hall, que recoge elementos de la posición previa y que concentra su atención en la práctica discursiva; entiende la identidad como “el punto de sutura” entre los discursos y prácticas, y los procesos que producen subjetividades, lo que genera identidades múltiples y transformables. En este enfoque, para hablar de una identidad determinada, se precisa discutir sobre “una construcción, producida en ámbitos históricos e institucionales específicos

2 Presencia, Última hora, El Diario, Aquí, Hoy, Los Tiempos, Opinión, El Deber, El Mundo.

3 Categoría utilizada por autores como Ramón Maíz (2002), Jan de Vos (2007), Xavier Albó (2003) y Francisco Sánchez (2007), entre muchos otros.

4 Obra en la que critica los reductos esencialistas en la caracterización de la clase obrera del marxismo ortodoxo.

en el interior de formaciones y prácticas discursivas específicas, mediante estrategias enunciativas específicas” (Hall, 1996, p. 18).

Acudiendo a elementos del concepto de identidad constructivista, y rescatando la importancia de la producción del discurso, planteada por Hall, en este trabajo se entenderá la identidad como la construcción realizada a partir de: a) un discurso que busca dotar de elementos de cohesión; b) proceso de interrelación con “el/lo otro” y c) un exterior constitutivo, que da el marco de un contexto histórico, social, económico y cultural específico.

Siguiendo a Hall (1996),

El concepto acepta que las identidades nunca se unifican y, en los tiempos de la modernidad tardía, están cada vez más fragmentadas y fracturadas; nunca son singulares, sino construidas de múltiples maneras a través de discursos, prácticas y posiciones diferentes, a menudo cruzados y antagónicos. (p. 17).

Pero, ¿se puede concebir la identidad colectiva? Giménez (1997, p. 10) explica que, aunque para algunos autores –como Berger⁵–, no es aconsejable hablar de identidades colectivas, ya que existe el riesgo de una falsa hipostatización, se puede plantear la idea de identidades colectivas en la medida en que se puedan establecer actores colectivos.

Estas identidades colectivas serían capaces de comportarse como actores colectivos en la medida en que puedan operar a través de sus representantes por mecanismos de delegación real o supuesta (Giménez, 1997, p. 11). Este planteamiento es compatible con el concepto de identidad por el que se optó, ya que a partir de las estrategias discursivas y organizativas, citadas en la conceptualización, se puede cumplir con este requisito.

IV. Componentes de la identidad

IV.1. Discurso

Es en el discurso donde se pueden construir los elementos de identificación, distinción e integración, ya que emerge la necesidad de organizar racionalmente,

5 Giménez cita a Peter Berger en su trabajo de 1982, La identidad como problema en la sociología del conocimiento.

por un lado, el conjunto de ideas y elementos integradores y por otro, los procesos de significación y apropiación que se darían a partir de los procesos comunicativos.

La construcción de una identidad colectiva requeriría de un discurso que busque maximizar los puntos comunes y reducir las diferencias al interior, y que permita definir lo excluyente, lo “otro”. Es decir, que a partir del discurso se responde “qué somos”⁶ y “qué no somos”. De esta forma se va construyendo la representación del colectivo. Al respecto, Hall (1996, p. 16), refiriéndose a la identificación, plantea que “como proceso actúa a través de la diferencia, entrafia un trabajo discursivo, la marcación y ratificación de límites simbólicos”. Como propone Hall, para poder construir la representación, la práctica discursiva parece invocar un pasado común con el cual el colectivo continúa en correspondencia, utilizando recursos como la historia, la lengua y la cultura en el proceso de devenir, “narrativizando el yo” (Hall, 1996, p. 17).

Si bien esta narración del yo o del nosotros es de “naturaleza ficcional” (Hall, 1996, p. 18) –aunque parte de ciertos elementos preexistentes– no quebranta de ningún modo su validez o su efectividad política. A efectos de ordenar el análisis en el presente trabajo, distinguiremos dos elementos fundamentales en la narración de la identidad colectiva:

- Los *referentes simbólicos culturales*, que actúan como marcadores identitarios y que incluyen todo lo relacionado con la cosmovisión del colectivo, es decir, su moralidad y las normas que se desprendan de esta; el lenguaje como una construcción cultural que da características propias a sus procesos comunicacionales y su producción material. No obstante, no se debe perder de vista que, si bien las identidades colectivas deben construir elementos que establezcan sus referentes, estos referentes simbólicos estarían en constante creación y recreación (Pajuelo, 2004), lo que ocasiona que los límites de la identidad normalmente sean difusos y permeables.
- La *narrativa biográfica común*, que pretende reconfigurar una serie de actos y trayectorias del pasado del grupo para conferirle sentido, buscando una memoria colectiva compartida por sus miembros y paralela

6 Aunque, (Hall, 1996, pág. 16) plantea que más que tratarse de «quiénes somos» se trata de «en qué podríamos convertirnos» y «cómo nos han representado».

a la memoria biográfica constituida por las identidades individuales (Giménez, 1998, p. 192).

Entonces, el grupo se asumirá como una colectividad a partir de estos elementos del discurso identitario, más allá de que exista (o no) un fuerte trabajo de organización. Esto no implica que las identidades colectivas tengan necesariamente por efecto la uniformización, o que todos los integrantes deban identificarse plenamente con la totalidad del discurso, ya que existen ciertos márgenes de negociación, más o menos flexibles, según el caso específico.

En este orden de ideas, aunque no todos los individuos de un colectivo compartan la totalidad de las representaciones sociales que definen subjetivamente la identidad colectiva de su grupo, debe existir una apropiación, por lo menos parcial, de los elementos diferenciadores (Giménez, 1997, p. 6).

Por otra parte, se deben considerar en el estudio de cualquier identidad:

Los procesos de interrelación con el otro porque, como señala Hall (1996, p. 18), las identidades se construyen a través de la diferencia y no al margen de ella. Esto nos lleva a plantear que la identidad solo puede construirse en la relación con el «otro», la relación con «el que no es». Es a través de la práctica discursiva que ciertos colectivos tendrían la capacidad de generar una “idea de distinguibilidad” (Giménez, 1997), con la construcción de un discurso que reconoce ciertos atributos como propios⁷ y otros atributos como ajenos o externos.

Exterior constitutivo, que es importante si entendemos que la construcción de una determinada identidad solo se puede entender en el marco de un contexto, es decir, un momento con ciertas características sociales, culturales e incluso económicas, que influyen tanto en la construcción misma del discurso identitario como en el éxito que este alcance. Hall (1996) expone al respecto:

Es preciso que situemos los debates sobre la identidad dentro de todos esos desarrollos y prácticas históricamente específicas que perturbaron el carácter relativamente «estable» de muchas poblaciones y culturas, sobre todo en relación con los procesos de globalización, que en mi opinión son coextensos con la modernidad. (1996, p. 17).

7 “Que definan de algún modo la especificidad, la unicidad o la no sustituibilidad” (Giménez, 1997, p. 4).

V. Identidad étnica-lo indígena contemporáneo

Como exponen Iglesias y Espasandín (2007, p. 58), siguiendo a Bonfil, el término *indígena* refleja una categoría de heteroidentificación supra-étnica construida en una relación de dominio –colonial y neocolonial– y que se ampara en la diferencia cultural para racionalizar el dominio. Sin embargo, en las últimas décadas, los movimientos indígenas reivindicarían su uso, lo llenarían de un nuevo contenido y lo utilizarían para dar visibilidad a sus luchas.

Este trabajo propone pensar la identidad étnica en dos niveles diferentes. En un primer nivel nos encontramos con las naciones, pueblos o comunidades como identidades independientes y resultado de construcciones en sus procesos históricos y sociales específicos, es decir, los Aymara, los Awá, los Guaraní, los Mapuche, los Shuar, etc. Por otro lado, nos concentraremos en un segundo nivel en el que se encuentra una macro-identidad con un objetivo más claramente reivindicativo, que ha logrado constituirse en un paraguas para las luchas de estas naciones o pueblos, es decir, lo indígena⁸, lo originario, lo étnico⁹.

En esta línea, Albó explica que el movimiento dialéctico entre las diferentes identidades (aymara, quechua, guaraní, chiquitana, etc.) muestra un juego de estrategias y políticas que, al seguirlo, nos llevará a ver el surgimiento de una “común identidad indígena u originaria” (2003, p. 8).

Las organizaciones indígenas y sus líderes, al hacer uso de un conjunto de referentes simbólicos culturales –como la identificación con el territorio, la existencia de sus propias lenguas, etc.– y de una narrativa biográfica común, construyeron discursivamente una nueva identidad colectiva “indígena-originaria” que va más allá de las identidades propias de cada pueblo o nación (preexistentes, aunque no estáticas), otorgando sentido, cohesión y altos niveles de solidaridad a las acciones colectivas. Esto además sucede en un momento en el que factores como un contexto internacional favorable, los cambios económicos y políticos, y el surgimiento de una ideología indianista se presentan como una ventana de oportunidad.

8 El término indígena es aceptado actualmente a nivel internacional, gracias a su uso en instrumentos internacionales como la Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas o el Convenio 169 de la OIT.

9 “Cada término genera sus diversas cargas emotivas, discriminantes o movilizadoras, y sus efectos políticos, según lugares, tiempos e ideologías” (Albó, 2002).

Al respecto, Stavenhagen afirma:

[las organizaciones indígenas en Latinoamérica] lograron construir una identidad indígena trans-comunitaria, incorporando un número creciente de comunidades locales y enfatizando la identidad étnica como vínculo unificador y agente movilizador. Así surgieron algunas organizaciones étnicas en el escenario político, cuyos líderes hablarían en nombre del grupo étnico como tal, en vez de hablar solamente a nombre de tal o cual comunidad rural. (1998, p. 410).

Es así que se puede entender que

La movilización indigenista no se limita a expresar, a exteriorizar, a hacer visible, sino que propiamente constituye, produce la identidad indígena en sus términos contemporáneos. El conflicto étnico no «expresa» sino que genera dimensiones claves de la identidad india actual: los criterios de pertenencia a la comunidad, los componentes específicos de su cultura, mitos, símbolos y narrativa comunitaria, la memoria histórica, la delimitación del «nosotros» y del «otro», lo propio y lo ajeno, los objetivos y demandas políticas del movimiento, el repertorio de movilización. (Maíz, 2002, p. 3).

VI. Exterior constitutivo de la identidad indígena contemporánea

Empero, volviendo a la definición de identidad sobre la que se apoya este trabajo y a los elementos que la integran, podríamos preguntar ¿cuál es el exterior constitutivo de lo indígena contemporáneo? más claramente ¿cuáles son los factores externos o de contexto, relacionados con el surgimiento de la identidad indígena-originaria contemporánea en Latinoamérica?

Para responder esta pregunta, resulta importante comenzar tomando en cuenta el factor demográfico. Según datos de Unicef, en América Latina existen 522 pueblos indígenas que van desde la Patagonia y la Isla de Pascua hasta el norte de México, pasando por diferentes áreas (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [Unicef], 2009). Si bien sería necesario mostrar el panorama demográfico más cercano a 1990 (año en que se desarrolla el acontecimiento analizado), se debe considerar que en la mayor parte de Latinoamérica, es recién a partir de la ronda de censos de los años 2000, que se empiezan a incorporar preguntas que tienen que ver con la identificación de la población indígena.

Al factor demográfico se suman otros como la pobreza, la exclusión, el racismo y la explotación, que han marcado la relación de los pueblos indígenas con los Estados latinoamericanos y sus sociedades, desde la época de la colonia. “Los ‘salvajes’ y ‘bárbaros’ de las primeras épocas se transformaron en ‘minorías subdesarrolladas’ que habrían de ser conducidas hacia el progreso, la civilización y el desarrollo por gobiernos modernizadores, iluminados y bien intencionados” (Stavenhagen, 2006, p. 22).

Sin embargo, estos factores estructurales no explican por sí solos la “emergencia” de lo indígena en Latinoamérica, ya que han estado presentes, de una u otra forma, en la totalidad de la historia republicana, e incluso antes. Es por esto que se debe tener en cuenta la aparición de nuevos factores, algunos de los cuales se describen a continuación y que pueden ayudar a explicar el curso de los acontecimientos.

En primer lugar, se presenta un contexto internacional favorable que, en palabras de Víctor Hugo Cárdenas se puede explicar como

La universalización de las luchas indígenas, la construcción de plataformas indígenas regionales y mundiales, la otorgación del Premio Nobel de la Paz a Rigoberta Menchú, la declaración en Naciones Unidas del decenio dedicado a los pueblos indígenas, la aprobación del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Declaración de los Derechos de los Pueblos Indígenas de las Naciones Unidas. (2011, p. 28).

A lo anterior se podrían agregar las conquistas en términos de “derechos” de otras luchas con contenidos de identidad, como las reivindicaciones de género y las de la población LGBTI, y la creciente conciencia sobre temas ambientales, ya que los ambientalistas buscaron una alianza con los pueblos indígenas (Albó, 2003).

Por último, se plantea un panorama de presión sobre las regiones tradicionalmente habitadas por estos pueblos, ricas en recursos naturales. Las industrias madereras, mineras, entre otras, buscaron acceder a estas zonas para explotar los recursos naturales de estos territorios, poniendo en juego el ecosistema, y con este, la supervivencia de estas comunidades.

VII. Los procesos de interrelación con “el/lo otro”: estrategias discursivas y organizativas

Para alcanzar la repercusión que lograron los movimientos indígenas en las últimas décadas en América Latina, después de largos periodos de invisibilización y exclusión de su problemática en la discusión pública y política, estos afianzaron una macro-identidad “indígena” contemporánea, que de algún modo logró solidaridad y cohesión de grupo, necesarias para hacerse escuchar.

Sin embargo, como se ha visto previamente, la identidad se construye dentro de un proceso de interrelación, en confrontación con otras identidades. Es por esto que los líderes de los movimientos indígenas, interesados en la prevalencia de su autoafirmación identitaria, dentro de la pugna entre autoidentificación y heteroidentificación, adoptaron diversas estrategias para transmitir a propios y ajenos el discurso que da forma a su macro-identidad. De esta forma, buscaron adquirir peso político, para que la cuestión indígena sea relevante, tanto en los Estados, como a nivel internacional. A continuación, se describen algunas de las estrategias más importantes en este proceso.

VII.1. Creación de organizaciones indígenas

Si bien durante los años sesenta existían algunas organizaciones indígenas, es a partir de la ola democratizadora en Latinoamérica que estas organizaciones, con diversos objetivos, se multiplicaron constituyéndose en un “nuevo tipo de movimiento político y social en la América Latina contemporánea” (Stavenhagen, 1998, p. 410).

La posibilidad de organizarse les dio a los movimientos indígenas la capacidad de movilizarse para hacer frente a las amenazas y para plantear sus demandas. Para esto acudieron a diferentes estrategias, desde manifestaciones en las ciudades, marchas de cientos de kilómetros, huelgas de hambre, plantones, hasta la ocupación de tierras.

Ejemplos significativos de este elevado nivel de movilización son los levantamientos indígenas de 1990 y 1993 en Ecuador, que paralizaron el país, dado su carácter masivo. Otro ejemplo importante son las marchas indígenas del oriente boliviano (que comenzaron en 1990) y que lograron avances tan

importantes como la ratificación del Convenio 169 de la OIT, por parte del Gobierno boliviano.

VIII. Hablemos de “derechos” (negociación pragmática entre lo propio y lo ajeno)

A partir de la evidencia extraída de la investigación sobre la que se apoya este artículo, es posible ver este punto como una apuesta estratégica, ya que las organizaciones indígenas optan por adoptar una construcción occidental para reeditarla y llenarla de un contenido propio. Pero ¿por qué hablar de “derechos” cuando en principio no son parte de las cosmovisiones indígenas? La respuesta posiblemente se encuentra en una opción estratégica, puesto que de esta forma logran absorber la legitimidad moral que esta construcción occidental habría ganado en el mundo después de la Segunda Guerra Mundial, cuestionándola al mismo tiempo y forzando a repensar aspectos como el carácter individual de los derechos humanos. Es decir, llevarían a cuestionar algunos de los aspectos centrales del discurso de los derechos humanos que se había construido en el mundo occidental y su propia pretensión de universalidad, pero al mismo tiempo pondrían sus demandas y problemas en términos de derechos, conquistando un mayor nivel de respaldo.

Como sugiere Stavenhagen (2006, p. 23), el discurso de los derechos prestó al inicio poca importancia a los pueblos indígenas, a no ser para denunciar, de vez en cuando, los abusos y las atrocidades de los que fueron víctimas, y tratarlos de manera asistencialista y como sujetos de protección y no de derechos. Los indígenas no tenían ni siquiera derechos civiles y políticos, que les permitieran velar por sus intereses. Para contrarrestar esta realidad, los dirigentes indígenas en alianzas con organizaciones transnacionales de defensa de los derechos indígenas, activistas y académicos han llevado las demandas indígenas hacia “espacios transnacionales de discusión” (Gómez Isa, 2011, p. 283), iniciando de esta forma el proceso de reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas. Gómez Isa (2011) defiende que este proceso de progresivo reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas, estaría contribuyendo, aunque no sin dificultades, a una concepción más abierta, más dinámica y más inclusiva de los derechos humanos.

Es un proceso que, a partir de la afirmación de las propias identidades culturales en un mundo global, puede llevar a un enriquecimiento mutuo entre las

diferentes culturas y cosmovisiones, y de esta forma conducir a la “construcción de un concepto multicultural y cosmopolita de derechos humanos y democracia” (Gómez Isa, 2011, p. 284).

Se puede decir que los referentes simbólicos, en los cuales se hará énfasis en el siguiente punto, se han traducido al lenguaje de los derechos humanos, dando lugar a derechos como la consulta previa, la educación intercultural y bilingüe, el reconocimiento de los territorios indígenas, e incluso se habla del derecho a la autonomía y la autodeterminación de estos pueblos.

IX. Discurso indígena: referentes simbólicos y narrativa biográfica común

Finalmente, ¿cuál es el discurso “indígena” contemporáneo que busca dotar de elementos de cohesión a este heterogéneo colectivo? A partir de la revisión de los trabajos de autores como por ejemplo Stavenhagen (1998), Albó (2003), Maíz (2004), Bengoa (2003), y siguiendo los elementos identificados en el concepto de identidad previamente expuesto, los componentes del discurso indígena contemporáneo, se considerarán desde: a) los referentes simbólicos culturales y b) la narrativa biográfica común.

IX.1. Los referentes simbólicos culturales:

IX.1.1 Lenguaje e identidad étnica

“...a través de la lengua se identifica como indígena, uno puede dudar será verdadero, aunque diga que es tapiete, si no lo habla quien le va a creer”¹⁰ (Hirsch, González & Ciccone, 2006, p. 105).

El vínculo entre lengua e identidad étnica se presenta frecuentemente en el discurso identitario. Si bien existen pueblos indígenas que sufren una pérdida parcial y hasta total de las lenguas propias, es parte del discurso indígena el hablar de una lengua diferente a la de la cultura dominante, que funge como referente simbólico. Como establecen Hirsch, González & Ciccone (2006):

¹⁰ Respuesta dada por el pastor de una comunidad Tapiete, Miguel Arias, en una encuesta sociolingüística (Hirsch et al., 2006, p. 105).

El hablar la lengua remite a los valores más intangibles de la cultura, a la transmisión de la historia, la religiosidad y la diferenciación del resto de la sociedad nacional. La lengua es el nexo simbólico e imperecedero con el pasado, e implica la diferenciación frente al criollo. (p. 120).

En este sentido, el discurso en el que se apoya la identidad indígena reproduce la idea de que hablar la lengua propia permite a los individuos definirse y reconocerse como indígenas, y distinguirse de la identidad del otro; ya que es a través de la lengua que se transmiten otros referentes simbólicos y se marca más explícitamente la distinguibilidad.

Pero es precisamente por el “rol que la lengua cumple en simbolizar una identidad positiva o negativa” (Hirsch et al., 2006, p. 117), que durante mucho tiempo se la utilizó como un marcador identitario, que sirvió para apoyar prejuicios, como la ignorancia del indígena (“ni siquiera habla bien”, haciendo referencia a la pronunciación o a la construcción gramatical del español, de personas bilingües) y justificar la exclusión y la discriminación.

Desde que el castellano fue declarado lengua oficial de los Estados hispanohablantes en Latinoamérica, las lenguas indígenas fueron calificadas de “dialectos”, no merecedoras de ser preservadas (Stavenhagen, 1998, p. 425). Posteriormente, durante una larga etapa de la historia latinoamericana, y producto de la visión asimilacionista que marcaba una actitud negativa hacia el multilingüismo, se impusieron las lenguas de origen europeo (español y portugués) así como lenguas de enseñanza en las escuelas públicas, lo cual amenazó en muchos casos la supervivencia de varias de estas lenguas vernáculas. En los años 30 del siglo XX, se diagnosticó que el aislamiento y la falta de comunicación lingüística eran los principales problemas de las comunidades indígenas, por lo que en muchos países latinoamericanos se desarrollaron programas de educación especial dirigidos a las comunidades indígenas con el fin de mejorar su aprendizaje del español o el portugués (Bengoa, 2003, p. 33).

Sin embargo, en las últimas décadas se viene dando un proceso de revalorización positiva de la lengua propia, dentro de varias comunidades, con proyectos culturales y educativos, y en el ámbito nacional, mediante la promulgación de leyes educativas o reformas educativas que apoyan la educación intercultural bilingüe.

La referencia dentro del discurso de la identidad indígena contemporánea, a la lengua propia en contraposición con la lengua de la cultura dominante se puede entender como un intento de diferentes pueblos y naciones de rescatar sus lenguas de la extinción y convertirlas en un marcador identitario.

IX.1.2. La relación con la tierra y territorio

El tema de la relación estrecha de los pueblos indígenas con sus tierras y/o territorios puede abordarse desde dos perspectivas. La primera como catalizador de la movilización de los pueblos o comunidades indígenas que se ven amenazados por la explotación de recursos naturales en sus territorios; y la segunda como uno de los elementos que fungen como referente simbólico dentro del discurso de la identidad indígena.

No es raro que el tema de la defensa de la tierra hubiera provocado rebeliones y movilizaciones de comunidades indígenas desde hace mucho tiempo, en especial en la región andina, donde sus pobladores estuvieron históricamente ligados a la actividad agraria. “Desde siempre el principal factor movilizador para las luchas y rebeliones tanto indígenas como campesinas, ha sido la defensa de su tierra” (Albó, 2003, p. 244). En este sentido, se puede afirmar que la problemática de la tierra ha estado en el centro de los conflictos que han caracterizado las relaciones de la pueblos indígenas con los estados Latinoamericanos, desde su nacimiento.

Sin embargo, es a partir del creciente interés sobre los recursos naturales que se encuentran en estas tierras, por ejemplo, en la Amazonía, que muchos de los pueblos empezaron a sentir un incremento en esta presión; y al verse amenazados sintieron la necesidad de asociarse frente a estos enemigos comunes. Así por ejemplo, en Ecuador nace la Federación Shuar, a la cual ya se hizo referencia al tocar el tema de las organizaciones indígenas como una de las primeras. En este sentido es que se puede entender la difícil situación de las tierras indígenas como el problema común que posibilita el encuentro de diferentes pueblos para organizarse y movilizarse, en especial en tierras bajas.

Sin embargo, no se debe dejar de lado que los movimientos en tierras bajas, por este tema, aportan al discurso indígena otro elemento referente a la problemática de la tierra: los recursos naturales. Así se da forma a un concepto más amplio: el territorio.

El territorio se puede entender como el espacio geográfico, con los recursos naturales que allí se encuentren; ocupado en forma continua por un grupo indígena a lo largo del tiempo y que representa el espacio necesario para la reproducción cultural y social del grupo (Stavenhagen, 1998). Como explica Stavenhagen (1998),

los territorios indios han sufrido graves pérdidas, como resultado de la colonización del exterior o expropiaciones decretadas por los gobiernos y hay consenso de que sin su propio territorio, la sobrevivencia social y cultural de los pueblos indígenas se ve seriamente amenazada. (p. 424).

IX.1.3. Sistema propio de organización social, económica y política

Pero existe otro elemento importante dentro del discurso de lo indígena-originario y es la existencia en cada pueblo, por los menos de manera parcial, de un sistema jurídico (normativo), político y económico propio¹¹.

Desde la colonización de América, las diferentes naciones y pueblos indígenas han afrontado en diferentes grados la presión sobre sus sistemas de organización, desde políticas que pretendían segregar lo “indio”, restringiéndolo a determinados espacios y manteniendo el control con un régimen de explotación¹², hasta políticas integracionistas que pretendían eliminar estos sistemas propios para fortalecer una única forma de organización social, económica y política.

No sorprende, entonces, que una de las principales reivindicaciones del movimiento indígena, sea el reconocimiento formal y el respeto a sus diversos sistemas de organización, basados en sus normas y procedimientos.

IX.1.4. Narrativa biográfica común

Este es un elemento de especial importancia, ya que permite de alguna manera, responder a las preguntas ¿de dónde venimos y a dónde queremos ir? Es decir, le da una razón de ser al discurso de la identidad indígena, actuando como justificación, explicación e incluso como utopía.

11 Por ejemplo, el Convenio 169 de la OIT, uno de los instrumentos más importantes para los pueblos indígenas, en su artículo 1B hace referencia al tema de esta forma: “A los pueblos en países independientes, considerados indígenas (...) que conservan todas sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas”.

12 Un ejemplo claro son las “repúblicas de indios” en la Colonia española.

En primer lugar, si bien la realidad de los pueblos indígenas durante la época de la Colonia pasa por vastos matices, es inevitable la referencia a este periodo como una época de subyugación, genocidio y resistencia.

Como contraposición a la Colonia, constantemente se hace referencia a la época pre-colonial como una visión idealizada del pasado indígena, que actúa como un horizonte de sentido, una “utopía en clave de pasado” (Romero & Albó, 2009). Este tiempo es descrito como “un periodo sin explotación, discriminación o conflictos, a la vez que se describía a las culturas indígenas precolombinas como moralmente superiores a la llamada civilización occidental” (Stavenhagen, 1998, p. 412).

Por otro lado, esta narrativa biográfica también ha visibilizado la explotación, el racismo y la exclusión que de alguna manera han marcado, en todos los casos, la relación de estos pueblos con los Estados y sus sociedades. Como indica Stavenhagen,

los estados nacionales herederos de las administraciones coloniales, impusieron su modelo de nación y su sistema jurídico-administrativo a imitación de estos, con frecuencia sazonado con una buena dosis de racismo y de darwinismo social que florecieron durante los siglos diecinueve y veinte. (2006, p. 2).

Es a partir de esta narración del pasado común que las reivindicaciones indígenas estarán directamente ligadas a la descolonización y a la recuperación de su antigua forma de vida. Al respecto, Gómez plantea que “los abusos del pasado siguen dejando sentir sus efectos y, en gran medida, determinan las actuales desigualdades y discriminaciones de carácter estructural” (2010, p. 8).

La combinación de los referentes simbólicos y la narrativa biográfica común nos lleva a un discurso donde el despojo de los territorios indígenas y de sus recursos, la explotación, la destrucción del medio ambiente, la exclusión y la discriminación, muestran un sombrío panorama que ha impactado a estas naciones o pueblos y que se refleja claramente en su discurso identitario.

Este discurso es una mezcla de orgullo por lo propio, denuncia de la opresión, llamado a la resistencia y la traducción de las demandas al lenguaje de los derechos humanos. Además, tiene un poder movilizador que puede unir

esfuerzos y despertar solidaridades para intentar transformar esta situación. Por supuesto los resultados varían según el país y todavía está por verse su impacto real.

X. La Marcha por el Territorio y la Dignidad de 1990

La marcha como instrumento de movilización social en Bolivia se presenta como el encuentro de las personas¹³ “en un acto de dignidad contra el poder establecido” (Guzmán, 2012, p. 5). Es así como se ha convertido en una de las acciones con mayor peso simbólico y político, cuya importancia acompaña una gran parte de las luchas sociales en este país.

La primera marcha indígena del oriente boliviano se dio como resultado de un complejo proceso de organización. La creación de un discurso que reflejara la gravedad de los problemas que afectaban a estas etnias y la articulación de sus reivindicaciones, se constituiría en algo fundamental para lograr la solidaridad y movilización.

Esta marcha se articuló a partir de tres conflictos territoriales (Gobernabilidad Democrática en Bolivia-Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, 2014):

- El bosque chimán, cuya condición de reserva de inmovilización forestal (1978) fue suspendida, permitiéndose desde 1988 las actividades de varias empresas extractivas.
- El Parque Isiboro Sécure, reconocido como parque nacional (1965), tuvo que soportar desde 1980 el ingreso de colonizadores y un fuerte saqueo de su fauna, debido a la cacería.
- Finalmente, Loma Alta, donde se otorgaron dotaciones agrarias a por lo menos once estancias ganaderas, ocasionando que los Sirionó se levantaran en armas (julio de 1989) debido al avasallamiento de los ganaderos.

Como respuesta a los problemas descritos, en 1988 los pueblos amenazados, que empezaban a organizarse en lo que sería la Central de Pueblos Indígenas del Beni (CPIB), llevaron ante el Gobierno lo que para entonces era un muy

13 El autor utiliza el término “hombres”, dejando de lado la importante participación de las mujeres, incluso cargadas con sus hijos pequeños, en estos movimientos.

ambicioso planteamiento: la solicitud de reconocimiento de dos grandes territorios que compartirían varias etnias (Albó, 2007, p. 67).

Sin embargo, ante el silencio estatal sobre los hechos que los amenazaban, el 16 de agosto de 1990 parte desde Trinidad (capital del departamento del Beni) a La Paz (sede de gobierno, a una distancia de 602 kilómetros) la marcha por el Territorio y la Dignidad, con aproximadamente 300 marchistas, entre hombres, mujeres, ancianos y niños. En el camino se incorporarían guaraníes y maticos del Chaco, tacanas del norte de La Paz, mosetenes del Alto Beni (La Paz) y urus chipayas del altiplano, alcanzando aproximadamente un número de 800 marchistas (Albó, 2009, p. 42).

XI. La Marcha por el Territorio y la Dignidad en la construcción de la identidad indígena-originaria

A continuación, se realizará un análisis de la construcción discursiva sobre la Marcha por el Territorio y la Dignidad, a partir de los elementos teóricos identificados en la conformación de la identidad, explicados en la primera parte de este trabajo.

XI.1. Exterior constitutivo de la identidad indígena-originaria en el momento de la marcha

XI.1.1. Factor demográfico: Bolivia y su rostro indígena-originario

Bolivia es uno de los países latinoamericanos con mayor porcentaje de población indígena. En los resultados del Censo Nacional de Población y Vivienda, realizado el 2012¹⁴, se estima que un total de 4.249.778 de personas son parte de alguna nación o pueblo indígena representado esta cifra el 42,4 % de la población total boliviana¹⁵ (Instituto Nacional de Estadística [INE], 2013). Sin embargo, para tener un panorama más cercano a la marcha de 1990 se pueden tomar en cuenta los resultados del Censo de 1992. Si bien en dicho Censo todavía no se medía el porcentaje de auto-identificación con un pueblo indígena, resulta un dato relevante que el 39,6% de los bolivianos respondieron que la lengua que más hablaban era el aymara, el quechua, el guaraní u otra lengua nativa (INE, 2013)

14 Los resultados del censo previo (2002), hablaban de un 60% de personas que se auto-identificaban como indígenas.

15 La población total de Bolivia, según los datos del censo realizado en 2012 (INE, 2013), es de 10.027.254 habitantes.

XI.1.1.1. Factores estructurales

Sin embargo, más allá de los datos demográficos, pensar en los pueblos indígenas originarios que habitan Bolivia nos traza un claro panorama. La relación de las naciones indígenas con el Estado y con la sociedad boliviana ha estado marcada por el racismo, la discriminación, la pobreza y la explotación. Durante la vida republicana e incluso antes, los pueblos indígenas estuvieron sometidos a un orden social teñido de discriminación sistémica, entendida como un tipo de desigualdad que deriva de la influencia de los valores sociales dominantes.

En este sentido, las instituciones jurídicas bolivianas, los sistemas de ocupación laboral, la distribución de la propiedad y la interacción entre los diferentes sectores sociales del país reprodujeron pautas de opresión y dominación. Hablamos de una discriminación que persistió en el tiempo y que permeó todos los aspectos de la vida; es decir, se reflejó en el diseño institucional del Estado, en las prácticas sociales y, en general, en los procedimientos y las normas (tanto jurídicas, como morales). Es decir, se construyó el aparato estatal de acuerdo al punto de vista e intereses de la cultura dominante, constituyéndose en un Estado esencialmente monocultural, siendo Bolivia un país con una importante diversidad cultural.

XI.1.1.2. Presión sobre los territorios

Como se mencionó previamente, el acercarse a los factores estructurales no es suficiente para explicar la “emergencia” de lo indígena-originario. Se debe tener en cuenta la aparición de nuevos factores que pueden ayudar a explicar el curso de los acontecimientos. Uno de estos factores es el incremento de la presión sobre los territorios indígenas, a partir de la explotación de sus recursos naturales.

Para la década de los 80, los territorios habitados por los pueblos indígenas, debido a su riqueza de recursos naturales, habían llamado la atención de manera creciente de diversas empresas legales e ilegales dedicadas a la extracción de maderas, pieles, entre otros. La explotación de estos territorios con fines comerciales había puesto en riesgo los delicados equilibrios de estos ecosistemas y con ello había afectado directamente la forma de vida de los pueblos o comunidades indígenas que los habitaban. Estos hechos se dieron en muchos casos con la complicidad o el aval de autoridades gubernamentales.

Esta presión llegó a tal punto que en 1988 el antropólogo Álvaro Díaz Astete denunciaba el asesinato de dos indígenas chimanes en el departamento del Beni, y entre 1988 y 1989 se dieron varias denuncias en los medios de comunicación que señalaban al Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios de estar alentando la caza indiscriminada de especies silvestres, incluso otorgando autorizaciones a partir de resoluciones ministeriales para la exportación de pieles y cueros (Flores, 2013, p. 35).

XI.1.1.3. Preocupación por el medio ambiente

Otro factor importante en este exterior constitutivo es la creciente preocupación por el medioambiente, que llevó al surgimiento de movimientos ambientalistas, incluso de carácter transnacional. En la década de los años 80 la preocupación por la destrucción del medio ambiente toma fuerza debido a su manifestación global (disminución de la capa de ozono, efecto invernadero, la contaminación de ríos, suelos y mares más allá del ámbito local, entre otros) y a la cada vez más preocupante destrucción sistemática de los recursos naturales (deforestación del planeta, pérdida de la biodiversidad y pérdida de tierras cultivables). Esto motivó un cierto consenso sobre la necesidad de encontrar formas alternativas al modelo de desarrollo vigente y generó movilizaciones a nivel mundial. Debido a que muchas de las regiones con mayor diversidad biológica de la Tierra son habitadas por pueblos indígenas, se hizo evidente la correlación entre las regiones de intensa diversidad biológica y las regiones de diversidad cultural y se empezó a fortalecer la premisa de que “las leyes, costumbres y prácticas tradicionales de estos pueblos reflejan tanto una adhesión a la tierra como la responsabilidad por la conservación de las tierras tradicionales para su uso por las generaciones futuras” (Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, s. f., p. 2).

XI.2. El discurso identitario indígena-originario alrededor de la Marcha por el Territorio y la Dignidad

Si bien se han examinado hasta aquí los factores importantes del exterior constitutivo de la identidad indígena originaria que se construye en la marcha indígena de 1990, la construcción de una identidad colectiva requiere un discurso identitario, que como plantea Hall (1996, p. 16) “a través de la diferencia, define la marcación y ratificación de límites simbólicos”.

A continuación, se identifican aquellos elementos que funcionan como referentes simbólicos y la narrativa biográfica común en el discurso identitario alrededor de la marcha.

XI.2.1. Los referentes simbólicos culturales

XI.2.1.1. Lenguaje e identidad étnica

Como se planteó previamente, el lenguaje propio es uno de los elementos más visibles del discurso identitario indígena-originario, lo que posiblemente se debe a la forma explícita en que marca la diferenciación frente a lo externo.

De ahí que sea probable que al analizar artículos de prensa de la “marcha por el Territorio y la Dignidad”, que se refieren al tema del lenguaje, resalten dos énfasis: el uso de las lenguas propias en declaraciones y actos públicos, y el lenguaje como vínculo.

Fruto de este análisis, se puede aseverar que el discurso en el que se apoya la identidad indígena originaria reproduce la idea de que hablar la lengua propia permite definirse y reconocerse como indígena y distinguirse de la identidad del otro. Posiblemente es en esta lógica que durante la Marcha por el Territorio y la Dignidad, en diferentes oportunidades, como discursos de agradecimiento, plenarias y otros, los marchistas y sus dirigentes emplean sus propias lenguas.

Por ejemplo, en un acto llevado a cabo en la población de San Borja,

Los principales dirigentes de las diferentes etnias, hablando en sus respectivos dialectos agradecieron el recibimiento brindado por la población borjana y reiteraron su pedido de apoyo moral para continuar con su marcha y ser escuchados por autoridades del gobierno central (“San Borja recibió”, 1990).

Por un lado, el uso de sus propios lenguajes en actos públicos se convierte en un elemento que identifica a los otros miembros del colectivo, constituyéndose en un vínculo identitario, y por el otro, se convierte en un acto que lleva a la revalorización de su identidad cultural y lingüística. Empero, es importante entender que al referirnos a una macro-identidad indígena originaria, que abarca un gran número de identidades étnicas, no se hace referencia a un idioma en particular, de tal forma que no se trata del arawak de los mojeños o

del tupi guaraní de los guaraníes, se trata de la capacidad de tener un lenguaje diferente al de la cultura dominante.

En este orden de ideas, dentro del discurso de la identidad indígena, las referencias a la lengua propia realizadas en el marco de esta movilización, en contraposición a la lengua de la cultura dominante, se pueden entender como un vínculo, un común denominador de los diferentes pueblos y naciones, que busca convertirse en un marcador de solidaridad.

XI.2.1.2. Territorio: el catalizador

Este punto es quizás el más importante para entender lo que pasó en la Marcha por el Territorio y la Dignidad ya que, como hemos señalado, la presión de ganaderos y madereros sobre los bosques que habitaban los pueblos indígenas que iniciaron la movilización se convierte en el catalizador que los llevaría a demandar al gobierno y a la sociedad boliviana el respeto por su forma de vida.

Al revisar documentación sobre la marcha de los indígenas del oriente boliviano, sobresale la relevancia del tema de territorio para estos pueblos, y en específico para esta movilización.

Los énfasis que se han identificado en el discurso identitario alrededor del tema, son los siguientes: el territorio como concepto integral, el territorio y la supervivencia, el territorio como conexión con su historia, los indígenas como protectores de su ecosistema, territorios en riesgo como factor movilizador y por último, el territorio como derecho “ancestral”.

Una cuestión bastante significativa al acercarse a este fenómeno es la concepción integral del territorio, es decir, tomar en cuenta la totalidad de los componentes del ecosistema y no solo la tierra. En el discurso indígena, el territorio va más allá de la simple propiedad de la tierra e incluye los recursos naturales, como el agua de los ríos, los animales y los bosques. El territorio es entonces una unidad indivisible, de la cual los indígenas forman parte como seres vivos que son. En este sentido, y como ya se había planteado, es importante recordar que son tres problemas territoriales los que dan origen a esta movilización: a) la suspensión del estatus de reserva de inmovilización forestal del bosque chimán, b) el fuerte saqueo de la fauna del Parque Nacional Isiboro Sécuré y, finalmente, c) las concesiones agrarias otorgadas a ganaderos en el Ibiato (Loma Alta).

Todos estos hechos se convirtieron en una amenaza para el ecosistema de la región y, por lo tanto, en una amenaza para la subsistencia de las comunidades indígenas.

Es por esto que no se trata simplemente del reconocimiento de la propiedad de las tierras de manera tradicional; la movilización indígena presentó una solicitud mucho más profunda, ligada a esta concepción integral del territorio; y que encontraría mucha resistencia en los círculos de poder. Un ejemplo que deja clara la magnitud de esta solicitud se observa en el momento en que los indígenas rechazaron la propuesta del gobierno boliviano de crear “áreas indígenas”, que les daban el control de tierras donde estaban asentados físicamente. Los indígenas encontraron insuficiente este ofrecimiento y lo rechazaron. Pero, ¿cuál es la razón de fondo en el rechazo a esta oferta? (“Hoy vence plazo”, 1990). La respuesta se encuentra en la concepción que tienen estos pueblos de su hábitat y que se plasma claramente en su discurso identitario, que define el territorio de manera más amplia e integral.

En consecuencia, sus planteamientos a lo largo de la movilización buscan garantizar el reconocimiento de territorios que puedan utilizar libremente y sin limitaciones, es decir, beneficiarse con los bosques, caza, pesca, etc. Apoyados en este discurso “llegaron a la conclusión de que el concepto de área indígena debe cambiarse al de territorio indígena” (“Hoy vence plazo”, 1990).

Por otro lado, el discurso identitario de los indígenas bolivianos plantea la relación directa entre los territorios que habitan y sus culturas, ya que en ellos encuentran el hábitat ideal para desenvolverse y conservar sus tradiciones, creadas a partir de la relación con sus ecosistemas.

Es por esto que la lucha por el territorio, para los pueblos indígenas que participaron en este movimiento, se convirtió en la lucha por su vida y la subsistencia de sus culturas, de aquí que consideren este tema como innegociable:

“No pueden negociar, lo que consideran estrictamente necesario para su desarrollo y supervivencia, como culturas y pueblos” (“Solidaridad con los pueblos”, 1990).

Con este planteamiento se puede entender la importancia que asignan los indígenas a mostrarse como los protectores de su ecosistema, resaltando la

capacidad de estos pueblos de desarrollarse sin afectar el delicado equilibrio de estos entornos. Esta posición contribuiría, como se había planteado en el marco teórico, a la construcción de una alianza con el movimiento ambientalista.

“Los pueblos indígenas del oriente boliviano reclaman utilizar el territorio sin limitaciones, esto es, beneficiarse con los bosques, caza, pesca, frutos, cuidando el equilibrio ecológico y evitando el saqueo de esos recursos naturales” (“Se trata de una marcha”, 1990).

Por otra parte, el territorio en el discurso indígena marca la relación directa con su historia como pueblo, su cosmovisión queda totalmente ligada con los aprendizajes que les dio el entorno y que se transmiten de generación en generación. Posiblemente esta sea la razón por la que se hace énfasis en la idea de que “siempre” habitaron estos espacios o de que sus ancestros fueron los habitantes originarios de estas regiones. Es a partir de esta noción que desarrollan y defienden su derecho “ancestral” sobre estos territorios:

“Solo nos mueve la justicia de reclamar al Estado nuestro territorio, el respeto a nuestra flora y fauna, tierra y agua, y otros recursos de los bosques que pertenecen a los indígenas desde que hubo vida” (“Guaraníes, mosetenes, aymaras”, 1990).

En este orden de ideas, la problemática del territorio se constituye en el factor movilizador, ya que diferentes pueblos o naciones, al sentirse representados en el discurso, deciden sumar esfuerzos en la movilización y pararse frente al Estado boliviano con esta demanda.

XI.2.1.3. Sistema propio de organización social y política

La existencia de sistemas propios de organización social y política de los pueblos indígenas es otro de los temas que surge dentro del discurso, que marca tres énfasis diferentes: visibilización de la particularidad de “nuestras” formas de organización, el respeto y reconocimiento a “nuestros” sistemas y, por último, las autoridades tradicionales como el interlocutor válido.

Al igual que el territorio y el lenguaje propio, este tema se convierte en un referente simbólico identitario importante en el discurso de la identidad indígena. Posiblemente esta sea la explicación al interés de los pueblos

indígenas y de sus representantes, de dejar sentada la existencia de estos sistemas propios de organización social, económica y política. Sin embargo, de manera similar a lo que pasa con los lenguajes, en el caso de la macro-identidad indígena originaria, no se trata de tener un sistema compartido por todos los pueblos o naciones, consiste más en tener un sistema diferente al del Estado. Una vez que esta particularidad es puesta sobre la mesa, el discurso, además de resaltarla, demanda, por una parte, el respeto a sus formas de organización y por otra, el reconocimiento de sus autoridades naturales, que cotidianamente fueron desconocidas. Estas reivindicaciones finalmente apuntarían a un empoderamiento de sus representantes, permitiéndoles convertirse en los interlocutores válidos, o mejor dicho, en la contraparte legítima para el Gobierno.

Un claro ejemplo son las palabras del representante del pueblo Sirionó, Tomás Ticuasi: “Venimos a dialogar con el presidente, de jefe a jefe, a que vea nuestro asunto, hacerle conocer que estamos permanentemente afectados por los ganaderos y madereros” (“Líder indígena pide”, 1990).

XI.2.1.4. Narrativa biográfica común

Este elemento tiene una importancia especial para el discurso identitario. Con un énfasis discursivo directamente relacionado a los elementos previamente desarrollados en el apartado de referentes simbólicos culturales, permite a estos pueblos invocar un pasado común para reconfigurar una serie de actos y trayectorias del grupo y conferirle sentido a su accionar. En este sentido, y siendo coherente con la problemática catalizadora de esta movilización, uno de los puntos que se presenta de manera más insistente es el nexo “ancestral” que tienen estas pueblos con su territorio, resaltando su capacidad de vivir sin dañar su entorno durante muchas generaciones. Otro punto que resalta constantemente dentro de la construcción de su historia común es la calidad de herederos de sistemas de organización social y política, desarrollados por sus antepasados.

Si bien los puntos previos son importantes dentro de esta narrativización de la historia común, es la denuncia de la marginalidad, la pobreza, la explotación y la postergación, uno de los elementos con mayor fuerza dentro del discurso biográfico de estos pueblos. Estas son, además, condiciones que han teñido su relación con el Estado y la sociedad desde la conquista. Las alusiones a

la Colonia también son una constante, posiblemente por el impacto de este periodo histórico en sus formas de vida; pero también por el fuerte contenido simbólico que tiene la sola mención de este tema para todo el movimiento indígena a nivel mundial. Sin embargo, resulta significativo observar que esta narrativa biográfica no limita a estos pueblos a una situación de victimización, sino que también hace referencia a una historia de constante resistencia y a una tradición de lucha por sus territorios.

Por otro lado, llama la atención que en el discurso identitario indígena originario se construya un horizonte de sentido¹⁶ a partir de una idealización del pasado precolonial, es decir, que se presentan explícitamente la necesidad y el deseo de volver a un espacio temporal donde no estaban sometidos al dominio de una sociedad y cultura diferentes.

En este orden de ideas, una de las características de esta narrativa biográfica común indígena es el contraste entre un pasado precolonial ideal, donde los pueblos eran dueños de su territorio y vivían de manera armónica con su entorno natural, y una época de ruptura de equilibrio, que se da a partir de la llegada de los colonizadores, hecho que los empuja a la marginalidad, a la explotación y a la lucha por la supervivencia.

XI.3. Estrategias discursivas y organizativas

XI.3.1. Hablemos de derechos

Recurrir a los Derechos Humanos dentro del discurso identitario de lo indígena es una eficiente estrategia discursiva. Por un lado, permite a estos pueblos enmarcar sus demandas dentro de un discurso con gran legitimidad en el contexto internacional y, por otra parte, les permite presentar una crítica a la construcción desde lo hegemónico de los derechos humanos, para aportar a su reedición.

Coincidente con lo señalado en el marco teórico, los resultados del análisis sobre la Marcha por el Territorio y la Dignidad, permiten afirmar que los referentes simbólicos del discurso identitario indígena se traducen al lenguaje de los derechos humanos. Por ejemplo, previamente hemos analizado que

16 Albó lo denomina "utopía en clave de pasado".

uno de estos referentes simbólicos es la relación de estos pueblos con sus territorios, llegando incluso a plantear la relación directa entre su supervivencia cultural con el respeto por estos espacios y todos los recursos que en ellos se encuentran. Es a partir de esta argumentación que se empieza a mover el tema de los derechos territoriales de los pueblos indígenas y las peticiones para reconocerlos en el país ya que, amparados en el Convenio 169 de la OIT¹⁷, se habían logrado avances importantes en el ámbito internacional. Por otro lado, la presión por parte de ganaderos, empresas madereras y cazadores sobre los territorios indígenas y sus recursos naturales llevó a estos pueblos a movilizarse de manera más visible, exigiendo mecanismos que protejan sus territorios. En este contexto, y acudiendo a los avances jurídicos que se habían dado sobre el tema, los pueblos indígenas que marchaban hacia la sede de gobierno enarbolaron la bandera del derecho a sus territorios.

Otro ejemplo claro de la construcción de un discurso de derechos humanos a partir de los referentes simbólicos de discurso indígena originario contemporáneo, es el relacionado con sus sistemas propios de organización social y política. A partir de este punto se desprenden dos tipos de reivindicaciones: a) el derecho a la autodeterminación y b) el reconocimiento del Estado a sus instituciones y autoridades.

XI.3.2. Organizaciones indígenas

La opresión y dominación a las que se vieron expuestas las naciones o pueblos indígenas originarios, llevó a que se instalara –en diferentes periodos históricos y bajo diferentes marcos identitarios¹⁸– la necesidad de articularse y crear organizaciones que representen sus preocupaciones e intereses.

Esta tendencia de crear organizaciones se consolidaría aún más con la transición a la democracia en 1982, después de un largo periodo de dictaduras en las que

17 Aunque el Convenio 169 utiliza el término tierras, también hace referencia a los recursos naturales que en ellas se encuentren e incluso en el art. 13 plantea la obligación de “respetar la relación de los pueblos indígenas con sus territorios, y los aspectos colectivos de esa relación” (Organización Internacional del Trabajo, Convenio 169, 1989).

18 Como explica Albó, a partir del proceso de “campesinización” producto de la Revolución de 1952, existe un contrapunteo entre la “condición de campesinos explotados” (énfasis en la clase social) y la “condición de naciones oprimidas” (énfasis en la identidad cultural) que explica por qué en Bolivia más que en otros países latinoamericanos tenga mayor aceptación la fórmula “campesino indígena”, en especial en el área rural andina. Esta idea, en palabras de Albó, postula ambas condiciones como “las dos caras de una misma realidad” (Albó, Movimientos y poder indígena en Bolivia, Ecuador y Perú, 2009. p. 40).

el derecho a la asociación y otros derechos políticos estuvieron fuertemente restringidos.

A continuación se hará un acercamiento a las organizaciones indígenas, con mayor importancia para la marcha de 1990.

XI.3.2.1. La Central de Pueblos y Comunidades Indígenas del Oriente Boliviano (CIDOB)

Hoy conocida como la Confederación de Pueblos Indígenas de Bolivia, nace formalmente el 1 de octubre en 1982¹⁹ en Santa Cruz de la Sierra. En principio la conformaron cuatro pueblos indígenas: Guaraní-izoceños, Chiquitanos, Ayoreos y Guarayos (Patzí, 2007, p. 61). Pero los antecedentes organizativos de los pueblos indígenas del oriente boliviano surgen en torno a 1979, siguiendo el ejemplo de la Asociación Interétnica de Desarrollo de la Selva Peruana (AIDSESP).

Los primeros contactos entre representantes de los mencionados pueblos se produjeron por iniciativa del capitán grande guaraní, Mburuvichaguasu Bonifacio Barrientos Iyambae, llamado también "Sombra Grande" (Confederación de Pueblos Indígenas de Bolivia [CIDOB], 2007).

Como señala Patzi (2007, p. 61), el establecimiento de relaciones ocurre con el apoyo de la ONG APCOB (Apoyo Para el Campesino-Indígena del Oriente Boliviano), que coadyuvó desde los primeros encuentros entre los pueblos guaraní-isoceño, ayoreo, chiquitano y luego guarayo. Para Patzi, este apoyo plantea una mutilación de la soberanía o capacidad de decisión del movimiento, debido al elevado nivel de influencia de los no indígenas²⁰.

La participación de la CIDOB en la marcha por el Territorio y la Dignidad fue intermitente. Si bien su cúpula acompañó la marcha en los primeros días, la dejó por temor de arriesgar unas negociaciones con el Banco Mundial, para reaparecer solamente en la parte final (Albó, 2009, p. 43).

19 Coincidente con el retorno a la democracia.

20 El autor utiliza la palabra "karayanas".

XI.3.2.2. La Central de Pueblos Indígenas del Beni (CPIB)

Como respuesta a una fuerte presión ejercida por ganaderos y madereras sobre los territorios habitados por los indígenas del Beni, ricos en recursos naturales, hacia 1986 empezaron a fortalecerse algunos cabildos locales y a formar una coordinadora de cabildos en la zona de las antiguas reducciones jesuíticas de Moxos. Poco tiempo después se sumaron otros pueblos, como los sirionó, los chimanes y los movimas y los yuracaré (Albó, 2007, p. 67). Esta iniciativa tuvo una fuerte influencia de instituciones como el Centro de Investigación y Documentación para el Desarrollo del Beni, la Universidad Técnica del Beni y la propia CIDOB (Patzí, 2007, p. 63). Posteriormente, del 10 al 14 de noviembre de 1989, se realizó el Primer Congreso de Pueblos Indígenas del Beni²¹, donde se constituyó formalmente la Central de Pueblos Indígenas del Beni (CPIB), organización que sería la promotora de la Primera marcha Indígena por el Territorio y la Dignidad.

XII. Conclusiones

Si se parte del análisis del discurso y de las estrategias organizativas que se proyectan sobre lo étnico en Bolivia, queda claro que se ha logrado –a través de un proceso de construcción de discurso– aglutinar diferentes naciones, pueblos o comunidades bajo el paraguas de una macroidentidad colectiva indígena-originaria contemporánea.

Como plantea Albó (2003, p. 8), el movimiento dialéctico entre las diferentes identidades de los pueblos o naciones muestra un juego de estrategias y políticas que al seguirlo nos llevará a ver el surgimiento de una “común identidad indígena u originaria”.

Después de largos períodos de invisibilización y exclusión de la problemática indígena en la discusión pública y política, esta macroidentidad logró generar acercamientos entre diferentes pueblos e impulsar procesos de solidaridad y cohesión de grupo, necesarios para hacerse escuchar.

21 En este congreso participaron las etnias Chiman, Trinitarios, Chacobo, Esse Eja, Tacana, Yuracaré, Movima, Joaquiniana, Ignaciana, Itonoma, Baure, Javeriana y Sirionó (Patzí, 2007, p. 63).

Dentro de este proceso de construcción identitaria en Bolivia, la Marcha por el Territorio y la Dignidad (1990) de los pueblos indígenas del oriente boliviano, jugó un papel fundamental debido a que tuvo dos grandes virtudes: la primera fue un punto de encuentro en el que varias naciones o pueblos se vieron reflejados en sus problemáticas y características. Y la segunda fue que esta marcha logró generar un acercamiento de la sociedad boliviana a la situación en la que estaban estos pueblos.

La repercusión mediática que alcanzó la marcha de 1990 ayudó a impulsar procesos de identificación que apuntalaron el montaje de lazos de solidaridad entre estos pueblos. Se convirtió en un espacio de diálogo en el que muchos se vieron reflejados en las problemáticas que planteaban otros y en las características que los hacían diferentes al colectivo nacional.

Finalmente, este trabajo respalda la hipótesis de que la Marcha por el Territorio y la Dignidad forma parte de un proceso de construcción identitaria en el que los movimientos indígenas han articulado una macro-identidad colectiva indígena-originaria contemporánea. Esta identidad política va más allá de las identidades propias de cada pueblo o nación (preexistentes) y, a través de un proceso de construcción de discurso lleno de lugares comunes o topos, asienta las bases para aglutinar diferentes naciones, pueblos o comunidades en la lucha por reivindicaciones compartidas.

Referencias

- Albó, X. (2003). *Pueblos indios en la política* (2.ª ed.). La Paz, Bolivia: CIPCA; Plural.
- Albó, X. (2007). Movimientos indígenas desde 1900 hasta la actualidad. En P. Iglesias & J. Espasandín, *Bolivia en movimiento, Acción colectiva y poder político* (pp. 67-100). Barcelona: El Viejo Topo.
- Albó, X. (2009). *Movimientos y poder indígena en Bolivia, Ecuador y Perú*. La Paz: CIPCA.
- Bengoa, J. (2003). *Relaciones y arreglos políticos y jurídicos entre los estados y los pueblos indígenas en América Latina en la última década*. Santiago, Chile: Cepal.

Cárdenas, V. (2011). Participación política indígena y políticas públicas para pueblos indígenas en Bolivia. En B. Cajías (Ed.), *Participación política indígena y políticas públicas para pueblos indígenas en América Latina* (pp. 17-64). La Paz: Konrad Adenauer Stiftung.

Confederación de Pueblos Indígenas de Bolivia [CIDOB]. (21 de diciembre de 2007). Página institucional de la Confederación de Pueblos Indígenas de Bolivia. (CIDOB, Editor) Recuperado el 24 de marzo de 2014, de http://www.cidobbo.org/index.php?option=com_content&view=article&id=119&Itemid=85

Flores, L. (2013). La primera marcha indígena contemporánea de Bolivia: lineamientos desde el empoderamiento pacifista. *Revista Andina de Estudios Políticos*, 3(1), 33-52.

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia [Unicef]. (2009). Los pueblos indígenas en América Latina.

Giménez, G. (1997). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera Norte*, 9(18), 9-28.

Giménez, G. (2000). Identidades étnicas: estado de la cuestión. En L. Reina (Ed.), *Los retos de la etnicidad en los estados-nación del siglo XXI* (pp. 45-76). Oaxaca de Juárez, México: CIESAS; Instituto Nacional Indigenista; Porrúa.

Gobernabilidad Democrática en Bolivia-Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. (2014). La marcha por el territorio y la dignidad. Recuperado el 30 de marzo de 2014 de Gobernabilidad Democrática en Bolivia de www.gobernabilidad.org.bo

Gómez, F. (2011). Diversidad cultural y derechos humanos desde los referentes cosmovisionales de los pueblos indígenas. *Anuario Español de Derecho Internacional*, 27, 267-313.

Gómez Isa, F. (2010). El Derecho de los Pueblos Indígenas a la reparación por injusticias históricas. En S. Arnold & P. Rodríguez (Eds.), *Derechos humanos de los pueblos indígenas en el contexto internacional* (pp. 7-60). Puno, Perú: Observatorio Pueblos Indígenas.

- Guaraníes, mosetenes, aymaras y quechuas deciden participar en marcha indígena. (1 de agosto de 1990). *Presencia*.
- Guzmán, G. (2012). *La Marcha*. La Paz, Bolivia: Gente Común.
- Hall, S. (1996). Introducción: ¿quién necesita “identidad”? En S. Hall & P. du Gay (Eds.), *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13-39). Buenos Aires: Amorrortu.
- Hirsch, S., González, H., & Ciccone, F. (2006). Lengua e identidad: ideologías lingüísticas, pérdida. *Indiana*, 23, 103-122.
- Hoy vence plazo: Indígenas del Beni iniciarán marcha a La Paz el 15 de agosto. (2 de agosto de 1990). *Presencia*.
- Iglesias, P., & Espasandín, J. (2007). Introducción: La globalización y los movimientos sociales bolivianos. En P. Iglesias, & J. Espasandín (Eds.), *Bolivia en movimiento, acción colectiva y poder político* (pp. 29-65). Barcelona: El Viejo Topo.
- Indígenas del Beni inician marcha a La Paz. (15 de agosto de 1990). *Presencia*.
- Instituto Nacional de Estadística. (2013). *INE Bolivia: Redatam (CEPAL)-Diseminación de Información Estadística*. Recuperado el 24 de marzo de 2014 de Resultados del Censo de Población y Vivienda 2012: <http://datos.censosbolivia.bo/binbol/RpWebEngine.exe/Portal?&BASE=CPV2012COM>
- Líder indígena pide a Paz Zamora dialogar de “jefe a jefe”. (22 de agosto de 1990). *Presencia*.
- Maíz, R. (2004). La construcción política de las identidades indígenas en América Latina. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (s. f.). *Folleto Nº 10: Los pueblos indígenas y el medio ambiente* [Folleto]. Recuperado de <http://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuideIPleaflet10sp.pdf>

Pajuelo, R. (2004). *Identidades en movimiento: Tiempos de globalización, procesos sociopolíticos y movimientos indígenas en los países centroandinos*. Caracas: Programa Globalización.

Patzi, F. (2007). *Insurgencia y sumisión* (2.ª ed.). La Paz: Yachaywasi.

Romero, C., & Albó, X. (2009). *Autonomías indígenas en la realidad boliviana y su nueva Constitución*. La Paz: Autor.

San Borja recibió con muestras de solidaridad a marcha indígena. (29 de agosto de 1990). *Presencia*.

Sánchez, F. (2007). Ecuador: el indio como problema. En S. Martí (Ed.), *Pueblos indígenas y política en América Latina: El reconocimiento de sus derechos y el impacto de sus demandas a inicios del siglo XXI* (pp. 361-392). Barcelona: CIDOB.

Se trata de una marcha por la vida. (18 de agosto de 1990). *Aquí*.

Solidaridad con los pueblos indígenas: Marcha por el territorio y la dignidad. (11 de agosto de 1990). *Aquí*.

Stavenhagen, R. (1998). Las organizaciones indígenas: actores emergentes en América Latina. En L. González (Ed.), *Presente y futuro de los derechos humanos: ensayos en honor a Fernando Volio Jiménez* (pp. 407-429). San José: Instituto Interamericano de Derechos Humanos.

Stavenhagen, R. (2006). Los derechos de los pueblos indígenas: esperanzas, logros y reclamos. En M. Berraondo (Ed.), *Pueblos indígenas y derechos humanos* (pp. 21-28). Bilbao, España: Universidad de Deusto.

Taylor, C. (1993). *El multiculturalismo y la "política del reconocimiento"*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.

Vos de, J. (2007). Las nuevas identidades indígenas: realidad y retos. En S. Martí (Ed.), *Pueblos indígenas y política en América Latina: El reconocimiento de sus derechos y el impacto de sus demandas a inicios del siglo XXI* (p. 537). Barcelona: CIDOB.

Uso de metodologías colaborativas (prácticas dialógicas) en América Latina

Use of collaborative methodologies (dialogical practices) in Latin America

**Óscar Eduardo Romero Bravo, Lic. Michelle Alejandra Berdeja Ruiz,
Marystela Katalina de Gumucio Landívar, Noelia Belén Rojo Zabalaga,
Luis Carlo Piérola Soliz, Camila Beatriz Vargas Andrade¹**

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

Fecha de recepción: 18 de febrero de 2019

Fecha de aprobación: 21 de abril de 2019

Resumen

América Latina enfrenta diferentes obstáculos a nivel social, ecológico y económico, de acuerdo al contexto de cada país. El desarrollo de esta región depende de muchos factores; la colaboración intercomunitaria e intracomunitaria y la investigación transdisciplinaria se han convertido en elementos clave para que sus diversas poblaciones superen los retos a los que se enfrentan. Recientemente, en esta región se ha comenzado a optar por la aplicación de lo que se conoce como prácticas dialógicas con un enfoque transdisciplinario (muy distinto de la multidisciplinariedad y la interdisciplinariedad) con el objetivo de llegar a un entendimiento común entre las personas, lograr un empoderamiento multiactoral interactivo, promover la educación para el desarrollo sostenible y, sobre todo, para motivar la participación crítica de las personas para que sean protagonistas de la evolución y el desarrollo de sus sociedades.

Palabras clave

América Latina, transdisciplinariedad, desarrollo sostenible, diálogo, participación crítica, empoderamiento, educación, prácticas colaborativas.

1 Oscar Eduardo Romero Bravo, Michelle Alejandra Berdeja Ruiz, Marystela Katalina de Gumucio Landívar, Noelia Belén Rojo Zabalaga, Luis Carlo Piérola Soliz, Beatriz Vargas Andrade. Sociedad Científica Estudiantil. Departamento de Comunicación Social, Universidad Católica Boliviana "San Pablo". La Paz-Bolivia. Correo electrónico: osquiromero1998@gmail.com

Esta investigación se realizó en el marco del trabajo doctoral de la Mgr. Guadalupe Peres-Cajías ("La producción de sentido en procesos transdisciplinarios para contextos vulnerables en Bolivia" Universidad Libre de Bruselas-VUB).

Abstract

Latin America faces different obstacles at a social, ecological and economic level, according to the context of each country. The development of this region depends on many factors; However, intercommunal and intracommunity collaboration and transdisciplinary research have become key elements for the diverse Latin populations to overcome the challenges they face. Recently, in this region, we have begun to opt for the application of what is known as dialogical practices from a transdisciplinary approach (very different from multidisciplinary and interdisciplinarity) with the aim of reaching a common understanding among people, achieving an interactive multiactoral empowerment, promoting education for sustainable development, but above all, to motivate the critical participation of people in general so that they are protagonists of the evolution and development of their societies.

Keywords

Latin-America, transdisciplinarity, sustainable development, dialogue, critical participation, empowerment, education, collaborative practices.

I. Introducción

Actualmente, en el contexto de la globalización, las conexiones que los individuos hacen entre sí son mucho más fáciles, y a la vez más necesarias. Con las nuevas tecnologías y las nuevas formas de comunicación que surgieron (y que cada vez evolucionan más y más rápido), los seres humanos tienen la información en la palma de la mano, y una posibilidad de decir lo que piensan nunca antes vista. Sin embargo, esto no es así para todos.

El hombre siempre se caracterizó por ser una criatura social. Debido a esta naturaleza, las sociedades más unidas y mejor organizadas tienen una mayor probabilidad de subsistir eficazmente. Es por ello que el deber de las personas en la actualidad es aprovechar todos los recursos comunicativos y utilizarlos con conciencia para generar cambios sociales en conjunto, ya que cada región del planeta se enfrenta a distintos retos (económicos, sociales, medioambientales, etc.) que deben ser afrontados en conjunto. Lastimosamente, no todos tienen los mismos recursos o las mismas oportunidades a la hora de enfrentar problemáticas de incumbencia general. Aquí es donde entran distintos métodos (metodologías) de colaboración.

Hablar de metodologías colaborativas es también entenderlas como prácticas dialógicas. El presente artículo (basado en una investigación) abarca el uso de dichas metodologías alrededor de América Latina. Es necesario comprender la concepción y diferencia de términos entre colaboración y cooperación, que

si bien pueden ser concebidos de similar manera, pueden tener un impacto diferente. Algunos autores entienden la colaboración como parte de la filosofía de la interacción y un estilo de vida personal, haciendo a los actores responsables de sus acciones y del aprendizaje. Mientras que la cooperación es entendida como una estructura de interacción, que facilita el logro de un objetivo común, a través del trabajo colectivo (García-Valcárcel, Hernández & Recamán, 2012).

El trabajo colaborativo es más una filosofía que una técnica, mientras que el cooperativo es un conjunto de procedimientos que ayudan a llevar a cabo la interacción en un grupo. En definitiva, podemos afirmar que el aprendizaje colaborativo se hará efectivo a través de la cooperación. (García-Valcárcel, et al., 2012, p. 163).

Estas prácticas tienen como uno de sus objetivos principales ayudar a la construcción del conocimiento a partir de la investigación y las contribuciones de los diferentes participantes, puesto que el desafío de esta metodología se centra en construir una pedagogía basada en la construcción colaborativa del conocimiento. De esta manera, se hace posible la incorporación de soluciones colaborativas en los problemas del conocimiento, donde la responsabilidad para el alcance y la validez de una meta es compartida entre los actores involucrados (Gros, 2008).

Entonces, el aprendizaje en espacios colaborativos busca desarrollar habilidades individuales y colectivas, donde todos los participantes son responsables tanto de su propio aprendizaje, como del de los demás. En ese sentido, el aprendizaje colaborativo fortalece el crecimiento personal y el de las habilidades grupales, entre las que se destacan la escucha, participación, coordinación, seguimiento y evaluación. Asimismo, este tipo de trabajo responde a un modelo pedagógico que se basa en la interacción y la construcción colectiva del conocimiento, desde distintas perspectivas y experiencias (Morales, 2013).

“Entendemos que el aprendizaje colaborativo se sirve de estrategias cooperativas, entendiendo que cooperar significa trabajar juntos para alcanzar objetivos compartidos” (García-Valcárcel et al., 2012, p. 165). Por lo tanto, todos los miembros que participan de los trabajos colaborativos consiguen un beneficio individual y uno grupal, dado que la unión y el intercambio de esfuerzos son parte

de estas prácticas para lograr un objetivo; donde todos interactúan entre todos en un mismo nivel y adquiriendo cierto conocimiento; donde se da integrante-integrante, facilitador-integrante y facilitador-facilitador (por ejemplo).

En ese sentido, la importancia de la transdisciplinariedad para las prácticas colaborativas es crucial; entendiendo este término como parte intrínseca de la investigación, ya que reconoce la existencia de distintos niveles de realidad y que son regidos por diferentes lógicas y explicaciones. Sin embargo, difiere de la interdisciplina y multidisciplina. Ambas tienen el objetivo de colaborar para el estudio de un mismo fenómeno desde dos o más disciplinas (Molina, 2016).

Un enfoque transdisciplinario es aquél en el que un tema o problema o aspecto de la realidad se estudia/investiga a través de varias disciplinas para comprender los mecanismos subyacentes que pueden estar ocultos a la visión disciplinaria. Por lo tanto, la investigación transdisciplinaria se ocupa de fenómenos que se manifiestan, ocurren e interesan a la ciencia desde una perspectiva que trasciende a los distintos horizontes disciplinarios. (Molina, 2016, p. 3).

La investigación transdisciplinaria enfrenta ciertas dificultades a la hora de realizarse, tales como la selección de la problemática a estudiarse, el desarrollo de un lenguaje común para distintas disciplinas, la conformación de un equipo de trabajo, el uso de enfoque y las distintas metodologías y modelos teóricos de cada disciplina (Molina, 2016). Sin embargo, la transdisciplina no es antagónica a la inter y multidisciplina, sino complementaria; siendo que no se forma a priori, sino como la consecuencia de la complejidad del problema cuando se manifiesta y se revela de forma empírica (Chávez, 2013).

En el caso de este estudio, dentro de Latinoamérica, orientados a las prácticas colaborativas en el ámbito transdisciplinario, se optó por delimitar el estudio en áreas geográficas, dividiendo al continente en cuatro regiones: México y el Caribe, América Central, región andina y Cono Sur. Sin embargo, ciertos países aún no han incursionado en las prácticas y metodologías colaborativas apoyadas en la transdisciplinariedad. Luego, se optó por identificar categorías de estudio (mediante un taller) que todas las regiones compartieran para poder articular la información.

En cuanto a México y el Caribe se encontró bastante información con respecto a las prácticas dialógicas y proyectos colaborativos transdisciplinarios. Casi todas las iniciativas están enfocadas en el desarrollo de redes de comunicación entre comunidades y en el impulso de nuevas capacidades entre los miembros pertenecientes a poblaciones pequeñas. El uso de la tecnología y la mejora en la educación han sido el factor común. Sin embargo, en Haití la información es casi nula.

La región andina presenta proyectos dirigidos a la pedagogía y educación formal de jóvenes, combinada con conocimientos sobre el cuidado de la tierra y su preservación para el futuro. Así también, se encontró que la educación transdisciplinaria y la metodología colaborativa generan herramientas para un equilibrio entre el ser, el saber y el compromiso social entre varias disciplinas y áreas de estudio globalmente. Uno de los factores comunes es también la integración de actores como parte del proceso más allá de lo académico, donde los miembros sean capaces de organizar y aplicar sus conocimientos, no solo de almacenarlos. Lo que se busca es lograr una vinculación de saberes con ayuda de la interretroacción, el contexto y el pensamiento complejo para que se puedan producir cambios en las problemáticas del mundo real, mediante la experiencia, creando sentidos nuevos para los actores involucrados.

Finalmente, el Cono Sur pretende dirigir sus programas al ámbito académico de manera virtual y equitativa, integrando saberes. Así también se enfocó en el impacto de procesos socioculturales que generen un cambio en las actividades cotidianas de la comunidad. Luego, con menor incidencia, se orienta en modelos de aceptación tecnológica. En Paraguay la información fue escasa y poco relevante, mientras que en Uruguay no existen datos.

Por otro lado, en América Central también se desarrollan proyectos enfocados a la educación, con enseñanza compartida para la construcción de conocimiento e involucramiento en aspectos sociales. El enfoque de innovación es un elemento que se repite en esta región, entendiendo que el trabajo colaborativo optimiza la mejora en el diseño de políticas para la investigación.

En ese sentido, basados en los resultados que arroja la investigación, se presentan 4 acápites en el texto:

- 1. Cultura dialógica de entendimiento común:** este apartado involucra la transformación que se da en la comunicación a partir de estas

metodologías, reconfigurando sentidos y reconceptualizando el entendimiento para la creación de espacios dialógicos entre los actores involucrados en el proceso.

- 2. Empoderamiento multiactoral interactivo:** este punto se refiere a la inclusión de todos los actores sociales al trabajo colaborativo, basados en una estrategia multiactoral que brinda el empoderamiento social colectivo y genera la consciencia comunitaria. Estos elementos van a posibilitar la mejora en la interacción de agentes de cambio.
- 3. Educación para el desarrollo sostenible:** los enfoques de estos proyectos se basan en la pedagogía tradicional y tecnológica, mediante la cual se dará la articulación de saberes y la apropiación de la transdisciplina. Se pretende el desarrollo de competencias que cree consciencia de desarrollo sostenible y mejora en el uso de las TIC.
- 4. Participación crítica colectiva:** la estimulación del pensamiento crítico y la legitimidad entre poder y participación serán aquellos que conjuntamente conformen la colaboración activa y lógica de los participantes del proceso.

Esta es la manera en que se presentan las prácticas colaborativas en el ámbito transdisciplinario en Latinoamérica. Si bien todavía existen países que no han incursionado en la temática, la gran mayoría ya lo ha hecho o se encuentra en proceso, lo cual reafirma que estas actividades se realizan cada vez con mayor fuerza.

II. Cultura dialógica de entendimiento común

Para lograr entender cómo las prácticas dialógicas son parte importante de los proyectos transdisciplinarios en los países antes mencionados, es importante entender a qué se hace referencia con este concepto. En primer lugar se realizará un análisis sobre lo que es una práctica dialógica y en segundo lugar su relación con los planes de desarrollo de cada país.

Javier Centol, psicoterapeuta, psicólogo y educador social, brinda un concepto sobre lo que son las prácticas dialógicas colaborativas. Habla de una reflexión social intrínseca que surge a partir del cuestionamiento de diferentes problemáticas dentro de la sociedad, dentro de un determinado contexto, de las cuales uno a simple vista no logra darse cuenta. Sin embargo, eso no se queda ahí, la parte más importante de esta conceptualización es lo colaborativo, ya

que existe un enfoque de solución de fenómenos sociales a partir de un trabajo en conjunto, donde el diálogo y la implicación por parte de los individuos en la colectividad son imprescindibles. Esto sirve para poder tener un alcance a diferentes perspectivas sobre una determinada problemática, haciendo valer cada uno de los puntos de vista para así tener un resultado más íntegro y completo (“En este modelo de terapia”, 2014, párrs. 1-4).

Así, en primer lugar, analizando el caso de Venezuela como ejemplo clave, dentro de la investigación hecha previamente a este artículo se puede observar que existe una carencia dentro del sistema de educación superior no solo en cuanto a la enseñanza, sino también al manejo a nivel administrativo de las instituciones.

Chaljub (2005) menciona que la enseñanza superior está manejada desde un punto casi netamente burocrático, en el cual no solo existe una represión a los alumnos, sino también a los propios docentes a la hora de realizar clases prácticas y dinámicas. A partir de esta problemática, sugiere que las prácticas dialógicas podrían aplicarse desde un puesto superior, que en este caso sería el director de la institución, pasando así hacia los docentes y el alumnado. Se sugeriría plantear un ambiente democrático y colaborativo donde exista una innovación continua (párrs. 1-4).

Asimismo, en la descripción de metodología colaborativa que se menciona en el proyecto de este país, se habla sobre el planteamiento de la pedagogía que se podría relacionar con lo anteriormente dicho. Es decir, para intentar solucionar este paradigma de la educación vertical y no conjunta entre estudiantes y docentes, que se ha estado manejando de manera estricta anteriormente, se propone utilizar diferentes herramientas holísticas para tener una educación íntegra (Carmona, 2004, pp. 59-70).

Este proyecto, realizado en Venezuela por la Facultad de Ciencias y el Centro de Estudios e Investigaciones sobre Educación Avanzada, muestra un claro ejemplo de una solución mediante las prácticas colaborativas, donde se implementa una conexión entre diferentes áreas para brindar un apoyo con diferentes puntos de vista y que sea completo.

Por otro lado, un caso muy relacionado con las prácticas dialógicas es el de Brasil, con el proyecto de Derecho a la Educación, Movilización Estudiantil y

Desarrollo Comunitario: la experiencia de Escuelas Ocupadas de Porto Alegre. Básicamente aquí se puede ver lo colaborativo en un aspecto donde el objetivo es unir lo educativo y lo político al mismo tiempo, para poder generar diferentes competencias, no solo de educación formal cívica, sino también en el aspecto de valores, actitudes y aptitudes (Caballo, Gradaílle & Silva, 2017).

La revista académica digital, *Enseñanza de las Ciencias*, sacó un artículo titulado “Fundamentos de un modelo de formación permanente del profesorado de ciencias centrado en la reflexión dialógica sobre las concepciones y prácticas”, donde se toca el tema de prácticas colaborativas en relación del profesorado con los estudiantes.

En síntesis, el objetivo principal de esta práctica colaborativa es promover la reflexión en los estudiantes sobre diferentes temas sociales que formen parte de su entorno, motivar a la acción colectiva buscando cambios a partir de los problemas identificados y teniendo como guía al profesorado para poder crear un sentido crítico que ayude a estas soluciones. Básicamente se trata de una guía para los docentes que sea aplicable y fructífera entre el alumnado (Copello & Sanmartí, 2001).

Haciendo una relación entre lo anteriormente dicho, se puede concluir que, para esta combinación entre lo educativo y lo político, es necesario crear un sentido crítico que viene a partir de la formación que se promueve en centros educativos, donde no solo se implementa la teoría, sino también la práctica y la reflexión sobre problemas sociales del entorno de los mismos estudiantes, para buscar una solución desde un punto interno, aplicando lo aprendido para reflejarlo en lo que vendría a ser la vida socio-política de los ciudadanos a partir de sus propios círculos sociales, llevándolo más tarde a un nivel macro social.

En la investigación realizada, Costa Rica tiene dos proyectos relacionados con la práctica dialógica. En primer lugar está el estudio de *Educación de Calidad*, en el que se trabaja con personas que tienen una condición de discapacidad. Las bases de este proyecto son los grupos colaborativos y la interacción existente entre los mismos a la hora de practicar la educación.

El objetivo principal que se tiene con este proyecto es el siguiente:

El proyecto emprende la tarea de proporcionar apoyo y seguimiento en su formación profesional a un grupo de diversidad, como lo es el grupo de estudiantes que presentan una situación de discapacidad o necesidades educativas matriculados en las distintas carreras de la Universidad Nacional y, de esta forma, hacer efectivos sus derechos de acceder a una educación superior de calidad, de acuerdo con sus características personales y sociales, promoviendo de esta forma, su inserción social y laboral. (Rodríguez & Fontana, 2014, p. 196).

Dentro de las prácticas dialógicas y colaborativas que se utilizan en este proyecto, existe una estrategia relacionada con las actividades de interacción entre los individuos para poder impulsar a una independencia propia.

El objetivo de este tipo de prácticas colaborativas es realizar un tipo de entrenamiento, observando las demandas del mercado, enfocándose en la “comunicación asertiva y el trabajo en equipo” (Rodríguez & Fontana, 2015, p. 196).

Por otro lado, en Costa Rica, Allen Quesada Pacheco realizó la investigación titulada *Aprendizaje colaborativo e interuniversitario en línea: una experiencia asíncrona y síncrona*; trabajo en el que el contexto a estudiar fue la Universidad de Costa Rica (UCR).

Básicamente el proyecto trata de realizar una cooperación interuniversitaria para fortalecer programas curriculares y promover la interculturalidad, específicamente con la Universidad de Kansas (KU). A esto se le da la denominación de “colaboraciones transnacionales”. Una de las partes principales de esta propuesta es el uso de la tecnología, debido a que existen una serie de métodos de enseñanza y aprendizaje vía internet como cursos en línea, libros digitales, entre otros (Quesada, 2009).

Este proyecto está relacionado con las prácticas dialógicas y colaborativas debido a lo mencionado previamente: existe un mismo aprendizaje entre los estudiantes de ambas universidades utilizando una serie de elementos para enriquecerlo.

La multiculturalidad posibilita el desarrollo de las prácticas colaborativas, debido a que los estudiantes, e incluso los docentes, realizan un análisis y comparación con experiencias y contextos totalmente diferentes a los suyos. Esto genera un conocimiento más amplio y una consciencia sobre el entorno en el que uno se

encuentra y la influencia que esto puede tener en el aprendizaje y la generación de conocimientos teóricos y prácticos.

Haciendo un análisis de los diferentes casos vistos en el uso de las prácticas dialógicas y colaborativas, se puede concluir que estos han sido efectivos en los diferentes proyectos de los países mencionados.

La colaboración y la transdisciplinariedad son una base fundamental para el funcionamiento íntegro de estos proyectos relacionados con el desarrollo. Se pueden ver resultados efectivos en los que incluso se llegan a superar los objetivos principales. La aplicación de las prácticas dialógicas es una parte estratégica para reconocer diferentes puntos de vista reales, lo cual ayuda a crear soluciones a partir de contextos individuales y colectivos, que finalmente impulsan a una visión colectiva sobre asuntos de interés global.

III. Empoderamiento multiactoral interactivo

Para entender lo que es un empoderamiento multiactoral interactivo se deben desglosar las siguientes tres definiciones:

- a) **Empoderamiento:** Según el diccionario de acción humanitaria y cooperación al desarrollo “es el proceso por el cual las personas fortalecen sus capacidades, confianza, visión y protagonismo como grupo social para impulsar cambios positivos de las situaciones que viven” (Eizaguirre, Murguialday & Pérez de Almiño, 2006).
- b) **Multiactoral:** Puede entenderse como el “enlace entre varios actores que (...) puede organizarse de determinadas maneras, para lo cual será necesario alguna forma de colaboración ya que se persiguen iguales objetivos” (Marsiglia, 2009, p. 4). En resumen, es el conjunto de agentes involucrados en un proyecto específico que trabajan en conjunto para alcanzar un propósito común.
- c) **Interactivo:** La interactividad ahora es mayormente definida en relación a los productos multimediales y de telecomunicación; sin embargo para el presente trabajo se utilizará una definición que se refiere a la interacción social. De esta manera, se razona lo interactivo como la “relación dialógica que existe entre o en medio de dos (o más) personas u objetos, por lo tanto implica también al concepto de reciprocidad” (Lacabanne, 2010, p. 142).

En este capítulo se desarrollará lo que es el empoderamiento multiactoral interactivo a partir de seis elementos clave mencionados en la definición dada en la introducción del presente trabajo: inclusión de actores sociales, estrategia multiactoral, empoderamiento social colectivo, conciencia comunitaria, trabajo colaborativo y mejora en la interacción entre agentes.

Cada elemento será observado en base a la revisión documental de artículos relacionados al uso de metodologías colaborativas (o prácticas dialógicas y colaborativas) entre miembros de comunidades de aprendizaje transdisciplinario (TLC por sus siglas en inglés) y entre especialistas en América Latina.

Pero para comenzar a hablar del tema es importante entender la importancia que tiene para la comunicación como tal; Beltrán (2007) definía a la comunicación como “el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (p. 17).

Bajo esta referencia, podemos entender a las metodologías colaborativas como un proceso de interacción y participación, de intercambio de saberes y de construcción conjunta de conocimiento para el cambio social, todo esto desde la comunicación democrática y horizontal que defiende Beltrán.

Otra definición entiende a las metodologías colaborativas como un impulso a la participación de los actores primarios de un proyecto de desarrollo, a través del cual refuerzan su soberanía sobre la toma de decisiones para mejorar su realidad desde el conocimiento que se genera en conjunto. “De esta manera se convierten en actores determinantes de su propio desarrollo y se potencia la capacidad política y económica de toda la comunidad local, incluyendo los sectores sin poder y con mayores niveles de pobreza, vulnerabilidad y exclusión social” (Arnanz, 2011, p. 1).

III.1. Inclusión de actores sociales

El empoderamiento multiactoral interactivo inicia su proceso de construcción en el involucramiento y el acceso a la participación de todos los sectores implicados dentro un proyecto de desarrollo.

Beltrán (2007) afirmaba que “el acceso es la precondition para la comunicaci3n horizontal por cuanto sin oportunidades similares para todas las personas de recibir mensajes no puede, para comenzar, haber interacci3n social democr3tica” (p. 19). Es entonces que esta inclusi3n debe ser en circunstancias de igualdad para todos los sectores involucrados.

Seg3n la revisi3n documental realizada para el presente trabajo, la gran mayoría de los países latinoamericanos han incursionado en proyectos de metodologías colaborativas, en las que se han generado interacciones se ha creado conocimiento entre dos o más sectores con una base epistemol3gica distinta.

Lo que busca la inclusi3n es la pluralidad, de la cual el conocimiento se nutre para generar soluciones a diferentes problem3ticas, ya sean sociales, polítimas, educativas o incluso econ3micas.

Existen muchos ejemplos dignos de ser mencionados; sin embargo, en este caso se destaca el proyecto de la Universidad Nacional de Colombia, en el cual se gener3 un an3lisis de c3mo tres comunidades percibían y se movilizaban frente a la historia y la geografía de los conflictos socioambientales asociados a ciertos procesos econ3micos extractivos en su territorio. Para este cometido, se utiliz3 la metodología de la cartografía social que plantea que el mapeo de un área debe ser un proceso participativo y dial3gico con la comunidad que habita ahí. Se generaron mapas a partir de la sistematizaci3n de conocimientos locales sobre el espacio en cuesti3n, los cuales fueron legitimados como materiales de apoyo en los procesos jurídimos de algunas de estas comunidades (Vélez, Rátiva & Varela, 2012).

Este proyecto demuestra el espíritu de lo que es la inclusi3n de actores sociales, pues democratiz3 la participaci3n para obtener productos legítimos y adaptados a las necesidades de los integrantes de las comunidades.

III.2. Trabajo colaborativo

El trabajo colaborativo se basa en la diversidad de actores, dentro de una comunidad, que generan respuestas o soluciones a un problema dentro su entorno, intercambiando saberes y generando acuerdos.

Estos acuerdos se alcanzan gracias a la retroalimentación que, según Beltrán (2007), “es un elemento clave del diálogo cuando opera en forma multidireccional equilibrada por la cual todas y cada una de las personas envueltas en una situación de comunicación la dan y la reciben en condiciones similares” (p. 20).

El trabajo colaborativo funciona cuando se lo desarrolla en igualdad de oportunidades y en un ambiente democrático. Es necesario generar acuerdos para así facilitar decisiones que satisfagan a todos los actores involucrados.

En este caso, todos los trabajos y proyectos revisados cuentan con este elemento, pues a partir de él se obtienen los resultados.

III.3. Estrategia multiactoral

Al existir diversidad de actores dentro un proyecto, se genera una interdisciplinariedad, es decir, conocimientos con diferentes bases epistemológicas se mezclan para generar respuestas a distintos conflictos sociales.

En los diferentes trabajos consultados, se encontraron variedad de actores involucrados en diferentes proyectos, individuales, colectivos e incluso institucionales. Sintetizando las relaciones más repetidas se tienen:

- **Comunidades y estudiantes universitarios:** Las soluciones a diferentes problemáticas se dan a través del diálogo entre las comunidades afectadas y el cuerpo estudiantil que realiza una investigación o tiene la voluntad de generar alguna solución. Estos proyectos han sido los que más éxito han obtenido por el trabajo conjunto que se ha realizado y la legitimación que se obtiene de los receptores de estas iniciativas al haber sido involucrados en su proceso de creación.
- **Profesionales y estudiantes universitarios:** En este tipo de proyectos se ha intentado generar innovaciones educativas donde los estudiantes puedan desenvolverse con el entorno laboral para el que están preparándose, se genera un aprendizaje desde la práctica y la interacción con todos los actores involucrados dentro de lo que es el desarrollo profesional. Un ejemplo muy acertado a este punto es el del proyecto de la Universidad de Cienfuegos en Cuba, donde los estudiantes de la carrera de Ingeniería Industrial aprendieron en situaciones laborales

reales y tuvieron que desenvolverse entre ellos y con los demás actores de la cadena de aprovisionamiento, transportación, producción, venta y servicios de posventa en diferentes empresas (Rodríguez, Mercedes & Galindo, 2017).

- **Docentes (o maestros) y estudiantes:** Este caso se da en la mayor cantidad de proyectos alrededor de América Latina, en todos ellos tiene como objetivo la innovación del sistema educativo a través de la creación de conocimiento conjunto. Lo que Freire denominaría una educación liberadora que quiere despegarse de la tradicional educación “bancaria” no sin antes “aprehender” de ella.
- **Entre diferentes instituciones académicas:** Ya sean las facultades de ciencias exactas como las de humanidades como en el caso de la Universidad Central de Venezuela (Carmona, 2004), o entre instituciones de diferentes lugares como fue en el caso de la Universidad de Salamanca en trabajo conjunto con la Universidad de Panamá, el Instituto de Gestión de la Innovación y del Conocimiento CSIC-UPV (Zazo, Ardines & Castro, 2015).

III.4. Empoderamiento multiactoral colectivo

Este elemento va fuertemente ligado a la inclusión, ya que les da oportunidades a sectores vulnerables de formar parte de la toma de decisiones frente a conflictos que les competen o les afectan directa o indirectamente.

Un ejemplo destacado en este punto es el de Consultorías Integrales para el Desarrollo Rural Sustentable S. C. en México. Proyecto enfocado en la formación de liderazgo con el objetivo de flexibilizar los acuerdos intercomunitarios, generar procesos de cohesión social y aumentar la participación de la mujer en los espacios rurales, los resultados de este programa fueron satisfactorios, sus mayores logros fueron:

- a) La seguridad que están tomando en las mujeres en todos los sentidos.
- b) Se están integrando jóvenes preocupados en el desarrollo comunitario.
- c) Existe un mayor trabajo colectivo y acuerdos entre autoridades locales.
- d) Empieza a existir una visión de largo plazo, posible, propia. (Conider, 2015, párr. 6).

El empoderamiento, como fue anteriormente definido, da voz a los sectores más excluidos en la toma de decisiones, incluye sus perspectivas en la producción de

conocimientos y permite su participación activa en la generación de soluciones. Acompañados de los otros actores involucrados (generalmente especialistas o estudiantes), se generan soluciones conformes a sus necesidades en las que estos mismos participan y se hacen cargo.

En otras palabras, el empoderamiento multiactoral colectivo, es el impulso que se da entre los sectores involucrados frente a una problemática, donde los sectores más “fuertes” dan espacio de participación democrática a los sectores vulnerables, y estos asumen su soberanía en la toma de decisiones para resolver diferentes problemáticas.

III.4.1. Conciencia comunitaria

“El libre e igualitario proceso de comunicación por acceso-diálogo-participación está basado sobre la estructura de derechos-necesidades-recursos y se dirige al cumplimiento de múltiples propósitos” (Beltrán, 2007, p.19). Este planteamiento ayuda a comprender mejor lo que es la conciencia comunitaria, los actores dentro de un proyecto relacionado a las metodologías colaborativas tienen necesidades individuales y colectivas que buscan satisfacer, entonces a través del trabajo colectivo y la pluralidad de perspectivas, se genera una conciencia de las necesidades ajenas y así se busca alcanzar un acuerdo donde todos puedan beneficiarse de los resultados.

III.4.2. Mejora en la interacción entre agentes

La comunicación como un “fenómeno de intercambio múltiple de experiencias” (Beltrán, 2007, p. 9), genera relaciones basadas en el diálogo y la participación democrática.

La relación entre los diferentes participantes dentro un proyecto mejoró en todos los instrumentos revisados, el diálogo rompió barreras y permitió que se realicen innovaciones en el conocimiento y en distintos sistemas atendiendo las necesidades de todos los sectores.

Se alcanza así la “comunicación horizontal” que Beltrán defendía, donde todos los participantes del diálogo se involucran y se genera una retroalimentación de conocimientos y experiencias recíproca.

En síntesis, el empoderamiento multiactoral interactivo es recurrente en los proyectos de metodologías colaborativas de América Latina. El diálogo democrático, la inclusión de sectores vulnerables (o poco tomados en cuenta) y la pluralidad de agentes involucrados en la construcción y desarrollo de proyectos han garantizado el éxito de los mismos.

Las metodologías colaborativas, entonces, se hacen necesarias para salir del tradicional modelo “bancario” de comunicación (Freire, 2005), pues resaltan la participación de todos los sectores en el proceso de construcción e implementación de un proyecto/programa/etc. de desarrollo social que los afecta de manera directa o indirecta, pero además, les reafirman su potestad sobre la toma de decisiones respecto a sus realidades.

IV. Educación para el desarrollo sostenible

La educación, a lo largo del tiempo, siguió una línea pedagógica denominada hoy en día “tradicionalista”, es decir, cumplía con ciertos patrones visibles en las clases magistrales, en las cuales el maestro enseñaba y los estudiantes no criticaban ni cuestionaban lo aprendido; simplemente anotaban y escuchaban. Actualmente, el paradigma educacional se modificó, pero aún quedan secuelas del modelo educativo anterior como la asistencia a clases y las calificaciones cuantificativas.

La relación educación-transdisciplina se explica como un proceso transmetodológico, es decir, que va más allá de los métodos y concibe razonar profundamente en los saberes y estos son reconstrucciones mentales de una realidad multidimensional compleja (Pérez, Moya & Curcu, 2013, p. 16).

La palabra transdisciplinario deriva de “trans” que significa “más allá de” e “ir al otro lado” y la palabra disciplina tiene varios significados; sin embargo, en este trabajo se la entenderá como la distinción de diferentes ramas de diversas materias o temáticas. Como propone Carmona (2004) “el prefijo “trans” (...) se utiliza predominantemente para indicar eventos en los que no existen fronteras entre las disciplinas, es decir, las acciones que se mueven dentro y a través de una determinada disciplina” (párr. 12).

IV.1. Tecnología y pedagogía tradicional

El modelo educativo estuvo sujeto a variaciones en su forma de transmitir la información y la enseñanza debido a los cambios que emergen de su contexto, viéndose en la necesidad de adecuarse a la manera por la cual los estudiantes aprendían, específicamente la aparición de tecnología en la educación.

Ricci (2007) indicó ante el desarrollo tecnológico y la oferta pedagógica lo siguiente:

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y su expansión están provocando la aparición de un modelo mixto de oferta pedagógica que se impone en la educación tradicional, combinando las características más importantes de los modelos clásicos de educación presencial y el de educación a distancia (pp. 3-4).

Una forma de ir más allá de lo estaba establecido fue mediante el uso de las nuevas tecnologías e implementando una educación integradora en todas las asignaturas con consciencia social; para un desarrollo sostenible con participación colaborativa de todos aquellos que estén involucrados.

López (2015) señala lo siguiente sobre la transdisciplinariedad y la educación:

La transdisciplinariedad se vincula indiscutiblemente con la educación universitaria, por su relevancia en la formación de especialistas y el trazado de las disciplinas. Además, los conocimientos transdisciplinarios no se obtienen de manera espontánea como resultado único del desarrollo de la ciencia y la tecnología, sino que exige además una labor profunda, consciente y orientada a este fin. (p. 125).

Empero, el rasgo destacable de la educación actualmente es el rol que tiene la tecnología en el proceso de aprendizaje de los estudiantes, ya sea como herramienta de búsqueda o de incluso aprendizaje virtual.

Latinoamérica no queda ajena a esta situación, se podría decir que va a la par de las otras regiones, pero los proyectos previstos no fueron ejecutados en su totalidad. En este sentido, para conseguir resultados a mayor escala en diversos países como los que se mencionarán adelante, vieron por conveniente analizar

su situación y realizar o esbozar un proyecto que sea impulsador de la educación virtual y tenga la característica transdisciplinaria.

Los países involucrados en esta temática en Latinoamérica con trabajos académicos investigativos transdisciplinarios de los que se logró recolectar información fueron Argentina, Chile, Cuba y Venezuela. Principalmente el país venezolano presentó proyectos motivados por esta temática, pero sin llegar más lejos que solo propuestas.

Pérez, Moya y Curcu (2013) definen la transdisciplina como fundamento de captación de la realidad, que comprende la aprehensión de la diversidad por la cual se crean conceptos integradores, que colaboran con la explicación de la realidad (p. 22). López (2015) ante esto, mencionó que “unir las diferentes áreas del conocimiento, que permitan a docentes, investigadores y estudiantes acercarse a la realidad” (p. 127).

Con otro punto de vista referente al área educativa, Carmona (2004) plantea que “la pedagogía puede explotar como herramienta los medios que brinda la informática para alcanzar el enfoque transdisciplinario. Esta herramienta, como valor agregado fundamental, suministra criterios y objetivos para una buena diversidad en la búsqueda de las áreas del conocimiento” (párr. 60).

IV.2. Uso de las TIC: Cuba, Puerto Rico, República Dominicana, Argentina y Chile

Por otra parte, la tecnología empezó a tener mayor relevancia en los ámbitos sociales, laborales e inclusive académicos. Debido a esto se comenzó a emplear el término tecnologías de información y comunicación (TIC).

García, Guerrero y Granados (2015) proponen lo siguiente:

En la actualidad, el tema de las buenas prácticas en la educación universitaria está íntimamente ligado a las TIC, toda vez que estas, con su aporte en fuentes de información, canales de comunicación e instrumentos para el procesamiento de datos, contribuyen a facilitar los procesos educativos y constituyen un contexto idóneo para la generación, evaluación y certificación de buenas prácticas en la educación y en particular en los entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje (EVEA). (párr.4).

Las TIC, al ser una herramienta de acceso al área virtual, permiten llegar a más personas sin importar el espacio ni el tiempo; rompen las barreras que anteriormente tenía la educación tradicional.

Se vio a Latinoamérica como una región sin avances tecnológicos al no tener las capacidades del desarrollo de estas herramientas. No obstante, Argentina, Cuba, Chile, Puerto Rico y República Dominicana propusieron el uso de la tecnología. Tal como expresaron García, Guerrero y Granados (2015) en un proyecto titulado *Buenas prácticas en los entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje* hecho en Cuba que mantiene lo siguiente:

Proponer el uso de las TIC desde esta perspectiva, significa potenciar procesos socioeducativos donde se planteen problemas para que los alumnos, de forma colaborativa, articulen planes de trabajo y desarrollen las acciones necesarias con las tecnologías, para construir y obtener respuestas satisfactorias, de forma que aprendan a expresarse y comunicarse a través de las distintas modalidades y recursos tecnológicos. En este sentido, frente al aprendizaje como una experiencia individual, el reto es utilizar las TIC para generar los ya mencionados procesos de aprendizaje colaborativo, tanto entre el alumnado que comparte el aula, como el que pueda encontrarse geográficamente distante, pero que comparte una misma temática de estudio o proceso (párr. 21).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), en octubre del 2009, realizó la Conferencia General de los Estados miembros donde se estableció la creación de las capacidades en materia de ciencia, tecnología e innovación para motivar el desarrollo sostenible. Aquí se definieron temáticas orientadas a mejorar la educación en el área científica y tecnológica (Paulino, Marmolejos & Gómez, 2014, p. 6).

Carmona (2004), haciendo referencia a las políticas educacionales internacionales, indicó:

En la actualidad tanto en los organismos internacionales como en las políticas de educación superior nacionales e institucionales se realizan esfuerzos para que los nuevos diseños curriculares incluyan y se realicen bajo un pensamiento integral, holístico, multidisciplinario, interdisciplinario y hasta transdisciplinario, que formen profesionales con pensamiento crítico, capaces de abordar planteamientos complejos y, sobre todo, que estén preparados

para dar respuestas viables, confiables y con equidad a los planteamientos de la realidad. (párr.14).

Por otra parte, la educación y el aprendizaje virtual no fueron utilizados solamente para fines académicos, sino que también se aprovechó su potencial en proyectos de ayuda social como fue el caso Puerto Rico que, tras haber sufrido los tres huracanes más potentes, Irma, José y María, la emergencia de la Cruz Roja Americana vio la oportunidad de colaborar mediante la tecnología. Realizaron una página web que incluía recomendaciones de cómo actuar ante esta catástrofe medioambiental.

De igual forma se desarrolló una aplicación llamada “Sano y salvo”, en la cual, a tiempo real, la gente puede informar sobre su situación actual en las zonas del desastre. Esta *app* está activa a toda hora, los 365 días del año. Mostrando así una forma de aprendizaje social en Puerto Rico, que utiliza la tecnología para ayudar a las personas durante una crisis.

El Blog Latinoamericano 5G américas (“Las TIC como instrumento”, 2017) publicó:

La inclusión de las TIC fue de gran ayuda desde el punto de vista preventivo y el trabajo que la Cruz Roja desplegó en ayuda humanitaria dentro de Puerto Rico durante la pasada temporada de Huracanes. Por ese motivo, la posibilidad de restablecer los servicios de banda ancha móvil se transforma en fundamental de cara a las prevenciones futuras. (párr.11).

En Córdoba, Argentina, por otro lado, se analizó la “Aplicación y beneficios del uso del aula virtual en la educación superior universitaria”. La autora del mismo, María Beatriz Ricci, en 2007, señaló sobre las tecnologías y la búsqueda transdisciplinaria lo siguiente:

A través de las nuevas tecnologías se busca también la transdisciplinariedad en el proceso, definida ésta como una práctica que configura formas de enseñar y aprender, presente siempre en todo proceso de enseñanza aprendizaje, que expresa la unidad entre el método y el contenido (p. 7).

Ricci (2007), de igual manera, afirma que el entorno virtual colabora en el proceso educativo centrado en la interacción y que aún hay actividades de la

educación tradicional, es decir, presenciales (p. 4). Por otro lado, en Chile los autores del escrito titulado *Journal of Technology Management & Innovation*, Ramírez, Rondán y Arenas (2010, p. 130), dijeron que surgió un cambio de paradigma en el aprendizaje porque el alumnado ahora es independiente. El país chileno obtuvo buenos resultados aplicando el modelo de aceptación tecnológica (TAM) de la información a un nivel individual.

IV.3. Articulación de saberes

A todo esto, para la unión entre los conocimientos aprendidos en aula, es necesario que exista la aceptación de los estudiantes, es decir, que asimilen de manera adecuada ya sea del aprendizaje tradicional o el nuevo que implica factores virtuales. Como dijo Carmona (2004), “lo cierto es que todos estos conceptos surgen con el propósito de unir las diferentes áreas del conocimiento que permitan a docentes, investigadores y estudiantes acercarse a la realidad” (párr. 13).

Un rasgo de la transdisciplinariedad es el trabajo en conjunto, es decir, realizar una labor colaborativa entre todos los miembros que estén involucrados; favoreciendo así al grupo a través del trabajo colaborativo sin ser netamente un trabajo individual.

En base a las investigaciones realizadas de Perú, se encontró que las instituciones de educación superior, en vista de la necesidad de mejores modelos educacionales, sugieren relacionar al pensamiento crítico con la transdisciplinariedad. Sugieren integrar las disciplinas más allá de las fronteras de departamentos, métodos disciplinarios o teorías. De igual manera integrar a los actores en el proceso del conocimiento. Los resultados previstos son formar espíritus capaces de organizar sus conocimientos y aplicarlos, en lugar de almacenarlos.

Asimismo, la Universidad Autónoma de Santo Domingo de la República Dominicana planteó estrategias de fomento de aprendizaje en materias de ciencias básicas. Paulino, Marmolejos y Gómez (2014), autores de esta idea, propusieron un nuevo modelo de enseñanza:

Aspira a que la enseñanza de las ciencias incluya: orientación sociocultural:
Orientación educativa basada en la relación Ciencia–Tecnología– Sociedad

y la atención a los problemas colectivos, aspectos esenciales de la actividad investigadora contemporánea; atención a las características fundamentales de la actividad psíquica humana durante la organización del proceso de enseñanza-aprendizaje. La relación inter-materia, inter-asignatura, (interdisciplinaria de las ciencias) en el currículo tanto escolar y universitario, una tendencia que se ha estado planteando en los últimos años junto a la necesaria transdisciplinariedad. (p. 11).

En este sentido, el plan académico de estas asignaturas en el sistema educativo de aquel país posee deficiencias en estas materias. “La aplicación de estrategias de enseñanza-aprendizaje adecuadas, demuestra que es posible minimizar las deficiencias en las áreas de matemáticas, física, química, y biología” (Paulino et al., 2014, p. 3). Se lograron mejorar las carencias en el aprendizaje y colaborar de manera conjunta a la enseñanza; para que se complementen entre sí. Por otro lado, la Universidad José Martí Pérez Sancti Spíritus de Cuba desarrolló un estudio de la influencia de la cultura profesional docente del trabajo colaborativo en el desarrollo.

Se puede definir el trabajo colaborativo como un proceso de construcción social en donde cada persona aprende más gracias a la interactividad con los integrantes de su grupo (García, Herrera, García & Guevara, 2015, párr. 12). Asimismo, atribuyeron como características de este proceso la mutualidad y la igualdad.

Los autores detrás de este análisis académico contribuyeron con lo siguiente:

Los propósitos del trabajo colaborativo son proporcionar el sustento, la ayuda, el estímulo y la asistencia que cada miembro necesita para hacer progresos académicos y desarrollarse. Las decisiones sobre cómo va a transcurrir el proceso se desplazan gradualmente del facilitador a los miembros. La autorregulación del grupo es un aspecto muy importante en su vida. (García et al., 2015, párr. 11).

IV.4. Apropiación de la transdisciplina

La apropiación transdisciplinaria es un proceso por el cual se busca implementar la transdisciplinariedad como modelo de enseñanza-aprendizaje. Un ejemplo de la apropiación transdisciplinaria en la parte teórica es el de Venezuela,

que en sus trabajos investigativos demuestra lo hondo que se llegó en la búsqueda de la transdisciplina y sugiere su aplicación en las instituciones académicas venezolanas. En este país se trazó la actualización de los diseños curriculares con un enfoque transdisciplinario y puesto en las políticas del Ministerio de Educación Superior, que explica: “nosotros planteamos que el área del conocimiento capaz de atravesar las diferentes disciplinas o saberes del conocimiento lo constituye la pedagogía, debido a que está presente en el quehacer educativo” (Carmona, 2004, párr. 19).

Gracias a este estudio venezolano, se vio factible la unión de disciplinas mediante el diálogo y de la interconexión de asignaturas (Carmona, 2004, párr. 37). Los líderes académicos de la Universidad Central de Venezuela trazaron un cambio en las políticas educacionales encuadradas tanto en la transdisciplinariedad como en la interdisciplinariedad, donde el diálogo de las disciplinas y la ayuda tecnológica colaboraron en la propuesta, sin haber logrado un resultado final, ya que no se avanzó en el proyecto.

Por otra parte, la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Santiago de Compostela en Brasil planteó un proyecto titulado *Derecho a la Educación, Movilización Estudiantil y Desarrollo comunitario: la experiencia de Escuelas Ocupadas de Porto Alegre*, en el cual se busca implementar medidas de políticas educativas orientadas a mejorar la calidad y equidad del aprendizaje, mediante la integración de saberes.

Un artículo publicado por Raúl Motta en Chile sobre la *complejidad, educación y transdisciplinariedad* hace referencia de una propuesta de implementación metodología con gestión organizacional inteligente con fundamentos de aprendizaje-formación que prevé una reconfiguración del paisaje socioeconómico, con el motivo de realizar una reestructuración del conocimiento; para así articular saberes.

Motta (2002), bajo otro punto de vista, opinó lo siguiente:

La forma de enseñar, transmitir y conducir el aprendizaje existe la sensación de que “la complejidad” es el “monstruo de cien cabezas que hay que destruir”, para así operar sencillamente en la realidad cuya connotación principal es la simplicidad. (...) De esta manera la persona pierde la verticalidad y

sobrevive en la horizontalidad unidimensional y fragmentaria, ajena a toda transversalidad del fenómeno humano. (p. 8).

Sin embargo, estas iniciativas quedaron en lo teórico debido a que no se ejecutaron al igual que otros proyectos similares.

Cuba, por su parte, planificó sus proyectos en el tema del desarrollo de competencias, ya sean estudiantiles o de docencia. Por ejemplo, se desarrolló un programa de aprendizaje cooperativo integrador de conocimientos para la formación de ingenieros industriales.

Rodríguez, Mercedes, y Galindo (2017), sobre el rol estratégico que desenvuelven las universidades, expusieron lo siguiente:

Están llamadas a desempeñar un rol estratégico muy fuerte, si estas desean mantenerse en el rol que históricamente les ha correspondido como anticipadoras de tendencias, productoras de conocimientos y formadoras de los futuros profesionales de la sociedad dentro de las cuales actúan, y es por ello que, ante este reto, la enseñanza debe orientarse hacia un ambiente cooperativo, al recurrir a diversas técnicas o métodos de enseñanza grupal. (párr. 1).

Es así como nuevamente se toca el aspecto colaborativo e integrador entre las diferentes disciplinas. Rodríguez, Mercedes, y Galindo, (2017) consideran lo siguiente sobre la funcionalidad del aprendizaje cooperativo:

Para que el aprendizaje cooperativo sea efectivo debe desarrollarse en un ambiente solidario y de ayuda, los estudiantes deben ser motivados a trabajar en conjunto y cooperarse mutuamente. Representa un cambio en la estructura de la clase, los estudiantes se agrupan (...) y deben ser capaces de crear su propio conocimiento y el profesor el de guiar el proceso de aprendizaje y de monitorear los resultados (párr. 22).

El aprendizaje cooperativo tiene como característica la interacción en el salón de clases, donde los estudiantes son responsables de lo que aprenden y sus compañeros los motivan e incentivan alcanzar sus objetivos (Rodríguez et al., 2017, párr. 21).

IV.5. Consciencia de desarrollo sostenible:

El objetivo primordial del aprendizaje es dirigirse hacia la realidad, una razón por la cual Bolivia impulsa la iniciativa de enseñar estrategias para crear consciencia medioambiental.

Bolivia mediante una iniciativa del Gobierno Autónomo Departamental de Santa Cruz realizó un proyecto para la creación del Centro de Educación Ambiental para la Interpretación de la Naturaleza y Estudio de la Biodiversidad, el cual comienza con el deseo de contribuir a la población mediante la concientización sobre temas ambientales.

El Gobierno cruceño (2018) ante esto mencionó lo siguiente:

El Centro de Educación Ambiental funciona como un espacio de interpretación de la naturaleza y estudio de la biodiversidad, cuyo beneficiario principal será la población estudiantil y los habitantes en general del departamento de Santa Cruz, a través de la implementación y funcionamiento del primer módulo del Centro de Educación Ambiental (párr. 4).

Este proyecto todavía no alcanzó todos sus objetivos; sin embargo, se propuso el siguiente plan de resultados esperados:

Alianzas estratégicas conformadas en pro del desarrollo sostenible de nuestra región. Consolidación de un espacio físico dotado de una infraestructura completa y áreas de esparcimiento, para la generación de actividades de capacitación, difusión y concienciación del patrimonio cultural y natural (párr. 11).

Finalmente, en Latinoamérica, la educación tuvo diversas evoluciones y cambios que se fueron adecuando a la realidad. Se tomaron iniciativas de ayuda mutua entre los pares que conforman las instituciones académicas, con el uso de tecnologías e inclinaciones hacia una enseñanza consciente para el desarrollo sostenible; todo bajo la presencia de la transdisciplinariedad.

V. Participación crítica colectiva

Se había definido previamente a la participación crítica colectiva como la estimulación del pensamiento crítico y la legitimidad entre poder y participación.

Este capítulo la describirá con los elementos que la componen, sus características y cómo se ve traducida en el actuar social y la aplicación de sus principios.

En primer lugar, es posible dividir la participación crítica colectiva en dos esferas. La primera de estas consiste en la estimulación del pensamiento crítico mientras que la segunda corresponde a la legitimidad entre poder y participación. Estas esferas no están completamente separadas, sino que su interrelación, así como sus características propias, conforman la totalidad del tópico bajo observación. A continuación, se desglosarán ambas esferas, así como sus puntos de encuentro, comenzando con la estimulación del pensamiento crítico.

El pensamiento crítico se define como “el análisis objetivo de hechos para formar un juicio” (Glaser, 2017). Es importante aclarar que esta categoría parte de las siguientes presuposiciones en el ámbito del presente estudio:

- a) Que un estímulo determinado, externo al sujeto, favorece el pensamiento crítico.
- b) Que este pensamiento vaya dirigido de manera reflexiva y a posteriori de un hecho, información o conducta.

La revisión de las obras de diversos autores indica que esta estimulación pasa por dos niveles: personal y social. La esfera personal se refiere a las creencias individuales, las actitudes y las prácticas en torno a una reflexión crítica de un hecho, información o conducta. La esfera social es donde se da el estímulo que invita a cambiar estas creencias, actitudes y prácticas; así como también es el ambiente donde se pueden intercambiar críticas constructivas y el cambio sea visto como algo positivo.

En el nivel de la esfera social, las metodologías colaborativas buscaron crear un ambiente de tolerancia para la socialización política comunitaria, es decir, para la participación. Este ambiente se creó mediante el trabajo colaborativo multidisciplinario, el cual reducía el temor a la crítica. De esta manera, el sujeto se sitúa en el centro de los procesos sociales, generándolos y cuestionándolos desde la construcción de un juicio propio.

La importancia del trabajo colaborativo fue remarcada nueve veces durante la revisión documental. Por ejemplo, durante una intervención en Cuba, llevada a cabo en docentes universitarios por parte de un equipo de doctores, se

descubrió que el trabajo colaborativo, en cuanto a la reflexión crítica sobre la propia actividad, tiene tres niveles (Barbón, López & Olga, 2014):

- a) Autoevaluación: se refiere a la reflexión de la labor individual.
- b) Coevaluación: se refiere a la crítica de la actividad realizada por parte de un tercero, generalmente dentro del equipo en el que se ha realizado el trabajo colaborativo o que ha realizado una misma función.
- c) Heteroevaluación: similar a la coevaluación, se refiere a la crítica de la actividad realizada por parte de un tercero que tiene un cargo distinto.

¿Cuál es la importancia de la estimulación del pensamiento crítico? La experiencia cubana demuestra la importancia de esta competencia en el mercado laboral. Este mercado está caracterizado por una creciente importancia del trabajo colaborativo. Sin embargo, actualmente el manejo de la información es un aspecto subestimado como competencia, siendo que el acceso a más datos otorga una ventaja laboral a quien conozca cómo interpretarlos y crear un criterio basado en esta información.

Así, en un mercado laboral cambiante, la necesidad de reflexión y de canales comunicativos más abiertos, comprensivos y horizontales, estimula al pensador a analizar la propia actividad de manera crítica, no sin antes aprender también a estimular este ambiente propicio para llevarla a cabo.

En resumen, la estimulación del pensamiento crítico ocurre en un ambiente de trabajo colaborativo que propicie una pérdida del miedo a la crítica. La crítica debe basarse en datos para formar un criterio propio respecto al actuar realizado.

El siguiente punto es la legitimidad entre poder y participación. Para este apartado, el caso emblemático corresponde a Brasil, durante la toma de varias escuelas públicas en el país por parte de los estudiantes como protesta por una posible privatización. Esta toma generó un ambiente más horizontal dentro de la escuela, donde la gestión de necesidades, de organización y planificación generó protagonismo (Villar, Pernas & Virginio, 2017).

La legitimidad entre poder y situación implica la praxis de la reflexión planteada por el anterior tópico dentro de un ámbito atravesado por relaciones de poder. De esta manera, el contexto de la aplicación de metodologías colaborativas en el

caso de Brasil se da en medio de un aprendizaje compartido donde surgen una serie de estrategias de poder desde la práctica de una democracia participativa, que no espera una solución externa.

Es importante resaltar que la experiencia brasilera trata de fomentar un proceso social ya iniciado por los estudiantes, por lo que se buscó implementar dinámicas participativas que empoderan a los protagonistas de este proceso. Estas dinámicas generaron una nueva subjetividad y sociabilidad basada en la autogestión, colaboración y codecisión.

Esta confianza se trasladó al modo en el que los estudiantes se organizaron y cuidaron de las escuelas, puesto que más allá de suponer un cambio en el posicionamiento que tienen frente a sus necesidades y estrategias de poder, demostró a la comunidad que la calidad de la educación y la dignidad. (Villar et al., 2017, p. 15).

Para evitar caer en las mismas dinámicas de poder que generaron la crisis de participación, los estudiantes realizaron un cambio de posicionamiento frente a sus necesidades y a las estrategias de poder. Por ejemplo, se realizaron talleres, exposiciones del club de cine, foros de debate y otras actividades de educación y organización, llevadas a cabo por los mismos estudiantes. Esto generó un empoderamiento basado en la competencia cívica, ética y política, tanto al nivel de un compromiso personal como de la toma de conciencia colectiva.

La experiencia brasileña es sólo un ejemplo de cómo la legitimidad entre poder y participación se da cuando el ejercicio del poder entre actores que participan se hace más horizontal. Por ejemplo, en el caso de Brasil, los estudiantes aumentaron sus competencias cívicas en el momento en el cual el poder (influencia en la toma de decisiones en educación y gestión de las unidades educativas) estuvo más en sus manos que bajo la forma de organización tradicional.

De esta manera, se realizó una conceptualización de lo que significa la participación: “La participación es, a un tiempo, ‘contexto, medio y contenido de aprendizaje’, y que son las relaciones establecidas con los demás y las actividades desarrolladas las que posibilitan un proceso inacabado de educación y empoderamiento” (Villar et al., 2017).

En resumen, la relación entre poder y participación demuestra que la participación es una variable dependiente de la distribución del poder entre los sujetos sociales. Cuanto más equitativa sea la distribución de poder, mayor legitimidad existirá para que todos los sujetos participen.

Por último, se pueden agrupar estos procesos en los siguientes puntos:

V.1. Educación cívica

La revisión documental determinó que este tipo de educación va más allá de los procesos de la educación tradicional. Se refiere al aprendizaje de conceptos prácticos sobre los derechos, necesidades y responsabilidades del sujeto dentro de su vida y que aplica de manera constante.

V.2. Valores democráticos

De ahí que, más allá de la protesta y la reivindicación, esta experiencia se transformó en un claro ejemplo de educación cívica, en particular de la puesta en práctica de valores democráticos como la participación activa, la tolerancia, la cooperación o la confianza.

V.3. Horizontalidad en la comunicación

La horizontalidad en la comunicación se puede definir como: “El proceso de la interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (Beltrán, 1981).

V.4. Nuevas formas de comunicación para involucrarse a ojos del público

Estas nuevas formas de comunicación deben darse en un contexto de horizontalidad, como en un anterior punto. Sin embargo, estas no son espontáneas, sino son competencias que se dan mediante la transdisciplinariedad y la multidisciplinariedad.

V.5. En las situaciones colaborativas aumentan la persistencia y las expectativas de éxito

Si el proceso no es tipificado recíprocamente conformando una comunidad de sujetos que en una situación de horizontalidad realizan la participación crítica colectiva, el proceso muere. Así, si existe el trabajo colaborativo en torno a estos procesos, su resiliencia se incrementa, así como su capacidad para tener éxito en alcanzar un bien conjunto mediante la acción colectiva.

En resumen, para describir la participación crítica colectiva, se utilizó la revisión bibliográfica de las metodologías colaborativas; destacaron dos casos paradigmáticos: Cuba y Brasil. Es necesario explicar el proceso de la participación crítica colectiva de manera cronológica, detallando los pasos a seguir para llevar a cabo una metodología colaborativa que alcance estos objetivos. Algunos de ellos se detallaran por no estar explicados anteriormente.

a) Analizar el estado de la distribución de poder (legitimación).

En este paso previo, las metodologías colaborativas combinaron sociología, psicología y otras ciencias sociales para estudiar el campo de acción de los sujetos. “Un campo es un espacio social de acción y de influencia en el que confluyen relaciones sociales determinadas, es una red de relaciones objetivas entre posiciones” (Bourdieu, 2010, p. 10).

b) Organización de grupos en torno a objetivos que persigan un bien común.

Cuando cierto número de personas tienen un interés común o colectivo, la acción individual no organizada (...) no será capaz de favorecer en absoluto ese interés común o no podrá favorecerlo adecuadamente. Las organizaciones pueden, por lo tanto, desempeñar una función cuando hay intereses comunes o de grupo, y aunque con frecuencia sirven también a intereses puramente personales e individuales, su función característica y primordial es fomentar los intereses comunes de grupos de personas. (Olson, 1992, pág. 17).

c) Crear equipos de trabajo colaborativo.

d) Realizar actividades de autogestión y codecisión.

Estas actividades variaron desde foros hechos entre estudiantes, hasta dinámicas de grupo de evaluación, proyección de películas educativas y creación de contenidos educativos auto gestionados.

e) Se alcanza (o no) el bien común buscado

f) Autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación

En conclusión, las metodologías colaborativas pueden impulsar grandemente acciones colectivas que buscan un bien común, llevando a la práctica los valores democráticos de manera no representativa sino directa, donde los sujetos sociales toman protagonismo de su historia mediante nuevas estrategias de poder. Dicho poder se distribuye de manera equitativa, generando un ambiente de horizontalidad. Cuando todas estas condiciones se dan, entonces surge la participación crítica colectiva.

Conclusiones

Como se estableció en la introducción del presente artículo, Latinoamérica es una región que, a través de proyectos orientados en las prácticas dialógicas colaborativas, ha logrado realizar muchos cambios en materia de educación, empoderamiento comunitario, participación proactiva e incursión en las nuevas tecnologías para el desarrollo tecnológico y social de las diversas comunidades, ya sean pequeñas o grandes. De esta forma, las poblaciones del sur y del centro de América han podido lograr diferentes avances para un mejor desenvolvimiento de sus integrantes en sus diferentes contextos, cada uno con necesidades diversas entre sí y con potenciales ventajas que cada entorno puede aprovechar.

En sí, todos los proyectos que se realizaron (y que se analizaron en este texto), presentan una particularidad en común: la construcción de conocimiento.

Después del análisis realizado en cuanto a la cultura dialógica de entendimiento común, la interacción multiactoral, la participación colectiva de manera crítica y la educación centrada en el desarrollo sostenible de los países latinoamericanos, se puede concluir que se realizaron diversos avances que tienen consecuencias positivas tanto a corto como a largo plazo.

Los resultados óptimos, que son los más próximos, muestran que, en general, la gente que fue partícipe de los muchos proyectos que se realizaron en estos últimos 10 años (considerando este espacio temporal como un periodo prudente para realizar el análisis para poder explicar el tema de este artículo) tiene ahora las herramientas necesarias para lograr un impacto que favorezca a los individuos que forman parte de su espacio interactivo cultural y social.

Por otro lado, para poder entender los efectos positivos a largo plazo de este tipo de estrategias, hay que considerar que los procesos transdisciplinarios pueden lograr generar entendimiento con respecto al presente y a los retos que se presentan en la realidad actual tal y como la conocemos. Nuestro mundo se hace cada vez más complejo y solo viendo el panorama desde todos los aspectos posibles es que se puede llegar a comprender y enfrentar las situaciones a las que el hombre se enfrenta.

Como explica Sergio Osorio (2012), de la Universidad Militar de Nueva Granada, usando como referencia a Edgar Morón (quien escribió acerca de lo que implica el “pensamiento complejo” desde la sociología):

Esto implica que el uso de metodologías transdisciplinarias no siempre fue visto como algo factible. Sin embargo, considerando la complejidad de nuestra realidad, hay que pensar que hoy existen muchos factores que hacen que la vida del ser humano y el desarrollo de las sociedades se lleven a cabo en dimensiones que hace un par de décadas no eran relevantes, como por ejemplo el uso de la tecnología móvil o los nuevos métodos de comunicación cada vez más modernos. (p. 1).

Esto evidentemente moldea la percepción del entorno del ser humano, pero sobre todo cómo se entiende y se aprende acerca del mundo. Como señala Elsa Guzmán de Moya (2004), “las reestructuraciones globales que se producen en la actualidad hacen que la educación se vea afectada por múltiples sinuosidades transversales a causa de tendencias o circunstancias disímiles” (párr. 1).

El escenario global se presenta con múltiples elementos nuevos y versátiles; es por eso que las problemáticas sociales deben enfrentarse de la misma manera en la que se presentan: en diferentes dimensiones. En otras palabras, los problemas actuales se pueden abordar desde distintas disciplinas porque abarcan múltiples factores de conocimiento interdisciplinar.

En este sentido, las prácticas dialógicas son vitales para el entendimiento del medio y de los nuevos retos a los que se enfrenta la humanidad. Volviendo al ámbito educativo, se puede concluir que solamente a través de una mirada crítica y una educación que se base en la complementariedad de ideas a base de diálogo es que las sociedades pueden evaluar todo el panorama social al que se encuentran expuestas y poder hacerse conscientes de cada aspecto.

Gracias al diálogo se puede formar una red de datos e información generada entre individuos con un interés común, y de esta forma se pueden desarrollar soluciones a problemáticas diversas o mejoras en diferentes proyectos.

Por otro lado, para lograr crear espacios de educación en base a un diálogo crítico y transversal, es necesario generar participación, no de manera individual sino multiactoral. Como ya se vio en el presente artículo, si se ofrece una apertura de participación a expertos de distintas áreas y se les da voz a aquellos que tienen mucho que decir pero no tuvieron la oportunidad de hacerlo, se puede llegar a conclusiones o resultados que no serían posibles de no ser por las diferentes perspectivas que ofrece la comunicación colectiva y las distintas perspectivas de personas diversas. Todo esto a través de una estrategia multiactoral debidamente efectuada para hacer de la transdisciplinariedad algo factible y equilibrado.

Por último, si se quiere generar un sentido de conciencia de desarrollo sostenible (lo cual solo se puede lograr mediante acciones colectivas) es necesario que la comunicación sea horizontal. Que el debate o la conversación no solo venga de un emisor o conjunto de emisores, sino más bien de todos los actores. Solo así, la transdisciplinariedad aplicada a metodologías colaborativas será factible y debidamente ejecutada.

Referencias

- Arnnz, L. (2011). *Metodología participativa y cooperación para el desarrollo*. Recuperado de http://www.democraciaycooperacion.net/IMG/pdf/CIMAS_Met_participativa_Coop.pdf
- Barbón, P., López, C., & Olga, G. (2014). Formación permanente, superación profesional y profesionalización pedagógica. Tres procesos de carácter continuo y necesario impacto social. *Revista Cubana de Reumatología*, 16(1), 59-62. Recuperado en 04 de junio de 2019, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S181759962014000100012&lng=es&tlng=es.
- Beltrán, L. R. (1981). Adiós a Aristóteles: La comunicación "horizontal". *Comunicación y Sociedad*, (6), 5-35. Recuperado de <http://www.rebellion.org/docs/54654.pdf>

- Beltrán, L. R. (2007). Un adiós a Aristóteles: La comunicación "horizontal". *Punto Cero*, 12(15), 69-92. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762007000200009&script=sci_arttext
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Caballo, M. B., Gradaílle, R., & Silva, A. (2017). Derecho a la educación, movilización estudiantil y desarrollo comunitario. La experiencia de escuelas ocupadas de Porto Alegre (Brasil). *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, (89), 117-129.
- Carmona, M. (2004). Transdisciplinariedad: Una propuesta para la Educación Superior en Venezuela. *Revista de Pedagogía*, 25(73), 59-70. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-97922004000200007&lng=es&tlng=es
- Chaljub, J. (2005). *Equipos docentes y Liderazgo Compartido* (Suficiencia investigadora de Doctorado, Universidad de Murcia, Murcia, España). Recuperado de <http://formeduper.blogspot.com/2015/05/liderazgo-compartido-y-colaboracion.html>
- Chávez, M. (2013). Una teoría para la educación transdisciplinaria (Basada en el Manifiesto de Basarab Nicolescu). *Revista Psicológica Herediana*, (8), 1-10. Recuperado de <http://www.upch.edu.pe/vrinve/dugic/revistas/index.php/RPH/article/download/2944/2822>
- Conider. (2015). Avances decis WKKF 2014-2015 [Entrada en un *blog*]. Recuperado de <https://www.conider.org/index.php/9-noticias/38-titulo-de-la-noticia-8>
- Copello, M., & Sanmartí, N. (2001). Fundamentos de un modelo de formación permanente del profesorado de ciencias centrado en la reflexión dialógica sobre las concepciones y las prácticas. *Enseñanza de las ciencias: revista de investigación y experiencias didácticas* 19(2), 269-283.

Eizagirre, M., Murguialday, C., & Pérez de Alimiño, K. (2006). Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación para el Desarrollo. *Empoderamiento*. Recuperado de <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/86>

En este modelo de terapia más que orientarnos a autoconocernos, lo que hacemos es construirnos socialmente. (septiembre, 2014). *Líniabadalona.cat*. Recuperado de http://media.wix.com/ugd/f53572_2b8c2f7c0f394d9b89053004915c2d9d.pdf

Freire, P. (2005). *Pedagogía del oprimido*. Ciudad de México: Siglo XXI.

García, A., Guerrero, R., & Granados, J. (2015). Buenas prácticas en los entornos virtuales de enseñanza-aprendizaje. *Revista Cubana de Educación Superior*, 34(3), 76-88. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0257-43142015000300006&lng=es&tlng=es

García, Y., Herrera, J., García, M., & Guevara, G. (2015). El trabajo colaborativo y su influencia en el desarrollo de la cultura profesional docente. *Gaceta Médica Espirituana*, 17(1), 60-67. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1608-89212015000100006&lng=es&tlng=es

García-Valcárcel, A., Hernández, A., & Recamán, A. (2012). La metodología a metodología del aprendizaje colaborativo a través de las TIC: una aproximación a las opiniones de profesores y alumnos. *Revista Complutense de Educación*, 23(1), 161-188. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/download/39108/37721>

Glaser, E. M. (2017). *Defining Critical Thinking*. Idaho: International Center for the Assessment of Higher Order Thinking.

Gobierno Autónomo Departamental de Santa Cruz. (2018). *Proyecto. "Centro de Educación Ambiental para la Interpretación de la Naturaleza y Estudio de la Biodiversidad"*. Recuperado de <http://www.santacruz.gob.bo/sczturistica/medioambiente/educacion/contenido/2906/30043>

- Guzmán de Moya, E. (2004). Complejidad, posmodernidad y globalización: disyuntivas de la formación. *Investigación y Postgrado*, 19(1), 11-32. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872004000100002&lng=es&tlng=es
- Gros, B. (2008). *El aprendizaje colaborativo a través de la red: límites y posibilidades*. Universidad de Barcelona. Recuperado de <http://web20.freetzi.com/EIAp.pdf>
- Las TIC como instrumento para ayudar a Puerto Rico [Entrada en un *blog*]. (2 de noviembre de 2017). *Brecha Cero*. Recuperado de www.brechacero.com/las-tic-como-instrumento-para-ayudar-a-puerto-rico/
- López, A. (2015). Educación universitaria venezolana y transdisciplinariedad: Un entramado interdisciplinario más allá de los retos. *Arje*, 9(17), 124-131. Recuperado de <http://www.arje.bc.uc.edu.ve/arj17/art10.pdf>
- Marsiglia, J. (2009). *¿Cómo gestionar la diferencia?: la articulación de actores para el desarrollo local* (Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires, Argentina). Recuperado de http://cienciassociales.edu.uy/wpcontent/uploads/2013/archivos/Mesa_8_Marsiglia.pdf
- Molina, S. (2016). *Metodología del proyecto transdisciplinario "Las formas del cambio"*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de <http://elmeccs.fahce.unlp.edu.ar/v-elmeccs/actas-2016/MolinayVediaDelCastillo.pdf>
- Morales, J. (2013). Las prácticas colaborativas en el aprendizaje como facilitadores para la apropiación social de las tecnologías de la información y la comunicación. *Anuario Flor de Ceibo*, (6), 265-272. Montevideo: Universidad de la República de Uruguay. Recuperado de <https://bit.ly/2AgiAgf>
- Motta, R. (2002). Complejidad, educación y transdisciplinariedad. *Polis*, (3), 1-21. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/305/30510313.pdf>

- Lacabanne, R. (2010). ¿ Qué entendemos por interactividad? Red Mercosur de Facultades de Diseño y Arte Multimedial, Terceras Jornadas Interuniversitarias. Recuperado de https://www.academia.edu/475633/_Qu%C3%A9_entendemos_por_interactividad?auto=download
- Olson, M. (1992). *La lógica de la acción colectiva*. Ciudad de México: Limusa Noriega.
- Osorio, N. (2012). El pensamiento complejo y la transdisciplinariedad: Fenómenos emergentes de una nueva racionalidad. *Universidad Militar de Nueva Granada*, 20(1). 269-291.
- Paulino, E., Marmolejos, J., & Gómez, R. (2014). *Propuesta de estrategias que fomentan el aprendizaje y la solución de problemas en las ciencias básicas fortaleciendo la interpretación y aplicación del despeje, la sustitución numérica en ecuaciones y fórmulas, para los estudiantes del ciclo básico de la Universidad Autónoma de Santo Domingo*. Trabajo presentado en el Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación, Buenos Aires, Argentina. Resumen recuperado de <https://www.oei.es/historico/congreso2014/memoriactei/449.pdf>
- Pérez, E., Moya, N., & Curcu, A. (2013). Transdisciplinariedad y educación. *Educere*, 17(56), 15-26. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/356/35630150014/>
- Quesada, A. (2009). Aprendizaje colaborativo e interuniversitario en línea: una experiencia asíncrona y síncrona. *Revista de lenguas modernas*, (12), 197-210. Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/rlm/article/view/9478/8928>
- Ramírez, P., Rondán, F., & Arenas, J. (2010). Influencia del Género en la Percepción y Adopción de e-Learning: Estudio Exploratorio en una Universidad Chilena. *Journal of Technology Management & Innovation*, 5(3), 129-141. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/847/84716412010.pdf>

- Ricci, M. (2007). Aplicación y beneficios del uso del aula virtual en la educación superior universitaria en Córdoba-Argentina. Trabajo presentado en el VIII Encuentro Internacional Educa Brasil 2007, Sao Paulo, Brasil. Resumen recuperado de <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:19331/n07ricci07.pdf>
- Rodríguez, M., & Fontana, A. (2015). La estrategia de trabajo colaborativo del proyecto UNA Educación de Calidad de la Universidad Nacional de Costa Rica: Experiencia de la modalidad de talleres. *Revista Electrónica Educare*, 18(1), 193-2018.
- Rodríguez, N., Mercedes, L., & Galindo, G. (2017). El aprendizaje cooperativo integrado al estudio de casos en la activación de la formación de ingenieros industriales. *Universidad y Sociedad*, 9(2), 68-75. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000200008&lng=es&tlng=es
- Vélez, I., Rátiva, S., & Varela, D. (2012). Cartografía social como metodología participativa y colaborativa de investigación en el territorio afrodescendiente de la cuenca alta del río Cauca. *Cuadernos de geografía*, 21(2), 59-73.
- Villar, M., Pernas, R., & Virginio, A. (2017). Derecho a la educación, movilización estudiantil y desarrollo comunitario la experiencia de escuelas ocupadas de Porto Alegre (Brasil). *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, (89), 117-129.
- Zazo, A., Ardines, S., & Castro, E. (2015). Redes de colaboración de las unidades de investigación de la Universidad de Panamá: investigación, desarrollo e innovación. *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 26(2). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93141397005>

Distinta representación mediática de hechos políticos entre *Página Siete* y *La Razón*

Different media representation of political events in *Página Siete* and *La Razón*

Lic. Lorna Norma Arauz Rodríguez¹

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

Fecha de recepción: 16 de marzo de 2019

Fecha de aprobación: 17 de mayo de 2019

Resumen

*La inquietud investigativa de este trabajo es la calidad periodística en Bolivia y cómo esta se desenvuelve. Después de un monitoreo de medios, se busca estudiar el comportamiento de los medios de comunicación en la estructuración y difusión de la noticia. Se logró demostrar que hay una representación diferenciada de hechos políticos entre *Página Siete* y *La Razón*, mediada por el sistema capitalista y a través del tipo y origen de la publicidad de ambos medios. Para evidenciar la representación diferenciada se analizaron elementos semióticos de las noticias políticas y el discurso que buscan emitir. La importancia del tema radica en que esta diferencia de discursos afecta a la calidad periodística y, por ende, a la capacidad crítica de las personas, además de polarizar la opinión pública.*

Palabras clave

Periodismo, calidad periodística, representación, capitalismo, política, discurso periodístico.

Abstract

*This work address the journalistic quality in Bolivia and how it develops. After a media monitoring, we seek to study the behavior of the media in the structuring and dissemination of news. It is possible to demonstrate that there is a differentiated representation of political events between *Página Siete* and *La Razón*, mediated by the capitalist system, through the type and origin of the publicity of both media. To demonstrate the differentiated representation, semiotic elements of the political news were analyzed, and the discourse that is intended to be issued. The importance of the subject lies in the fact that this difference in discourse affects the journalistic quality and, therefore, the critical capacity of the people, in addition to polarizing public opinion.*

1 Lorna Norma Arauz Rodríguez es Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo". La Paz-Bolivia. Correo electrónico: lornita95@gmail.com

Keywords

Journalism, journalistic quality, representation, capitalism, politics, journalistic discourse.

I. Introducción

La inquietud investigativa con la que se parte en este trabajo está relacionada con la calidad periodística en Bolivia y cómo esta se desenvuelve. Inicialmente, después de un monitoreo mediático, se determinó de manera general estudiar el comportamiento de los medios de comunicación en la estructuración y difusión de la noticia. Luego, de manera más específica se definió que el fenómeno a ser estudiado será la representación diferenciada de la sección política de las ediciones de domingo de *Página Siete* y *La Razón* entre julio y noviembre de 2017. El fenómeno se encuentra en el área de la sociología de la comunicación de masas, como línea general; y como específica, en los medios como organizaciones en contextos sociales complejos.

Figura 1

Delimitación de la pregunta de investigación

La primera parte (de arriba hacia abajo) se refiere al área temática; la segunda, a la pregunta inicial; la tercera, a la pregunta de investigación.



Fuente: elaboración propia.

Es pertinente analizar esta representación mediática diferenciada en el país, ya que los medios de comunicación construyen socialmente la realidad. “La democracia y la sociedad en general se centran en los medios de comunicación, que se convierten en el lugar del que consumimos información y generamos el proceso de ‘construcción social de la realidad’” (Peñaranda, 2002, pp. 93-94). “Sostiene Gomis (1991) que el efecto más importante de los medios es reforzar las ideas, los prejuicios y las convicciones de las audiencias” (Rossell, 2014, p. 66).

Por otro lado, si la calidad periodística en el país está en riesgo, la democracia se verá debilitada. “El funcionamiento deficiente del periodismo quiebra las mismas bases de la democracia como régimen de opinión” (Rodríguez, 2012, p. 156). “La información es una necesidad social, es un factor de educación, al igual que lo son la escuela y la confrontación de opiniones y de ideas” (Clausse, 1961, p. 17).

La comunicación, según Habermas (como se citó en Loayza & Peres, 2016), “es el proceso a través del cual los humanos pueden relacionarse entre sí y, en consecuencia, producir procesos de socialización, a través de las significaciones y pautas establecidas de entendimiento” (p. 35). Con este concepto, la investigación está en la línea de la comunicación, ya que la representación mediática diferenciada es un proceso en el que a través de las significaciones de los elementos semióticos del periódico se genera un discurso, el cual es la fuente referente del entendimiento de la sociedad.

En la edad media, el discurso religioso garantizaba la verdad; ésta, en la modernidad fue garantizada por la ciencia. Actualmente, si bien la ciencia sigue siendo una fuente referente de la verdad, necesita ser validada a su vez por otra instancia. Se trata de los medios de comunicación. Pues hoy nada existe si no está refrendado por ellos. (...) Su poder es tan fuerte que están haciendo que la realidad transmitida nos sea más real que el acontecimiento. (Meza, Quelca, Yáñez, Galvez & Paz, 2003, p. 20).

Por otro lado, permite al individuo “ser-en-sociedad”. Según Sampedro (como se citó en Peñaranda, 2002), “los medios de comunicación no nos dicen lo que tenemos que pensar, pero sí pensamos sobre los asuntos de los que nos informan. Delimitan la frontera de nuestros conocimientos y juicios” (p. 97).

Para la presente investigación se utilizó el paradigma de la teoría crítica, el cual parte de una perspectiva marxista. Estudia la comunicación dentro del amplio contexto social y cuestiona el papel de la comunicación en la desigualdad y el poder.

Este paradigma nace inspirado en el pensamiento de Karl Marx y Sigmund Freud. Marx estudia la filosofía de la sociedad capitalista a través de la dialéctica hegeliana para explicar las contradicciones entre la burguesía y el proletariado y cómo las sociedades evolucionan a través del tiempo. A través de la postura de Marx, la Escuela de Frankfurt intenta entender los medios de comunicación que están al servicio de las clases dominantes. Freud pretende entender la sociedad a través del psicoanálisis: plantea que el ser humano no es feliz porque existe un sistema capitalista.

En la elaboración de la tabla de categorías de análisis a priori y de los métodos de recolección de datos, hay que explicar cómo puede ser estructurada la sociedad, desde la perspectiva del paradigma de la teoría crítica. Para ello se tomó en cuenta la teoría de la acción comunicativa de Habermas, para el cual la estructura de la sociedad se divide en mundo objetivo, mundo social y mundo subjetivo. El mundo primero está relacionado con la cultura de la sociedad, es decir, se refiere al conjunto de saberes en el que los sujetos se basan en interpretaciones para entenderse entre ellos. El mundo social está relacionado con la sociedad, es decir, se basa en las relaciones sociales entre individuos. El mundo subjetivo se relaciona con la personalidad y se refiere a cómo es el comportamiento dentro del mismo sujeto.

II. ¿Por qué se analizará *Página Siete* y *La Razón*?

La Razón es un periódico considerado como “medio paraestatal” en el libro *Control remoto*, de Raúl Peñaranda (2014):

La Razón entrega a su público una información claramente orientada hacia los intereses del gobierno (pero que incluye noticias y artículos eventuales de carácter independiente). (...) Tres estudios que analizaron la información de *La Razón* detectaron su inclinación pro-gubernamental (p. 55).

Página Siete, en el mismo libro, es considerado un medio independiente. “*Página Siete*, como cualquier diario independiente del mundo, refleja lo que

ve. Las páginas informativas y editoriales reconocen los aspectos positivos del oficialismo y señala los que se consideran negativos” (Peñaranda, 2014, p. 123).

Por otro lado, en el suplemento difundido por *La Razón*, “Encuentros. Periódico para la reflexión política” (Vicepresidencia de Bolivia, 2018), un artículo indica que *Página Siete* está vinculada con la dictadura y el neoliberalismo, además de ser un periódico sin ética y sin moral (pp. 4-5).

Es importante e interesante realizar esta investigación con base en estos dos medios para afirmar o refutar estas proposiciones. Cabe recalcar que las afirmaciones presentadas en el libro de Peñaranda y en el artículo del suplemento “Encuentros. Periódico para la reflexión política” son un punto base para identificar a la población estudiada y no afectaron al desarrollo de la investigación.

¿Por qué se analizará la sección política? Esta sección es donde más se evidencia la docilidad o la depauperación de la agenda mediática. “Esta enorme y creciente influencia de los medios, en particular electrónicos, se ha advertido mejor que en otro ámbito en el mundo político, que lucha por tener más presencia en el público general a través de los medios de comunicación” (Kapuscinski, 2004, pp. 11-12).

El número y el tipo de textos que el periódico dedica para desarrollar la noticia básica pueden ser una medida, entre otras, de la importancia política y del interés periodístico que el periódico asigna a ese tema. El número de temarios donde se publican textos sobre un mismo tema de actualidad, proporciona otra medida posible: cuanto más alto, más hace sospechar la existencia de una estrategia específica sobre ese tema (Borrat, 1989, p.73).

¿Por qué se analizarán las ediciones de domingo? “De cada 10 personas, ocho escuchan o solo leen titulares. Esta cifra varía los fines de semana, particularmente los domingos, por lo menos en Bolivia, debido a que ese día hay más tiempo para leer las páginas de un diario” (Gómez, 2010, p. 206).

Para la recolección de datos, en primer lugar, se hizo una revisión documental para explicar y entender los conceptos de sociedad capitalista y representación.

Paralelamente se realizó un análisis de contenido cualitativo y cuantitativo. Posteriormente, se escogieron las noticias más sobresalientes de *Página Siete* y *La Razón* en el periodo analizado, para aplicar a estas las matrices de análisis de discurso. A partir de este análisis se puede evidenciar el tipo de discurso que difunden ambos diarios.

III. Los medios de comunicación en la sociedad capitalista

La presente investigación toma en cuenta la economía política. Esta conceptualiza al término “capital” como dinero invertido para generar más dinero, es decir, incrementarlo. Marx (1890) afirma que el capital, según la economía política, es la riqueza acumulada invertida para producir plusvalía (p. 1786).

El capital se origina tras un intercambio de dinero en mercancía y esta, en dinero, pero con una diferencia cuantitativa: se entrega un dinero para posteriormente recoger más dinero, lo cual se llama plusvalía.

En la sociedad capitalista no importa la mercancía, es decir, no se vende para comprar, sino se compra para vender. Las personas empiezan a invertir, ya que lo fundamental es recuperar el dinero, pero con una ganancia.

¿Qué es la plusvalía? La plusvalía absoluta es la que se obtiene aumentando las horas de trabajo excedente y la plusvalía relativa es la que se obtiene reduciendo las horas de trabajo necesario.

La plusvalía producida mediante la prolongación de la jornada de trabajo es la que yo llamo plusvalía absoluta; por el contrario, la que se logra reduciendo el tiempo de trabajo necesario, con el consiguiente cambio en cuanto a la proporción de magnitudes entre ambas partes de la jornada de trabajo, la designo con el nombre de plusvalía relativa. (Marx, 1890, p. 936).

La mercancía es vista como medio de producción, es decir, para ser intercambiada. No importa el tipo de necesidades que cumpla, ni cómo lo haga. En el caso de los medios de comunicación, es el periódico que se publica diariamente. En una sociedad capitalista lo que importa sería el intercambio adecuado que se haga en busca de la ganancia; no importaría qué necesidades cumpliría ni cómo es producida la mercancía.

Básicamente, el trabajo consiste en transformar un objeto en otro de acuerdo a los usos y necesidades del hombre, y gracias a distintos medios. En el proceso de trabajo, la actividad del hombre consigue, valiéndose del instrumento correspondiente, transformar el objeto sobre que versa el trabajo con arreglo al fin perseguido.

Este proceso desemboca y se extingue en el producto. Este es un valor de uso, una materia dispuesta por la naturaleza y adaptada a las necesidades humanas mediante un cambio de forma. En la sociedad capitalista la empresa debe encargarse de la producción, en este caso de noticias, y debe adueñarse de estas. Además, el medio de comunicación debe asegurarse de tener sostenibilidad económica y ganancias para evitar su cierre.

En las sociedades capitalistas, los procesos de producción además de cumplir esta doble función deben estar diseñados para ser viables comercialmente. (...) Es decir, los procesos productivos para reproducirse se adaptan a los mercados en los que actúan y modifican a su vez, en la medida de lo posible, el funcionamiento de dichos mercados para hacer viable su reproducción (Gallego, 1998, p. 31).

El valor de uso está relacionado con el uso o con el consumo de la mercancía. Este determina el valor económico en el intercambio de productos. “Los valores de uso forman el contenido material de la riqueza, cualquiera que sea la forma social de ésta. En el tipo de sociedad que proponemos estudiar, los valores de uso son, además, el soporte material del valor de cambio” (Marx, 1890, p. 85).

El valor de uso en el caso de los medios de comunicación es el contenido de las noticias publicadas. El tipo de contenido que se produzca generará un mayor intercambio con algunos sectores, y uno menor con otros.

Dos productos no pueden intercambiarse siendo el mismo objeto; deben ser distintos, pero tener el mismo valor. “Si no fuesen valores de uso cualitativamente distintos y, por tanto, productos de trabajos útiles cualitativamente distintos también, aquellos objetos bajo ningún concepto podrían enfrentarse el uno con el otro como mercancías” (Marx, 1890, p. 99).

En el caso del intercambio que se produce en este caso, las empresas proporcionan publicidad, y el medio de comunicación se encarga de la difusión,

o en caso contrario el medio de comunicación da el apoyo en la difusión y la empresa en la sostenibilidad de este. Ambos no son iguales, pero presentan el mismo valor.

Para intercambiar un producto con otro, ambos deben tener un mismo valor. La única manera para mostrar que esos valores son iguales es mediante sus valores de uso. Para que se produzca un intercambio efectivo entre el medio de comunicación y la empresa que genera la publicidad, ambos deben resultar beneficiados, acorde con sus necesidades. Es decir, debe haber una ganancia para ambas partes.

Por otro lado, cada mercancía posee un dueño, y este, para venderla o intercambiarla, debe estar dispuesto a hacerlo y a hablar con el dueño del otro producto para llegar a un mutuo acuerdo.

Para que estas cosas [ambos productos] se relacionen las unas con las otras como mercancías, es necesario que sus guardianes se relacionen entre sí como personas cuyas voluntades moran en aquellos objetos, de tal modo que cada poseedor de una mercancía sólo pueda apoderarse de la de otro por voluntad de éste y desprendiéndose de la suya propia; es decir, por medio de un acto de voluntad común a ambos. Es necesario, por consiguiente, que ambas personas se reconozcan como propietarios privados. (Marx, 1890, pp. 232-233).

El medio de comunicación se relaciona con la persona que entregará publicidad para ser difundida en el periódico; tras un mutuo acuerdo, ocurre este intercambio. Ambos son propietarios “privados”.

Como consecuencia del permanente diálogo entre las necesidades de colaborar para producir y de enfrentarse para apropiarse de lo producido consiguiendo simultáneamente la viabilidad mercantil de los procesos productivos resultantes, surgen modos diversos de organizar la producción y los procesos de financiación y comercialización adecuados a las necesidades de los distintos procesos productivos.

Estos contextos institucionales particularizados se forman frecuentemente como resultado de la acción autónoma de los particulares que van estableciendo pautas de comportamiento y de relación funcionales con las características productivas y distributivas del proceso de producción establecido. (Gallego, 1998, pp. 31-32).

La necesidad de que el medio de comunicación sea sustentable económicamente generará que los acuerdos de intercambio crezcan para que haya una viabilidad comercial para el medio.

Los procesos de producción e intercambio se desenvuelven en el contexto de unas normas y unos modos de aplicarlas que en parte emanan de las distintas administraciones públicas. Las necesidades de financiación de éstas últimas y los procesos de inversión y redistributivos en los que se ven implicados provocan, a su vez, corrientes de ingresos y gastos públicos que repercuten directamente tanto en los procesos productivos como en el modo de funcionamiento de los mercados. (Gallego, 1998, p. 35).

El intercambio entre empresa privada o Estado y medio de comunicación genera conexiones mercantiles que no siempre derivan en un desarrollo equilibrado social, ni ético.

Las conexiones mercantiles directas o indirectas entre todas ellas y la necesaria viabilidad comercial de los distintos procesos productivos, son los mecanismos que aseguran la articulación de todas las plazas del sistema económico. Pese a su elevada intensidad, estas conexiones no asegurarán necesariamente un desarrollo equilibrado ni en lo ecológico ni en lo social. (Gallegos, 1998, p. 32).

Por otro lado, al crecer la empresa, también empezarán a crecer los actores participantes en los procesos de negociación, ya sea que su participación sea de manera directa o indirecta. “El proceso de expansión de las redes mercantiles y políticas dará también lugar a una creciente diversidad de los grupos que actúan directa o indirectamente en los procesos de negociación” (Gallego, 1998, p. 32).

Cuanto mayor sea el alcance y el público del medio de comunicación, también empezarán a crecer las negociaciones con personas (en su mayoría externas); en general, relacionadas con la publicidad.

IV. ¿Qué es la representación?

La representación se refiere a cómo se utiliza el lenguaje para producir significado para las personas. En palabras de Navarro (1999), es “el proceso mediante el cual los miembros de una cultura utilizan el lenguaje (entendido como todo tipo de sistemas significantes) para producir significado” (p. 1).

Por otro lado, Hall (2010) define de manera similar al término representación como “el uso del lenguaje para decir algo significativo acerca de algo, o para representar el mundo significativamente para las demás personas” (p. 15).

Para Stuart Hall, representación es la “producción de significados de conceptos en nuestras mentes mediante el lenguaje. Es el puente que se establece entre los conceptos y el lenguaje, que permite referirnos a objetos del mundo real”, personas o hechos, o también, a mundos imaginarios de objetos, personas o hechos ficticios. De allí que hay dos procesos implicados o, mejor, dos sistemas de representación: a) las representaciones mentales y b) el lenguaje. (Navarro, 1999, p. 3)

Hall (como se citó en Limachi, 2018) menciona que la

representación significa usar el lenguaje para decir algo con sentido sobre el mundo o para representarlo de manera significativa a otras personas (...). La representación es una parte esencial del proceso mediante el cual se produce el sentido y se intercambia entre los miembros de una cultura. Pero implica el uso del lenguaje, de los signos y las imágenes que están en lugar de las cosas o las representan (p. 18).

La representación permite crear significado a través de una “copia” de la realidad.

El significado depende de los sistemas de conceptos e imágenes que se forman en nuestra mente y que están en lugar de algo o “representan” el mundo, permitiéndonos a nosotros referirnos a las cosas dentro y fuera de nuestra mente. (Navarro, 1999, pp. 3-4).

En el caso de los medios de comunicación, ellos utilizan a la noticia como “copia” o modo de representar un hecho. Este “reflejo” que muestran a la sociedad les permite a los miembros de esta tener conocimiento y referirse a los hechos que ellos no pudieron ver por sí mismos.

La representación se forma mediante un conjunto de palabras organizadas, clasificadas, utilizadas y relacionadas entre sí con el propósito de crear un determinado significado, el cual no solo depende del lenguaje, sino también del contexto personal de cada individuo.

Lo llamamos “sistema de representación” pues no se trata de conceptos individuales, sino de diferentes formas de organizar y clasificar conceptos, y de establecer relaciones entre ellos. De esta forma, el significado depende de las relaciones que se establezcan entre el mundo (objetos, personas y hechos reales o ficticios), y el sistema conceptual, el cual opera como una representación mental de dicho mundo. (Navarro, 1999, p. 4).

En la presente investigación se toma en cuenta este concepto y esta manera en la que se forma una representación, ya que una noticia puede variar con respecto a otra por conceptos que están agrupados y utilizados de cierta manera, lo que le da un significado propio a aquella. En cambio, al utilizar otros conceptos o agruparlos y relacionarlos de otra manera, la noticia cambia de significado.

V. Discurso de *Página Siete* y *La Razón*

En el presente apartado se hará un análisis de las noticias más sobresalientes en el periodo analizado.

V.1. *Página Siete*

En el caso de *Página Siete* hay parte y contraparte en la mayoría de sus noticias y presenta tanto artículos positivos como negativos para el Gobierno. Sin embargo, sí emplea algunos adjetivos en las noticias o en algunos enfoques que desfavorecen al Gobierno. Los cuadros que se muestran a continuación presentan el *lead* o entradilla, un párrafo que requiera de especial atención (en caso que amerite); ambos como reproducción textual y una interpretación. Esta se deriva de un análisis de discurso *a priori*.

Tabla 1
“El Gobierno busca impedir los logros que podríamos tener”

<i>Lead</i>	“Hay temas de la ciudad que, más que pendientes son grandes desafíos, muchos de ellos a largo plazo”, señala el alcalde Luis Revilla. Por ello desde su gestión impulsa una serie de proyectos con miras a mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta urbe, que este mes celebra 208 años de su grito libertario.
Párrafo de especial interés	Hay también un acoso político partidario que sufre la municipalidad por parte del partido del Gobierno que busca inviabilizar o impedir logros que podríamos tener como gestión en materia de ordenamiento del transporte, de ordenamiento del comercio o con los loteadores... [Luis Revilla].
Interpretación	La idea principal de la nota son los logros de la Alcaldía. Estos se enmarcan en un proceso en curso, aún inconcluso, en las palabras del alcalde de La Paz. El titular es una cita del alcalde, en la que achaca al Gobierno el incumplimiento de algunos objetivos de la institución edil. Sin embargo, esa afirmación no es el centro de la nota, ni ocupa gran parte de ella; sólo se encuentra en el último párrafo.

Tabla 2
MAS evita la censura a ministro por millonaria obra abandonada

<i>Lead</i>	La bancada del Movimiento Al Socialismo (MAS) impidió la censura del ministro de Desarrollo Productivo Eugenio Rojas, interpelado por la fallida obra de construcción de un mercado modelo en el Plan 3000 de Santa Cruz, con el perjuicio de 2.444 comerciantes.
Interpretación	El hecho de la noticia es que 2.444 comerciantes fueron perjudicados porque una obra con un costo de 5 millones de dólares y dirigida a ellos será demolida. Sin embargo, <i>Página Siete</i> enfoca su nota en la censura del ministro Rojas, evitada por el MAS.

Tabla 3
“Creen que Patzi será candidato y por eso le obstaculizan en todo”

<i>Lead</i>	El gobernador de La Paz, Félix Patzi, como todos, cree que el desarrollo de La Paz está estancado y que, si no se modifica la estructura financiera del país, será difícil que eso cambie. Desafía que de una vez el país se vuelva centralista porque ahora su despacho no puede atender las competencias que le asigna la ley porque no tiene recursos. Aunque lloren o chillen, dice, no se podrá reconstruir los hospitales del complejo de Miraflores.
Párrafo de especial interés	Al parecer, eso provocó para que no tengamos rédito político, porque se han fijado en la mente que el Patzi va a ser candidato a presidente y por lo tanto hay que obstaculizarlo en todo para que no sea visible su eficiencia en la Gobernación y de esa manera no permitir su salto de candidatura de la Gobernación a la Presidencia. Se les marcó eso y empezaron los celos increíbles. [Félix Patzi].
Interpretación	La idea principal de la nota son los logros de la Gobernación de La Paz, a propósito de las celebraciones del 16 de Julio El titular es una cita del gobernador, en la que este identifica al Gobierno como culpable de los obstáculos que enfrenta su gestión. Sin embargo, esa afirmación no es el centro de la nota, ni ocupa gran parte de esta; solo se encuentra en las últimas preguntas de la entrevista.

Tabla 4
Evo promulgará hoy una ley polémica sobre el TIPNIS

<i>Lead</i>	En medio de críticas a su discurso en defensa de la Pachamama (Madre Tierra) y también de apoyo a la carretera por el Territorio Indígena y Parque Nacional Isiboro Sécuré (TIPNIS), el presidente Evo Morales tiene previsto promulgar hoy la Ley 266 de Protección, Desarrollo Integral y Sustentable del TIPNIS.
Párrafo de especial interés	Con la puesta en vigencia de la polémica norma, que será promulgada en Trinidad –aprobada en apenas una semana por la Asamblea Legislativa Plurinacional–, queda eliminada la intangibilidad (que prohibía construir la carretera Villa Tunari-San Ignacio de Moxos) de esa reserva nacional.
Interpretación	Lo que cabe destacar en esta noticia es el adjetivo “polémica”. Para tratar de ser más objetivos en una noticia se debe evitar el uso de adjetivos. En este caso se debería haber puesto solos “la ley” o “la norma”.

Tabla 5
Candidato opositor ganaría las elecciones a un masista

<i>Lead</i>	Según la más reciente encuesta de la empresa Mercados y Muestras para <i>Página Siete</i> , un opositor ganaría las elecciones a un masista.
Párrafo de especial interés	En este caso, el ejercicio consiste en preguntar sobre la preferencia entre un opositor y un masista sin identificar el nombre de ninguno de los dos.
Interpretación	Estas encuestas son realizadas por iniciativa del medio. Lo que llama la atención es que en lugar de indicar si la gente preferiría votar por alguien del oficialismo o la oposición; se coloca masista o candidato opositor.

Tabla 6
Vetaron la reelección eterna para evitar lo que quiere hacer el MAS

<i>Lead</i>	Hace 10 años, en la Asamblea Constituyente, el MAS intentó incorporar la reelección indefinida, pero fue rechazada y los mismos constituyentes pusieron candados para evitar que una persona se eternice en el poder.
Interpretación	En esta noticia se muestran más argumentos de personas o grupos sociales que están en contra de la reelección de Evo Morales, y se deja un pequeño espacio para que se pronuncien las instancias que apoyan esa reelección.

Tabla 7
“La vez que Quiroga hizo llorar a Evo y las veces que le dijo NO”

<i>Lead</i>	Evo Morales no entiende ni tolera que alguien le diga que No. Lo sabe el país que ya le dijo No a su repostulación en el referendo de febrero de 2016 y, pese a eso, él insiste en ser candidato presidencial. Pero, quien más lo sabe es José Antonio Quiroga, que le dijo No a todas sus propuestas: la de ser su vicepresidenciable, candidato a alcalde, senador, ministro, lo que fuera.
Interpretación	Hay dos cosas que vale la pena rescatar de esta nota periodística. La primera es el “no” en mayúsculas del titular. En segundo lugar, el <i>lead</i> se aproxima más a un artículo de opinión que al <i>lead</i> de nota periodística o entrevista, ya que desde el principio se muestra una posición del periodista o del medio.

Tabla 8
“Preocupado por Ecuador, Evo no piensa en otro que no sea él”

<i>Lead</i>	Luis Verdesoto es un destacado académico ecuatoriano que, entre otras actividades, imparte clases en la Universidad Complutense de Madrid y la Universidad Andina Simón Bolívar. Es doctor en Estudios Políticos y aglutina a la Plataforma por la Democracia y los Derechos Humanos de Ecuador. Hace poco estuvo en Bolivia, donde conversó con <i>Página Siete</i> , sobre la incipiente transición en su país y sobre el intento reeleccionista del presidente Evo Morales.
Párrafo de especial interés	En Ecuador, el presidente Lenin Moreno fue el candidato delfín de Rafael Correa, pero tras obtener una mayoría precaria terminó rompiendo con el exmandatario y abriéndose a la oposición. Conocedor de esa realidad, el presidente Evo Morales, según Verdesoto, no piensa en otra opción que no sea él mismo para postular a la Presidencia de Bolivia.
Interpretación	Lo que llama la atención de esta noticia es el enfoque que se le da, junto con el titular: se menciona (si bien en una cita textual) que Evo no piensa en otros, solo en él mismo.

Tabla 9
¿Quién es el personaje al que Evo pidió la fórmula la reelección?

<i>Lead</i>	Teodoro Obiang, gobierna [sic] Guinea Ecuatorial (África) desde 1979. En su visita a Bolivia, Obiang recibió de manos del presidente Evo Morales la más alta distinción, el Cóndor de Los Andes.
Párrafo de especial interés	En un acto que se realizó en Palacio de Gobierno, Morales destacó la trayectoria de su homólogo, incluso le pidió la fórmula para obtener más de 90% de votos en una elección.
Interpretación	Lo que llama la atención de esta noticia es el titular y la frase “pedir la fórmula de la reelección”.

V.2. La Razón

En el caso de *La Razón* no hay adjetivos o enfoques que favorezcan a un partido. Sin embargo, la mayoría de noticias que hablan del Gobierno son a favor de este y se encuentran en una sección denominada “Lo urgente”. Por esta razón, en este apartado hay una tabla diferente a las que se presenta en la sección de análisis del material de *Página Siete*: se enuncian los titulares de apoyo al gobierno junto con la sección en la que aparecen.

Tabla 10
Titulares de apoyo al gobierno en *La Razón*

Titular	Sección donde se encuentra
Morales presenta programa para el agro	“Lo urgente”
Darán 3 millones a cada municipio	“Lo urgente”
Morales inaugura la doble vía San Roque- Huarina	“Lo urgente”
Evo valora a dirigentes por campaña en favor del mar.	“Lo urgente”
Morales entrega retroexcavadora	“Lo urgente”
Evo Morales entregó Coliseo en Río Blanco	“Lo urgente”
Morales defiende a policías	“Lo urgente”
Morales y Costas entregan puente cruceño	“Lo urgente”
El Gobierno garantiza \$us 18 MM para camélidos	“Lo urgente”
Presidente enciende la TEA de Murillo y pide UNIDAD	“Lo urgente”
Morales entregó títulos y tractores en Cobija	Nacional
Vice: “Si había Evo hace 100 años, no se perdía el mar”	“Lo urgente”
Cobra fuerza pugna por la vía en el Tipnis y Evo ofrece obras.	“Lo urgente”
Evo recuerda las muertes de Banzer del 71.	“Lo urgente”

V.3. Comparación de un mismo hecho representado por ambos medios

A continuación, se compararán dos noticias de ambos periódicos. La primera es el discurso pronunciado por Evo Morales el 1 de febrero del 2017, cubierto por ambos periódicos de manera distinta. *Página Siete* hace énfasis en la frase “no queremos servidores que estén chupándome las tetillas”, la cual ocasionó burlas en las redes sociales. La frase fue desarrollada en los primeros párrafos, y se puso la denuncia en los siguientes. Mientras, *La Razón* hace énfasis en la denuncia sobre burocracia, venta y cobros en la administración pública, de la cual se habla en los primeros párrafos, dejando la polémica frase para los

últimos. En la siguiente tabla se comparará el titular y el primer párrafo de ambos periódicos sobre el mismo hecho.

Tabla 11
Comparación de *Página Siete* y *La Razón* sobre el discurso de Evo Morales del 1 de febrero del 2017

Periódico	<i>Página Siete</i>	<i>La Razón</i>
Titular	Evo: No queremos servidores que estén chupándose las tetillas	Evo denuncia burocracia y venta y cobro por cargos en la administración pública
Lead	El presidente Evo Morales sostuvo ayer que no quiere en su gobierno servidores públicos que le estén "chupando las tetillas". La autoridad también emplazó a sus ministros y viceministros a acabar con la corrupción y la micro corrupción.	El presidente Evo Morales denunció este miércoles, en el marco de la inauguración del gabinete ampliado, que en la administración pública existe maltrato y burocracia y casos de micro corrupción como la venta de cargos y cobros para renovar contratos laborales. Demandó a los ministros "cortar" esos derechos.

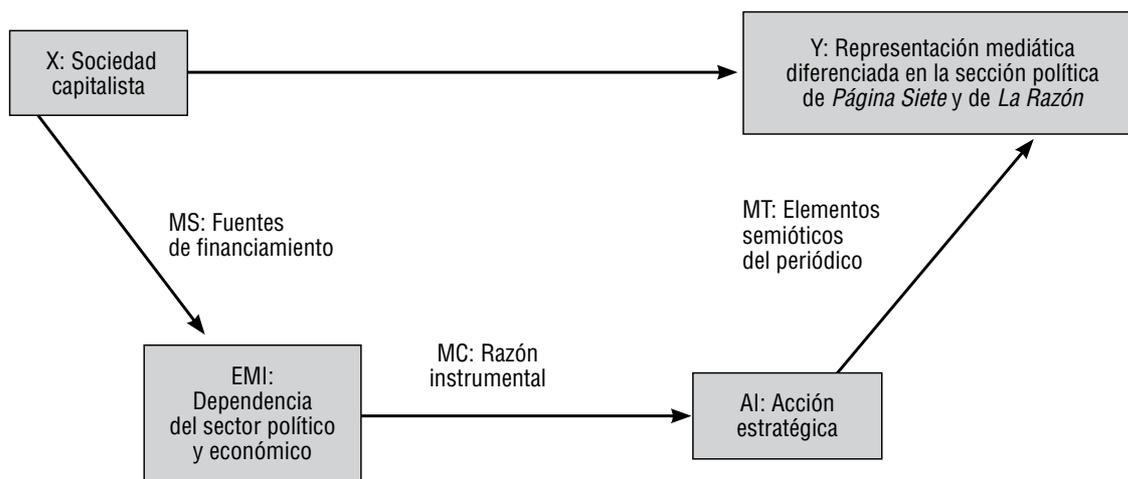
La siguiente muestra es el discurso de Gabriela Zapata, del 19 de febrero del 2017, cubierto también de distinta manera por ambos periódicos. En el caso de *La Razón* el énfasis está en la declaración de Zapata, quien menciona haber sido utilizada por el empresario Samuel Doria Medina. En cambio, *Página Siete* decidió hacer una recopilación de todos los hechos y declaraciones correspondientes al caso Zapata-Morales.

Tabla 12
Comparación de *Página Siete* y *La Razón* sobre el discurso de Gabriela Zapata del 19 de febrero

Periódico	<i>Página Siete</i>	<i>La Razón</i>
Titular	Las contradicciones de Zapata	Zapata dice que fue utilizada por Samuel Doria Medina
Lead	No existe un <i>lead</i> , es una recopilación de lo que Zapata dijo desde el principio.	Gabriela Zapata, expareja del presidente Evo Morales y detenida en el penal de Miraflores de La Paz acusada de varios delitos, afirmó este domingo que mintió respecto al supuesto hijo que tuvo con el jefe de Estado y en otros temas porque fue utilizada por el empresario Samuel Doria Medina a través del abogado, Eduardo León, para dañar la imagen del Jefe de Estado.

VI. ¿Por qué existe una diferente representación de hechos políticos entre Página Siete y La Razón?

Figura 2
Proposición y mecanismos causales



X: regularidad; MS: mecanismo situacional; EMI: estado mental individual; MC: mecanismo conductual; AI: acción individual; MT: mecanismo transformacional; Y: fenómeno.

VI.1. Regularidad (x)

El capitalismo es un sistema de vida social, económico y cultural basado en la economía de mercado. Se caracteriza por ser principalmente urbano, individualista y laico.

En el sistema capitalista las empresas o instituciones emplean trabajadores asalariados para llevar a cabo un intercambio de bienes o servicios. El principal objetivo es generar capital en beneficio propio. El capital es una riqueza acumulada o plusvalía invertida para generar nuevamente mayor plusvalía y así para que vaya creciendo el capital.

Todo empieza con un intercambio de dinero y mercancía y posteriormente otro intercambio de mercancía y dinero; pero con un aumento en la variable dinero y así generar un mayor ingreso. En la sociedad capitalista ya no se vende para comprar, lo importante es comprar para vender, es decir, para incrementar el capital invertido al principio.

VI.2. Mecanismo situacional (MS)

Hay un orden económico en el cual predomina el capital sobre el trabajo. Esto es consecuencia del control de las empresas o en este caso, de medios de comunicación por parte de quienes poseen mayor dinero.

Uno de los objetivos de una empresa o institución en una sociedad capitalista es la seguridad y la ganancia: seguridad de que el negocio no vaya a quebrar y que sí genere plusvalía para acrecentar el negocio y tener más poder ante los competidores; plusvalía, obtenida con la venta de la mercancía libre. El precio viene determinado por la oferta y la demanda, y los medios de comunicación compiten entre sí. Es por esa competencia que los medios de comunicación impresos no pueden variar los precios del periódico, como es el caso de *Página Siete* (Bs 8) y *La Razón* (Bs 6).

Sin embargo, el precio del periódico no alcanza para cubrir los gastos de la materia prima, de los trabajadores del medio y mucho menos para generar ganancias. Ello, más que todo, porque las personas poco a poco dejan de comprar periódicos y prefieren enterarse de las noticias por otros medios.

Entonces, para conseguir una plusvalía, los capitalistas están dispuestos a explotarlo todo: trabajadores, materias primas y, por supuesto, la mercancía. La mercancía puede ser explotada de acuerdo con las necesidades de las personas con las que se hará el intercambio, de modo que estas no se vean perjudicadas.

La necesidad de que el medio de comunicación sea sustentable económicamente generará que los acuerdos de intercambio entre medios de comunicación y anunciantes se modifiquen para producir viabilidad comercial para el medio. En muchas ocasiones cuando se produce un intercambio de servicios se puede caer en una acción no equilibrada ni social ni éticamente.

VI.3. Estado mental individual (EMI)

A partir de la búsqueda de fuentes de financiamientos, se produce una dependencia del sector político y económico como estado mental individual (ver la Figura 2).

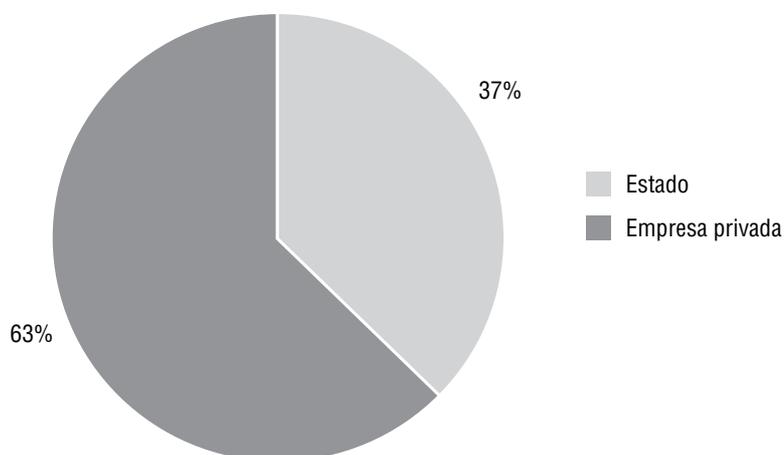
En una sociedad capitalista ambas empresas o instituciones que hacen un intercambio, sus mercancías deben tener un mismo valor. Es decir, ambos deben ganar o cumplir con sus objetivos para que pueda producirse el intercambio. En este caso el medio de comunicación y la instancia que les genere la posibilidad de sustentarse económicamente: en su mayoría la que les genera publicidad.

Para hacer un monitoreo de la publicidad de *La Razón* y *Página Siete*, se dividió la publicidad proveniente del Estado de la publicidad de empresas privadas, como se puede observar a continuación.

Figura 3
Publicidad de Página Siete



Figura 4
Publicidad de La Razón



Como se puede observar en ambos gráficos, *Página Siete* no cuenta con ningún tipo de publicidad del Estado. Si bien en ambos casos los medios de comunicación son dependientes de empresas privadas, en el caso de *La Razón* hay una dependencia del Estado y en *Página Siete* de empresas privadas.

V.4. Mecanismo conductual (MC)

Para pasar de una dependencia del sector político y económico a desarrollar una acción estratégica, hay un paso intermedio, denominado “mecanismo conductual” que, en el caso de la presente investigación, es la razón instrumental (ver la Figura 2).

La razón instrumental prioriza la utilidad de las acciones y el uso de objetos para llegar a un solo fin. En otras palabras, lo importante para la razón instrumental es lograr un objetivo que favorezca a las personas o a la institución que la usan, sin importar el medio por el que se llegue a la meta. La razón instrumental cuestiona cada objeto o acción con la pregunta de para qué sirve.

La razón instrumental objetiviza cualquier acción, ya que solo le importa las que le ayuden a llegar a la meta más conveniente mediante un cálculo. Además, es egoísta, ya que busca el bien individual, sin preocuparse si esto afectará a los demás.

En la presente investigación, el medio de comunicación actúa mediado por la razón instrumental con un fin: que el medio de comunicación sea sustentable económicamente. Para lograr ese fin se deben calcular las acciones que puedan ayudar o perjudicar en el camino, es decir, conseguir más publicidad o perderla. Sin embargo, como criticaba Horkheimer (1973), en ocasiones se cae en que la idea de que no importa el medio para lograrlo, solo el fin, con lo que se convierte a la noticia en instrumento y mercancía.

VI.5. Acción Individual (AI)

Habermas (1999) distingue entre diferentes tipos de acción:

Cuando la acción está destinada al éxito en un contexto no social –es decir, puede llevarse a cabo en un acuerdo entre personas– se refiere a la acción

instrumental. Por ejemplo, un acuerdo entre la empresa que generará la publicidad y el medio de comunicación.

Cuando la acción es ejecutada en un contexto social y con el objetivo de la comprensión mutua se la llama acción comunicativa. Según Habermas, este es el tipo de acción que debe predominar en una sociedad.

Cuando la acción está orientada al éxito individual, pero en un contexto social, se la denomina acción estratégica. Este es el tipo de acción que se lleva a cabo como la acción individual de la investigación. Existe un objetivo del medio que es la sostenibilidad y el crecimiento económico; si bien es un objetivo individual del medio, las acciones para lograrlo son practicadas en su público, es decir, en la sociedad en general.

VI.6. Mecanismo transformacional (MT)

Mediante algunos elementos considerados semióticos se pudo observar que las noticias tenían distintos enfoques y, por lo tanto, emiten distintos discursos.

Hay elementos menos evidentes que otros en los que se nota la inclinación del medio de comunicación. Estos son el espacio en el que se encuentra la noticia, el espacio de las fuentes, quiénes fueron las fuentes, qué noticias presentaron contexto, etc. Sin embargo, en la investigación hubo elementos más notables como el enfoque de la noticia o los titulares.

A partir de un análisis cuantitativo y cualitativo de la sección política de *Página Siete* y de *La Razón* en ediciones dominicales de julio a noviembre de 2017, se pudo observar que *La Razón* emite un discurso de completo apoyo al gobierno, en el que sobre todo resalta lo bueno de la gestión del presidente. En cambio, *Página Siete* emite un discurso con adjetivos y enfoques que se oponen al Gobierno.

VI.7. Fenómeno (Y)

El capitalismo genera desigualdad entre sectores de la población y también lleva a la búsqueda del lucro y la seguridad económica por el afán de crear plusvalía y, con ella, capital. Cuando esta última realidad influye excesivamente en el periodismo, esta actividad deja de preocuparse por la sola difusión de hechos

en la esfera pública y privada, y empieza a preocuparse por su sostenibilidad y sus fuentes de financiamiento.

Con la existencia de una sociedad capitalista, el medio tiene que sustentarse, tiene que buscar cómo subsistir para no acabar en la clausura de la empresa periodística. Entonces, la búsqueda de fuentes de financiamiento genera una dependencia (estado mental) del sector político y económico (a través de la publicidad).

A raíz de esa dependencia, se actúa calculando el resultado de los actos (razón instrumental), es decir, los medios calculan el efecto que puede tener sobre sus fuentes de financiamiento la publicación de una nota. Entonces, a partir de este cálculo se actúa estratégicamente por un interés particular en un contexto social (acción estratégica).

A partir de eso se difunde el hecho social, mediante una elección de elementos (considerados semióticos), lo cual tiene como consecuencia que un medio represente la realidad de manera distinta a otro.

VII. Conclusiones

El capitalismo es un sistema social basado en el crecimiento y la seguridad económica, con el principal objetivo de generar capital en beneficio propio; es decir, una plusvalía invertida para generar más plusvalía. Es así como va creciendo el capital a través de un intercambio de dinero en mercancía y posteriormente de mercancía en dinero.

A partir de un análisis de la teoría de Karl Marx, comparándola con la realidad de los medios de comunicación, se pudo afirmar que los medios de comunicación trabajan en un sistema capitalista y que la noticia es considerada como mercancía.

La representación es producir significado mediante un determinado lenguaje; pero ese significado depende de los sistemas de conceptos e imágenes que se forman en nuestra mente. Este significado es creado a partir de una copia de la realidad y nos permite referirnos a cosas tanto fuera como dentro de la mente. La representación se forma mediante un conjunto de palabras organizadas, clasificadas, utilizadas y relacionadas entre sí con el propósito de crear un

determinado significado, el cual no sólo depende del lenguaje, sino también del contexto personal de cada individuo.

Entonces, la representación crea significados a través de una copia de la realidad. A través de un análisis de la teoría de Stuart Hall se evidencia que las noticias son un tipo de representación de la realidad.

Los medios de comunicación utilizan a la noticia como “copia” o modo de representar un hecho. Este “reflejo” que muestran a la sociedad permite tener conocimiento y referirse a los hechos que las personas no pudieron ver por sí mismas. Una noticia puede variar con respecto a otra por conceptos que están agrupados y utilizados de cierta manera, lo que da un significado propio a la noticia; en cambio, al utilizar otros conceptos o agruparlos y relacionarlos de otra manera, la noticia cambia de significado.

En páginas previas, se citó la afirmación de Raúl Peñaranda, en su libro *Control remoto*, de que *La Razón* es un medio paraestatal y *Página Siete*, un medio independiente. Además, se mencionó un artículo publicado en una separata de *La Razón* que indica que *Página Siete* está ligada a la dictadura y al neoliberalismo. Con base en un análisis semiótico y un monitoreo de medios, se puede evidenciar que estas afirmaciones no son verdaderas.

¿Por qué? En el caso de *Página Siete* la mayoría de sus noticias tienen parte y contraparte, y hay tanto noticias positivas como negativas sobre el Gobierno. Sin embargo, sí se usan algunos adjetivos en las noticias o algunos enfoques que desfavorecen al Ejecutivo. En el caso de *La Razón* no hay adjetivos o enfoques que favorezcan a un partido. No obstante, la mayoría de las noticias que hablan del Gobierno son a favor de este y se encuentran en una sección denominada “Lo urgente”.

Entonces, el discurso que emite *La Razón* sí es un discurso que está a favor del Gobierno. Sin embargo, *Página Siete* no es un medio independiente porque en sus noticias es muy notorio que va en contra de la administración gubernamental. Luego, a partir de la publicidad analizada, es posible afirmar que ninguno es un medio independiente.

Se evidenció que la sociedad capitalista es la causa de que exista una representación diferente de hechos políticos en *Página Siete* y *La Razón*. Como

primera característica de esta relación se afirma que si el tipo de sistema social-económico cambiara esta representación podría variar (si la representación variara, eso no afectaría al capitalismo). Por otro lado, la sociedad capitalista es considerada una regularidad, si bien empezó con burguesía y proletariado con el tiempo se fue institucionalizando.

En el caso de la investigación, el precio del periódico no alcanza para cubrir los gastos de la materia prima, el salario de los trabajadores del medio y mucho menos para generar ganancias. Ello se debe principalmente a que las personas poco a poco dejan de comprar periódicos y prefieren enterarse de las noticias por otros medios. La necesidad de que el medio de comunicación sea sustentable económicamente generará que los acuerdos de intercambio crezcan para que el medio tenga viabilidad comercial.

Generalmente, el intercambio que producirá la sostenibilidad económica del medio es la publicidad. A través de un monitoreo a la publicidad de ambos medios, se evidenció que *Página Siete* no cuenta con ningún tipo de publicidad del Estado. Si bien en ambos casos, los medios de comunicación son dependientes de empresas privadas, en el caso de *La Razón* hay una dependencia del Estado y en *Página Siete*, de empresas privadas.

Entonces, el medio de comunicación actúa mediado por la razón instrumental con un fin: ser sustentable económicamente. Para ello se deben calcular las acciones que puedan ayudar o perjudicar en el cumplimiento de ese propósito, es decir, conseguir más publicidad o perderla. El medio tiene un objetivo: la sostenibilidad y el crecimiento económico; pero si bien es un objetivo individual, las acciones para lograrlo son ejecutadas en su público, es decir, en la sociedad en general.

En el análisis de contenido de ambos medios, se prestó especial atención a algunos elementos (considerados semióticos): quiénes eran las fuentes, qué noticias presentaban contexto, el espacio designado, el número de página, etc., y también a elementos más notables como el enfoque de la noticia o los titulares. De ello se estableció que *La Razón* emite un discurso de completo apoyo al Gobierno, sobre todo, resaltando lo bueno de la gestión del presidente. En cambio, *Página Siete* emite un discurso de total oposición al actual partido al poder, con adjetivos o enfoques que van en contra del Gobierno. Por lo tanto, se afirma que hay una representación diferenciada de hechos políticos por parte de *Página Siete* y *La Razón*.

¿*Página Siete* y *La Razón* son iguales o diferentes? A partir de la investigación se puede afirmar que ambos medios de comunicación son iguales y diferentes; depende del punto de vista con que se los observe. Al basarse en una representación de hechos políticos evidentemente son diferentes, ya que como se explicó anteriormente difunden distintos tipos de discurso. Sin embargo, son iguales porque ambos se organizan y se mueven de la misma manera en el sistema capitalista que actúa por debajo. Es decir, ambos tienen una misma organización, pero con distinta “ideología”.

¿Los medios de comunicación son el cuarto poder? A partir de la investigación realizada, se puede afirmar que no, sino que están al servicio de un poder. Al tener una dependencia política y económica de otra instancia, y utilizar las noticias como mercancía, dejan de ser los dueños del discurso que emiten, y más bien se ponen al servicio del poder que les brinde seguridad y crecimiento económico.

Por otro lado, debe evitarse la polarización de la opinión pública y que un sector de la población tenga un solo punto de vista y el otro solo uno diferente. Para ello, es recomendable que el público no consuma solo un medio de comunicación, sino que revise noticias, especialmente las de carácter político, en diversos medios.

¿Para quiénes son las noticias? Aunque la noticia sea mercancía, el dueño de un medio de comunicación debe procurar que su empresa y lo que esta produce tengan una función que satisfaga las necesidades del público. Sin embargo, se puede observar que hay dos tipos de público: por un lado, el público en general que consume esta información y, por otro lado, las empresas que le generan publicidad al medio y que pueden verse beneficiadas con la representación del hecho político o no.

Si *La Razón* tiene un discurso a favor del Gobierno y el 37% de su publicidad es de empresas estatales, y *Página Siete* difunde un discurso en contra del Estado y no cuenta con publicidad de empresas estatales, ¿las noticias son para la sociedad o son para sus fuentes de financiamiento?

Referencias

- Borrat, H. (1989). El periódico, actor del sistema político. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, (12), 67-80. Recuperado de www.raco.cat/index.php/Analisi/article/download/41078/89080
- Clause, R. (1961). *Bosquejo de una sociología de la noticia*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Gallego, D. (1998). De la sociedad rural en la España contemporánea y del concepto de sociedad capitalista: un ensayo. *Historia Agraria*, 16, 31-53.
- Gómez, A. (2010). *No levantarás falsos testimonios: Ética para hacer un buen periodismo y defenderse de malos propietarios y periodistas*. La Paz: Gente Común.
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa: Racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid: Santillana.
- Hall, S. (2010). *Sin garantías*. Popayán: Envión.
- Horkheimer, M. (1973). *Teoría Crítica*. Barcelona: Barral.
- Kapuscinski, R. (2004.) *Los cinco sentidos del periodista*. Cartagena, Colombia: Fondo de Cultura Económica, Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano.
- Limachi, D. (2018). *Los rostros del gran poder*. La Paz: Plural, Universidad Católica Boliviana.
- Loayza, R., & Peres, G. (2016). *Repensando la investigación en Ciencias Sociales: Guía de trabajos de grado para comunicadores sociales*. La Paz: Plural, Universidad Católica Boliviana.
- Marx, K. (1890). *El Capital: Tomo 1*. Madrid: Luarna ediciones.

Navarro, R. (1999). Constructivismo y representación cultural: Avances y perspectivas. *OMNIA* 5(1). Recuperado de <http://www.produccioncientifica.luz.edu.ve/index.php/omnia/article/download/7017/7006>

Peñaranda, R. (2002). *Retrato del periodista boliviano*. Bolivia: Grupo Design.

Peñaranda, R. (2014). *Control Remoto: De cómo el gobierno de Evo Morales creó una red de medios paraestatales y un plan para acosar a la prensa independiente*. La Paz: s. e.

Rodríguez, R. (2012). Periodismo ético, poder y ciudadanía: la tesis de Walter Lippmann en Liberty and the News. *Dilemata*, (8), 153-167. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3839264>

Rossell, C. (2014). *La mediación: medios y elecciones en Bolivia*. La Paz: Editora Presencia.

Vicepresidencia de Bolivia (9 de julio de 2018). Vínculos de Página Siete con la dictadura y el neoliberalismo. *Encuentros. Periódicos para la Reflexión Política*.

Sensacionalismo en Latinoamérica Debates y conflictividades irresueltas en la sociedad de la información latinoamericana

Sensationalism in Latin America: Unresolved debates and conflicts in the Latin-American society of information

Mgr. José Cristian Pérez Arce¹

Universidad Autónoma de Barcelona

Fecha de recepción: 18 de febrero de 2019

Fecha de aprobación: 4 de abril de 2019

Resumen

En Latinoamérica y gran parte del mundo, el sensacionalismo se ha convertido en un formato periodístico de divulgación y apropiación, en la medida en que responde a las necesidades del mercado y a la mercantilización de la información. Muchos medios que solían elaborar las denominadas hard news ceden parte de su producción investigativa para adaptarse a las necesidades del mercado, y entran en conflicto con las recomendaciones deontológicas del periodismo. La esfera de la producción periodística en la sociedad de la información desemboca en cambios en el trabajo profesional y en la calidad de la información, lo que afecta a la idealizada esfera pública y al papel mismo del sector.

Palabras clave

Periodismo digital, sensacionalismo, periodismo Latinoamérica, sociedad de la información.

Abstract

In Latin America and much of the world, sensationalism has become a journalistic format of disclosure and appropriation, as it responds to the needs of the market and the commodification of information. Many media that used to produce the so-called hard news compromise part of their research production

1 José Cristian Pérez Arce es magister en Investigación de la Comunicación y Periodismo con especialidad en "sociedad de la Información" por la Universidad Autónoma de Barcelona-España.
Correo electrónico: josses.5.23@gmail.com

for adapting to the needs of the market, entering into conflict with deontological values of journalism. The sphere of journalistic production in the information society leads to changes in professional work and in the quality of information, affecting the idealized public sphere and the control role of media.

Keywords

Digital journalism, sensationalism, Latin-American journalism, information society.

I. Introducción

El periodismo es la punta de lanza informativa (Starr, 2009; Waisbord, 2000) y, por tanto, uno de los principales garantes del debate en la esfera pública (Habermas, 2014), lo cual simultáneamente y bajo un tinte idealista “enriquece y garantiza una democracia saludable”, en la que los ciudadanos correctamente informados pueden ejercer sus derechos en libertad y con la potestad de decidir sobre el destino de su porvenir (al menos en teoría).

La forma en la que se desarrolla el tratamiento noticioso contemporáneo nos lleva a cuestionar si este oficio está “contribuyendo a una mejor y más radical democracia participativa”, en términos de Fuchs (2014), y, por tanto, a un mayor conocimiento crítico y veraz. De manera transversal, también se pone en cuestión la lógica de la mercantilización (*commodityfing*), de la información, enmarcada en una dialéctica entre rentabilidad y bien común.

A partir de una revisión teórica, se puede afirmar que la libertad y seguridad prometidas por las diversas redes de tecnología han cambiado las dinámicas económicas y sociales, ya que la sociedad de la información es una nueva forma de organización de la economía que se funda en la *commodity* informativa, como es el caso del periodismo (Castells, 2001). Estos cambios socioeconómicos se desarrollan de forma desigual, del centro a la periferia. Los países latinoamericanos inmersos en esta última someten (desde ya varios años) su producción a formatos de alienación internacional para poder competir (con notable desventaja) en los mercados internacionales (McBride, 1980). En la actualidad, esta realidad se ha masificado por la diversificación de los medios y la amplia participación posibilitada por Internet. Así, podría ser que el sensacionalismo como género ha cobrado mucha importancia, lo cual nos lleva a reconsiderar la ética de la producción actual.

II. Metodología

Inicialmente se plantearon algunas preguntas que podrían aplicarse a los diferentes artículos revisados, sin prescindir de una contextualización histórica que nos ayude a interpretar el conjunto: ¿Cuál es el papel del sensacionalismo actualmente? ¿Cuál es el enfoque que debe adoptarse desde el periodismo? ¿Cómo debe lidiarse con el equilibrio mercantil-productivo para que al mismo tiempo pueda garantizarse un ejercicio democrático que vaya creciendo de forma cualitativa en el tratamiento noticioso? ¿Cómo debe configurarse el periodismo para garantizar una democracia radical y formar una población más crítica y empoderada?

III. Surgimiento e historia del sensacionalismo en el periodismo

Hacer un seguimiento histórico es menester ya que ayudará a comprender el devenir de las cosas. El origen del periodismo sensacionalista comienza con la explosión del fenómeno de la prensa popular, cuyo origen se remonta a finales de siglo XIX y principios del XX en Europa y Estados Unidos, en correspondencia con el conjunto emergente de lectores de clase trabajadora (Gargurevich, 2000). Asimismo, Saad y Llosa (2012) relacionan el nacimiento de sensacionalismo con el origen del folletín, un nuevo diseño de prensa escrita llevado al consumo de la clase media y popular del siglo XIX.

El sensacionalismo abrió el espectro de información cercana a las entonces clases populares, con noticias comunitarias (Sunkel, 2002). Posteriormente esta tendencia periodística fue ligada a la industrialización, capitalización y mercantilización de la información, como un producto altamente atractivo y vendible, una noticia de mayor alcance a bajo costo (Starr, 2009).

Uno de los primeros periódicos con estas características fue *The New York Sun*, cuya circulación comenzó en 1833 y que fue imitado por varios diarios de Estados Unidos. En Europa también surgió este tipo de prensa, pero no con el mismo impacto (Gargurevich, 2000).

Gargurevich (2000) agrega que este tipo de noticias provocó la explosión de la competitividad entre los medios de comunicación. Además, con el incremento de ventas de los también llamados tabloides, la prensa se volvió

en una herramienta “atractiva” para publicitar a empresas de diversa índole (surgimiento básico de la publicidad).

IV. Periodismo digital y el riesgo de la inmediatez

El sensacionalismo, desde la forma de estructurar las informaciones o el tipo de noticias que se eligen, hasta el tamaño de los ejemplares, ha ido adaptándose con el tiempo para el fácil consumo de la audiencia. A esto debemos añadir en la actualidad la evolución tecnológica que ha permitido diversificar las distintas plataformas (radio, televisión e internet) en el consumo de noticias.

Esta nueva “era de la información” (Castells, 2001), que tuvo sus inicios a partir de 2000, provocó una audiencia cuya lectura es rápida y simple, acorde con la inmediatez caracterizada por el internet (Saad & Llosa, 2012, p. 5). Mario Cerbino (como se citó en Saad & Llosa, 2012, p. 5) explica, además, que este periodismo digital mezclado con la idea del sensacionalismo tiene una mayor atracción de la audiencia, ya que reúne todos los recursos que tienen los medios tradicionales (sonido, imágenes/videos y texto).

Asimismo, Cerbino (2004) señala a una audiencia que pasó de ser pasiva a activa a través de su interacción permanente con el texto: comparte, aprueba o desaprueba. Esto hace que el sensacionalismo se introduzca fácilmente, puesto que “los textos periodísticos deben ser pensados de tal modo que alimenten el deseo de saber del lector” (p. 1). Así, Cerbino diferencia al lector de la etapa tradicional del periodismo con el de la era digital subrayando lo siguiente:

La figura del “lector” adquiere dimensiones distintas. Se trata de un lector “generador”, posible por un potenciamiento de condiciones ya existentes en el periodismo tradicional y en la comunicación en general, pero que se actualiza de modo especial, en el territorio por excelencia hipertextual del Internet. (Cerbino, 2004, p. 3).

García Canclini (2000) hace severas observaciones a la consigna de la inmediatez en la publicación de la información (la primicia) que genera la era digital en el periodismo. Califica a la inmediatez como factor de riesgo en el ejercicio periodístico, ya que el contenido de las noticias se presenta de forma homogénea en las diversas plataformas y se deja a un lado la profundización en la investigación. Cerbino (2004) agrega que la era digital crea la práctica del

periodista anónimo, quien pasa a ser un agente “irreconocible”, con lo que se abre el espacio para el sensacionalismo a través de la figura de una noticia sin representación de quien la escribe.

V. *Hard news* y *soft news*, tendencias informativas y consumo mediático

Un primer planteamiento indica que la diferenciación entre *hard news* y *soft news* se ha extendido debido a la diversificación de los medios de comunicación en la era digital. Reinemannet (como se citó en Palau-Sampio, 2016) señala tres categorías muy marcadas que diferencian estos dos polos en el contenido de las noticias: el *tema*, en el que se observa el grado de relevancia según la noticia; *el foco*, que es donde centra su atención la noticia; y el *estilo*, que responde a “la impersonalidad y ausencia de emociones frente a lo personal y emocional” (p. 66).

Se suma la perspectiva de Negri (2010, p. 50): parte de las tendencias informativas y de consumo en la era del periodismo digital es marcada por algunas características en la construcción de la noticia; a saber:

- No informar todo en el título, y cuando este es una interrogante se convierte en una especie de anzuelo para llamar la atención del usuario.
- Cuando la nota refiere a una entrevista, se recomienda una frase textual que despierte curiosidad.
- Las galerías de imágenes, videos y audios deben encontrarse una vez que el usuario haya ingresado a la noticia.
- El usuario no es solo un lector, sino un buscador de información. Por ello la noticia debe estar dentro de los temas más importantes en los buscadores.
- La mayor parte de la información debe estar contenida en los primeros párrafos.

Es justamente en este último punto donde el autor resalta el factor de la inmediatez, ya que la esencia del contenido de las noticias web no está en la extensión de las noticias, sino en contestar las seis preguntas clásicas: quién, dónde, qué, por qué, cómo y para qué.

Asimismo, las tendencias informativas son marcadas por el tipo de comportamiento que tiene el usuario en internet, en razón de que la mayor

parte busca y comparte contenidos de forma selectiva (Cruz & Suárez, 2014, p. 130). La adaptación de los medios informativos tradicionales a las plataformas de internet ha cambiado, puesto que tanto sus contenidos como el modo de interacción con el usuario se adaptan según la plataforma (red social, blog o web).

El consumo mediático en internet responde a tres motivaciones: “la búsqueda de información, socialización y entretenimiento”. Estas características influyen en la medición del nivel de interactividad del usuario con la noticia (activa o pasiva) y, a su vez, determinan la permanencia de una noticia con contenido sensacionalista (Cruz & Suárez, 2014, p. 132). Cuando los usuarios comparten los contenidos, existe un gusto que se limita a las *soft news* (Ling, Thrane & Martin, como se citó en Cruz & Suárez, 2014, p. 132).

Parte del entretenimiento consiste en apelar a las emociones de la audiencia, una práctica del periodismo sensacionalista. Las estrategias virales en los medios digitales van ligadas estrechamente con las noticias blandas, puesto que mediante la redacción de un titular atractivo, conocido como *clickbait* (hacer clic sobre el gancho que genere el titular), se busca apelar a la curiosidad del usuario por medio del humor, emotividad y “los cebos clásicos como el sexo” (Palau-Sampio, 2016, p. 68).

VI. El sensacionalismo en Latinoamérica

La prensa sensacionalista en Latinoamérica se presenta vinculada, tanto en su producción como en su consumo, con los diferentes procesos de segregación de las clases populares. De esta manera, la mayor parte de estas producciones son de corte narrativo melodramático, exagerado y explícito; además, muchos de estos atributos son trasladados hacia la política mediante prebendas y otras formas en el seno mismo del periodismo (Macassi & Lavander, 2002).

Si bien durante bastante tiempo los lectores de la prensa sensacionalista fueron las clases populares, actualmente la audiencia se amplió a las clases medias e, incluso, a sectores más aventajados económicamente. El que se haya desdibujado esta frontera de consumo implica que los consumidores más vinculados con el accionar político y el vanguardismo estén informados mediante este tipo de narrativas.

En Latinoamérica las características de este tipo de periodismo son las siguientes, de acuerdo con Macassi y Lavander (2002):

- Gusto por el entretenimiento extremo por encima de la veracidad.
- Enfoques transgresores, sin vinculaciones directas con la búsqueda de una aproximación veraz.
- Búsqueda de cierta horizontalidad con los públicos, con la intención de representarlos.
- Narrativa de acción y poco análisis.

También entra en juego la complicidad del lector a la hora de transformar sus actitudes en opiniones, y estas, en prácticas determinadas, como expone la teoría de la opinión pública (Seitel, 2002). En ese sentido, muchos países de Latinoamérica se caracterizan por considerar a la mayor parte de los medios como poco creíbles. Asimismo, con la creciente irrupción de los medios digitales y la digitalización de estos, este factor se ha visto incrementado, en la medida en que muchas de las personas perciben menos seriedad y más polarización en el trabajo de los medios (Gutiérrez, Salgado & Gómez-Díaz, 2015).

Micó, Canavilhas, Masip y Ruiz (2008) enumeran algunas causas de la pérdida de credibilidad de los medios contemporáneos:

1. Creciente espectacularización de las noticias.
2. Politización de los medios.
3. Multiplicación de algunas prácticas reprobables como el uso abusivo de noticias de agencia.
4. Emisión de imágenes éticamente discutibles.
5. Publicación de noticias falsas.

Por otra parte, la credibilidad de los medios en tiempos digitales estaría determinada por la confianza de la mayor parte de las personas en una fuente determinada, alrededor de la cual, casi de forma gregaria, se agrupa la opinión mayoritaria (Gutiérrez, Salgado & Gómez-Díaz, 2015). Esto se complejiza por la tradición de monopolios mediáticos que caracteriza a la región (Becerra & Mastrini, 2011).

VII. El debate deontológico en la región

Otro punto para tomar en cuenta, que se deriva tanto del consumo como de la producción, es la deontología o el nuevo papel de la ética en el ciberperiodismo. Las transformaciones en la sociedad de la comunicación y la información, caracterizadas por transformar la matriz productiva o por consolidar una nueva matriz productiva derivada de la red y la información como bases mercantiles y cognitivas, implica un sistema tecnológico, económico y social (Castells, 2001). El periodismo, desde sus orígenes, se ha basado en la producción, procesamiento y distribución de la información. De esta manera, la construcción de una sociedad basada económicamente en esta mercancía nos deriva hacia un debate ético, en el que se reabre el debate sobre la forma correcta de hacer periodismo en sus más diversas formas (Parra, Real & López, 2008). Por su parte, el ciberperiodismo, abre una nueva sarta de contingencias.

Redes sociales, audiencias interactivas, multiplicidad de soportes... conforman un escenario que tiene que ver no sólo con una novedosa consideración de Internet, sino que incide en la práctica totalidad de los ámbitos productivos, incluyendo el que atañe al mercado de la ciberinformación. Su definición y comprensión resultan esenciales para aproximarse a un modelo de comunicación que dinamita las tradicionales bases establecidas y que afecta a profesionales, consumidores y empresarios de la información, erigiéndose además en un caldo de cultivo idóneo para el surgimiento de nuevas realidades de comunicación. (Parra, et al., 2008, p. 6).

En ese sentido, la Red Internacional de Fact-checkers, conformada por doce instituciones de verificación de credibilidad, y treinta medios internacionales establecen algunos criterios a tomar en cuenta para plantear unos requisitos mínimos, como control de calidad y ética en el periodismo contemporáneo (Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, 2017):

1. Compromiso con el equilibrio y no politización.
2. Transparencia de las fuentes usadas, con excepción de casos en los que pueda verse afectada la seguridad de la fuente.
3. Transparencia sobre la financiación, con la explicación de la relación que se tiene con las organizaciones que publicitan o financian el medio y con la garantía de que esto no interviene en la producción informativa.

4. Transparencia sobre la metodología de la obtención de la información, explicando en cada noticia cómo se obtuvo la información.
5. Honestidad y rectificación mediante el uso de canales de corrección.

Asimismo, podemos añadir las observaciones de la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano (2017) para la elaboración de noticias en internet, que se basan principalmente en el análisis de nuevas cuestiones como la relación entre medios y redes sociales o las recientes tendencias de mercantilización actuales (Starr, 2009). El debate parte de que las reglas, códigos y valores deontológicos del periodismo tradicional se mantienen vigentes. Esto debe reflejarse en que haya variedad de fuentes para garantizar (medianamente) imparcialidad en la cobertura, en la protección de las personas que ayudaron a encontrar la información o en la regla de la protección de menores de edad en las imágenes, entre otras prácticas.

En segunda instancia, se debe tomar en cuenta que el periodista en la era de las redes sociales es un usuario productor de información. Así, el trabajador de la información debe tomar en cuenta que sus opiniones en estas redes son públicas y que pueden ser vinculadas con la posición del medio, más allá de la veracidad de estos hechos. Por otra parte, es necesario que el medio establezca una relación meramente profesional con los usuarios, lo cual significa, por ejemplo, que se establezca un sistema adecuado de respuesta y participación. Finalmente, el mayor debate se da sobre las noticias en redes sociales, es decir, aquellas que se hacen mediante la información surgida en estos espacios virtuales, sobre las cuales, la mayor recomendación es la verificación y autenticación repetitiva y sistemática de todo lo encontrado.

VIII. El trabajo del periodista en Latinoamérica

El periodismo en la era digital ha generado una reformulación y transformación de la estructura organizativa de la empresa informativa y también de la forma de trabajo de los periodistas. Ya desde 1995, Cebrián planteaba que la incipiente digitalización de los contenidos de la ecología mediática implicaba cambios en el trabajo de organización, producción y almacenamiento de los entonces nuevos soportes (cuando se vio la necesidad de incorporar a alguien que pueda entender el manejo de lo digital). Actualmente este cambio de lo analógico a lo digital se ha hecho tan trascendental que ha supuesto el reemplazo de la mayor parte del equipamiento dentro de los medios informativos de gran parte

del mundo. Lo que al principio significaba una gran cantidad de problemas de adaptación, poco a poco fue cambiando su significado: la tecnología empezó a entenderse como una inversión que a futuro permitiría abaratar los costes de producción (Jódar, 2010).

La forma de trabajo de los periodistas pasó de ser un proceso centralizado en el cual se trabajaba de forma coordinada para la obtención y presentación de la noticia a una forma de proceso modular en la que empieza la preocupación por el almacenamiento y el tratado de datos binarios. De esta manera se fueron automatizando e integrando muchos procesos, como la grabación del video, el procesamiento del audio y el tratamiento posterior de los archivos (Zabaleta, 2003).

Se trata, pues, de un cambio estructural global sobre sistemas de trabajo plenamente consolidados, lo que implica además un importante esfuerzo por parte de las empresas para adaptarse a los nuevos procesos de producción con todo lo que ello conlleva: reconversión tecnológica, reciclaje profesional, aparición de nuevos perfiles profesionales y, en definitiva, toda una adaptación y una reorganización integral no sólo de los productos y contenidos, sino de las formas de trabajar y de la propia estructura de la empresa (Jódar, 2010).

Entonces el profesional de la información empieza a trabajar de una forma más autosuficiente; la digitalización permite realizar un trabajo diversificado y con una serie de tareas simplificadas por algoritmos. Sin embargo se está desatando una nueva forma de precarización del trabajo, especialmente en medios que carecen de grandes recursos, como los medios latinoamericanos, en muchos casos. Con la simplificación de varios procesos analógicos, el posible reciclado de personal ha desatado una multipolaridad de trabajo y, por tanto, la asignación de papeles multiplicados y nombrados con la denominación de “periodista multimedia”.

Al mismo tiempo, la información que se va desarrollando, al estar unificada por un solo periodista, empieza tomar la forma que Negroponete (2000) define como “filosofía 3.0”; es decir, los hechos trabajados en los productos son una extrapolación de la subjetividad del periodista que antes era trabajada de forma colectiva en el proceso de interrelación y coordinación dentro de las oficinas, cada vez menos útiles, de los diferentes medios informativos.

IX. Mercado y medios de comunicación en Latinoamérica

Como se ha señalado a lo largo del artículo, las transformaciones descritas por autores como Castells (2001) concernientes a la sociedad red, implican por sobre todo cambios socioeconómicos y culturales que han tomado desprevenida a gran parte del sector empresarial e informativo. Esto se ha agudizado con la crisis iniciada en 2008, aunque tiene su origen en las implicancias mismas del internet.

Según Starr (2009), el principal problema radica en el modelo económico mediático y periodístico que se mantuvo desde la invención de la imprenta clásica en siglos pasados: idealizaba el desarrollo del periodismo de una manera independiente en los medios privados, lo que hacía que el periódico se constituyera en un agente fiscalizador de los poderes políticos y económicos. Sin embargo, y de forma paradójica, la llegada del internet y su propuesta de libre acceso a la información implica cambios no estimados que reducen la calidad de los contenidos informativos y, por tanto, la calidad de la democracia.

En ese sentido, si bien la postura del liberalismo y neoliberalismo presupone que el mercado es capaz de regular todas las relaciones sociales (la “mano invisible”), es una evidente contradicción la que surgió con el modelo mercantil desde la sociedad de la información. Por una parte, se ha reducido el consumo de periódicos, lo que implica una disminución de las formas de publicidad clásica. En segunda instancia, se ha reducido la extensión de las noticias porque también se ha reducido el personal, y la cada vez mayor necesidad de inmediatez suscitada por los usuarios hace informativos de menos lectura y más adhesión a la información multimedia (Starr, 2009).

Algo muy similar sucede en la región latinoamericana, como establece Waisbord (2000):

La notable y acelerada disminución del número de lectores, un fenómeno mundial que no está limitado a la prensa de la región, adopta características especiales en países con altos niveles de pobreza y de analfabetismo. La exclusión social de millones de ciudadanos ocurre simultáneamente con una prensa que, obligada por el perfil socio-económico de sus lectores y los intereses de los anunciantes fundamentalmente, circula en un sector limitado de la sociedad. La prensa popular, que solía vender miles de ejemplares en el pasado, entró en crisis precisamente por las dificultades económicas de su masa de lectores, su principal fuente de ingresos. (Waisbord, 2000).

En el espacio del internet se ha desarrollado una esfera pública virtual. La red se torna como un espacio conversacional donde se van integrando las anteriores esferas mediante los dispositivos, aplicaciones y las redes sociales. Idealmente, de esta forma podemos decir que las redes sociales al integrar las discusiones públicas, la organización de eventos de diversa índole, la participación y opinión libre, y la presencia de los medios y otros formatos incluido el entretenimiento, viene a constituirse como la *esfera de esferas públicas* (Maia, 2001). Sin embargo, es necesario analizar que una esfera pública tiene que cumplir con ciertas características o condiciones de posibilidad deliberativa. En ese sentido, Habermas (2014) plantea que es necesario tomar en cuenta que la esfera pública debe cumplir con los siguientes principios:

- 1) **Universalidad:** que pueda ser accesible para todas y todos. En el caso del internet estaríamos planteando un acceso físico a los diferentes dispositivos y conexiones, y un acceso cognitivo, es decir, tener la capacidad de hacer un uso efectivo de los dispositivos y, además, manejar un criterio determinado (Maia, 2001).
- 2) **Racionalidad y no coerción:** el internet garantiza una libre expresión y organización en general; los usuarios en la red tienen la capacidad de producir y compartir información libremente, en muchos casos más allá de las posibilidades de censura del Estado; pero no dentro de lo que pueda denominarse precisamente como una participación racionalizada (Hague & Loader, 1999).
- 3) **Reciprocidad:** que se pueda llegar a acciones comunicativas o diálogos deliberativos, en los que se visibilicen las intenciones reales de los actores públicos implicados. Aquí es donde el internet en general tiene ciertas debilidades al no poder demostrar la proveniencia de las informaciones diversas; incluso se desatan fenómenos de sobresaturación informativa o domino algorítmico.

Tomando en cuenta estos aspectos, podríamos decir que el periodismo que antes establecía las agendas públicas de debate deliberativo (Lippmann, 1922) ahora se encuentra mediado y en competencia con la diversidad del internet. Esta también es otra de las preocupaciones de Starr (2009), pues esto implica que se van diversificando informaciones que no han sido trabajadas de forma profesional y con la calidad de cobertura que requiere la contemporaneidad.

El debate en Latinoamérica se centraría en si estas formas de periodismo que se han ido universalizando contribuyen al establecimiento de una democracia autodeterminativa y pluralista, como convocan las principales necesidades de la región (Oller, 2016).

El periodismo, como promulga Starr (2009), debe concentrarse en fiscalizar la garantía de la democracia. Pero tomando en cuenta las necesidades y demandas de la región latinoamericana, se plantea la autodeterminación de una “democracia real”, movilizada con la sociedad civil compleja (Oller, 2016).

De esta manera, el entorno cultural del periodismo digital latinoamericano se ve atravesado por una masa compleja de procesos dinámicos que lo configuran a partir de lo político, social, académico, participativo, mercantil y de profesionalización.

Así, podemos citar algunas características de este contexto (Oller, 2016):

- 1) Democracia basada en la búsqueda de autonomía científica, con revalorización de los saberes propios.
- 2) Paso de la lógica de la globalización a la lógica de la *glocalización* emancipadora, aprovechando la potencialidad digital para la participación en las redes.
- 3) Enfoque basado en el *procomún*, con la divulgación de la información para la construcción de sentidos comunes.
- 4) Dirigido hacia la interculturalidad.
- 5) Ecológico y de rescate de conocimiento ancestral.

Sin embargo, el contexto actual del ciberperiodismo latinoamericano está atravesado por la predominancia de la subsistencia y competitividad, lo que da pie a una banalización de las noticias y la aplicación de formatos digeribles, especialmente relacionados con las contradicciones políticas y los antagonismos partidarios (Natanson, 2014).

X. Conclusiones

Las implicancias de la sociedad de la información modifican de forma trascendental el modelo de negocio periodístico y afectan la cantidad, calidad, extensión y forma de trabajo en la producción de la noticia (Starr, 2009).

Los autores revisados exponen que, por tanto, el debate sobre la deontología del periodismo contemporáneo es incipiente pero necesaria y, por tanto, es un campo de investigación que se debe profundizar (Cerbino, 2004).

El contexto actual da para ello: vemos que se empieza a hablar de posverdades y *fake news*. Si bien son condiciones preexistentes y siempre han estado presentes, ahora se masifica su producción, muchas veces de manera clandestina, y a través de la viralización tienden a contribuir a la desinformación y especulación.

El sensacionalismo casa bien con los modelos inestables de negocio periodístico, pues históricamente se ha constituido en un recurso para la dinamización económica de los medios. En ese sentido, muchos contenidos en la era digital van diluyendo las formas de presentar la noticia; en el sector político hay hibridaciones con el sensacionalismo: de forma simultánea se presentan “voz, datos y video sobre una misma red”, abriendo un campo diverso y estratégico para presentar una noticia (Salaverría, 2007).

Latinoamérica se caracteriza por tener un gran sector popular que tiene preferencia por contenidos ligeros; por tanto, es más propensa a hacer lectura de contenido sensacionalista (Waisbord, 2000). A esto se puede sumar que la tendencia de la reducción de la información y la preferencia de los usuarios de leer solo los titulares o ver contenido multimedia reducen las posibilidades de verificación de la veracidad de los contenidos.

Sin embargo, justamente estos formatos sensacionalistas, que son preferidos por una buena parte de la población en Latinoamérica (Natanson, 2014), nacen de la idea de la práctica de la inmediatez. La lógica nace de los propietarios de los medios que se plantean generar un mayor número de noticias blandas que invertir en la producción de una noticia dura, cuya consigna es la investigación (Boczkowski, 2009).

Sin embargo, Codina et al. (2010) resaltan factores positivos como la facilidad de acceso informativo, el alcance a diversos tipos de documentos y la constante actualización de la información. Es por ello que Cerbino (2004) expone algunos rasgos éticos del periodismo tradicional que se pueden aplicar en esta nueva esfera virtual. Entre ellos, resalta la idea del “regreso de la identidad del periodista que escribe las notas”. Asimismo, organizaciones como la Red Internacional de Fact-Checkers (Fundación Gabriel García Márquez para el

Nuevo Periodismo Latinoamericano, 2007) fundamentan una lista cuyo eje principal es la transparencia en el uso de fuentes y el manejo del contenido.

Referencias

- Becerra, M., & Mastrini, G. (2011). La paradoja informacional de América Latina: estructura y concentración de las industrias culturales en el siglo XXI". En F. Sierra Caballero (Ed.), *Cultura latina y revolución digital: Matrices para pensar el espacio iberoamericano de comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Boczkowski, P. J. (2009). Rethinking hard and soft news production: From common ground to divergent paths. *Journal of Communication*, 59(1), 98-116.
- Castells, M. (2001). *La sociedad red* (vol. 1). Madrid: Alianza.
- Cebrián, M. (1995). *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid: Síntesis.
- Cerbino, M. (2004). Ética y sensacionalismo en el periodismo digital. *INFOLAC*, 17.
- Codina, L., Pedraza, R., Noci, J. D., Rodríguez-Martínez, R., Pérez-Montoro, M., & Cavaller-Reyes, V. (2014). Sistema articulado de análisis de cibermedios (SAAC): Una propuesta sobre el qué y el cómo para estudiar medios de comunicación digitales. *Hipertext.net*, (12).
- Cruz Á. J., & Suárez V., J. C. (2014). Patrones de consumo informativo de las audiencias digitales: entre el interés público y las soft news. *Universidad, Investigación y Periodismo Digital*, 128-139.
- Fuchs, C. (2014). *Social media, a critical introduction*. Londres: Sage.
- Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano. (2017). Conozca los principios de la Red Internacional de Fact-Checkers. Recuperado el 7 de mayo de 2017 de <http://www.fnpi.org/es/etica-segura/conozca-los-principios-de-la-red-internacional-de-fact-checkers>

- García-Canclini, N. (2000) Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina. Estudios internacionales.
- Gargurevich, J. (2000). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Lima: Fondo Editorial de la PUCP.
- Gutiérrez, L., Salgado, A., & Gómez-Díaz, A. (2015). Factores asociados a la credibilidad y a la autoridad percibidas en los medios de noticias online en Colombia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 21, 165-180.
- Hague, B. N., & Loader, B. D. (1999). *Digital democracy: Discourse and decision making in the information age*. Nueva York: Routledge.
- Habermas, J. (2014). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Trotta.
- Jódar, J. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y Palabra*, 71.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Nueva York: Macmillan.
- Macassi, S., & Lavander, S. (2002). La prensa amarilla en América Latina. *Chasqui*, 5.
- Maia, R. (2001). Democracia ea internet como esfera pública virtual: aproximando as condições do discurso e da deliberação. *Universidade Federal Da UFMG*, 1-15.
- McBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. Ciudad de México: Unesco.
- Micó, J., Canavilhas, J., Masip, P., & Ruiz, C. (2008). La ética en el ejercicio del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet. *Estudios en Comunicación* (4), 15-39.
- Natanson, J. (2014). La triple crisis de los medios de comunicación. *Nueva Sociedad*, (249), 50-60.
- Negri, I. (2010). El periodista digital como artesano de la información. 2.º Foro de Periodismo Digital de Rosario, pp 44-51.

- Negroponte, N. (2000). *El mundo digital: El futuro que ha llegado*. Barcelona: Ediciones B.
- Oller, A. (2016). La cultura periodística de América Latina: De dónde viene, dónde está y a dónde... debería ir. *Comunicología Ecuatoriana*, (93), 1605-4806.
- Palau-Sampio, D. (2016). Metamorfosis de la prensa de referencia en el contexto digital: clickbait y estrategias de tabloide en Elpais.com.
- Parra, D., Real, E., & López, M. (2008). Códigos éticos en el ciberperiodismo español y latinoamericano. *Naveg@mérica*, (18), 1-25.
- Saad, A. S., & Llosa, M. V. (2012). El sensacionalismo o la “insurrección” de las masas. *Revista Razón y Palabra*, (78), 45-65.
- Salaverría, R. (2007) Formar periodistas en la era digital. *Global* (Revista de la Fundación Global Desarrollo y Democracia, República Dominicana), (14), 96-99.
- Seitel, F. P. (2002): *Teoría y práctica de las relaciones públicas*. Madrid: Prentice Hall.
- Starr, P. (2009). Goodbye to the age of newspapers (Hello to a new era of corruption). *The New Republic*.
- Waisbord, S. (2000). *Watchdog journalism in South America: News, accountability, and democracy*. Nueva York: Columbia University Press.
- Zabaleta, I. (2003). *Tecnología de la información audiovisual: Sistemas y servicios de la radio y televisión digital y analógica por cable, satélite y terrestre*. Barcelona: Bosch Comunicación.

Información pública municipal y participación ciudadana en La Paz

Local public information and citizen participation in La Paz

Mgr. Sandra Villegas Taborga¹

Universidad Andina Simón Bolívar

Fecha de recepción: 14 de enero de 2019

Fecha de aprobación: 17 de mayo de 2019

Resumen

Este artículo aborda la comunicación política y la comunicación para el cambio social analizando la información pública institucional-organizativa del municipio de La Paz. La investigación se centró en la gestión comunicacional de la Alcaldía en el distrito 3 del macrodistrito de Cotahuma. A partir de este trabajo se estableció que la información edil se centra en la entrega de obras y asigna escaso espacio a programas y proyectos sociales. Además, detectó que pugnas de tipo político impiden la oportuna socialización de información municipal.

Palabras clave

Comunicación política, información pública, participación ciudadana.

Abstract

This article addresses political communication and communication for social change by analyzing the institutional-organizational public information of the municipality of La Paz. The research focused on the communicational management of the Mayor's Office in District 3 of the Macro-District of Cotahuma. This work established that the edil information focuses on the delivery of works and allocates little space to social programs and projects. In addition, it detected that political conflicts prevent the timely socialization of municipal information.

Keywords

Political communication, public information, citizen participation.

1 Sandra Villegas Taborga es magister en Comunicación Estratégica de la Universidad Andina Simón Bolívar. Departamento de Comunicación Social. La Paz-Bolivia. Correo electrónico: stvillegast@gmail.com

I. Introducción

Este estudio se fundamentó en la relación entre comunicación política, desde el enfoque de la transmisión de información, y la comunicación para el cambio social que rescata el diálogo y la interacción como ejes de la participación.

La comunicación política utiliza la información masiva con fines de persuasión y propaganda; en tanto que la comunicación para el cambio social recupera la noción de información pública generada por las instituciones del Estado que implica el acceso, la transparencia, el control social y la rendición de cuentas.

Se analizó la comunicación política a partir de la información pública municipal masiva y la comunicación para el cambio social en la información pública municipal institucional-organizativa. De esa forma, fue posible evaluar la gestión comunicacional del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz en el distrito 3 del macrodistrito de Cotahuma.

Se evidenció que la información pública municipal masiva está centrada en temas noticiosos sobre la entrega de obras y se menciona escasamente a los programas y proyectos sociales del municipio. Los productos comunicacionales elaborados por el municipio hablan poco de la participación ciudadana en general y excepcionalmente del control social.

Por otro lado, la información pública municipal institucional-organizativa fue valorada por las juntas vecinales como técnica, insuficiente y de distribución muy lenta debido a la burocracia en la estructura organizativa del municipio y la Subalcaldía de Cotahuma. Se recomendó optimizar los procesos de información y comunicación entre los técnicos municipales y las juntas vecinales.

Finalmente, se constató que las pugnas de carácter político y los intereses personales impiden que el subalcalde, el representante de control social del distrito, las asociaciones comunitarias y las juntas vecinales socialicen de forma oportuna la información pública municipal.

II. Comunicación y participación

La comunicación es un derecho humano fundamental que permite lograr un diálogo entre iguales pero diferentes; contribuye a empoderar a la ciudadanía en el marco de los principios básicos de las sociedades democráticas (Gumucio, 2012).

Entender la comunicación involucra concebirla desde tres ángulos: lo simbólico, la vida cotidiana y la participación.

- Lo comunicacional es el ámbito simbólico de debate socio-político-cultural, económico y tecnológico, donde los sujetos organizan sus vínculos en función de objetivos y propósitos.
- En la vida cotidiana, la comunicación es constitutiva y constituyente de las prácticas de los actores sociales. En esa perspectiva, la comunicación es también el espacio de participación y de procesos de producción, intercambio y negociación de sentidos en la vida social.
- La comunicación que promueva la participación ciudadana es un factor determinante para la construcción y fortalecimiento de la democracia; sin embargo, a pesar de normativa vigente y actual, la reflexión, grado de conocimiento y apropiación por parte de la ciudadanía es muy escasa (Uranga & Thompson, 2016).

Washington Uranga (2005) plantea que ante la crisis actual de dirigencia y de liderazgo es necesario repensar la democracia:

Es necesario pasar de una democracia de electores, a una democracia de participación, es decir, a una democracia de ciudadanos con capacidad de incidencia y poder real, partiendo del reconocimiento y el respeto por la diferencia. Nuestras sociedades necesitan educar y educarse en el respeto a la diferencia y para ello hay que encaminar procesos de comunicación. Un aporte de la comunicación al desarrollo es hoy educar en la democracia, buscando una democracia participativa con protagonismo ciudadano a partir del reconocimiento de la diferencia. (Uranga, 2005, p. 3).

En ese sentido, Tamayo (2012) afirma que los derechos políticos como la libertad de asociación, la participación en la sociedad civil y en la política son “ejercicios comunicativos” a través de los cuales la gente comparte significados, discursos, narrativas y puntos de vista en la esfera pública.

III. Comunicación política y su relación con la comunicación pública

La comunicación política se define como el intercambio de información entre gobernantes y gobernados a través de canales estructurados o informales sobre asuntos públicos de interés, mientras que la comunicación pública –mediante la información pública– es el campo de construcción social y cultural para transformar la sociedad desde la participación.

Ambos conceptos constituyen un espacio propicio para fortalecer la democracia y la participación ciudadana, dados los vacíos conceptuales, teóricos y prácticos sobre la comunicación, lo público y lo político (Botero, 2006, p. 20).

Según Merritt (como se citó en Botero, 2006), la creación del capital social requiere reconectar a los ciudadanos con la vida pública, potenciar la capacidad de deliberación de la ciudadanía y ofrecer información masiva o institucional con miras a la participación. Los medios de comunicación pueden visibilizar los procesos ciudadanos a través de una buena cobertura informativa y la promoción del diálogo social.

Lo público es un espacio de permanente construcción ciudadana. Usualmente se confunde lo público con lo político, situación que disfraza las inequidades en la participación ciudadana con respecto a la vigilancia de los asuntos de gestión gubernamental. Ante ello, es necesario transparentar la información generada por el Estado, pero también la información generada por otros actores sociales y políticos (Sandóval, 2017).

Según la Ley Municipal Autonómica N.º 165 de Acceso y Difusión de Información Pública Municipal del Gobierno Municipal de La Paz (16/02/2016), en su artículo 5 de definiciones, inciso c, la información pública es definida como todo aquel dato que “generen, posean o administren los sujetos obligados, como consecuencia del ejercicio de sus facultades o atribuciones, o el cumplimiento de sus obligaciones, sin importar su origen, utilización o el medio en el que se contenga o almacene”.

En ocasiones, la circulación de información pública es escasa o sobreabundante; en cualquier caso se impide a los actores participar porque la información científica y técnica no es comprensible y porque las opiniones y percepciones de la gente no son tomadas en cuenta por los especialistas (Correa, 2009).

No obstante, cuando el acceso a la información pública es oportuno garantiza la participación ciudadana y la protección de los derechos civiles.

IV. Diseño metodológico

Esta investigación partió de la siguiente pregunta: ¿Qué características tuvo la información pública difundida por el Gobierno Autónomo Municipal de La Paz (GAMLP) de agosto de 2017 a agosto de 2018 en la ciudad de La Paz? ¿Esa información contribuyó o limitó la participación ciudadana de las juntas vecinales del distrito 3 del macrodistrito Cotahuma? ¿Por qué?

Los objetivos específicos de investigación que guiaron este estudio fueron los siguientes:

- Determinar las características de la información pública municipal (IPM) difundida por el GAMLP en medios masivos de comunicación.
- Establecer cómo se maneja y difunde la IPM institucional-organizativa entre las juntas vecinales del distrito 3, la Subalcaldía Cotahuma, el delegado de control social y la asociación comunitaria.
- Identificar la IPM requerida por las juntas vecinales para garantizar su gestión.
- Describir los mecanismos de participación ciudadana de las juntas vecinales del distrito 3 de Cotahuma y cómo evalúan esos espacios de diálogo e interacción.
- Determinar las causas por las que la IPM contribuyó o limitó la participación de las juntas vecinales del distrito 3 Cotahuma.

Se utilizaron metodologías cuantitativa y cualitativa, los métodos inductivo, hipotético-deductivo y analítico para el análisis de la información recolectada.

La técnicas aplicadas fueron el análisis documental (leyes y normas nacionales e internacionales sobre el derecho a la información y el acceso a la información pública, y resoluciones y documentos de planificación del GAMLP); el análisis de contenido (sitio web, separatas impresas de “Las cosas claras para La Paz”, microprogramas televisivos “Las cosas claras para La Paz” y programas radiofónicos) y entrevistas (autoridades ediles, dirigentes vecinales y especialistas).

La recopilación y análisis de información fue dividida en a) información pública municipal para medios masivos de comunicación y b) información organizativa-institucional del GAMLP.

V. Información pública municipal para medios masivos de comunicación

Según Juan Eduardo Araos (comunicación personal, 16 de abril de 2018), editor general de la Agencia Municipal de Noticias (AMN) del GAMLP, la Unidad de Comunicación del GAMLP trabaja con las áreas de a) producción de materiales; b) comunicación interna; c) unidad de prensa; d) la Agencia Municipal de Noticias (AMN)², y e) unidad de redes sociales. El sitio web es administrado por la Dirección Municipal de Tecnología y alimentado por la AMN.

Durante el periodo de análisis se difundieron 23 campañas comunicacionales masivas y 18 campañas alternativas; hubo dos sobre educación ciudadana (uso de contenedores de basura y plazas ecológicas). En general, el diseño de las campañas depende de las unidades ediles (por ejemplo, gobernabilidad) y se apoya con la elaboración y difusión de productos comunicacionales.

a) Suplemento impreso “Las cosas claras para La Paz”

Figura 1
Suplemento impreso “Las cosas claras para La Paz”



2 Produce el suplemento impreso y el microprograma televisivo “Las cosas claras para La Paz” y, además, supervisa la labor de la radio municipal.

Se analizaron 20 ejemplares publicados los días domingo en los diarios *La Razón* y *Página Siete* entre agosto y diciembre de 2017. Se registraron 91 notas; de ellas, 68 fueron informativas y 23, propaganda institucional (decretos municipales que se publican en la contratapa del suplemento).

Las temáticas noticiosas publicadas fueron las siguientes: 60% sobre entrega o refacción de obras; 15% sobre cultura ciudadana; 9%, audiencias ciudadanas; 9%, infraestructura; 6%, acciones ediles de prevención de emergencias y 1%, otras.

Se identificaron 31 tipos de fuentes informativas, clasificadas según la frecuencia: funcionarios de la Alcaldía de La Paz (146; 45%), vecinas/vecinos (68 menciones, 21%), especialistas (24 citas, 7,4%). Hubo poca cobertura de las juntas vecinales (3,8%) o los Consejos Ciudadanos por la Niñez y el de Planificación de Cultura (0,4% cada uno).

b) Radio Municipal La Paz

Figura 2
Afiche de Radio Municipal La Paz



Gracias a la cooperación de la Unidad de Comunicación del GAMLP, se pudo analizar nueve programas de radio producidos por esa institución (seis en español y tres en aimara): programa en aimara Markasata (temprano en la mañana), “Hablemos claro” (de 9:00 a 12:00) y Radio Municipal (RM) Noticias,

de 13:00 a 14:00, al mediodía. Para los fines de esta investigación se identificó una noticia corta sobre audiencias ciudadanas en un noticiero meridiano. El análisis encontró una noticia sobre la audiencia ciudadana del distrito 21 y otra sobre el consejo del distrito 14.

c) Microprograma televisivo “Las cosas claras para La Paz”

Figura 3
Imagen de “Las cosas claras para La Paz”



El análisis identificó nueve microprogramas con noticias cortas relacionadas con participación ciudadana. Se estableció que ningún dirigente vecinal brindó declaraciones, no se resumieron cuáles fueron las quejas, felicitaciones o solicitudes de los vecinos en las instancias de participación ciudadana; tampoco se hizo referencia a la evaluación de los proyectos o programas sociales implementados, a los servicios de salud que el municipio brinda, a las actividades de los programas sociales ediles vinculados con niñez, juventud, mujeres, microempresarios o líderes escolares en contra de la violencia, entre otros.

Se desconocen las demandas o quejas de juntas vecinales porque no se usan como fuente informativa. Tampoco se precisan datos sobre la gestión edil en cada macrodistrito.

d) Sitio web GAMLP y AMN

Figura 4
Imagen de un sitio web de la Alcaldía de La Paz



El sitio web permite el seguimiento y participación del ciudadano promedio, si este conoce sobre el manejo de plataformas digitales y si está registrado como usuario frecuente para el seguimiento de trámites en el Sistema de Trámites en Línea (SITRAM) que le asigna una tarjeta y clave.

El sitio web tiene: a) información general del municipio, sus autoridades, organigrama y presupuesto institucional; b) vínculos que permiten navegar por la normativa y los programas del municipio; y c) el Sistema de Trámites en Línea (SITRAM) que facilita el acceso a información sobre pago de impuestos, patentes, permisos de viaje, estacionamiento en vía pública, permisos de construcción, consulta de infracciones, gastos del cementerio, teléfonos de urgencia y otros enlaces de interés.

Así también, el portal posee un enlace para denuncias (bacheos, sumideros y luminarias, entre otros) y un foro de acciones y propuestas ciudadanas (aunque no funcionaba en el momento de análisis).

Finalmente, se observó que el sitio cuenta con información, enlaces a redes sociales (Facebook, Twitter y YouTube) del municipio y un enlace para suscripción.

A pesar de las numerosas opciones digitales e interactivas, un gran número de dirigentes vecinales tiene un promedio de 55 años y el manejo de la plataforma digital del municipio aún representa un reto. Por esa razón, la mayoría de ellos prefiere hacer seguimiento a sus trámites en persona.

VI. Información pública municipal institucional-organizativa

La información pública municipal institucional-organizativa es aquella que circula formalmente por escrito mediante canales internos a través de circulares, comunicados y cartas de las reparticiones de la Alcaldía de La Paz a las subalcaldías; de ellas a las juntas vecinales y viceversa. No obstante, este estudio se centró en toda comunicación institucional externa que se difunde hacia los vecinos y ciudadanos en el municipio de La Paz.

La plataforma digital de atención ciudadana es supervisada por la Dirección de Modernización y Gobierno Electrónico, que administra Igob 24/7 para diversos servicios en línea (trámites de catastro y pago de impuestos, entre otros).

La comunicación externa hacia la ciudadanía posee cuatro pantallas informativas en circuito cerrado en cuatro hospitales municipales y en los buses Pumakatari; también hay dos plataformas de atención ciudadana (mercado Camacho y calle 14 de Calacoto)³.

VII. Comunicación para la participación de juntas vecinales

Las juntas vecinales son actores sociales del proceso de participación ciudadana que se organizan en representación vía voto democrático entre los vecinos y vecinas de las zonas y barrios que forman parte de un distrito.

El municipio de La Paz abarca siete macrodistritos urbanos y dos rurales. Esta investigación analizó el macrodistrito Cotahuma, conformado por los distritos 3, 4,5 y 6; se trabajó con las 11 juntas vecinales del distrito 3.

3 No se tomó en cuenta la comunicación interna debido a que su análisis no correspondía con el objetivo general de esta investigación.

A partir de las entrevistas realizadas a los dirigentes de las juntas vecinales, se estableció que acceden a la información pública municipal que es difundida masivamente por el GAML, principalmente en televisión y esporádicamente a través de las separatas “Las cosas claras para La Paz”. Escuchan poco la radio municipal en línea y casi nunca visitan el sitio web del municipio.

Con relación a la información pública municipal institucional-organizativa, se expresó que la Subalcaldía de Cotahuma brinda datos muy técnicos, superficiales y breves. Las juntas de vecinos consultadas manifestaron que esa subalcaldía no brinda información pública de forma oportuna porque carece de personal idóneo que atienda las consultas, y tampoco posee registros actualizados. Una queja vecinal recurrente fue la falta de socialización de la existencia de un fondo de respuesta inmediata (en casos de emergencias) o de los proyectos vecinales priorizados a los que se podría acudir para ejecutar los planes operativos anuales.

Según aseveran las juntas vecinales, la respuesta a sus cartas de solicitud puede demorar meses e incluso años, a pesar que el municipio paceño establece que el tiempo promedio de respuesta debe ser de 15 días. Además, con frecuencia los vecinos deben volver a redactar su solicitud debido al cambio del funcionario edil, a que la instancia municipal a la que se dirigieron no era la adecuada e, incluso, a causa de que su misiva debe ser presentada en otra ubicación de SITRAM para el envío de correspondencia.

Se constató que las pugnas políticas impiden que el delegado de control social y la asociación comunitaria del distrito 3 garanticen o brinden información pública municipal oportuna a las juntas vecinales. Desafortunadamente, las juntas vecinales manifestaron que no se lleva un registro de rendiciones públicas de cuentas de los representantes de control social ni de las directivas de las juntas vecinales que rotan paulatinamente.

Adicionalmente, tres dirigentes de juntas vecinales (8 de Diciembre, Adela Zamudio e Inmaculada Concepción) afirmaron que algunas directivas concentran la información pública (presupuestos y reuniones de coordinación) y no la difunden entre los vecinos/as, muchas veces tampoco a su directorio. Adicionalmente, otro dirigente vecinal entrevistado afirmó que algunos dirigentes vecinales aprovechan su puesto de liderazgo para buscar espacios laborales en el municipio o para beneficiarse con la ejecución del POA.

Entre las tres principales recomendaciones que hacen al municipio los dirigentes vecinales entrevistados están las siguientes:

- 1) Un sistema organizado de datos. Hace falta el seguimiento a reuniones de coordinación con equipos técnicos ediles: POA, trámites, diagnóstico para priorizar obras y proyectos por barrio.
- 2) Documentación sobre la gestión para y de cada junta vecinal con información actualizada sobre la estructura orgánica del GAMLP y procedimientos administrativo-técnicos e informes públicos de gestión de cada junta vecinal a disposición de juntas vecinales y vecinos.
- 3) Información y capacitación sobre planes operativos anuales (POA). Se precisan datos sobre informes de otras gestiones; apoyo en la formulación de un diagnóstico para definir demandas y necesidades de cada zona; y capacitación en la elaboración y evaluación de POA y presupuestos (para priorizar la formación de capital humano).

VIII. Mecanismos de participación ciudadana

Además de evaluar la información pública municipal masiva y la institucional-organizativa del GAMLP, se examinaron las formas de interacción de las juntas vecinales con los mecanismos de participación contemplados en la Ley Municipal Autónoma N.º 025 de Participación y Control Social (08/10/2012)⁴.

Según el artículo 14 de la Ley Municipal N.º 025, los dos tipos de mecanismos de participación son:

- Mecanismos de participación directa: entre ellos, la iniciativa legislativa ciudadana, el referendo, la consulta previa y el revocatorio de mandato. Este estudio no analizó estos mecanismos porque se corresponden con el diseño de políticas públicas e instancias políticas de representación.
- Mecanismos de participación ciudadana en la gestión pública municipal, que comprenden la asamblea de la paceñidad, las audiencias vecinales, los consejos consultivos por macrodistritos, las asambleas de las

⁴ La Ley Municipal Autónoma de Participación y Control Social, N.º 025, expresa que los actores llamados a este ejercicio de derechos son la sociedad civil organizada con equidad de género, social y generacional; organizaciones sociales e instituciones representativas urbanas y rurales y comunidades de los distritos rurales. Una organización social o institución social es un grupo de personas que interactúan entre sí y establecen relaciones sociales con determinados objetivos.

comunidades de los distritos municipales rurales, los consejos de planificación, las mesas de diálogo y los observatorios.

Adicionalmente, se debe mencionar que a la fecha la Ley Municipal N.º 165 de Acceso y Difusión de la Información Pública Municipal (16/02/2016) no ha sido implementada debido a la falta de aprobación de su reglamento. Su objetivo consiste en establecer el marco normativo para el acceso a la información pública del GAMLP y su correspondiente difusión, previendo el cumplimiento del principio de transparencia en la administración pública municipal.

Luego del trabajo de campo se estableció lo siguiente:

- Las juntas de vecinos nuevas (cuatro de 11 juntas) no tienen muy clara la diferencia entre los distintos mecanismos que promueve la Ley Municipal de Participación y Control Social. Algunos confunden las audiencias macrodistritales con las sesiones macrodistritales con los miembros del Concejo Municipal.
- De acuerdo con las declaraciones de los dirigentes vecinales del distrito 3 de Cotahuma, no hubo reuniones en la sesión del Concejo Municipal en 2017. Pese a que esa sesión llevó a cabo, es probable que aquellos no hubieran participado de ella.
- Las juntas vecinales del distrito 3 recomiendan planificar con más tiempo las audiencias ciudadanas y que se amplíe su duración para que las autoridades escuchen activamente a las juntas vecinales.
- Las sesiones con el Concejo Municipal en cada macrodistrito tienen una periodicidad variable (dos o tres sesiones al año), tiempo que se considera muy escaso para reuniones operativas de coordinación con las subalcaldías.
- Existen 11 consejos ciudadanos de planificación sectoriales y funcionales⁵ en el municipio; ocho de las 11 juntas del distrito 3 participan en el Consejo de Salud y Seguridad Ciudadana, aunque se colabora eventualmente con juntas escolares a través del Servicio Departamental de Educación (Seduca).

5 Según el estudio de Solidar Suiza y el Observatorio La Paz, *Cómo Vamos*, sobre la aplicación de la Ley Municipal N.º 025 de Participación y Control Social (diagnóstico de fortalezas y debilidades en los consejos ciudadanos), hay consejos ciudadanos de mujeres, personas con discapacidad, adultos mayores, desarrollo económico, salud, seguridad ciudadana, jóvenes, diversidades sexuales, niños y adolescentes, ética y transparencia.

- No hay registro de mesas de diálogo en las que participaran las juntas vecinales del distrito 3 de Cotahuma en la gestión 2017.
- Los observatorios municipales son instancias que desarrollan su labor de forma independiente a las juntas vecinales.

A modo de autoevaluación, Diego Cuadros, director de la Unidad de Coordinación Macrodistrital y Participación Ciudadana del Concejo Municipal manifestó:

El mecanismo de participación directa que más ha funcionado es el mecanismo de Iniciativa Legislativa Ciudadana, impulsado desde el Concejo Municipal. Gracias a él se han podido promulgar Leyes y Ordenanza Municipales construidas participativamente en concurrencia de los sectores más interesados en las temáticas (D. Cuadros, comunicación personal, 2018).

Según Cuadros, no todos los mecanismos de participación ciudadana en la gestión pública municipal han funcionado; los consejos macrodistritales urbanos no han sido activados en las subalcaldías, las principales responsables del funcionamiento de aquellos. Por otro lado, las mesas de diálogo tampoco funcionan recurrentemente, ya que son pensadas para la elaboración de los planes territoriales de desarrollo integral.

IX. Conclusiones

A partir del análisis, se concluye que las juntas vecinales del distrito 3 de Cotahuma acceden parcialmente a la información pública municipal masiva. Los productos comunicacionales elaborados por el municipio hablan poco de la participación ciudadana en general y mucho menos del control social.

La información pública municipal masiva sigue el enfoque de la comunicación política (centrada en la transmisión de información y de la persuasión), porque los temas noticiosos se concentran prioritariamente en la entrega de obras a pesar de difundirse información sobre al menos 25 programas y proyectos sociales y no de infraestructura.

Por el contrario, la información pública municipal en el sitio web es abundante, clara, actualizada y oportuna. Su única limitación es que los dirigentes vecinales tienen una edad promedio de 55 o más años, no están familiarizados con el manejo de la tecnología (salvo casos excepcionales) y prefieren acudir

personalmente a presentar su carta al SITRAM para solicitar información o a la oficina del subalcalde de Cotahuma. El mayor potencial está en el uso generalizado de grupos de WhatsApp, y se espera que las aplicaciones para celular gratuitas municipales se usen más a menudo a mediano plazo.

La participación ciudadana difundida en medios de comunicación es un tema poco relevante para la amplia agenda de asuntos de diversa índole. Su tratamiento es descriptivo y muy breve. Los dirigentes vecinales manifestaron que el contenido informativo es adecuado, claro y ágil en televisión; a veces en la separata impresa y raramente en los programas de radio o en el sitio web.

En los seis meses de análisis solo una vez se mencionó la audiencia ciudadana del distrito 3 con datos muy escuetos y generales. Se posee acceso directo a la información masiva, pero se sugirió organizar mejor la distribución de cada junta vecinal y, a través suyo, a vecinos y vecinas.

Por otro lado, la información pública municipal institucional-organizativa, que forma parte de la estrategia de comunicación del municipio, tiene el potencial de ser utilizada como herramienta de diálogo e interacción interpersonal y de grupos con la comunicación para el cambio social, para reconstruir lo público desde la sociedad civil o educar a la ciudadanía para la participación, para el diseño de políticas públicas participativas y para el desarrollo democrático del capital humano.

Sin embargo, todavía es un desafío edil que su compleja organización institucional cuente con personal especializado en cada subalcaldía para que informe adecuada y oportunamente a los dirigentes vecinales sobre cómo funciona el municipio o cuáles son las instancias de participación ciudadana a las que pueden acceder; para que produzca o distribuya materiales de difusión y para que propicie talleres de capacitación en participación ciudadana y alfabetización mediática digital.

Referencias

Botero, L. H. (2006). Comunicación pública, comunicación política y democracia: Un cruce de caminos. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 5(9), 13-27. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=491549032001>

- Correa, M. (2009) *Comunicación pública: Conceptos y estrategias*. Presentación realizada en módulo de capacitación del proyecto “Todos hacemos política”. Lima, Perú. Recuperado de https://www.calandria.org.pe/rec_descarga.php?id_rec=192
- Gumucio D., A. (2012). El derecho a la comunicación: Articulador de los derechos humanos. *Razón y Palabra* (80). Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N80/V80/00_Dagron_V80.pdf
- Sandóval, V. (2017). *Medios públicos en el Estado Plurinacional de Bolivia y su relación con el derecho a la información y comunicación DIC* (Tesis de grado inédita). Ciencia Política y Gestión Pública, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia.
- Tamayo G., C. A. (2012). Ciudadanía comunicativa, aproximaciones preliminares. *Signo y Pensamiento*, 30(60), 106-128. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86023575009>
- Uranga, W. (agosto, 2015). Desarrollo, ciudadanía, democracia: aportes desde la comunicación. En *III Congreso Panamericano de Comunicación, “Integración comercial o diálogo cultural ante el desafío de la sociedad de la información”*. Buenos Aires. Recuperado de http://www.wuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=25:propios-10&catid=8:textos-propios&Itemid=107
- Uranga, W., & Thompson, H. (Eds.). (2016). *La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía: Una propuesta para trabajar desde la comunicación; Recorridos de trabajo para comunicadores, animadores y dirigentes sociales*. Buenos Aires: Patria Grande, 2016.

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

***La palabra y la trama: Ensayos sobre literatura boliviana.* Carlos D. Mesa Gisbert (2019). La Paz, Gisbert & Cia.**

Por Juan Ignacio Siles

Lo primero que se me vino a la cabeza cuando Carlos me pidió que hiciera la presentación de su último libro, *La palabra y la trama*, es si conocía verdaderamente todas las facetas que tiene el autor. He tratado con él desde que volví a Bolivia en 1979. Era ya entonces un personaje. Aunque era joven, estaba cargado ya de una fuerza y una convicción extraordinarias.

Pronto descubrí en él al intelectual en aquellas charlas memorables que el grupo de amigos de nuestros padres solía tener los días jueves por la noche, y en el que Carlos aparecía esporádicamente para descubrirnos su visión sobre la revolución del 52 o, mejor aún, sobre el modo en que habían sido grabados los discos de los *Beatles*.

Después lo volvería a encontrar cuando acompañó a mi padre en la aventura de sacar adelante el diario *Última Hora* en los años 80. Me preguntaba entonces cómo podía darse ese encuentro entre dos personalidades aparentemente tan antagónicas.

No siempre fue fácil, me consta, porque a la suave imposición de mi padre se unía la incandescente rebeldía de Carlos. Pero los sostuvo también la mutua admiración y el respeto, y eso permitió una convivencia que de otra manera hubiera sido impensable.

La vida nos juntaría muchos años más tarde cuando, una tarde de octubre de 2003, recibí una inesperada llamada suya para invitarme a ser parte del proceso destinado a sacar a Bolivia del atolladero en el que se encontraba tras la virulenta crisis política que se produjo en los días previos y que se presagiaba desde mucho antes.

Veinte meses duró ese tremendo aprendizaje de lo que es en carne propia la política. Y puedo decir con certeza que mi amistad con Carlos Mesa se inició precisamente en los últimos días de su mandato. Y es esa amistad y no la política lo que nos ha unido desde entonces.

Hemos deliberado, dialogado y discutido, siempre con mucha pasión, en todos estos largos años de ausencia a los que yo me he voluntariamente condenado. Y no siempre nos hemos puesto de acuerdo. Hemos intercambiado textos, muchos más los suyos que los míos, he tenido el privilegio de revisar con él los borradores de libros fundamentales de su bibliografía como los referidos a su gestión como presidente de

Bolivia e incluso de redactar el prólogo de su significativa *Historia del mar boliviano*.

Y he tenido el gusto de acompañar a Carlos en la redacción de su obra más entrañable y quizás una de las menos conocida, el *Soliloquio del conquistador*. Esa novela imposible de un historiador que nunca ha dejado de querer también ser un literato, y en la que quizás no triunfa el narrador, pero sí surge con más trascendencia el poeta oculto que Carlos lleva adentro. Y que se impone en esa maravillosa simbiosis entre la Malinche y Hernán Cortés. La mejor metáfora de la cultura y de nuestra identidad mestiza que Carlos quiere para sí mismo y que seguramente yo comparto.

Debajo de la imagen de hombre público a veces distante, pero también muy cercano a la gente de la calle, hay un ciudadano común y corriente, con sus debilidades y sus grandezas que, a pesar de ser un político claramente reconocible para la gran mayoría de los bolivianos (más del 90% de la población sabe quién es), ha sentido siempre la necesidad de resguardarse para preservar su espacio propio. Ese territorio personal sin el que la creatividad resultaría imposible.

Probablemente por eso siempre estuve entre los pocos que hubiesen preferido que no volviera a dar el salto a la política, no porque no creyera en él como político, sino porque siempre vi necesario contar con personalidades que pudieran ser el referente de nuestras causas nacionales, el espíritu crítico sobre nuestra realidad histórica, sobre el acontecer nacional o sobre los derechos de los ciudadanos.

Por ello me resulta imprescindible seguir descubriendo las otras facetas de Carlos; aquella de su vida universitaria, por ejemplo, de la que fueron parte amigos tan queridos suyos como Blanca Wiethüchter o Leonardo

García Pavón. Es la faceta literaria que Carlos quiere darnos a conocer hoy.

La reflexión literaria no es su dimensión más significativa, pero posiblemente sea la más íntima, la más profunda. Su visión será siempre la del historiador que quiere desentrañar cronológicamente el trasfondo que hay detrás del canon literario boliviano (ese que él mismo contribuyó a construir a través de las encuestas sobre literatura boliviana que realizó en el vespertino *Última Hora* y que se incluyen como apéndice al final del libro).

Pero será también la del periodista que quiere ayudar a difundir los valores de nuestra cultura. Por ello siempre apuesta por un lenguaje motivador, inteligible y coherente, tal como él mismo afirma en su tan personal prólogo o en sus "deshilachados" apuntes sobre periodismo y literatura.

No es Carlos Mesa un científico ni un teórico de la literatura. Y creo que nunca le interesó serlo. Y tal vez por ello mismo no escribió la tesis que le exigía la carrera. Su aparato crítico es el de su propio parecer y el de su vasta cultura. A él le interesa la literatura como un espacio de análisis en el que desentrañar la identidad, el modo de entender en cada época lo que es la nación boliviana, los procesos sociales y políticos reflejados en acontecimientos como la Guerra del Chaco, la Revolución del 52 o las guerrillas de Ñacahuasú o Teoponte, la capacidad de la literatura de representar la realidad, la invención de nuevos lenguajes, la aproximación poética a las profundidades del alma, el quehacer íntimo de los personajes que surgen de la oscuridad.

Es un lector empedernido. Pero su lectura se centra sobre lo que él siente más próximo; lo que le importa realmente es la literatura boliviana. Y eso hay que destacarlo.

Se ajusta casi siempre a un canon preestablecido y lo analiza desde una perspectiva cronológica que le permite crear tendencias, clasificar autores, establecer parámetros comunes que después cambien con la llegada de autores más jóvenes que se ven motivados por un hecho político determinante que revoluciona la realidad o por la influencia de nuevas corrientes nacidas en otros países.

Pero Carlos sabe también que en nuestra literatura siempre ha resultado paradójico que los hechos más revolucionarios de nuestra historia no han necesariamente estado acompañados de una literatura de vanguardia que establezca nuevos patrones narrativos o poéticos o que aquellos ejemplos individuales de ruptura literaria, como *Cerco de penumbras* de Óscar Cerruto, *Los deshabitados* de Marcelo Quiroga Santa Cruz, *Felipe Delgado* de Jaime Sáenz o *Periférica Blvd.* de Cárdenas hayan quedado casi como hechos aislados dentro de nuestra literatura. Y entonces no queda más que romper las clasificaciones cronológicas y el canon o atenerse a él con cierta desconfianza.

No se conforma con quien es parte del canon republicano y rescata para la construcción del imaginario nacional la invención de un nuevo lenguaje, al que los conquistadores españoles tuvieron que recurrir para intentar interpretar el desconocido mundo americano que se les presentaba ante sus ojos. El territorio de lo maravilloso de Arzáns o el mundo popular del Tambor Vargas, que anteceden la creación de la nación boliviana.

Tampoco logra encontrar los parámetros comunes que establezcan nuevas tendencias, y por ello arriesga en la crítica casi individualizada de autores nuevos como Alison Spedding, o Wilmer Urrelo (a quien debo reconocer que desconocía por completo) o en otros más contemporáneos

como Amalia Decker, Verónica Ormachea, Sebastián Antezana o Camila Urioste.

Y su aproximación a la poesía de Jaime Sáenz o de Óscar Cerruto es siempre personal. Y lo mismo pasa cuando se adentra en la narrativa de Julio de la Vega o la de Juan Recacochea. En Adolfo Cárdenas vislumbra la inmejorable capacidad de subvertir el lenguaje que es tan poco común en nuestra literatura. Y en todos ellos puede reconocerse el vuelco sentimental que su lectura provoca en el alma del autor, que hace suya la búsqueda del ser nacional que provocan desde las profundidades de su creatividad.

Déjenme concluir con las páginas más intensas del libro, las dedicadas a su amiga Blanca Wiethüchter poco antes de su muerte. A ella precisamente, junto a Arzáns y a Cerruto, está dedicada la obra. Carlos va en estas líneas mucho más allá de la reflexión o del deseo de interpretar; se dirige directamente a ella, la que se revela en el descubrimiento de las otras voces, la que se buscaba en los huesos del cielo.

Puede uno coincidir o no en la selección de sus lecturas, con la sujeción a recuento cronológico con el que yo personalmente no siempre me he sentido a gusto, con la extraña necesidad de publicar textos antiguos, pero nadie podrá negar el afán del autor de mantenerse fiel a la búsqueda incesante de la palabra y la trama nacional en todos los ámbitos, desde la historia a la sociología, de la literatura al cine, de la política a la cultura.

Y, en todos los frentes, siempre hay un mismo Carlos, ese que siente un amor inconmensurable por la tierra que le dio la vida.

Muchas gracias.

La Paz, 11 de marzo de 2019

**Palabras de circunstancia para agradecer
la otorgación del Premio Nacional de
Periodismo, 2018**

Lic. Lupe Cajías

Asociación de Periodistas de La Paz,
7 de diciembre de 2018

Muy buenas noches:

Gracias a todos por su presencia en este fin de jornada de una semana turbulenta; gracias por su tiempo. En similar contexto estrené mis reportajes hace cuatro décadas. Todo indica que la violencia será el signo de los próximos meses.

Quisiera centrar mi reflexión en el don máspreciado que nos distingue de otros mamíferos: la posibilidad de ejercer el libre albedrío.

La libertad: la libertad de pensar, la libertad de opinar, la libertad de expresión, la libertad de prensa, la libertad de multiplicar las ideas a través de medios masivos; la libertad con responsabilidad. La libertad de la palabra es la generadora de todas las grandes potencialidades del ser humano; particularmente del periodista.

Estamos en el recinto de la Asociación de Periodistas, fundada hace casi 90 años, faro que guía a la prensa paceña y a la prensa boliviana como trinchera permanente frente a los abusos del poder.

Desde hace casi tres décadas, se otorga el premio nacional de periodismo como máxima distinción en el país. Además, se entregan otras medallas a colegas que con sus obras han ayudado a la defensa de las libertades democráticas.

Felicidades a los galardonados de esta gestión; qué lindo compartir con todos ustedes.

Soy la primera persona que recibe la presea que ya lució su padre, Huáscar Cajías, el sabio que predicó y practicó con sus hijos, alumnos y reporteros el respeto a la libertad de pensamiento.

Recuerdo que Jacobo Libermann, presidente del Tribunal de Honor de mi primera gestión al frente de la APLP, me recordaba que era yo muy joven para semejante cargo y me decía:

“Tú no tienes un nombre qué defender. Tú tienes que defender un apellido”.

La lista de premiados desde 1989, encabezada por Alberto Zuazo, tiene un denominador común: la defensa de la libertad de opinión.

También es ineludible tocar otra circunstancia: Soy la tercera mujer en lucir esta medalla, después de otras luchadoras de la libertad de prensa. No fue ni es ni será igual para un varón que para una madre ejercer el bello oficio, como lo definió Albert Camus y lo reiteraba Gabriel García Márquez.

Una reportera necesita tener un frente interno amoroso, y contenido para poder trabajar a plenitud. Así es. Por ello siempre tengo, en mi corazón y en mi mente, a mi compañero de vida y a mis hijos, porque sin su respaldo cotidiano no podría estar acá. Estoy en este atril porque gocé de un amplio ambiente de libertad para escribir.

Desde bebés se acostumbraron a estar a mi lado mientras tecleaba en la vieja máquina Brother que me regaló papá. Tengo originales manchados con sus papillas, rayados con sus primeros intentos de expresión. Inolvidables seminarios para periodistas donde me

acompañaron: Trinidad, Tupiza, Tarija, Oruro, etc.

Cuántas veces hicieron tareas en la antigua sede de la Asociación, en la calle Comercio, mientras yo atendía algún seminario o alguna reunión. Por mi parte, siempre rechacé puestos ejecutivos que me hubiesen obligado a turnos dominicales o a trasnochar. A veces, las propias colegas mujeres no entendían mi opción, opción que pude elegir porque tenía el respaldo de mi esposo.

Una opción que vino con otra característica particular: pertenezco a la primerageneración de periodistas con título en comunicación social. No solo me tocó producir mensajes, sino analizar a los medios de comunicación. Una hidra de dos cabezas, una situación más de una vez paradójica, casi esquizofrénica.

Soy parte de una camada que tuvo como ejemplo de trabajo a la “generación de oro del periodismo boliviano”, aquella que fue exiliada por las dictaduras militares. Quería ser así, valiente y pulcra, guerrera. Luchar por la libertad, aunque esa meta siempre sea una línea vaga que se esconde en el horizonte.

Me estrené como periodista cuando amanecía la democracia, en 1978. Todo era una aventura y una utopía: el retorno de los exiliados, los presos políticos liberados, las asambleas sindicales, los universitarios en tropel.

Recuerdo que ese año Humberto Vacaflor, frente al “lechingrado”, donde muchos esperábamos las noticias del día, me invitó a entrar a la Asociación de Periodistas. Atrevida, le dije que era una entidad elitista. Me respondió “mejor entras y desde ahí luchas”. Me reiteró que la APLP siempre enfrentó a las dictaduras. Fue también Vacaflor el que me confió una cartera en su

directorio en 1990, y en 1992 impulsó mi candidatura como presidenta de la APLP.

Juan Cristóbal Soruco, compañero de curso, inauguró el año pasado el reconocimiento a esta generación de licenciados. Con su discurso nos motivó a pensar en el futuro de esta profesión. La propia APLP lleva el nombre de “periodistas” pero se nutre de jóvenes “comunicadores”. Existe un debate irresuelto de quiénes son o no son periodistas. ¿Debe o no la APLP albergar a titulados que ejercen sus carreras en la publicidad o en el marketing? Hay como un celo de mirar con desprecio al “comunicador” que no fue nunca reportero de calle, como un médico sin años de provincia. Habrá que conversar sobre ese dilema.

Me tocó desarrollar mi trabajo en un momento de apogeo de la prensa boliviana, cuando las encuestas mostraban año tras año la altísima aprobación y confianza de la población en los medios de comunicación, el respeto a los periodistas.

Cada uno tenía el orgullo de decir: soy periodista, periodista boliviano y las puertas se abrían como por la magia del abracadabra. Dentro y fuera del país. Podíamos ser parte de ese contexto favorable por una razón principal: porque ejercíamos el trabajo en un ambiente de libertad y tolerancia. No puede haber calidad en un reportaje, en una crónica, sin libertad. No puede haber periodismo de investigación sin pleno acceso a las fuentes primarias y secundarias.

Aquí hago un alto para agradecer a la vida y a quienes me tocaron como guías, desde mi primer trabajo práctico, junto al equipo de Daniel Samper en *El Tiempo* de Bogotá, hasta la fecha. Gracias a ellos pude mantener mi mismidad, que es este esqueleto que me permite seguir sin agachar la cabeza.

Mariano Baptista y Luis Quezada, en *Última Hora*, donde recibí mi primer salario. Ellos nunca me borraron una idea. Antes bien me confiaron tareas relevantes, pese a mis 22 años. El periódico pertenecía a Mario Mercado y yo llegaba del exilio banzerista. Sin embargo, nadie me puso bozal.

Eduardo Pérez, director en la emisora jesuita radio *Fides*, donde comencé con mi programa cultural, dentro de los cambios de estilo que él vanguardizaba, no me censuró una palabra. Exigía un audio impecable, no una rodilla doblada.

Casi al mismo tiempo, Edgardo Vázquez, prinista, me invitó a formar parte de los fundadores del semanario *Aquí*, junto con el sacerdote Luis Espinal y el guevarista Antonio Peredo. También ahí tenía el goce de debatir temas y asuntos sin que nadie se enojara. Reía con cada caricatura que iría en la siguiente portada.

Trabajar en medios con matices tan diferenciados no representó ninguna contradicción. Mi guía era mi padre y sus sabias palabras: "Más vale ser un periodista pobre que un pobre periodista".

Cómo no agradecer a la familia Canelas que me ampara desde diferentes espacios desde hace décadas: a don Pedro Rivero y a sus hijos que me dan la oportunidad de publicar amplios reportajes; a la familia Miralles con la cual difundí mis artículos culturales para el suplemento *El duende*; a los dueños de pequeños medios donde me encanta publicar y llegar a las audiencias en las orillas de la nación, de Villazón a Guayaramerín. Puedo asegurar que ningún jefe intentó amordazar mi palabra.

Por mi parte, procuré ejercer esa libertad con responsabilidad, sin insultos, ni

interrogatorios, sin tongos, ni acuerdos oscuros, con sustantivos más que con adjetivos. Así me enseñaron mis padres libertarios José Martí y Rafael Barret.

Por ello también agradezco a Carlos Mesa, con quien difiero en tantos asuntos, pero quien como presidente de la nación no puso trabas a mis investigaciones en el Estado. Me confió la tarea más difícil y a la vez me respaldó en los informes más polémicos. Pocas personas respetan tan profundamente como él la palabra ajena, la opinión del otro.

¿Pueden gozar actualmente los periodistas bolivianos de ese mismo ambiente en todos los medios de comunicación del país?

Alguien dirá que acá los narcos no asesinan a radialistas como en México, o que nadie ordena cortar en pedazos a un columnista como en Arabia Saudita. No hemos llegado a esos extremos. Tampoco hay leyes de censura. La lucha de la APLP y del gremio impidió la aprobación de normas que de una u otra manera sutil querían controlar las libertades democráticas.

Al mismo tiempo, al comparar la actual libertad de expresión en Bolivia con los estándares más altos de libertad de opinión y de prensa, como el ejemplo uruguayo, compruebo que el sitio boliviano está al ras del suelo. Así lo confirman los índices internacionales sobre la libertad de prensa.

Cuando contrasto la historia del periodismo boliviano, constato que el gobierno del Movimiento al Socialismo no gusta de la prensa libre. Está equivocado el presidente y dirigente de los cocalleros, Evo Morales, cuando califica a los medios de comunicación como a su peor enemigo. Los medios no son enemigos de Morales. En cambio, Morales y, sobre todo, Álvaro García Linera,

son enemigos de la libertad de prensa en Bolivia. En 36 años de democracia, ningún otro vicepresidente interfirió tanto con el quehacer periodístico.

No quiero dejar de nombrar a otros casos odiosos como el del alcalde Percy Fernández, sus rabietas y ofensas permanentes a la dignidad del periodista, especialmente al pudor de la mujer periodista. Tampoco dejo de lado los nuevos factores de presión como los poderes fácticos que quieren controlar las redes sociales o impiden el ejercicio de otras voces, como sucede en el Chapare o como instruyen a los policías.

Me centro en el Poder Ejecutivo y en el Movimiento al Socialismo porque sus efectos son de largo alcance y de tal profundidad que pueden derivar en lamentables circunstancias. Aquí, en esta testera, solíamos compartir con jefes de Estado, con ministros, con diferentes expresiones ideológicas y partidarias. Ahora es imposible, o nos hincamos o somos adversarios.

Las sucesivas ministras de comunicación no ayudan al periodista a conseguir información. Prefieren aparecer para confrontar. Atrás quedaron las épocas de los *briefings* meridianos en el Palacio de Gobierno, de las conferencias de prensa donde se podían hacer preguntas.

La prensa boliviana nació política, incluso partidaria, como sucedió en la Europa del renacimiento, durante la Revolución Francesa o en la época de las luchas independentistas en el continente. Muchos periódicos eran expresión de las fracciones que disputaban el poder político como lo demostró en su momento Gabriel René Moreno.

Los partidos políticos, que surgieron después de la Guerra del Chaco y que se turnaron

en el poder hasta 2005 tuvieron entre sus fundadores a periodistas y manejaron la prensa para difundir sus ideas. No es el temor a que los medios tengan sus opiniones divergentes o subjetivas lo que nos alarma. Son necesarias las muchas voces, aun las que no compartimos, las más estridentes. Nuestra permanente denuncia es contra el creciente intento de cercar esas múltiples voces, el intento de acallarlas.

En varias ocasiones, partidos políticos compraron periódicos o radios, pero casi siempre fracasaron en sus intentos de controlar la opinión pública. No pasaba nada, una anécdota más.

Desde 2006, el panorama es diferente. Se suceden compras enmascaradas de periódicos, de canales de televisión, de radioemisoras. Detrás está el rumor, el susurro sobre los verdaderos dueños, los que definen los titulares de portada, las campañas contra alguna persona o contra alguna entidad.

Hay un canal financiado por Irán y parece que ni nos inmutamos, aunque al mismo tiempo aparece ligado a la fundación poco transparente del propio primer mandatario y con personeros enredados en directorios de compras y ventas, de empresas en manos de venezolanos, o de empresarios del oficialismo.

El canal estatal, con personal que financiamos los contribuyentes legales —no los gremialistas ni los cooperativistas mineros y menos los coccaleros o los contrabandistas—, es ahora un *cato* privado del MAS y repetidor de programas que alaban a Nicolás Maduro, un presidente de otro país.

Hay radios en toda el área rural que han sido cooptadas por el Estado, por el Ministerio

de Comunicación. Han anulado la prensa alternativa de los años ochenta. No son ni comunitarias, ni de los sindicatos; son repetidoras de la emisora estatal, pagadas por el ciudadano común, pero apropiadas por el MAS.

Los reporteros acreditados en el palacio de Evo soportan cotidianamente a un presidente que humilla a un redactor o que riñe al corresponsal cuando le hace la pregunta incómoda, o que ironiza sobre las labores de una radioemisora.

Quisiera regresar a 1978, recordar a esos periódicos y a esas radios que acompañaron a las mujeres mineras para iniciar un proceso democrático sin perseguidos políticos, sin exiliados y sin partidos prohibidos. Quisiera que igual que entonces los periodistas seamos los principales centinelas para impedir el fraude que se prepara. Entonces era “verde es mi color”, hoy es azul, una “bandera azul”, muchos de cuyos metros son cosidos por obligación, que ha violentado la Constitución Política del Estado y con ello todas las reglas para la convivencia pacífica.

Nunca fui neutral en mi vida, no lo soy ahora. Si queremos tener alguna esperanza, hay que evitar el fraude del próximo año. Cada elector, cada periodista debe ser un centinela

de su propio voto y de la participación ciudadana. Pertenezco a la generación de la máquina de escribir, con algún tardío aprendizaje en la computadora, pero soy analfabeta digital. Los soportes cambian, el espacio y el tiempo se han reducido. Son los jóvenes los que deben enfrentar ese desafío. Lo que no cambia desde hace tres mil años es la búsqueda de la verdad y el compromiso con el bien común.

En medio de mi actual pesimismo, aún creo vislumbrar una luz, una trinchera que nos salve del abismo y que permita que el próximo año, una vez más, brindemos todos juntos y en paz en nuestra querida Asociación de Periodistas.

Qué mejor terminar con la frase del Quijote a Sancho y que tanto repetía mi querido maestro Luis Ramiro Beltrán:

“La libertad, Sancho, es uno de los más preciosos dones que a los hombres les dieron los cielos; con ella no pueden igualarse los tesoros que encierra la tierra ni el mar encubre; por la libertad, así como por la honra, se puede y debe aventurar la vida. Por el contrario, el cautiverio es el mayor mal que puede venir a los hombres”.

Muchas gracias

**Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, La Paz
Departamento de Comunicación Social
Convocatoria para el *Journal de Comunicación Social*
y lineamientos generales**

1. Objetivos del *Journal* y áreas de investigación

El *Journal de Comunicación Social* es la revista académica del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” (regional La Paz), que se publica dos veces al año. Su propósito es la difusión de conocimiento a través de la publicación de artículos originales e inéditos, que generen debate sobre fenómenos sociales desde una perspectiva comunicacional. Asimismo, publica reseñas y reflexiones vinculadas con esta área en particular y de las Ciencias Sociales en general.

El *Journal* publica trabajos enmarcados en las áreas de **sociología de la comunicación de masas, estudios culturales y comunicación, sociología política y opinión pública, y comunicación y desarrollo**. Cada área tiene las siguientes líneas específicas de investigación:

1.1. 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 los medios, así como el comportamiento de las audiencias.

Sus 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), estudiados tanto desde una perspectiva histórica como contemporánea.
- Las narrativas mediáticas: en esta línea se estudia la forma en que las sociedades se narran a través de los medios de comunicación. Esta línea incluye estudios sobre cinematografía o publicidad.

1.2. 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 sus 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 y 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.

1.3. 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, hay 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.

1.4. Comunicación para el desarrollo (Secrad)

Se divide en las siguientes áreas:

- Comunicación para el desarrollo y medios alternativos: En esta área se 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 de la sociedad. 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 de la ciudadanía.
 - c) Medios públicos y radiodifusión comunitaria.
- Comunicación inclusiva (derecho a la comunicación e información de las personas con discapacidad): En esta área se 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. Tipos de artículos que publica el *Journal*

Los trabajos que publica el *Journal de Comunicación* deben enmarcarse en las áreas y líneas de investigación descritas en el anterior apartado, y pueden ser los siguientes tipos de artículos:

2.1. Artículo de investigación empírica u original

Reporta a detalle una investigación original. Como tal, debe describir el proceso de investigación con una introducción, la descripción de métodos, los resultados y un apartado interpretativo con discusión y conclusiones.

2.2. Revisión de literatura

Es un análisis crítico y sistemático de la literatura existente en un campo específico, cuyo fin es organizar la literatura, evaluarla, identificar patrones y tendencias, sintetizarla o identificar fallas de investigación y recomendar nuevas áreas de trabajo. Se incluyen en esta categoría metaanálisis (abordajes con rigurosos procedimientos estadísticos de los resultados de diversos estudios). Dadas sus características, las revisiones de literatura suelen tener entre 50 y 100 referencias bibliográficas.

2.3. Artículo teórico

Aborda una teoría revisando su desarrollo y analizándola exhaustivamente a través del examen de su consistencia y validez; del hallazgo de fallas o la demostración de ventajas. Con ello busca ampliar o mejorar construcciones teóricas vigentes.

2.4. Artículo metodológico

Aporta nuevos métodos, tests o procedimientos, o mejoras en versiones anteriores. Debe exhibir un avance en el campo metodológico vigente y hacer posible que, por un lado, el lector pueda comparar los métodos propuestos con los vigentes y, por otro, aplicarlos.

2.5. Estudio de caso

Es el informe de trabajo de un estudio de caso, es decir, de una investigación centrada en el caso específico de un fenómeno particular, cuyo objetivo inicial es obtener la comprensión de una teoría determinada o generar información sólidamente sustentada para la elaboración de una nueva teoría.

2.6. Reseña de libros

Es un texto breve que aporta reflexiones y análisis novedosos, pertinentes y sustentados sobre alguna obra trascendente o de reciente publicación, enmarcada en las líneas de investigación del *Journal*.

2.7. Otros tipos de artículos

Eventualmente y por lo general por invitación expresa, el *Journal* publica ensayos académicos argumentativos, conferencias, réplicas a artículos publicados previamente y monografías.

3. Presentación del manuscrito

Los artículos no deben encontrarse en procesos de evaluación en ningún otro medio de difusión. El autor cede los derechos de propiedad del artículo hasta que el *Journal* lo publica. Los artículos deberán ser enviados en versión electrónica, siguiendo las siguientes normas:

3.1. Atribución apropiada de fuentes

La procedencia de **todos** los datos y afirmaciones del manuscrito debe ser correctamente identificada, de modo que el lector tenga absoluta claridad sobre qué información corresponde al autor del texto y qué información procede de alguna fuente específica. Por norma de redacción académica, el autor incluso debe reconocer el crédito del autor o autores en los que se basó para el planteamiento de su investigación. Falencias en la correcta atribución de fuentes pueden derivar en plagio. Entre las principales formas de plagio en el ámbito impreso se cuentan las siguientes:

- Entregar un manuscrito ajeno haciéndolo pasar como propio.
- Copiar palabras o tomar ideas de alguien sin reconocer su crédito.
- No entrecomillar un textual o no colocar el fragmento copiado con sangría en bloque para indicar que es textual (el uso de cursivas no indica transcripción textual).
- Cambiar algunas palabras, pero conservar la estructura sintáctica de un pasaje u oración tomados de otra fuente (*patchwriting*), incluso si la fuente es citada apropiadamente.
- Aportar información incorrecta o falsa sobre las fuentes citadas (en citación o en referencias).

El plagio es un delito penado por la legislación boliviana (Código Penal, art. 362). El *Journal* asume que el autor, a momento de remitir su manuscrito, implícitamente certifica que no está incurriendo en ninguna de estas prácticas o en alguna otra conducta que impida el reconocimiento adecuado del mérito ajeno.

3.2. Aspectos formales

El manuscrito debe tener una extensión aproximada de **10.000 palabras y estar escrito en Word Office, en páginas tamaño carta, con tipo de letra Times New Roman, a 12 puntos e interlineado sencillo.**

3.3. Elementos del artículo

a) Título

Debe expresar de manera sencilla y clara la idea principal del artículo, es decir, el tema del que trata y las variables o teorías que se investigan en él. Es aconsejable que su extensión no exceda las 12 palabras. Eventualmente puede incluir un subtítulo complementario que también debe ser conciso. Debajo, debe aportar el mismo título traducido al inglés.

b) Nombre del autor y afiliación institucional

Debajo del título, el o los autores deben indicar sus nombres y apellidos y la institución donde realizaron la investigación o, en caso de que no la hubiera, la ciudad y el país de residencia. Si el autor cambió de afiliación institucional, puede indicarlo en la “nota del autor”.

c) Nota del autor

Debajo del título y del nombre del autor, el autor o autores deben aportar la siguiente información subtitulada como “Nota del autor” (esquema basado en el *Manual de publicaciones* de la APA):

Primer párrafo

Nombre y apellidos, nombre del departamento o la unidad en cuyo marco institucional hizo la investigación, nombre de la universidad; nombre y apellidos del segundo autor, etcétera. (Si el autor o alguno de los autores no tuvieran afiliación institucional, simplemente indicarán la ciudad y el país separados por comas en lugar del departamento y la universidad).

Segundo párrafo

Nombre y apellidos, nombre del actual departamento o unidad donde trabaja actualmente, nombre de la universidad o institución en la que trabaja actualmente. (Esto se hace en caso de que el autor o autores hubieran cambiado de afiliación institucional desde la elaboración del artículo).

Tercer párrafo

Agradecimientos (opcionales): mencione una beca o algún tipo de ayuda financiera concedido para la elaboración de la investigación; luego, agradecimientos a colegas que hubieran colaborado en el estudio o en la revisión del manuscrito.

Si se debiera hacer algún reconocimiento especial (por ejemplo, si el artículo se basa en datos de un estudio previamente publicado), si hubiera algún tipo de conflicto de intereses del autor con relación a su tema de investigación (por ejemplo, un estudio sobre un medio de comunicación donde el autor trabaja), o si la organización para la que el autor trabaja desea expresar que el contenido del manuscrito no representa la posición de esa institución, ello deberá indicarse en el mismo párrafo antes de los agradecimientos.

Cuarto párrafo

Persona e información de contacto: casilla postal o correo electrónico.

Quinto párrafo

Datos curriculares de los autores: grados académicos y universidades que los concedieron; publicaciones.

Ejemplo (sin datos curriculares):

Jane Doe, Departamento de Psicología, University of Illinois at Urbana Champaign; John Smith, Departamento de Psicología Educativa, University of Chicago.

John Smith se encuentra actualmente en el Departamento de Psicología, University of California, San Diego.

Parte de esta investigación está subvencionada por becas del National Institute on Aging y de la John D. and Catherine T. MacArthur Foundation.

La correspondencia en relación con este artículo debe dirigirse a Jane Doe, Departamento de Psicología, University of Illinois, Champaign, IL 61820.

Dirección electrónica: jdoe@uiuc.edu

(Tomado del *Manual de publicaciones de la American Psychological Association*).

d) Resumen

Su extensión máxima debe ser de 150 palabras en un párrafo. Para un artículo de investigación empírica, el resumen debería expresar con claridad y corrección sintáctica el problema que se aborda (a qué problemática comunicacional y de las ciencias sociales se pretende contribuir, y qué vacío en el conocimiento se desea encarar), los participantes involucrados, la metodología que se siguió, los hallazgos obtenidos y las conclusiones. (Para la elaboración de resúmenes de otros tipos de artículos,

aconsejamos al autor guiarse por el manual de publicaciones de la APA). Debajo, debe aportar una apropiada traducción al inglés del resumen.

e) Palabras clave

Máximo seis, con su traducción apropiada al inglés.

f) Cuerpo del manuscrito

En el caso de un artículo de investigación empírica (ver el apartado 2.1), se aconseja al autor que divida el cuerpo de su manuscrito en los siguientes capítulos o apartados (para otro tipo de artículos, la estructura básica puede ser introducción, desarrollo y conclusiones):

Introducción

La introducción debería contener lo siguiente: el planteamiento del problema de investigación y la exposición de la relevancia que tiene y del contexto que lo rodea; una descripción de investigaciones previas o de la literatura existente sobre el problema, de modo que el lector sepa dónde está situado el artículo dentro de la investigación en curso; una exposición de la hipótesis o de la pregunta de investigación.

Metodología

En este apartado se describe minuciosamente cómo se hizo el estudio, a través del desarrollo de los instrumentos metodológicos empleados y la explicación de cómo se los aplicó. Por razones de estilo, el autor puede anticipar escuetamente en la introducción la metodología que empleará.

Resultados

El autor debe exponer y analizar los resultados que obtuvo de forma tal que se aprecie que estos responden a los objetivos de la investigación y que sustentan las conclusiones del manuscrito. (Si desea aportar tablas y gráficas, debe numerarlas por separado, titularlas informativamente y adjuntar los respaldos en Excel, si se trata de tablas o figuras estadísticas).

Conclusiones

El análisis de los resultados dará lugar a su interpretación, a la emisión de juicios sobre ellos y a la identificación de sus consecuencias teóricas o prácticas. Las conclusiones se obtienen con base en esas inferencias.

e) Referencias

Se debe titular como “Referencias” a la parte de su manuscrito donde están las referencias bibliográficas. Estas deberán ser elaboradas acorde con el sistema de citación de la APA (sexta edición del *Manual*) o con base en el blog de la APA (<https://blog.apastyle.org>): en orden alfabético y con sangría francesa. El autor debe revisar su texto para cerciorarse de que todos los autores que cita en el cuerpo del manuscrito están en su lista de referencias; ni más ni menos (incluso si se trata de un artículo teórico o un metaanálisis). En caso de que hubiera generado sus citas y referencias con alguna herramienta automática disponible o incorporada al procesador de textos, debe revisar la corrección de sus entradas y citaciones, y convertir ambas a texto editable.

4. Autores

Los autores dan fe de la calidad académica de los manuscritos que remiten al *Journal* y del cumplimiento de los procedimientos éticos que prevengan casos de plagio (apartado 3.1) y autoplagio (apartado 5.3).

4.1. Conflicto de intereses

Se entiende por conflicto de intereses cualquier vínculo financiero, laboral, familiar o institucional, creencia política o religiosa, o afiliación académica del autor que pueda influir indebidamente en su manuscrito. En caso de que el autor considere que pueda haber un conflicto de intereses deberá hacerlo notar en su artículo, en la sección “Nota del autor” (ver el inciso “c” del apartado 3.3). Para cualquier consulta que el investigador tenga sobre este y otros temas, puede dirigirse a los responsables editoriales del *Journal*, mencionados al final de la convocatoria o consultar los lineamientos de la Committee on Publication Ethics, COPE (ver el apéndice de referencias).

5. Criterios de selección

El *Journal* publica usualmente seis artículos, salvo reseñas u otros que van en una sección aparte. Los manuscritos deberán cumplir con las siguientes características:

5.1. Relevancia

Se considera relevante el artículo que:

- Contribuya al avance en el conocimiento del campo de estudio respectivo.
- Responda a problemáticas específicas del campo de la comunicación.

- Contribuya en la formación de recursos humanos al haberse originado en una investigación que incorpore a investigadores noveles o alumnos de la institución.

5.2. Pertinencia

La pertinencia está definida por el grado de relación que guarda el artículo con las líneas de investigación del *Journal* y de la carrera de Comunicación Social.

5.3. Originalidad

El manuscrito debe contener una reflexión teórica o desarrollar una investigación cuyos argumentos o propuestas de debate no se hayan hecho antes o, al menos, no se hayan formulado con el mismo enfoque.

El autor no debe remitir un manuscrito que él mismo publicó previamente en otro medio (autoplagio), salvo que lo haya publicado parcialmente o con diferente formato en un resumen, una cátedra o una tesis. En esos casos, el autor debería limitar al mínimo la extensión de eventuales transcripciones y si no se pudiera por alguna razón valedera, citar apropiadamente el fragmento textual.

5.4. Calidad del texto

El texto debe estar redactado de forma comprensible, con claridad, precisión y apego a las normas de ortografía y sintaxis del español.

5.5. Aporte

Se valorará la metodología (si fuera un artículo que parta de una investigación), la literatura de sustento y fundamentalmente el aporte de conocimiento novedoso y riguroso al debate académico en las áreas particulares en que trabaja el *Journal*, presentadas al inicio de la convocatoria.

6. Proceso de selección

Los artículos recibidos entrarán a un proceso de preselección, a partir de una revisión inicial que conduzca a su aprobación o reprobación en función de los criterios generales de esta convocatoria. Esta tarea estará a cargo de los editores de la revista, con el aval de su consejo editorial.

Los textos preseleccionados serán enviados a dos pares evaluadores externos, bajo la modalidad de “doble ciego”, con el objetivo de mantener la reserva tanto del autor como del evaluador. Esto previene conflictos de intereses y garantiza una revisión imparcial de los manuscritos.

En caso de que el artículo sea “aprobado”, el autor recibirá una notificación con esta decisión y solo deberá esperar la publicación, además de eventuales consultas sobre aspectos formales de su manuscrito. En caso de que el artículo sea “aprobado con correcciones por realizar”, el autor será notificado y tendrá que hacer los cambios según las solicitudes de ajuste y corrección expresados, y enviarlos en el transcurso de dos semanas. En caso de que el artículo sea “reprobado”, el autor será notificado y podrá volver a postular su manuscrito para un siguiente número, ajustado con base en las recomendaciones expuestas.

7. Envíos

El *Journal de Comunicación Social* es una publicación bianual que aparece los meses de mayo y noviembre.

Se admitirán contribuciones para el número nueve hasta el 15 de septiembre de 2019.

Los artículos deben ser enviados al siguiente correo: journalcom@ucb.edu.bo

7.1. Contactos

Para mayor información se puede consultar las siguientes personas:

Editores del Journal de Comunicación

Guadalupe Peres-Cajías (gperes@ucb.edu.bo) Celular: (+591) 682-26559.

Coordinadora del Centro de Investigación Boliviano de Estudios Sociales y de la Comunicación (CIBESCOM) del Departamento de Comunicación Social UCB-SP

Andrés Martínez Crespo (aj.martinez@acad.ucb.edu.bo) Celular: (+591) 715-74676.

Coordinadora del Centro de Investigación Boliviano de Estudios Sociales y de la Comunicación (CIBESCOM) del Departamento de Comunicación Social UCB-SP

Nirvana Artieda y Beatriz Vargas, asistentes de Investigación.

Correos electrónicos: mr.artieda@acad.ucb.edu.bo; nirvanarti@hotmail.com y cb.vargas.a@acad.ucb.edu.bo; beatrizvargasandrade@outlook.es

Celulares: (+591) 631-47552 y 73024800

Área de Investigación: teléfono (+591-2) 2782222 (int. 2887).

Departamento de Comunicación Social

Universidad Católica Boliviana (La Paz)

Referencias

Tipos de artículos que publica el *Journal* (apartado 2)

American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association* (3.ª ed. en español de la 6.ª ed. en inglés). México D. F.: El Manual Moderno.

Mayer, P. (2009). *Guidelines for writing a review article* [Folleto científico]. Recuperado de http://ueberfachliche-kompetenzen.ethz.ch/dopraedi/pdfs/Mayer/guidelines_review_article.pdf

Orum, A. M. (2001). Case Study: Logic. En N. Smelser & P. Baltes (Eds.), *International encyclopedia of the social & behavioral sciences*. <https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/00750-6>

Types of journal articles (s. f.). Recuperado de <https://www.springer.com/gp/authors-editors/authorandreviewertutorials/writing-a-journal-manuscript/types-of-journal-articles/10285504>

Presentación del manuscrito (apartado 3)

Atribución apropiada de fuentes

Howard, R. (1995). Plagiarism, authorships, and the academic death penalty. *College English*, 57(7), 788-806.

What is plagiarism? (2017). Recuperado de <https://www.plagiarism.org/article/what-is-plagiarism>

Words we're watching: 'Patchwriting'. (s. f.). Recuperado de <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/words-were-watching-patchwriting>

Elementos del artículo

American Psychological Association. (2010). *Manual de publicaciones de la American Psychological Association* (3.ª ed. en español de la 6.ª ed. en inglés). México D. F.: El Manual Moderno.

Autores (apartado 4)

Conflicto de intereses

Barbour, V. (2016). *Discussion/guidance document on handling competing interests* (Folleto del Committee on Publication Ethics, COPE, versión 1). Recuperado de https://publicationethics.org/files/u7140/Discussion_document__on_handling_competing_interests.pdf

Elsevier. (2017). *Ethical guidelines for journal publication* (Versión 2.0). Recuperado de https://www.elsevier.com/__data/assets/pdf_file/0009/300888/Ethical-guidelines-for-journal-publication-V2.0-May-2017-Elsevier.pdf

Ferris, L., & Fletcher, R. (s. f.). *WAME Editorial on Conflict of Interest; Conflict of Interest in Peer-Reviewed Medical Journals: The World Association of Medical Editors (WAME) Position on a Challenging Problem*. Recuperado de <http://wame.org/wame-editorial-on-conflict-of-interest>

James, A., & Horton, R. (2003). The Lancet's policy on conflicts of interest. *The Lancet*, 361(9351), 8-9. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(03\)12184-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(03)12184-8)

Originalidad

Elsevier. (2017). *Ethical guidelines for journal publication* (Versión 2.0). Recuperado de https://www.elsevier.com/__data/assets/pdf_file/0009/300888/Ethical-guidelines-for-journal-publication-V2.0-May-2017-Elsevier.pdf

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

