

JOURNAL *de*

Comunicación Social

Artículos de investigación
Ensayos y otras contribuciones
Documentos
Reseñas

ISSN edición impresa: 2412 – 5733
ISSN online: 2413 – 970x

Año 11, N.º 17, diciembre de 2023 / La Paz, Bolivia / Universidad Católica Boliviana “San Pablo”

Tendencias en los trabajos de
titulación de Comunicación
Social de la UCB-La Paz
**Stefanie Díez de Medina Rojas y
Pamela Arteaga Arancibia**

Construcción del discurso de golpe de
Estado en Bolivia en las elecciones
presidenciales de 2019
Mariana R. Díaz Meave

Análisis de las movilizaciones
tecnopolíticas feministas
latinoamericanas en Instagram
mediante un estudio de hashtags
Stephanie Morón Terrazas

Agenda para la construcción de los
estudios de audiencias/usuarios y
recepción en un contexto de
digitalización, salud y postpandemia
Tomás Lopez Ramírez

Los sentidos en disputa en torno a la
clase media: Entrevista a Amaru
Villanueva Rance
Claudia Rivera

La universidad católica: Un lugar para
sentirse en casa
Mons. Giovanni Cesare Pagazzi

Primer Congreso Latinoamericano de
Comunicación CIESPAL-FELAFACS
José Luis Aguirre

El “racismo” como un utensilio
Rafael Loayza Bueno

Un encuentro entre el psicoanálisis y la
sociología
María Elena Lora



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA
LA PAZ

Departamento de
Comunicación Social

JOURNAL *de*

Comunicación Social

Artículos de investigación
Ensayos y otras contribuciones
Documentos
Reseñas

Año 11 N.º 17

2-2023



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA
LA PAZ

Departamento de
Comunicación Social



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA
LA PAZ

Departamento de
Comunicación Social

Diciembre, 2023

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

Rectora de Sede: Ximena Peres Arenas

Decana de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas: María Elena Lora

Director del Departamento de Comunicación Social: Juan Carlos Salazar del Barrio

Editor general del Journal de Comunicación Social: Claudio Rossell Arce

Departamento de Comunicación Social, Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Sede La Paz, Bolivia

e-mail: crossell@ucb.edu.bo

Comité editorial

Mtra. Nelly Balda Cabello (Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia)

Mtra. Sandra Villegas Taborga (Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia)

Mgr. Adalid Contreras Baspineiro (Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia)

Mgr. Rafael Loayza Bueno (Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Bolivia)

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

Comité científico externo

Mgr. Anika Quiñones (Universidad Cooperativa, Colombia)

Mgr. Eduardo Gutiérrez (Pontificia Universidad Javeriana, Colombia)

Ph.D. Kate Maclean (Northumbria University, Reino Unido)

Mgr. Paola Bedoya (Fundación Universitaria Los Libertadores, Colombia)

Dra. Sofía Cordero Ponce (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, Ecuador)

Dr. Rodrigo Salazar Elena (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO, México)

Mgr. José Pérez (Universidad Autónoma de Barcelona, España)

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

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

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

Av. 14 de Septiembre N.º 4807, Obrajés

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

Casilla N.º 4805

La Paz, Bolivia

E-mail: journalcom.lpz@ucb.edu.bo

Sitio web: <https://www.jcomsoc.ucb.edu.bo/>

Autores: Stefany Diez de Medina Rojas y Pamela Arteaga Arancibia, Mariana R. Díaz Meave, Stephanie Morón Terrazas, Tomás López Ramírez, Claudia Andrea Rivera Sotelo, Giovanni Cesare Pagazzi, José Luis Aguirre, Rafael Loayza Bueno, María Elena Lora

Asistentes de la revista

Diego Lucano Uzquiano, Universidad Católica Boliviana "San Pablo" (UCB-SP) Sede La Paz

Mateo Gonzales Montaña, Universidad Católica Boliviana "San Pablo" (UCB-SP) Sede La Paz

Equipo técnico

Crissel Gutiérrez Ticona (coord.), Biblioteca Central, Universidad Católica Boliviana "San Pablo" (UCB-SP) Sede La Paz

Depósito Legal: 4 - 3 - 52 - 15

ISSN (edición impresa): 2412 - 5733

ISSN (online): 2413 - 9705

El Journal de Comunicación Social del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Sede La Paz, se publica dos veces al año, julio y diciembre. La revista está indexada en la Red de Revistas Bolivianas Digitales, el directorio de Latindex y cuenta con su portal en Open Journal System (OJS).

La revista no se hace responsable por las afirmaciones vertidas por los autores que publican en este número.

Diseño: Ronald Romero

Impresión: Editora Presencia S.R.L.

Edificio Esperanza, N.º 2150, Av. Mariscal Santa Cruz

Tel. 2334210; casilla 5097; email: editora.presencia@gmail.com

Impreso en Bolivia

Índice

Presentación..... 7

INVESTIGACIÓN

Tendencias en los trabajos de titulación de Comunicación Social de la UCB-La Paz
Stefanie Díez de Medina Rojas y Pamela Arteaga Arancibia 13

Construcción del discurso de golpe de estado en Bolivia en las elecciones presidenciales de 2019
Mariana R. Díaz Meave 45

Análisis de las movilizaciones tecnopolíticas feministas latinoamericanas en Instagram
mediante un estudio de hashtags
Stephanie Morón Terrazas..... 69

ENSAYOS

Agenda para la construcción de los estudios de audiencias/usuarios y recepción en un
contexto de digitalización, salud y postpandemia
Tomás Lopez Ramírez 97

DOCUMENTOS

Los sentidos en disputa en torno a la clase media: Entrevista a Amaru Villanueva Rance
Claudia Rivera 121

La universidad católica: Un lugar para sentirse en casa
Mons. Giovanni Cesare Pagazzi..... 139

Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL-FELAFACS
José Luis Aguirre 147

RESEÑAS

El “racismo” como un utensilio
Rafael Loayza Bueno 155

Un encuentro entre el psicoanálisis y la sociología
María Elena Lora 159

Presentación

La revista *Journal de Comunicación Social* es una revista académica que es editada por el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” sede La Paz, Bolivia (UCB). Desde sus inicios, el año 2014, ha estado trabajando para consolidar un espacio de divulgación relevante en el campo de las Ciencias de Comunicación en Bolivia. Con una visión de carácter dialogal, se dirige a investigadores e investigadoras interesadas en el campo de las ciencias sociales y de la comunicación social. En este sentido, procura publicar artículos académicos que sean resultado de investigaciones originales concluidas, y que estén orientados a generar debate sobre fenómenos sociales desde una perspectiva comunicacional.

La revista tiene un especial interés en promover la difusión de investigaciones que surjan al interior de la Universidad, particularmente de resultados de investigadores de pregrado y posgrado del cuerpo académico universitario así como de investigadores de otros puntos de la región que están comprometidos en el pensar de la disciplina de la comunicación y de campos relacionados. Publica ensayos, artículos teóricos, metodológicos, de revisión de la literatura, documentos históricos así como reseñas vinculadas con esta área en particular y de las Ciencias Sociales en general. Busca trascender el espacio local abriéndose a la recepción de contribuciones que provengan de otros espacios académicos, tanto de la región como fuera de esta.

Es posible acceder a la revista, además de en formato impreso, en formato digital, por ahora, mediante el software Open Journal System, lo que nos ha permitido una cobertura de difusión más amplia.

La edición actual de nuestra revista representa un crisol de conocimientos y perspectivas en las ciencias sociales, reflejando una amalgama de estudios que abarcan desde la comunicación académica hasta la política, los movimientos sociales, la educación, y la práctica comunicacional en Latinoamérica. Estos trabajos, variados en sus enfoques y metodologías, no solo contribuyen al discurso académico, sino que también proporcionan una ventana a la evolución del pensamiento y la práctica en estas áreas.

El primer artículo aborda las características de los trabajos de titulación en la carrera de Comunicación de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Sede La Paz, entre 2017 y

2021. Revela que, en el conjunto de investigaciones presentadas por las y los estudiantes en proceso de graduación, hay un equilibrio entre los enfoques transdisciplinarios y la prevalencia de la tesis tradicional, y que es posible identificar en ellos una sólida base en investigación, lo cual se convierte en una posibilidad de convertir los trabajos en publicaciones académicas, como un estímulo para los estudiantes.

El segundo texto se sumerge en el análisis de los discursos del expresidente Evo Morales durante la crisis política de Bolivia en 2019. Este estudio proporciona una visión esclarecedora sobre las estrategias de comunicación en momentos críticos y contribuye a una comprensión más profunda de la dinámica política en Bolivia, así como propone un importante aporte metodológico para los estudios de análisis de discurso.

En el tercer artículo, nos trasladamos al ámbito de los movimientos sociales, específicamente al feminismo en América Latina. A través del estudio de hashtags en Instagram, se examinan las estrategias de movilización y activismo digital, destacando la importancia de las redes sociales en la formación de narrativas de contestación y en la visibilidad de estas movilizaciones.

El cuarto artículo ofrece una revisión literaria en el campo de los estudios de audiencias y usuarios en el contexto de la digitalización, salud y postpandemia. Destaca la escasez de investigación en comunicación sanitaria y la necesidad de adaptar la comprensión de las interacciones mediáticas a los cambios digitales actuales.

El quinto trabajo, una entrevista realizada por una egresada de la Carrera de Comunicación a quien fuera un brillante docente de nuestra universidad e intelectual en Bolivia, Amaru Villanueva Rance (†). En esta, el investigador profundiza en la complejidad de las clases sociales en Bolivia, explorando temas de estratificación, etnicidad y discriminación. Esta perspectiva enriquece la comprensión de las tensiones sociales y disputas discursivas en un país marcado por cambios y desafíos significativos.

El sexto artículo presenta un discurso de monseñor Cesare Pagazzi, reflexionando sobre el papel formativo de la educación en la Universidad Católica Boliviana. Destaca cómo la educación universitaria contribuye al crecimiento intelectual y espiritual, subrayando la importancia de la búsqueda de la verdad.

Este volumen también contiene un enriquecedor resumen del “Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL-FELAFACS”, realizado en Quito, Ecuador. Este congreso, un hito en la historia de la comunicación latinoamericana, reunió a docentes, investigadores, estudiantes y comunicadores para debatir los desafíos y tensiones entre el pensamiento latinoamericano y las prácticas comunicacionales contemporáneas. Las discusiones en el Congreso, centradas en recuperar y revitalizar las líneas clásicas del pensamiento comunicacional crítico latinoamericano, enfatizaron la necesidad de una comunicación con sentido humanizador, inclusivo y democrático.

Este evento destaca la importancia de un diálogo continuo y enriquecedor entre teoría y práctica, un aspecto crucial para el avance de la comunicación en la región.

Todos estos artículos, en su conjunto, representan un esfuerzo significativo para entender y abordar los retos contemporáneos en las ciencias sociales. Reflejan la diversidad y la riqueza de América Latina, subrayando la importancia de una investigación rigurosa y trans y multidisciplinaria. Este compendio de estudios no solo es un testimonio de la vitalidad del pensamiento y la investigación en la región, sino que también sirve como un llamado a continuar explorando, cuestionando y expandiendo los límites de nuestro conocimiento.

Al contemplar estos trabajos en su conjunto, se revela un panorama de compromiso intelectual y práctico con los temas más apremiantes de nuestra época. Desde la profundización en metodologías de investigación hasta el análisis de movimientos sociales y políticos, estos artículos demuestran la relevancia y urgencia de los estudios en ciencias sociales. La intersección de estos diversos enfoques proporciona una perspectiva holística y detallada, crucial para entender las complejidades de nuestra realidad social y cultural.

En resumen, esta edición de la revista ofrece un testimonio elocuente del dinamismo y la relevancia de las ciencias sociales en el contexto latinoamericano. Al examinar estos artículos, los lectores encontrarán un rico tapiz de ideas, análisis y reflexiones que no solo informan, sino también inspiran a una continua búsqueda del conocimiento y la comprensión en un mundo en constante cambio..

Ponemos a consideración de los lectores y las lectoras el presente número, a la espera de que este aporte pueda contribuir al camino de la producción intelectual relevante sobre el campo de las Ciencias de la Comunicación.

Juan Carlos Salazar del Barrio
Director
Departamento de Comunicación Social

Artículos de investigación

Tendencias en los trabajos de titulación de Comunicación Social de la UCB-La Paz

Trends in Social Communication degree projects at UCB-La Paz

Stefany Diez de Medina Rojas¹

Pamela Arteaga Arancibia²

Fecha de recepción: 28 de agosto de 2023

Fecha de aprobación: 25 de septiembre de 2023

Resumen: Este artículo busca determinar cuáles son las principales características de la producción de trabajos de titulación de la carrera de Comunicación de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede La Paz (UCB-LP) del 2017 al 2021, según el contexto académico e indicadores bibliométricos. Para lo primero, se utilizó la técnica de revisión documental de textos con información sobre la institución y sus miembros. Para lo segundo, se aplicó un análisis de contenido a 252 documentos académicos. Se evidenció que la carrera tiene un enfoque transdisciplinario de la comunicación y que, a pesar de contar con diferentes formas de titulación, la tesis tradicional fue la más elegida; esto puede deberse a que hay un mayor número de asignaturas dentro del área de investigación en comparación a las otras, generando que los estudiantes se sientan más preparados para dicha modalidad, y a que, además, existe la posibilidad de publicación de las tesis, lo cual representa un estímulo.

Palabras clave: Metainvestigación, investigación en comunicación, trabajos de titulación, comunicación social en Bolivia, estudios bibliométricos, producción científica.

Abstract: This article aims to determine the main characteristics of the degree work production in the Communication career at the Universidad Católica Boliviana “San Pablo” in La Paz (UCB-LP) from 2017 to 2021, considering the academic context and bibliometric indicators. For the first aspect, the technique of document review was used to analyze texts containing information about the institution and its members. For the second aspect, a content analysis was applied to 252 academic documents. It was revealed that the career adopts a transdisciplinary approach to communication and, despite offering different forms of degrees, the Traditional Thesis was the most chosen; this may be due to the fact that there are a greater number of subjects within the research area compared to the others, making students feel more prepared for this modality, and there is also the possibility of publishing thesis, which represents a stimulus.

Keywords: Meta-research, research in communication, thesis work, social communication in Bolivia, bibliometric studies, scientific production.

1 Docente de las asignaturas de Seminarios de Grado I y II de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica “San Pablo” Sede La Paz, La Paz, Bolivia. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3078-3910> - correo electrónico: sdiezdemedina@ucb.edu.bo

2 Estudiante y miembro de la Sociedad Científica Estudiantil de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica “San Pablo” Sede La Paz, La Paz, Bolivia. Durante el diseño y aplicación de instrumentos de la investigación, se desenvolvió como presidenta de la Sociedad. Orcid: <https://orcid.org/0009-0008-6826-5589> - correo electrónico: mopamearteaga@gmail.com

I. Introducción

La metainvestigación es la investigación sobre la investigación o producción científica que se realiza en diferentes disciplinas, y el campo de la comunicación no ha sido ajeno a ella. Elea Giménez-Toledo y Evaristo Jiménez-Contreras (2013) consideran que estos estudios son más que un mero diagnóstico descriptivo, ya que “permiten observar críticamente la disciplina, compararla o relacionarla con otras, e identificar las características intrínsecas de su investigación” (p. 11). Con dicha mirada, en los años noventa e inicios de los 2000, en España y Latinoamérica, aparecen estudios sobre la producción científica en comunicación enfocados en los trabajos de pregrado. En la década del 2010, emerge una nueva ola de metainvestigaciones, pero esta vez interesada en la producción a nivel de postgrado y de revistas indexadas.

En el actual panorama, el análisis de la producción a nivel de licenciatura es escaso o es probable que sus hallazgos solo circulen a nivel interno. No obstante, el interés en este debería seguir vigente en Bolivia, sobre todo si se considera que una cuantiosa porción de la investigación en comunicación se halla en los trabajos de grado y que varios no llegan a adaptarse para su publicación en revistas. Con tales reflexiones en mente, se decidió aportar a la metainvestigación con un estudio sobre los trabajos de grado de la carrera de Comunicación Social de la UCB-La Paz. Para la delimitación temporal, se tomó en cuenta que el año 2012 entró en vigencia un nuevo plan de estudios y el año 2016 se publicó una guía sobre el proceso y los productos a desarrollarse en cada una de las modalidades de graduación (Loayza & Peres-Cajías, 2016), la cual ayudó a estandarizar la producción académica con fines de titulación. Así, se considera que recién el 2017 se defienden trabajos de grado del primer grupo de estudiantes formados totalmente en la nueva malla y bajo las directrices de la guía.

Este artículo presenta una parte de los resultados de la investigación “Características y motivaciones de los trabajos de titulación de la Carrera de Comunicación Social de la UCB-La Paz del 2017 al 2021”, realizada durante el año 2022 y el primer semestre del 2023. Este proyecto extracurricular es una iniciativa de la docente de las asignaturas en las cuales se desarrollan los trabajos de titulación a la cual se sumaron miembros de la Sociedad Científica Estudiantil. En el presente artículo, se exponen los resultados que se consideraron más relevantes del segundo objetivo del estudio, que es describir los trabajos de titulación de la carrera en el periodo establecido, los cuales están antecedidos por un breve resumen de los resultados del primer objetivo, que es caracterizar el contexto académico de la producción de dichos trabajos de titulación. Ambos objetivos son complementarios, pues mientras uno se enfoca en sistematizar cuantitativamente la producción de trabajos de grado, el otro permite identificar características del espacio académico en el que se producen dichos trabajos, que es uno de los factores que incide en la elección de modalidades, temas y metodologías, entre otros, como se sustenta en el marco teórico.

Si bien esta investigación fue impulsada sobre todo con fines prácticos e internos de la carrera, consideramos que sus resultados aportan a identificar características del panorama investigativo universitario en La Paz en cuanto al interés en las diferentes modalidades de graduación, tendencias temáticas y metodológicas, el alcance geográfico de los estudios, entre otros aspectos que pueden tomarse en cuenta para reforzar o cambiar contenidos curriculares, identificar vacíos fructíferos y proyectar metas. Para mostrar lo señalado, primero, se presentan antecedentes de metainvestigación en comunicación social en Hispanoamérica y algunas teorías clave. Después, se describe la metodología del estudio, donde se deja en claro los detalles de la organización de este trabajo en equipo. En el siguiente apartado, se exponen los resultados empíricos de la investigación. Finalmente, se encuentran las conclusiones y la discusión, donde se busca identificar e interpretar las tendencias en los trabajos de grado, además de reflexionar sobre las limitaciones del estudio y apuntar recomendaciones.

II. Abordaje teórico

A nivel hispanoamericano, hacia la década de los años noventa, en España aparecen diferentes estudios de la investigación en comunicación en el marco del vigésimo aniversario de la creación de las primeras Facultades de Ciencias de la Información (Caffarel-Serra, 2018, p. 293; Lozano-Ascencio et al., 2020, p. 2). Este interés por la producción investigativa en las carreras de pregrado también se visibiliza, hacia fines de los noventa e inicios del nuevo siglo, en países sudamericanos, con estudios como el del colombiano José Miguel Pereira (1998) y otro del mismo autor con Lilibiana Burbano (2002). Bolivia se suma a la tendencia con el libro *El estado de la investigación de la comunicación en Bolivia*, del 2005, coordinado por Erick Torrico, el cual reúne (entre otros textos) cinco estudios sobre la producción investigativa a nivel de pregrado en universidades de Cochabamba, Santa Cruz, La Paz y Chuquisaca, algunos sobre una sola universidad y otros comparativos; llama la atención que ninguna de las investigaciones se aboca a la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede La Paz (UCB-LP).

En la segunda década del siglo XXI, se ve un renovado interés por la metainvestigación en España, pero ahora a nivel de tesis de posgrado y artículos en revistas indexadas con un enfoque bibliométrico (aunque no se reducen a ello), que responde al impulso de ver el estado de la investigación en el marco de las nuevas exigencias para elevar la cantidad de publicaciones de doctorandos y profesores universitarios (Caffarel-Serra, 2018; De las Heras-Pedrosa et al., 2018; Gómez-Escalonilla, 2021; Lozano-Ascencio et al., 2020). En Latinoamérica, igualmente surgen estudios bibliométricos sobre publicaciones en revistas y que, además, en algunos casos, buscan comparar la producción de diferentes países, tomando en cuenta su contexto institucional (Arroyave-Cabrera & Gonzalez-Pardo, 2022; Pacheco Silva et al., 2014; Silva Echeto & De San Eugenio Vela, 2014; Vega Chuquimia, 2012). Los autores coinciden en que se ha dejado de reducir el estudio

de la comunicación al de los medios masivos y que un área temática que va cobrando predominancia es la de los estudios culturales.

Dados los objetivos del presente estudio, se vio pertinente revisar teorías sobre la metainvestigación, sobre la estructuración de espacios o contextos académicos, y diferentes reflexiones sobre la formación en y el estudio de la comunicación. Respecto a las primeras, Jefferson Mainardes (2018) sostiene que, en el caso de estudios sociales y las humanidades, la metainvestigación abarca el análisis de aspectos teórico-epistemológicos, metodologías, estilos de argumentación, nivel de coherencia interna, entre otros, por lo que puede utilizarse para identificar características, tendencias y debilidades en el desarrollo de un campo o tópico investigativo (p. 306). Uno de los enfoques que puede adquirir la metainvestigación es el bibliométrico.

De las Heras et al. (2018, p. 235) y Escorcía Otalora (2008, p. 15) explican que el análisis bibliométrico es la aplicación de métodos matemáticos y estadísticos a diferentes tipos de publicaciones investigativas y sus autores, para cuantificar características y elementos típicos (indicadores bibliométricos) de la producción científica con el fin de conocer el estado y rumbo de dicho campo. Escorcía Otalora (2008) detalla que la bibliometría “hace parte de la sociología de la ciencia” y que aplica “tratamientos cuantitativos a las propiedades del discurso escrito y los comportamientos típicos de este” mediante indicadores bibliométricos, que son “medidas que proporcionan información sobre los resultados de la actividad científica en cualquiera de sus manifestaciones” (p. 15). Según el autor, se pueden clasificar (entre otras tipologías) en cinco grupos: “a) Indicadores personales, b) indicadores de productividad, c) indicadores de contenido, d) indicadores de metodología, y e) indicadores de citación” (p. 20). En el caso del presente estudio, los indicadores bibliométricos a utilizarse se corresponden sobre todo con los de contenido y de metodología.

Respecto al tipo de producción científica a ser analizada, se considera necesario abordar qué representa un trabajo de titulación. Si bien este puede adquirir diversas formas según las modalidades de graduación de cada unidad académica, en todos los casos sus productos dan cuenta del proceso de formación de los estudiantes y sus capacidades de construcción cognitiva a partir de las competencias desarrolladas. Al respecto, Hernández-Barbosa et al. (2015) señalan que las tesis “pueden mostrarnos toda una ‘radiografía’ de cómo los sujetos sociales (...) están procesando conocimiento” y “recreando su aprendizaje en relaciones diversas con sus prácticas sociales” (p. 1). Además, indican que “un proyecto de grado es un cruce de conocimientos entre la construcción personal e institucional, lo cual se evidencia como objeto de conocimiento público” (p. 5).

Para estudiar el contexto académico, se decidió revisar teorías sobre la estructuración de espacios académicos; entre ellas, está la sociología de la ciencia, que es un campo de estudio que emergió hacia los años cuarenta, con Robert King Merton, y se enriqueció

con los aportes de Thomas Kuhn, Pierre Bourdieu y Anthony Giddens, entre otros. En 1971, Kuhn postuló que el conocimiento científico es la propiedad común de un grupo y que es importante conocer las características propias de dichos grupos que crean ese conocimiento y se valen de él (citado en Valencia Thompson, 2015, p. 5). Por su parte, Bourdieu aborda el estudio de los espacios de producción de conocimiento mediante su teoría de los campos sociales; cabe puntualizar que su teorización busca superar posiciones deterministas y subjetivistas al considerar cómo el campo en tanto estructura afecta a los actores y sus producciones, pero que a su vez estos pueden generar cambios en esta. Estas ideas están también presentes en la teoría sobre la estructuración de Giddens (Fuentes Navarro, 1998, p. 57).

El considerar cómo las condiciones del campo académico influyen en los productos investigativos ha derivado en diferentes posturas en cuanto a la formación en y el estudio de la comunicación social. Entre ellos, se pueden mencionar las discusiones en cuanto a su carácter disciplinar, interdisciplinar, posdisciplinar o antidisciplinar (Silva Echeto & De San Eugenio Vela, 2014, pp. 812-813). Otro punto de debate es el referido al papel de las universidades como espacios tanto de formación de profesionales como de científicos sociales. Tanto en el artículo de Pereira y Burbano (2002) como en el libro de Torrico (2005), se indica que las casas de estudios superiores en muchos casos dan prioridad a la formación en áreas que tienen demanda en el mercado laboral, y dejan en un segundo plano el desarrollo de competencias investigativas y la producción de conocimiento. Con el presente estudio, se busca ver qué nos dicen el contexto académico de la producción investigativa y los trabajos de titulación de Comunicación Social de la UCB-LP sobre cómo la carrera se sitúa frente a estas disyuntivas (entre otros aspectos).

III. Metodología

Con el objetivo de describir los trabajos de titulación defendidos entre el 2017 y el 2021, se aplicó un *muestreo censitario*, es decir, que se revisaron todos los trabajos del periodo, los cuales se hallan disponibles en formato de CD. 252 documentos académicos fueron identificados; sin embargo, 5 no fueron hallados porque sus autores no los presentaron oportunamente tras su defensa. La técnica aplicada fue el análisis de contenido a partir de fichas individuales con categorías planteadas en función al enfoque bibliométrico del estudio y también con otras pensadas para la elaboración de un catálogo bibliográfico. Las fichas de análisis tienen dos partes: una de categorías para todas las modalidades y otra de categorías específicas según la modalidad³. Cabe aclarar que, para cierta información, fue necesario revisar documentación complementaria, como las actas de defensas de los trabajos de grado para saber las notas o los kardex de los estudiantes para identificar cuándo ingresaron y egresaron. El diseño inicial de los instrumentos fue llevado a cabo

3 En el siguiente link, se puede consultar el instrumento de investigación elaborado: https://drive.google.com/file/d/1eBiAZKzaxhfq-grBeWdssMpUL_9hx3v/view?usp=drivesdk

por la docente y su revisión para hacer ajustes fue realizada en conjunto con un equipo de voluntarias de la Sociedad Científica, quienes aplicaron el análisis de los trabajos de grado en su totalidad⁴.

Para poder caracterizar el contexto académico de la producción de los trabajos de titulación, se aplicó la técnica de revisión documental a diferentes textos con información sobre la institución y sus miembros; estos son: el *Diseño curricular de la Carrera de Comunicación Social (Plan de Estudios 2012-2016)*, el libro *Repensando la investigación en ciencias sociales. Guía de trabajos de grado para comunicadores sociales* (2016) elaborado por Rafael Loayza y Guadalupe Peres-Cajías, programas de las asignaturas vinculadas a las modalidades de graduación del 2017 al 2021, hojas de vida de los docentes de dichas materias y el *Informe de Autoevaluación de la Carrera de Comunicación Social*⁵ que estaba a punto de ser culminado cuando fue revisado⁶. Se elaboraron matrices para cada documento por separado (salvo en el caso de la matriz dedicada a los docentes, que toma en cuenta datos de sus hojas de vida y otros documentos) que incluyeron categorías o dimensiones diferentes según la información prevista a recabar en ellos. El diseño de los instrumentos y su aplicación estuvo a cargo de la docente que lideró la investigación.

La recolección de datos relacionada con estos dos objetivos se llevó a cabo entre abril y agosto de 2022. Cabe mencionar que, para el análisis de contenido, se hizo una prueba piloto de la aplicación de las fichas de cada modalidad para procurar que las ocho estudiantes investigadoras registren la información de manera semejante y atender dudas que hayan podido emerger con respecto a la claridad o adecuación de los indicadores para ciertas categorías. Una vez acabada la etapa de aplicación de instrumentos, una de las integrantes del equipo, Pamela Arteaga, se postuló y fue seleccionada para realizar el procesamiento y análisis de los datos de los trabajos de titulación, y es quien escribe la segunda y tercera parte de los resultados del artículo. Además, se dialogó para compartir hallazgos e ideas, y así producir de manera conjunta los contenidos vertidos en el apartado de discusión y conclusiones.

IV. Resultados

IV.1. Contexto académico

En este apartado, se expone información de la carrera de Comunicación Social y la formación que ofrece que se ha visto relevante para apreciar los resultados cuantitativos

4 Dichas personas fueron (en orden alfabético según los apellidos): Darlyn Alanez, Pamela Arteaga, Mariana Casana, Natalia Casana, Oriana Chávez, Fernanda Querejazu, Micaela Vildoso y Alexia Zeballos.

5 Los tres documentos principales consultados pasarán a ser denominados a partir de ahora *Plan de Estudios, Repensando e Informe de Autoevaluación*, para abreviar un poco su alusión.

6 Cabe señalar que, para poder citar y parafrasear el *Informe de Autoevaluación* en el presente artículo, se revisó su última versión de noviembre de 2022.

de la producción de trabajos de grado. La revisión documental para responder a este primer objetivo de la investigación cubrió más aspectos de los que se presentan; sin embargo, por limitaciones de extensión y para dar énfasis a la información sobre los trabajos, en lo que sigue solo se muestran algunos datos referidos a los antecedentes del plan de estudios, al enfoque comunicacional de la carrera, las áreas y subáreas del pênsum, las modalidades, la identificación de las asignaturas-áreas vinculadas a cada una de ellas y los recursos de apoyo a la investigación.

El plan de estudios vigente para el 2017 se comenzó a implementar a partir de febrero de 2012. Fue elaborado bajo el modelo por competencias que había decidido adoptar la UCB y con base en el *Diagnóstico de Contexto* presentado por la carrera el 2010 (Carrera de Comunicación Social, 2022, p. 24). En este plan, la carrera adopta explícitamente un enfoque inter y transdisciplinario de la comunicación, según el cual esta es una disciplina que tiene sus propias problemáticas y un objeto de estudio definido, pero, para su abordaje, requiere de saberes de otros campos de las ciencias sociales (Departamento de Comunicación Social, 2012). Esto se reafirma en la publicación del *Repensando*, donde se señala que la guía busca “modernizar” los trabajos investigativos para “contribuir en la tarea –aún pendiente– de *consolidar el campo transdisciplinario de la Comunicación Social*” [énfasis añadido], pues una de las tendencias académicas más reconocidas e importantes en la actualidad es el “pluralismo epistemológico” (Loayza & Peres-Cajías, 2016, pp. 16-17).

El plan de estudios revisado cuenta con un total de 46 materias distribuidas en nueve semestres, y un requisito de idioma extranjero. Entre ellas, hay 37 asignaturas obligatorias que corresponden a las que son propias de la carrera y que están distribuidas en áreas y subáreas establecidas a partir de los resultados del *Diagnóstico de Contexto*. Las tres áreas son: Periodismo Estratégico (ocho asignaturas), Comunicación y Desarrollo (seis), y Comunicación Corporativa (cuatro); y las dos subáreas son: Redacción y Narración (ocho materias) e Investigación Transdisciplinaria⁷ (once) (Carrera de Comunicación Social, 2022, p. 39).

En la distribución presentada, se ve el peso que se le da a la investigación con once asignaturas, en contraste con el área corporativa, que cuenta con cuatro. Al respecto, en el *Repensando* se indica: “La promoción de una mejor y mayor producción investigativa es uno de los pilares de nuestro plan de estudios, pues se considera que esta área permite contribuir a una de las principales misiones de la academia: la gestión, producción y difusión de conocimiento” (Loayza & Peres-Cajías, 2016, p. 13).

Ahora bien, cabe indicar qué es un trabajo de titulación para la Carrera de Comunicación Social:

⁷ Cabe señalar que en ciertas partes del *Repensando* y el *Informe de Autoevaluación*, se habla de área de investigación en vez de subárea.

El trabajo de grado es el reflejo de un proceso investigativo desarrollado por el estudiante, que permite evidenciar sus capacidades metodológicas, analíticas, interpretativas, creativas y de redacción, focalizadas en comprender/resolver (o informar sobre) un fenómeno comunicacional particular, vinculado con la realidad nacional (Loayza & Peres-Cajías, 2016, p. 27).

En lo citado, no sólo se habla de investigar problemas, sino también de resolverlos o informar sobre ellos, porque la carrera contempla otras modalidades de graduación además de la tesis, las cuales son: trabajo dirigido, proyecto de grado (existe el proyecto de grado a secas, el proyecto de grado en gran reportaje y el proyecto de grado en documental) y la graduación por excelencia⁸. En el *Repensando* (2016), se pueden hallar las características particulares de la tesis de grado (que tiene dos variantes, básica y aplicada), del proyecto de grado en gran reportaje y el trabajo dirigido.

Como ya se mencionó, las asignaturas de la carrera se distribuyen en tres áreas y dos subáreas. La subárea de investigación transdisciplinar se concibe como transversal (al igual que la otra subárea) y los contenidos desarrollados en sus asignaturas deberían servir de apoyo para el desarrollo de competencias en las demás áreas; no obstante, los contenidos de sus asignaturas sobre todo son aprovechados por quienes realizan tesis. Las áreas de comunicación para el desarrollo y comunicación corporativa generan competencias que son aprovechadas por quienes elaboran sus trabajos de titulación en tesis aplicada, proyecto de grado y trabajo dirigido, dependiendo de la temática u organización con la que se decide trabajar. El área de periodismo estratégico genera las competencias necesarias para seguir la modalidad de proyecto de grado en gran reportaje. Ahora bien, no hay un área que específicamente esté vinculada a la modalidad de documental; sin embargo, se pueden identificar materias del área de periodismo y de la subárea de redacción y narración en las que se desarrollan competencias relacionadas con la producción audiovisual.

La tabla 1 resume qué materias pertenecen a cada área de las mencionadas, incluida esta no oficial de producción audiovisual, para dimensionar cuál es la preparación que tienen los estudiantes para cada modalidad, según la relación identificada previamente entre áreas y modalidades.

⁸ No se describe la modalidad en lo que sigue, pues no se tomaron en cuenta los datos de los estudiantes graduados por excelencia (que suelen ser de 1 a 2 por semestre), ya que el estudio tiene por objeto principal describir la producción de trabajos de grado y en esta modalidad el estudiante se exime de completar dicho trabajo.

Tabla 1
Identificación de asignaturas por áreas o subáreas

Área o subárea	Asignatura	Nº semestre	Nº de créditos	Nº total de asignaturas y créditos
Investigación transdisciplinaria	Introducción a la comunicación	1er	5	11 asignaturas y 77 créditos
	Introducción a las ciencias sociales	2do	5	
	Taller de actualidad I	2do	5	
	Teoría social contemporánea	3er	5	
	Teoría social y de la comunicación	4to	5	
	Teoría social y de la cultura	5to	5	
	Taller de actualidad II	6to	5	
	Lógica investigativa	7mo	7	
	Interacción profesional	8vo	5	
	Seminario de grado I	8vo	15	
Seminario de grado II	9no	15		
Periodismo estratégico	Periodismo	1er	5	8 asignaturas y 52 créditos
	Noticias I	2do	7	
	Noticias II	3er	7	
	Periodismo impreso	4to	7	
	Periodismo radiofónico	5to	7	
	Periodismo televisivo	6to	7	
	Prácticas guiadas	6to	5	
	Periodismo multimedia	7mo	7	
Comunicación corporativa	Introducción a la comunicación corporativa	4to	5	4 asignaturas y 24 créditos
	Marketing y publicidad	5to	5	
	Imagen corporativa	6to	7	
	Reputación corporativa	7mo	7	
Comunicación para el desarrollo	Taller de facilitación y comunicación	1er	5	6 asignaturas y 36 créditos
	DDHH y ciudadanía	2do	5	
	Comunicación y teorías para el desarrollo	3er	5	
	Taller de educomunicación	4to	7	
	Proyecto I	5to	7	
	Proyectos II	6to	7	

Producción audiovisual (área no oficial)	Fotografía y diseño	1er	5	5 asignaturas y 33 créditos
	Narrativa audiovisual	5to	7	
	Periodismo televisivo	6to	7	
	Narrativas mediáticas del entretenimiento	6to	7	
	Periodismo multimedia	7mo	7	

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las estructuras y recursos de apoyo a la investigación, en primer lugar, cabe señalar que el 2017 se creó el Centro de Investigación Boliviano de Estudios Sociales y de la Comunicación (Cibescom), el cual está a cargo de la coordinadora de la (sub)área de investigación (Carrera de Comunicación Social, 2022, p. 13).

Una de las publicaciones periódicas de la Carrera desde el 2013 es el *Journal de Comunicación Social*. Inicialmente era una revista anual, pero a partir del 2017 se volvió bianual (Carrera de Comunicación Social, 2022, p. 141). Un total de 14 trabajos de titulación adaptados a artículos académicos fueron publicados en la revista de la carrera, la cual trabaja con el sistema de doble par ciego (p. 133).

El Cibescom tiene como brazo de apoyo a la Sociedad Científica de Comunicación Social, que trabaja con una profesora guía. Para la gestión del 2021, contaba con 39 estudiantes (Carrera de Comunicación Social, 2022, p. 129). Además, se contrata de uno a dos estudiantes para el área y el Cibescom, que a su vez forman parte de la Sociedad. Esta formación complementaria en investigación ha promovido mayor interés en esta rama (p. 133).

Entre el 2014 y el 2018, se estableció un convenio con Plural Editores para publicar la mejor tesis de grado *in extenso*; esto generó tres libros. Durante el periodo de análisis de la autoevaluación, además de dichos textos, se publicaron seis libros de docentes que son resultado de trabajos investigativos, un libro en formato de *reader*, que reúne investigaciones de cinco titulados y ocho números del *Journal de Comunicación Social* (Carrera de Comunicación Social, 2022, pp. 140-141).

Además del fomento a la investigación más tradicional, se ha generado un espacio para los estudiantes en investigación y producción periodística a través de la publicación *Calle 2*, que está a cargo del docente coordinador del área de periodismo. Inicialmente era un periódico en formato tabloide, pero en diciembre de 2019 pasó a un formato de revista (Carrera de Comunicación Social, 2022, p. 10).

También cabe señalar que el Servicio de Capacitación en Radiodifusión y Televisión (SECRAD) es parte de la Carrera de Comunicación Social y realiza investigaciones, diagnósticos y proyectos, sobre todo en torno a temas de inclusión y comunicación para el desarrollo social, en los cuales trabajan los estudiantes como becarios, pasantes y voluntarios (Carrera de Comunicación Social, 2022, pp. 156 y 163).

IV.2. Datos generales de los trabajos

En la presente sección, se presentará un panorama de características relevantes de los 252 trabajos de titulación que han sido llevados a cabo entre 2017 y 2021. Para ello, se presentan datos generales sobre la cantidad de trabajos producidos en cada modalidad a lo largo de los años, áreas temáticas, delimitación espacial, técnicas y calificación.

Trabajos realizados en total y por año entre 2017 y 2021

Los puntos de partida para la recolección de datos fueron, inicialmente, el sexo, el año de defensa y la modalidad de trabajo, la cual varía entre Tesis Tradicional (TT), Tesis Aplicada (TA), Trabajo Dirigido (TD), Proyecto de Grado (PG), Proyecto de grado en Gran Reportaje (GR) y Proyecto de Grado en Documental (DOC). En la tabla 2, se presenta un resumen general de los trabajos de titulación realizados en el periodo delimitado; se puede identificar que se han defendido un total de 252 trabajos en ese intervalo de tiempo, de los cuales 162 fueron realizados por el sexo femenino (F) (64,29%) y 90 por el sexo masculino (M) (35,71%).

Tabla 2
Cantidad de trabajos por modalidad, sexo, por año y en total

Desagregación por sexo y por año	TT	TA	TD	PG	GR	DOC	Total
Femenino (F)	97	3	6	19	31	6	162
2017	31		1	8	3		43
2018	21		1	5	10	2	39
2019	23		1	2	7	2	35
2020	3		1	3	3	1	11
2021	19	3	2	1	8	1	34
Masculino (M)	46	2	4	15	18	5	90
2017	15		1	6	5		27
2018	2		1	2	3	1	9
2019	14	1		1	2		18
2020	6	1	1	1	4	1	14
2021	9		1	5	4	3	22
Total en general	143	5	10	34	49	11	252

Fuente: elaboración propia.

Respecto a las modalidades de titulación, de 252 trabajos, en la modalidad de TT se registraron 143 trabajos en total (59,75%), de los cuales 46 fueron realizados por hombres y 97 por mujeres. En ambos casos, el año que se defendieron más trabajos en esta modalidad fue el 2017. Para la TA, se registraron solo cinco casos en total; de

estos, tres corresponden a mujeres y dos a varones. Esta modalidad solo representa un 1,98% del total, por lo que es la modalidad menos optada.

En la variable GR, la cual sigue a TT, se registraron 49 trabajos en total, de los cuales 18 fueron realizados por hombres y 31, por mujeres. En cuanto al PG, se registraron 34 casos en total, de los cuales 15 fueron hechos por hombres y 19 por mujeres. En DOC, se registraron 11 casos en total, de los cuales cinco fueron hombres y seis fueron mujeres. Por último, en TD se registraron 10 casos en total, de los que cuatro fueron realizados por hombres y seis por mujeres; en promedio, cada año se realizó un trabajo dirigido por una mujer y otro por un hombre.

En general, la tabla muestra que hay mayor número de mujeres que hombres en todas las modalidades, esto se debe a que hay más estudiantes mujeres que hombres en casi todas las gestiones⁹. Además, en ninguna de las modalidades se puede observar que la cantidad de trabajos defendidos durante los años sean parejos, ya que disminuyeron o se incrementaron a lo largo del tiempo. Por ejemplo, el 2017 es el año en el cual hombres y mujeres defendieron más trabajos; sin embargo, en el caso de los hombres, al año siguiente, este disminuye bastante. Cabe indicar que el 2020 es el año en que menos trabajos de grado se registran (25 en total) porque, debido a la pandemia, se tuvo que esperar a que se apruebe un protocolo de defensas virtuales; en la carrera, las defensas recién se reanudaron en agosto.

Áreas temáticas

En cuanto a las áreas temáticas del presente documento, estas se dividen en dos: 1) área de investigación según la carrera, y 2) área temática con base en la clasificación de grupos temáticos de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Respecto a la primera área, esta se divide en siete categorías, las cuales se encuentran al lado izquierdo de la tabla 3 (las cuatro primeras son áreas temáticas que se establecen en el *Repensando*, y la quinta y sexta fueron agregadas posteriormente por la carrera). Se añadió una octava categoría que fue denominada por las autoras como “sin datos”, debido a que, dentro de los 252 trabajos, 5 de estos no contenían información suficiente sobre la temática; aun así, fueron tomados en cuenta. Entre ellos, 4 fueron realizados por mujeres, de 2018 a 2021, un trabajo por año, y uno era de un hombre, el cual se realizó el 2021.

Tabla 3
Clasificación de trabajos por área de la carrera, por año y en total

Áreas de investigación de la carrera	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Femenino	43	39	35	11	34	162
1. Sociología de la comunicación de masas	3	4	1		2	10
2. Estudios culturales	24	14	11	3	18	70
3. Sociología política y opinión pública	3	1	5		1	10
4. Comunicación para el desarrollo	6	2	1	1	2	12
5. Sociología de la religión y comunicación	1		2			3
6. Estudios interdisciplinarios			3			3
7. No aplica	6	12	11	6	10	45
1 y 2		5				5
Sin datos		1	1	1	1	4
Masculino	27	9	18	14	22	90
1. Sociología de la comunicación de masas	3		3		3	9
2. Estudios culturales	15	3	10	7	7	42
3. Sociología política y opinión pública	1	1	3	1	1	7
4. Comunicación para el desarrollo	3	1				4
5. Sociología de la religión y comunicación						
6. Estudios interdisciplinarios						
7. No aplica	5	4	2	6	10	27
Sin datos					1	1
Total general	70	48	53	25	56	252

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos de la tabla, las dos áreas con mayor cantidad de trabajos realizados son “Estudios Culturales”, con un total de 112 trabajos (44%), 70 realizados por mujeres y 42 por hombres, y “Sociología de la Comunicación de Masas”, con un total de 19 trabajos, 10 realizados por mujeres y 9 por hombres. Cinco de los trabajos que fueron realizados el 2018 se enmarcan en ambas áreas.

En cuanto a la distribución por año, se puede observar que hay una tendencia a la estabilidad en la cantidad de trabajos por áreas, con excepción del área de “No Aplica”, con un total de 68 trabajos (27%), que presenta una variación más significativa. Otras áreas temáticas como “Sociología de la religión y comunicación” y “Estudios interdisciplinarios” recibieron tres trabajos de titulación, y esos tres fueron realizados solamente por mujeres, lo que sugiere que estos temas no son aún optados entre los estudiantes de la carrera.

Es importante destacar que la distribución de áreas temáticas varió ligeramente de un año a otro. Por ejemplo, en 2018 y 2021, se observa una mayor cantidad de trabajos

de titulación en “Estudios Culturales” y en “No Aplica”, mientras que en 2017 y 2019 hubo una mayor cantidad de trabajos en “Sociología de la comunicación de masas”. En general, se puede concluir que tanto hombres como mujeres tienen un interés similar en las áreas de investigación de la carrera que se relacionan con sociología y cultura.

Respecto al segundo grupo de áreas temáticas, se tomaron en cuenta 18 áreas temáticas establecidas por la ALAIC¹⁰ y se estableció una categoría para los trabajos que no puedan clasificarse en ninguna; estas áreas, al igual que el anterior punto, se encuentran especificadas en la columna de la izquierda de la tabla 4.

Tabla 4
Clasificación de trabajos por áreas de la ALAIC, por año, sexo y en total

Áreas de la ALAIC	2017	2018	2019	2020	2021	Total
Femenino	43	39	35	11	34	162
1. Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas	5	4	4	3	4	20
2. Comunicación Política y Medios	2	1	2			5
3. Comunicación y Educación	2		1	1		4
4. Comunicación y Salud		2	1			3
5. Economía Política de las Comunicaciones		1				1
6. Estudios de Recepción						
7. Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía	1	1	1			3
8. Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación						
9. Comunicación, Tecnología y Desarrollo						
10. Comunicación y Estudios Socioculturales	15	15	12	3	9	54
11. Comunicación para el Cambio Social	3				2	5
12. Comunicación Publicitaria	1					1
13. Discurso y Comunicación	8		4		6	18
14. Comunicación y Ciudad						
15. Estudios sobre Periodismo	1	2			2	5
16. Comunicación e Historia			1			1
17. Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación	1				1	2
18. Comunicación Digital, Redes y Procesos	2	4	1	1	4	12
19. No aplica	2	8	7	2	5	24
Sin datos		1	1	1	1	4

10 Se decidió usar la categoría o indicador de áreas temáticas a partir de la clasificación de la ALAIC debido a que los estudios hallados en el libro coordinado por Torrico (2005) y otros aplican esta misma categoría, esto permite establecer un denominador común para posibles estudios comparativos.

Masculino	27	9	18	14	22	90
1. Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas	4	2	1	3	5	15
2. Comunicación Política y Medios			1	1		2
3. Comunicación y Educación	1				1	2
4. Comunicación y Salud						
5. Economía Política de las Comunicaciones						
6. Estudios de Recepción			1			1
7. Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadanía	2			1	1	4
8. Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación						
9. Comunicación, Tecnología y Desarrollo						
10. Comunicación y Estudios Socioculturales	8	2	6	5	5	26
11. Comunicación para el Cambio Social	2	1				3
12. Comunicación Publicitaria	1		1			2
13. Discurso y Comunicación	4		3	1		8
14. Comunicación y Ciudad						
15. Estudios sobre Periodismo	1		1			2
16. Comunicación e Historia			1			1
17. Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación						
18. Comunicación Digital, Redes y Procesos	1	2	2		5	10
19. No aplica	3	2	1	3	4	13
Sin datos					1	1
Total general	70	48	53	25	56	252

Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las áreas temáticas, se puede observar que las que cuentan con mayor número de trabajos para ambos sexos son “Comunicación y Estudios Socioculturales” (54 por mujeres y 26 por hombres) y “Comunicación Organizacional y Relaciones públicas” (20 en mujeres y 15 en hombres). Por ejemplo, en el área “Estudios de recepción”, se ve un mínimo interés, con solamente un trabajo en el 2019 y realizado por un hombre. Por otro lado, existen áreas temáticas como la 4 y la 5, que fueron elegidas solamente por mujeres entre el 2018 y 2019. Algo llamativo es que tres áreas temáticas no fueron utilizadas en ninguno de los años; estas son “Comunicación y ciudad”, “Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación” y “Comunicación, Tecnología y Desarrollo”, lo cual quiere decir que estas tres temáticas son de poco, por no decir nulo, interés por parte de las y los estudiantes.

Si nos enfocamos en las filas correspondientes a mujeres, las áreas temáticas con mayor número de trabajos son “Comunicación y Estudios Socioculturales” y “Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas”. También se puede destacar que cuatro áreas temáticas no fueron identificadas en los trabajos: 6, 8, 9 y 14. Por otro lado, si nos enfocamos en las filas correspondientes a hombres, las áreas temáticas con mayor número de trabajos también son la número 1 y 10. En el caso de los hombres, cinco áreas temáticas no se han trabajado: 4, 5, 8, 9 y 17.

La matriz muestra una distribución relativamente equitativa en cuanto a los intereses y las investigaciones realizadas por los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social en la UCB. Sin embargo, hay diferencias significativas entre los sexos en términos del número de trabajos presentados en ciertas áreas temáticas.

Delimitación espacial

Dentro de los parámetros del presente estudio, se establecieron seis categorías de delimitación espacial: institucional u organizacional, local, comparativo local, regional, e internacional o global. Además, hay una categoría “Sin datos” que representa aquellos trabajos de titulación en los que no se pudo determinar la delimitación espacial de la investigación (tabla 5).

Tabla 5
Clasificación de trabajos según delimitación espacial por modalidad, por año y en total

Delimitación especial por año	TT	TA	TD	PG	GR	DOC	Total
1. Institucional u organizacional	11	2	4	19	6		42
2017	2			6			8
2018	2			2	3		7
2019	4		1	3			8
2020			1	2			3
2021	3	2	2	6	3		16
2. Local	71	2	6	12	28	8	127
2017	29		2	7	6		44
2018	5		2	4	6	3	20
2019	22	1			7	2	32
2020	4		1	1	4	2	12
2021	11	1	1		5	1	19
3. Comparativo local	12				2		14
2017					1		1
2018	9				1		10
2020	2						2
2021	1						1

4. Nacional	26	1		12	2	41
2017	11			1		12
2018	2			3		5
2019	7			2		9
2020	1	1		3		5
2021	5			3	2	10
5. Regional	5		1			6
2018	4					4
2019	1					1
2020			1			1
6. Internacional o global	14		1		1	16
2017	4		1			5
2018	1					1
2019	1					1
2020	1					1
2021	7				1	8
Sin datos	3		1	1		5
2017						
2018			1			1
2019	1					2
2020	1					1
2021	1			1		2
Total general	143	5	10	34	49	252

Fuente: elaboración propia.

En el ámbito institucional u organizacional, se han realizado 42 trabajos en total, y son el PG y la TT las modalidades más comunes. En particular, en 2017 se presentaron 2 trabajos de tesis tradicionales y 6 proyectos de grado en esta categoría.

En cuanto a la delimitación espacial local, la mayoría de los trabajos de grado (127 de 252) se ubica en esta categoría, y la modalidad más común es la TT, seguida del GR y el PG¹¹. En 2017, se presentaron 11 trabajos de tesis tradicionales y 19 proyectos de grado en esta categoría. Con delimitación espacial comparativa local, se han realizado un total de 14 trabajos de grado; en particular, en 2018, se presentaron 9 trabajos de GR en esta categoría.

En la delimitación espacial nacional, se han realizado un total de 41 trabajos de grado; la TT y el GR son las modalidades más comunes. En particular, en 2017, se presentaron 11

11 Este dato podría relacionarse con el hecho de que casi el 90% de los estudiantes, entre el 2016 y el 2021, son nacidos en La Paz, un poco menos del 10% son del interior (es decir, de otros departamentos) y entre 4 a 10 personas por semestre son extranjeros, según el *Informe de Autoevaluación* (Carrera de Comunicación Social, 2022, p. 111).

trabajos de TT en esta categoría. En la delimitación espacial regional, se han realizado un total de 6 trabajos de grado, siendo el proyecto de grado (PG) la modalidad más común. En particular, en 2018, se presentaron 4 proyectos de grado en esta categoría.

A modo de resumen, las TT y los GR suelen tener una delimitación espacial nacional o local, el TD es mayormente local al igual que el DOC y, finalmente, el PG es institucional u organizacional.

Técnicas

Como técnicas de recolección de datos, se establecieron 14 que figuran en la columna de la izquierda. En promedio, cada modalidad selecciona mínimo dos técnicas y como máximo seis, tal y como se identifica en la tabla 6.

Tabla 6
Técnicas más utilizadas por año, modalidad y en total

Técnica	TT	TA	TD	PG	GR	DOC	Total
1. Revisión bibliográfica	75	4	3	14	36	7	139
2. Análisis de contenido	68	3	3	14	3	3	94
3. Análisis de discurso	29						29
4. Entrevista estructurada	19		1	6	14	2	42
5. Entrevista semiestructurada	52	3	7	18	37	8	125
6. Entrevista en profundidad	35	2	3	5	8	2	55
7. Historia o relato de vida	13	1			16	4	34
8. Grupo focal o de discusión	43	2	3	9	2		59
9. Sondeo	2		1			1	4
10. Encuesta	41	3	3	23	9		79
11. Observación estructurada	17		5	8	4		34
12. Observación semiestructurada	9		1	4	7	2	23
13. Observación participante	31	2		6	6	5	50
14. Observación con registro de cámara	3				4	4	11

Fuente: elaboración propia.

La matriz de técnicas se divide por modalidades y técnicas. Al final de esta, no hay un total, ya que por trabajo se utilizan más de dos técnicas. Las más utilizadas son la número 1 (revisión bibliográfica) y la número 5 (entrevista semiestructurada), sobre todo en la modalidad de TT y GR. La tercera más utilizada es la segunda, de análisis de contenido, ya que se utilizó en 94 trabajos, de los cuales 68 fueron TT. Posteriormente está la encuesta, una técnica cuantitativa que es utilizada en su mayoría en TT y en PG. Sin embargo, si se revisan los datos por años, en TT se redujo la cantidad de trabajos que la implementan. Le sigue el grupo focal, el cual se utilizó en todas las modalidades, excepto en documental. En el caso de la entrevista en profundidad, esta se utilizó en

todas las modalidades; la historia o relato de vida solo fue utilizada 34 veces y, en su mayoría, en GR y TT. La única técnica que solo se utilizó en una modalidad (TT) es el análisis de discurso con un total de 29 trabajos. La técnica que se utilizó menos veces es la del sondeo con un total de 4, eso quiere decir que es la técnica menos utilizada para recolectar datos.

En general, se puede observar que se utilizan múltiples técnicas y que son casos excepcionales en los cuales solo sirven para una modalidad. Muchas técnicas cuantitativas se complementan con las cualitativas; por ello, es importante observar la metodología por modalidad (tabla 7).

Tabla 7
Metodología utilizada por modalidad

Metodología	TT	TA	TD	PG	GR	DOC	Total
1. Cuantitativa	8	0	0	3	1	1	13
2. Cualitativa	81	3	7	4	37	9	141
3. Mixta	51	2	3	26	10	1	93
Sin datos	3			1	1		5
Total general	143	5	10	34	49	11	252

Fuente: elaboración propia.

Respecto a la metodología, esta se divide en tres: cuantitativa, cualitativa y mixta. Se puede reconocer que la metodología más utilizada es la cualitativa, posteriormente está la mixta y en última instancia la cuantitativa. De 143 trabajos de TT, 81 son cualitativos, 51 mixtos y 8 cuantitativos; respecto a la TA, 3 son cualitativos, 2 mixtos y no se realizó ninguno cuantitativo al igual que en TD; de 49 trabajos en GR, 37 son cualitativos, 10 mixtos y solamente 1 cuantitativo, al igual que DOC, el cual cuenta con 9 trabajos cualitativos, 1 mixto y 1 cuantitativo.

Calificación

Las categorías de calificación se dividen en cinco: distinguido con honor (DCH), con notas de 96 a 100; distinguido (D), de 86 a 95; satisfactorio (S), de 71 a 85; suficiente (SUF), de 60 a 70; aprobado (A), de 51 a 59, y reprobado (R) de 50 para abajo, de la cual no hay ningún trabajo. En la tabla 8, se detalla cuántos trabajos hay bajo cada categoría según la modalidad y el año.

Tabla 8

Clasificación de trabajos según categoría de calificación por modalidad cada año y en total

Categoría de calificación	TT	TA	TD	PG	GR	DOC	Total
Distinguido con honor (DCH)	83	3	6	6	16	6	120
2017	31		2	1	3		37
2018	11		1	3	3	1	19
2019	18				3	2	23
2020	5	1	1		4	1	12
2021	18	2	2	2	3	2	29
Distinguido (D)	39	2	4	15	12	4	76
2017	8			5	2		15
2018	6		1	1	1	1	10
2019	15	1	1	2	4		23
2020	4		1	3	2	1	11
2021	6	1	1	4	3	2	17
Satisfactorio (S)	17	0	0	11	20	1	49
2017	6			7	3		16
2018	5			3	9	1	18
2019	4			1	2		7
2020					1		1
2021	2				5		7
Suficiente (SUF)	3	0	0	2	1	0	6
2017				1			1
2018	1						1
2020				1			1
2021	2				1		3
Aprobado (A)	1	0	0	0	0	0	1
2017	1						1
Total en general	143	5	10	34	49	11	252

Fuente: elaboración propia.

De 252 trabajos, 120 obtuvieron la calificación de DHC. Por ejemplo, en la modalidad de Tesis Tradicional (TT), el porcentaje de trabajos con calificación de DCH es de 54,6%, mientras que con calificación de distinguido (D) es de 27,3%. Esto sugiere que, en general, los trabajos de tesis tradicional reciben calificaciones más altas que otras modalidades; sin embargo, el único trabajo que se encuentra en la categoría de aprobado es de esta modalidad. Por otro lado, los trabajos de la modalidad GR tienen una mayor cantidad de calificaciones S. La mayoría de los trabajos son calificados entre DCH y D, y son 56 (22%) los que se encuentran de S para abajo.

En cuanto a los años, en 2017 y 2018 se asignaron más calificaciones DCH en comparación con los años posteriores. Es importante destacar que las modalidades TA y TD tienen una cantidad menor de trabajos en comparación con las otras modalidades.

Bajo la misma línea, respecto al promedio de calificación por año, modalidad y sexo, se indica que las calificaciones más altas se obtienen en la modalidad de Tesis Aplicada (TA) con un promedio de 97,5. Sin embargo, es importante destacar que, de 252 trabajos, 5 pertenecen a esta modalidad. El promedio de calificación más bajo lo tiene la modalidad de proyecto de grado (PG), tanto en mujeres como en hombres; en mujeres, el promedio es de 88,4 y en hombres, de 85,7.

En general, las mujeres obtienen un promedio de calificaciones ligeramente más alto que los hombres en todas las modalidades. En particular, en la modalidad TD, las mujeres (97,2) tienen un promedio de calificaciones más alto que sus pares hombres (91,5).

En cuanto a la evolución de las calificaciones a lo largo del tiempo, en general han sido bastante estables, aunque con algunas variaciones en modalidades específicas. Por ejemplo, para TT no existen cambios significativos (93,7); pero en TD sí, pues el 2017 tenía un promedio de 100 en mujeres y decae el 2019 (90), aunque remonta el 2021 (100). Por otro lado, en PG, de tener un promedio de 83 en 2017 en mujeres, sube a tener uno de 100. En el caso de los hombres, en TD pasa lo contrario, pues en 2017 tiene un promedio de 100 y este disminuye con el paso de los años (90, 86 y 90), y, por ejemplo, en GR solo se destaca el promedio obtenido el 2020 (97,8), ya que en hombres ese es el más alto.

El promedio más alto en general y según la modalidad, lo obtuvo TA y, según el sexo, las personas del sexo masculino son quienes tienen un promedio de 93,3, mayor que el sexo femenino. El sexo femenino obtuvo el promedio más alto el 2019 con 94,3 en total; y la modalidad con mayor puntaje fue TD (100) y con menor fue PG (83). El sexo masculino obtuvo el promedio más alto el 2020 con 95,2; la modalidad que obtuvo el promedio más alto fue TA y el más bajo fue PG, al igual que las mujeres.

Respecto a las notas más altas y bajas, tomando en cuenta modalidad, año y sexo, la nota más alta de cada modalidad fue de 100 puntos, pero esto varía por años. Cabe señalar que quienes tuvieron notas menores dentro del rango de calificaciones más elevadas son los hombres, es decir que no todas las notas máximas obtenidas entre los hombres llegaban a 100 puntos, sino que eran menores a esta. La nota más baja de F fue de 59 puntos el 2017, obtenida en la modalidad de TT. Asimismo, la nota más baja de los hombres fue de 70 puntos el 2020 en la modalidad de PG. En general, la nota más alta dentro del rango de las notas máximas es de 100 en TD, PG y DOC. La nota más baja por modalidad es de 59 en TT, 90 en TA, 86 en TD, 65 en PG, 70 en GR y 80 en DOC.

IV.3. Datos específicos por modalidad

En esta sección se presentan resultados específicos correspondientes a cada modalidad. Para TT Y TA, se identifican el tipo de investigación y el paradigma. En GR, se presentan los datos de las áreas temáticas del periodismo abordadas y de los formatos de los reportajes. En la modalidad de DOC, se analizan los enfoques de abordaje seleccionados. Mientras que en TD, se busca desentrañar el rubro de la institución involucrada. Este análisis de datos específicos permitirá extraer conclusiones fundamentadas y, a su vez, contribuir al entendimiento profundo de cada modalidad de investigación emprendida.

Tesis tradicional y tesis aplicada

Se establecieron, a partir del *Repensando*, cuatro tipos de investigaciones según el alcance o dirección de la pregunta general, comenzando por la descriptiva, la cual responde a un “qué”; a esta le sigue la explicativa, la cual responde a un “por qué”; la aplicativa responde a un “cómo”, ya que están más “concentradas en propiciar el cambio”, y la evaluativa, que usualmente responde a “qué/por qué” (Loayza & Peres-Cajías, 2016, p. 40). Respecto a los tipos de investigación, en la tabla 9, se detallan por año y en total para la modalidad de tesis, incluidas tanto la TA como la TT.

Tabla 9
Tipo de investigación según el alcance de la pregunta por año y en total

Tipo de investigación	2017	2018	2019	2020	2021	Total
1. Descriptiva	23	1	10	3	6	43
2. Explicativa	21	17	15	3	19	75
3. Aplicativa	2	1		1	5	9
4. Evaluativa		1	12		3	16
1, 2		3				3
2, 4				1		1
Sin datos				1		1
Total general	46	23	37	9	31	148

Fuente: elaboración propia.

En la tabla, se puede observar que, de 148 trabajos, 75 respondieron a una pregunta explicativa, 43 a una descriptiva, 16 a una evaluativa, 9 a una aplicativa y tres combinaron el primer tipo de investigación con el segundo y solo uno el segundo con el cuarto. Esto quiere decir que, en su mayoría, los trabajos de investigación en tesis son explicativos. Cabe resaltar que, en el 2017, el número de investigaciones descriptivas es ligeramente mayor a las explicativas, pero luego las explicativas toman predominancia (salvo el 2020, que es el año en que menos defensas hubo por la pandemia).

En el *Repensando*, se establecen 11 paradigmas, expuestos en la tabla 10, en la cual se detalla cuántas veces fue utilizado cada paradigma por año y en total:

Tabla 10
Paradigma según la clasificación de la carrera por año y en total

Paradigma	2017	2018	2019	2020	2021	Total
1. Positivismo		1	1			2
2. Racionalismo crítico		1	1			2
3. Hermenéutica clásica						
4. Interpretativismo	7	1	5		3	16
5. Teoría crítica	4	2	6		1	13
6. Etnometodología					1	1
7. Realismo social				2		2
8. Hermenéutica contemporánea	8	3	3			14
9. Teoría de la estructuración	12	9	8	1	5	36
10. Feminismo	4	2	6	3	8	23
11. Teoría de la complejidad						
12. Otro	11	2	3	3	12	32
Sin datos		2	4	2		8
Total general	46	23	37	11	31	148

Fuente: elaboración propia.

El paradigma que más se utiliza es el de la teoría de la estructuración, en 36 trabajos, seguido del feminismo, en 23, el interpretativismo, en 16 y la hermenéutica contemporánea, en 14. En este apartado, se puede observar que la distribución de paradigmas es más equitativa que en otras categorías, exceptuando el paradigma 3 y el 11 que no se utilizaron en ninguna investigación. Sin embargo, en el número 12 existe una cantidad similar a la máxima de trabajos (32), los cuales pueden ser paradigmas como el postestructuralismo.

Respecto a los autores que se utilizaron, para la teoría de la estructuración se utilizó más que nada a Anthony Giddens. Para el paradigma feminista, las autoras principales fueron Judith Butler y Pierre Bourdieu (a quien se recurre por su obra *La dominación masculina*). Finalmente, para el interpretativismo fue Michel Foucault. En general, los autores que se utilizan para los trabajos de investigación de tesis son variados; sin embargo, los más comunes son: Michel Foucault, Judith Butler, Anthony Giddens, Erving Goffman, Pierre Bourdieu, Stuart Hall y Max Weber.

Proyecto de grado en gran reportaje

Para la realización del GR, se debe elegir un fenómeno, el cual se enmarca en un área temática según las especializaciones del periodismo. Se establecieron ocho áreas temáticas, las cuales figuran en la primera columna de la tabla 11, que detalla cuántos trabajos por año y en total se adscriben a cada una.

Tabla 11
Áreas temáticas de periodismo por año y en total

Área temática	2017	2018	2019	2020	2021	Total
1. Periodismo económico		1			1	2
2. Periodismo político	1		1			2
3. Periodismo social	2	5	3	1	6	17
4. Periodismo cultural	1	1	3	1	1	6
5. Periodismo deportivo	2			3	2	7
6. Periodismo en salud		4	1		1	6
7. Periodismo medioambiental						
8. Periodismo científico						
1, 3				1		1
2, 8			1			1
3, 4	2	2			2	6
6, 7				1		1
Total general	8	13	9	7	13	50

Fuente: elaboración propia.

El área temática en periodismo más frecuente es el periodismo social, con 17 de 50 trabajos. Posteriormente se encuentra el periodismo deportivo, seguido del periodismo cultural y el de salud. Algo importante a resaltar es que en 6 casos se combinó el periodismo social con el cultural. Si bien parece que el periodismo medioambiental y científico no han sido utilizados, sí fueron complementados con otra área, como es el caso de la 6 y de la 7.

En GR, además del documento académico, se desarrolla un producto periodístico en un formato específico, estos son cuatro: escrito, audiovisual, multimedia y radiofónico. El primero consta de un reportaje escrito y diagramado en formato tabloide o de revista, que consta de mínimo 16 páginas; para el segundo, el estudiante debe realizar una producción audiovisual o televisiva, que consta de 30 minutos; el tercero se plasma en una página web; por último, el cuarto consta de la producción de un libreto de radio de 30 minutos aproximadamente. En la tabla 12, se puede observar a detalle la cantidad de formatos que fueron utilizados por año y en total.

Tabla 12
Formato del producto del Gran Reportaje por año y en total

Formato	2017	2018	2019	2020	2021	Total
1. Escrito	3	11	9	6	9	38
2. Audiovisual	4				2	6
3. Multimedia	1	2		1	2	6
4. Radiofónico						
Total general	8	13	9	7	13	50

Fuente: elaboración propia.

El formato utilizado en 38 de 50 reportajes es el escrito, sobre todo el año 2018, con 11 presentaciones. Los formatos audiovisual y multimedia tienen 6 trabajos cada uno. No hay ningún reportaje radiofónico.

Proyecto de grado en documental

Para esta modalidad, se determinó ocho enfoques de abordajes, los cuales son: social, cultural, histórico, histórico oral, psicológico, legal, filosófico y científico. En la tabla 13, se detalla específicamente qué enfoques se eligieron en los 11 trabajos en el periodo de 4 años (no había la modalidad el 2017).

Tabla 13
Enfoque de abordaje por año y en total

Enfoque de abordaje	2018	2019	2020	2021	Total
1. Social	2			1	3
2. Cultural		2	2	2	6
3. Histórico					
4. Histórico oral					
5. Psicológico					
6. Legal					
7. Filosófico					
8. Científico					
9. Otro					
1, 2, 6				1	1
3, 4	1				1
Total general	3	2	2	4	11

Fuente: elaboración propia.

De los 8 abordajes, el más utilizado fue el cultural, en 5 trabajos, y uno de ellos fue complementado por el legal y social el año 2018. Le sigue el enfoque social, el cual se utilizó en 4 trabajos; uno se complementó con otros dos. El resto de los enfoques no se utilizó durante los siguientes años.

Trabajo dirigido y proyecto de grado

En el caso de Trabajo Dirigido y Proyecto de Grado, modalidades que se relacionan sobre todo con el área corporativa, se vio oportuno registrar el rubro de la institución o empresa en la que se realiza el trabajo, los cuales se identifican en la primera columna de la izquierda de la tabla 14.

Tabla 14
Rubro de la institución o la empresa por año y en total

Rubro de empresa	2017	2018	2019	2020	2021	Total
1. Administración pública	4					4
2. Educación	1	1			1	3
3. Salud	2	1	1			4
4. Turismo		1				1
5. Gastronómico				2	1	3
6. Recreación y entretenimiento		1				1
7. Transporte					1	1
8. Deporte	1	2		1	1	5
9. Medios de comunicación	1	2	1	1	1	6
10. Elaboración y venta de productos alimenticios	1				1	2
11. Confección y venta de artículos	2					2
12. Otros	4	1	2	1	3	11
Sin datos		1		1		2
Total general	16	10	4	6	9	45

Fuente: elaboración propia.

Se definió inicialmente 11 categorías para determinar los rubros de la institución o empresa, de las cuales la más frecuente es la número 9, medios de comunicación, a la cual le sigue deporte y, posteriormente, salud y administración pública. En general, los trabajos se distribuyen equitativamente en diferentes rubros. Sin embargo, algo llamativo es que el número más elevado de trabajos está en “otros”; eso quiere decir que los rubros son diferentes de los que se establecieron para realizar la investigación, como puede ser tecnología.

V. Discusión

En el apartado de la revisión teórica, se indica que los trabajos de grado son el resultado del cruce de factores institucionales y de intereses y decisiones personales (Hernández-Barbosa et al., 2015), y los hallazgos presentados dan cuenta de ello. Los datos cuantitativos sobre las tendencias en modalidades, áreas temáticas, metodologías, etc., no se pueden leer adecuadamente si no se considera que las decisiones tomadas en los trabajos de grados están influidas por el contexto académico en el que se producen. Si bien los estudios del libro coordinado por Torrico (2005) toman en cuenta lo señalado, varios otros de los consultados, bajo el enfoque bibliométrico que adoptan se quedan en la exposición de cifras de la producción científica revisada sin poder lanzarse a hacer ciertas interpretaciones de por qué se producen tales datos.

La visión institucional de la carrera, la organización curricular, los contenidos que se llevan y cómo son abordados por los docentes, los recursos de apoyo para la investigación y el desarrollo de proyectos, entre otros, son aspectos que le dan ciertas características a la estructura o contexto académico y este repercute en los trabajos de grado que se producen; pero, como bien señala la teoría de la estructuración, cambios que se dan en los agentes (que en este caso son los estudiantes, los docentes, las autoridades) pueden modificar la estructura. Las personas que dieron forma a la malla curricular y otros documentos para plantear cómo debería estar formado un comunicador y para guiar mejor la producción de trabajos de grado se propusieron darle un enfoque interdisciplinario a la carrera, fortalecer el área de investigación y ampliar la visión sobre lo que abarca el estudio de la comunicación, como se remarcará con el análisis de los resultados del siguiente apartado. Se podría decir que la carrera hizo eco al reclamo de los que hicieron metainvestigación en Latinoamérica hacia inicios de los 2000 (Abud et al., 2005, p. 102; Ampuero et al., 2005, pp. 145-146; Pereira & Burbano, 2002, p. 91), dando como resultado un mayor número de trabajos con un enfoque en estudios culturales o sociológico, en los cuales el objeto de estudio no se reduce a los fenómenos de los medios masivos tradicionales como en ese entonces.

Ahora bien, toca hablar de las limitaciones de la investigación que dificultaron el análisis de contenido. De los 252 trabajos de grado defendidos entre el 2017 y 2021, no se pudo tener acceso a cinco y esto generó que en ciertas categorías se tenga que agregar la opción “sin datos”. Por otro lado, se hallaron trabajos que no tenían ciertos contenidos u información que se esperaba registrar, esto especialmente en trabajos más antiguos o en la modalidad de DOC, que es la que no tiene una guía completa; es decir, la estandarización de las partes del trabajo según su modalidad ha ido mejorando con el tiempo, pero sigue en proceso. También, en algunos casos, parece que algunas de las estudiantes recurrieron al “sin datos” por no poder hallar fácilmente cierta información o no estar seguras de marcar otra alternativa, lo cual es señal de que los recaudos para que el instrumento se aplique con cierta uniformidad no fueron del todo suficientes.

Se espera que la investigación realizada sirva a la carrera para definir estratégicamente qué quiere seguir impulsando y qué quiere mejorar o reorientar. Además, se espera que este tipo de análisis y sistematización de los trabajos de grado se realice periódicamente en la carrera, pero ajustando o aumentando ciertas categorías según lo observado, y que interesados en la metainvestigación puedan tomar como referente el análisis de contenido realizado, en especial otras carreras de Comunicación Social (u afines), para que así se puedan generar estudios comparativos con categorías semejantes.

VI. Conclusiones

Se puede aseverar que la Carrera de Comunicación Social de la UCB-LP tiene un enfoque transdisciplinario de la comunicación y que, a pesar de contar con modalidades que

buscan producir conocimiento para generar productos o intervenir en la realidad, ha habido un mayor impulso de la investigación tradicional por el compromiso patente de asumir el objetivo de toda universidad de producir conocimiento.

La promoción del enfoque mencionado se hace visible en que, según la clasificación de áreas de la carrera, 112 trabajos de grado de 252 (44%) se alinean con los estudios culturales, que es un campo de estudio interdisciplinario; usando la clasificación de áreas temáticas del ALAIC, este número desciende a 80, pero igual es a la que se adscriben mayor número de trabajos. Esto también da cuenta de que la carrera sigue la tendencia de ya no centrarse en los medios masivos tradicionales, y más bien ampliarse en sus objetos de estudio. La segunda área con más trabajos es la sociología de comunicación de masas, pero apenas llega a 19, y algunos de ellos no estudian los medios tradicionales, sino espacios como las redes sociales.

Ahora bien, al analizar los datos del área temática, surgió la observación de que la clasificación de la carrera era insuficiente (dado el elevado número de trabajos para los cuales “no aplica”, 72 en total) y que la del ALAIC era muy amplia (de ahí que haya áreas sin trabajos y algunas con muy bajo número). Además, una hipótesis que se tenía, pero que no se pudo comprobar dadas las categorías disponibles, es que ha ido aumentando el interés por los estudios de género. En una siguiente ocasión, se podrían incluir otras categorías para clasificar las temáticas de los trabajos; preliminarmente, se sugieren las siguientes: estudios de género, etnicidad y racismo, tribus urbanas, representación en productos culturales-mediáticos, comunicación en espacios digitales, comunicación organizacional, periodismo y medios masivos tradicionales, comunicación y política, comunicación para el desarrollo e investigación extracomunicacional con fines de elaboración de productos mediáticos.

Respecto a la última categoría propuesta, esta responde a la elevada cantidad de trabajos que no puede clasificarse en ninguna de las áreas de la carrera, ya que gran parte de los GR, PG, TD y DOC tienen por objeto de estudio fenómenos que no caben dentro de las mismas (por ejemplo, hay GR sobre situaciones de precariedad en diferentes espacios o sobre consecuencias psicológicas, sociales y económicas de diferentes problemáticas; hay DOC sobre cómo es la vida cotidiana o la historia particular de ciertos tipos de sujetos sociales; no hay un área vinculada a la comunicación organizacional). No obstante, el interés por lo sociológico y cultural también se hace presente si se toma en cuenta que la mayoría de los trabajos de GR se enmarcan dentro del periodismo social y cultural (17 y 6 de 49, respectivamente, además de 6 que se adscriben a ambas áreas), y casi todos los trabajos de DOC tienen enfoque social o cultural, y, en un caso, ambos.

En cuanto al mayor impulso a la investigación tradicional que se mencionaba más arriba, uno de los hallazgos principales que lo corrobora es que el número de tesis tradicionales es considerablemente mayor frente a otras modalidades. Casi el 60% de

los trabajos de grado son del tipo mencionado (143) y, todos los años (salvo el 2020, que fue un año con pocas defensas debido a la pandemia), la TT supera entre el doble y triple a la segunda modalidad más elegida que es GR. Esto parece ser fruto del interés del área de investigación de la carrera de fomentar la producción académica, área que cuenta con un mayor número de asignaturas y créditos (11/77) con respecto a las otras, lo cual podría hacer que los estudiantes se sientan mejor preparados para hacer trabajos en esta modalidad. Precisamente, el área periodismo estratégico es la segunda con más asignaturas y créditos (8/52) y los GR son el segundo tipo de trabajo de grado más elegido. El área con menor número de asignaturas y créditos es comunicación corporativa (4/24), y la modalidad con la que se vincula (TD) es en la que hay menor número de trabajos (10); sin embargo, dentro de los trabajos de PG (que son 34 en total) hay varios que se alinean con la comunicación organizacional.

Continuando con los razonamientos para explicar la diferencia en el número de trabajos según la modalidad, cabe señalar que, para los que hacen tesis, hay mayor estímulo, pues, mientras duró el convenio con Plural Editores, había la posibilidad de que los mejores trabajos sean publicados y, además, está también la opción de transformar la tesis en un artículo para el *Journal* de la carrera u otra revista. Otras modalidades no podían publicar su tesis como libro y no se han visto casos en que se publiquen artículos a partir de trabajos que no sean de tesis. Desde que *Calle 2* comenzó a publicarse en formato de revista, ya no ha habido trabajos en GR que se publiquen *in extenso* como antes, cuando era formato tabloide. Por otro lado, en el caso de los TD, los estudiantes tienen que conseguir una empresa o institución donde hacer el trabajo y que tenga convenio con la universidad, y esto no siempre es tan fácil.

Parece que podría existir una suerte de “efecto de inercia” en la elección de modalidades en el sentido de que los estudiantes, al ver que la mayoría hace tesis y que a estos les va mejor en promedio que a otras modalidades (como se vio en la parte de las notas), continúan optando más por esta, pues sienten mayor confianza para hacerla y hasta tienen más ejemplos de este tipo de trabajo. Que GR sea la segunda opción de titulación más escogida parece responder también a que los estudiantes prefieren modalidades donde han tenido mayor preparación y han visto que se realizan más y hay más ejemplos, pues cuando *Calle 2* se publicaba en formato tabloide circulaban productos de GR. Sin embargo, las calificaciones no tan altas podrían desanimarlos. Se espera que estas conjeturas puedan ser probadas con el objetivo faltante de la investigación referido a las motivaciones de elección de temas y modalidades.

Por otro lado, también se ve el influjo del contexto académico en los autores que más utilizan los estudiantes en las tesis, ya que son los que se llevan con mayor detenimiento en las materias del área de investigación, según lo que se pudo notar al revisar los programas de materia. No es casual tampoco que el paradigma más elegido sea el de la teoría de la estructuración, pues Giddens se aborda en detalle en Teoría Social Contemporánea, y luego están bastante parejos la hermenéutica contemporánea y el

feminismo. Precisamente, tres docentes de los que dieron las materias del área de investigación tienen estudios abocados a la sociología (etnicidad y racismo sobre todo, y sociología de la religión), a los estudios culturales (fiesta y producción de sentido), y a los estudios de género¹².

También se pudo apreciar que las investigaciones cualitativas predominan (141 trabajos son netamente cualitativos y 93 son mixtos) y no solo a nivel de las tesis; esto podría deberse a que no hay una materia específica dedicada a enseñar investigación cuantitativa; por tanto, parece que los estudiantes optan por tipos y técnicas de investigación con los que están más familiarizados en función de su formación. Respecto a estas últimas, cabe destacar que las técnicas más aplicadas en las diferentes modalidades son las de revisión bibliográfica y entrevista semiestructurada (este tipo de entrevista junto a otras sobre todo abundan en GR y DOC, dado que en estas modalidades predomina la obtención de información de fuentes orales). El análisis de contenido es la tercera técnica más usada y está presente en todas las modalidades, pero especialmente en tesis, y el análisis del discurso sólo se aplica en dicha modalidad. La cuarta técnica más aplicada es la encuesta (en 79 trabajos). Cabe preguntarse cuán preparados se sintieron los entonces estudiantes al aplicar y procesar datos de estas técnicas en función de su experiencia previa en otras asignaturas, y si no habría que reforzar las competencias en algunas.

Por otra parte, se vio que 127 trabajos de grado (casi el 50%) son estudios con una delimitación local, lo cual parece relacionarse al hecho de que casi el 90% de los estudiantes de la carrera son de La Paz y, según se infiere, estos desarrollan interés por problemáticas que les son familiares y, además, accesibles en cuanto a su estudio. No se identificó si los estudios eran mayormente en contextos urbanos o rurales, pero en un futuro se podría agregar esta categoría para comprobar (como se deduce) que la mayoría son del primer tipo. La segunda delimitación más frecuente es institucional u organizacional, con 42 trabajos; esto parece tener su correlato en la cantidad de PG y TD que hay, que, sumados, hacen 44.

Para finalizar, cabe preguntarse o recomendar por qué no hay más autores latinoamericanos entre los más consultados para las tesis si los paradigmas presentados como opción para los estudiantes de tesis no deben actualizarse, si no deberían incluirse otra área o áreas en las cuales puedan clasificarse trabajos de GR, TD, PG y DOC cuyo objeto va más allá de la dimensión comunicacional de un hecho social.

Referencias

- Abud, R.; Rojas, C., & Villarroel, H. (2005). Estado de la investigación en las carreras de Comunicación de Cochabamba. En E. Torrico (Coord.), *El estado de la investigación de la comunicación en Bolivia* (pp. 79-114). Azul Editores.
- Ampuero, J., Cruz, F., Machicado, R., & Zapata, M. (2005). Situación de la investigación comunicacional en las carreras de Comunicación de la UPSA, NUR, UEB, UAGRM y UCB en Santa Cruz. En E. Torrico (Coord.), *El estado de la investigación de la comunicación en Bolivia* (pp. 129-170). Azul Editores.
- Arroyave-Cabrera, J., & Gonzalez-Pardo, R. (2022). Investigación bibliométrica de comunicación en revistas científicas en América Latina (2009-2018). *Comunicar*, XXX(70), 85-96.
- Caffarel-Serra, C. (2018). La metainvestigación en comunicación, una necesidad y una oportunidad. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (15), 293-295.
- Carrera de Comunicación Social. (2022). *Informe de Autoevaluación de la Carrera de Comunicación Social*.
- De las Heras-Pedrosa, C., Martel-Casado, T., & Jambrino-Maldonado, C. (septiembre de 2018). Análisis de las redes académicas y tendencias científicas de la comunicación en las universidades españolas. *Revista Prisma Social*, (22), 229-246.
- Departamento de Comunicación Social. (2012). *Diseño curricular de la Carrera de Comunicación Social (Plan de Estudios 2012-2016)*.
- Escorcía Otalora, T. A. (2008). *El análisis bibliométrico como herramienta para el seguimiento de publicaciones científicas, tesis y trabajos de grado* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio de la Pontificia Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/8212/tesis209.pdf>
- Fuentes Navarro, R. (1998). *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO); Universidad de Guadalajara.
- Giménez-Toledo, E., & Jiménez-Contreras, E. (2013). Los agujeros negros de la comunicación: Comunicación científica y metainvestigación. *Comunicar*, XXI(41), 10-13.
- Gómez-Escalonilla, G. (2021). Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 12(1), 115-127.

- Hernández Barbosa, R., Patricia Orjuela, C., Cabrera Paz, J., & Cabrera González, L. M. (mayo-agosto de 2015). Sistematización trabajos de grado: propuesta investigativa para la reconstrucción de rutas de conocimiento. *Revista Actualidades Investigativas en Educación*, 15(2), 1-20.
- Loayza, R., & Peres-Cajías, G. (2016). *Repensando la investigación en Ciencias Sociales. Guía metodológica para la elaboración de trabajos de grado*. Plural editores.
- Lozano-Ascencio, C., Gaitán-Moya, J. A., Caffarel-Serra, C., & Piñuel-Raigada, J. L. (2020). Una década de investigación universitaria sobre Comunicación en España, 2007-2018. *Profesional de la información*, 29(4), 1-16.
- Mainardes, J. (noviembre-diciembre de 2018). Meta-research in the field of education policy: conceptual and methodological elements [Metainvestigación en el campo de la política educativa: elementos conceptuales y metodológicos]. *Educar em Revista*, 34(72), 303-319.
- Pacheco Silva, C., Johnson Barella, D., & Henríquez Ayala, M. (2014). Temáticas, metodologías y autorías en revistas de acceso abierto de Chile, Argentina, Brasil, Colombia y México. *Perspectivas de la Comunicación*, 7(2), 7-20.
- Pereira, J. M., & Burbano, L. (enero-junio de 2002). Educación superior e investigación en comunicación en Colombia. *Escribanía*, (8), 81-92.
- Silva Echeto, V., & De San Eugenio Vela, J. (septiembre de 2014). La investigación en Comunicación ante una encrucijada: de la teoría de los campos a la diseminación y diversidad gnoseológica. Estudio inicial comparado entre España, Brasil y Chile. *Palabra Clave*, 17(3), 803-827.
- Torrico, E. (Coord.). (2005). *El estado de la investigación de la comunicación en Bolivia*. Azul Editores.
- Valencia Thompson, F. J. (2015). Tendencias teórico-metodológicas en las tesis (2006-2012) de la Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura. En E. Solís Hernández & R. Domínguez Cortina, *Memorias XXVII Encuentro Nacional de la AMIC, Querétaro, Querétaro. Historias y aportes sociales de la investigación de la comunicación en México: ¿Cuáles son los acuerdos mínimos del núcleo disciplinario?* (pp. 1200-1212). Universidad Autónoma de Queretaro; Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Vega Chuquimia, A. K. (noviembre de 2012). Tendencias en el ensayo científico en la revista Punto Cero (1995-2010). *Punto Cero*, 17(25), 17-26.

Nota: Declaramos que no tenemos ningún conflicto de intereses en relación con la elaboración de este artículo.

Construcción del discurso de golpe de Estado en Bolivia en las elecciones presidenciales de 2019

Construction of the coup d'état discourse in Bolivia in the 2019 presidential elections

Mariana R. Díaz Meave¹

Fecha de recepción: 13 de septiembre de 2023
Fecha de aceptación: 30 de septiembre de 2023

Resumen: Este trabajo analiza la construcción del discurso de golpe de Estado en dos discursos clave que pronuncia el expresidente de Bolivia, Evo Morales, durante la crisis política post electoral en ese país entre octubre y noviembre de 2019. Describe el contexto en el que se llevan a cabo estos discursos, los vincula con abordajes teóricos relevantes y compara la estrategia persuasiva de los discursos electorales con la estrategia de comunicación política de crisis para determinar cómo la enunciación del golpe de Estado ayuda a entender la realidad actual de Bolivia. Los dos discursos analizados se sitúan al principio y al final de la crisis postelectoral.

Palabras clave: Evo Morales, elecciones presidenciales en Bolivia en 2019, racismo en Bolivia, golpe de Estado, fraude electoral, discurso político, persuasión.

Abstract: This paper analyses the construction of the coup d'état discourse in two key speeches delivered by the former president of Bolivia, Evo Morales, during the post-electoral political crisis in that country between October and November 2019. It describes the context in which these speeches take place, links them to relevant theoretical approaches and compares the persuasive strategy of the electoral speeches with the political crisis communication strategy to determine how the enunciation of the coup d'état helps to understand the current reality of this country. The two discourses analysed here happened at the beginning and at the end of the post-electoral crisis in Bolivia.

Keywords: Evo Morales, Bolivia, presidential elections in Bolivia in 2019, racism in Bolivia, coup d'état, political discourse, persuasion.

¹ Master en Estudios del Discurso: Comunicación, Sociedad y Aprendizaje. Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España. orcid: <https://orcid.org/0009-0003-1896-0974> - correo electrónico: maradiasm@gmail.com

I. Introducción

En Bolivia, se han llevado a cabo algunos trabajos de investigación en el ámbito de los estudios del discurso; la mayoría de las investigaciones se han apoyado en el análisis crítico del discurso (ACD), impulsado a través de los años por el teórico Teun van Dijk (2015). Estos trabajos se han enfocado en temas como la construcción de identidades políticas en el gobierno de Evo Morales (Torrico Villanueva, 2021) o en temas más amplios, como el de la construcción del concepto nación a lo largo de la historia republicana de Bolivia (Guevara Ordoñez, 2010), siempre guiados por el enfoque del ACD² que se caracteriza por un abordaje multidisciplinario que procura abarcar tanto a las humanidades como las ciencias sociales y que plantea una suerte de compromiso sociopolítico con una noción de equidad y justicia para estudiar la reproducción discursiva del abuso del poder y la resistencia contra la dominación hegemónica (Van Dijk, 2015). Aunque se ha tomado este enfoque en el apartado sobre la variable de racismo, en esta investigación, metodológicamente se ha optado por un enfoque más pragmático y actual, centrado en la intención y en la estrategia de comunicación política detrás del discurso de golpe de Estado en Bolivia en 2019.

Los discursos de Evo Morales han sido estudiados desde diferentes perspectivas; toman como punto de partida su relación con la identidad indígena para definir su posición política con respecto a una variedad de temas en diferentes momentos clave, antes, durante y después de su gobierno y también para compararla con las de otros líderes políticos bolivianos o extranjeros. Sin embargo, en el ámbito de la búsqueda de antecedentes de este trabajo de investigación, no se ha encontrado ningún precedente de análisis de discursos del expresidente Evo Morales basados en los enfoques de análisis audiovisual de los discursos persuasivos o de las cinco fases canónicas de la narración para determinar una estrategia de comunicación política.

Este es el objetivo principal de este artículo, que está basado en el trabajo de fin de máster titulado “Construcción del discurso de golpe de Estado en Bolivia en 2019” que presenté para obtener el título de máster en estudios del discurso: comunicación, sociedad y aprendizaje de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, España (Díaz Meave, 2023) realizado entre los años 2022 y 2023. La pregunta central de la investigación es: ¿cuál es el propósito de usar herramientas propias de las campañas electorales, como el discurso persuasivo, en contextos post electorales?

Con este trabajo, busco analizar los dos discursos que enmarcan uno de los periodos más conflictivos de la historia reciente de Bolivia y que fueron transmitidos ampliamente por medios de comunicación nacionales e internacionales y que se dan tanto al inicio como al final de la crisis política y social postelectoral entre octubre y noviembre de 2019: el primero, enunciado a los pocos días de la elección presidencial de 2019, para

² Es importante notar que en sus últimos escritos Teun Van Dijk (2015) ha hecho un esfuerzo sistemático por consolidar el concepto “estudios críticos del discurso” (ECD) en reemplazo de “análisis crítico del discurso”.

denunciar la preparación de un golpe de Estado; el segundo, el discurso de renuncia a la presidencia de Evo Morales que marca el final abrupto de su gobierno, un final que pudo haber sido diferente, sobre todo si se toma en cuenta, más que los logros políticos y económicos de su gobierno, la forma en la que su presencia como presidente de un Estado plurinacional transformó a la sociedad boliviana, obligándola a verse en el espejo, a comprenderse y a tratar de resolverse.

II. Estado del arte y marco teórico

Para dibujar un panorama sobre la cultura política y el racismo en Bolivia, además de una revisión bibliográfica que privilegia autores y autoras bolivianos, se ha tomado como punto de partida el análisis de variables relacionadas con la democracia que lleva a cabo la revista *Latinobarómetro* (2021), financiada por el Banco Interamericano de Desarrollo, que regularmente sirve de referente tanto para estudios académicos como para reportes en medios de comunicación. Según su edición 2021, Bolivia está entre los países con mayores niveles de apoyo a la democracia en la región; sin embargo, también es uno de los países con mayor índice de discriminación hacia la población indígena y el país de la región con el índice más alto de personas que piensan que expresar sus opiniones sobre los problemas del país podría tener consecuencias negativas (p. 98). Las manifestaciones tangibles de racismo de las que somos testigo cotidianamente tienen una base cognitiva que presupone representaciones mentales socialmente compartidas, que se aprenden y se adquieren y que están negativamente orientadas respecto de un *nosotros* sobre un *ellos*. Tomando en cuenta la construcción social del racismo, en el ámbito de los estudios críticos del discurso o ECD, el discurso es fundamental para entender su dimensión cognitiva (Van Dijk, 2009, p. 183).

La crisis política de 2019 es la fractura más reciente y, para la mayor parte de los analistas bolivianos, la más significativa de los últimos años en Bolivia. En su ensayo “Mentiras y verdades: gasolina al fuego de la polarización”, la periodista boliviana María Silvia Trigo (2022) señala que la contundencia del apoyo popular a la agenda política del proyecto liderado por Evo Morales y la resistencia que produjo en sus primeros años, además del resultado del referendo del 21 de febrero de 2016 y los conflictos derivados de la crisis política postelectoral de octubre y noviembre de 2019, terminaron fragmentando al país en dos bloques y radicalizando las posiciones de dos grupos que se perciben como opuestos en cuanto a valores, creencias e ideología, dando lugar al surgimiento de discursos polarizadores que eliminan el debate público y colocan las opiniones en extremos irreconciliables (p. 185). Como evento comunicativo, siempre siguiendo el enfoque de los ECD, el discurso muchas veces cumple la función de acentuar características positivas de un colectivo cercano a quienes ejercen roles de dominación, un endogrupo o *nosotros*, atenuando sus características negativas y haciendo la operación contraria con un grupo externo, un *ellos* o exogrupo, al que se le atribuyen más características negativas y menos positivas, formando así un cuadrado

ideológico que no solamente explica la dominación racial, también la polarización en las prácticas sociales y los discursos (Van Dijk, 2009, p. 185).

Académicos e investigadores bolivianos se han dedicado a abordar el fenómeno del racismo en Bolivia, pero dos de ellos, Fernando Molina y Rafael Loayza, lo han vinculado de forma específica al surgimiento del liderazgo de Evo Morales y su partido político. En su libro de 2021, *Racismo y poder en Bolivia*, el periodista y analista Fernando Molina recuerda que los indígenas y los cholos³ en Bolivia tuvieron derecho a votar y a ser elegidos 131 años después que los blancos y que la discriminación étnico-racial se presentó como enmarcada en el contexto económico y cultural con el pretexto de que era necesario limitar los derechos políticos de quienes dependían de otros como empleados (generalmente mujeres) domésticos, o que no tenían la cultura suficiente para asumir estos derechos de manera responsable (Molina, 2021, p. 137). Al igual que en otros países del mundo, los blancos en Bolivia han buscado que su posición se considere como el resultado de la organización normal de la sociedad basada en un orden meritocrático; de esta forma, sus características biológicas terminan siendo resignificadas como una suerte de capital moral y educativo. Según el académico boliviano Rafael Loayza Bueno (2021), la combinación del imaginario racial y el sentido de pertenencia a una clase social presenta a los bolivianos diferenciados, o segregados, y jerarquizados, o discriminados, a partir de las percepciones sobre la calidad de su economía, las características de su trabajo y la función de su oficio. La autoafirmación y la personificación se combinan y refuerzan, creando resistencia mutua, lo que a su vez produce la politización del imaginario racial de Bolivia, en el que los no indígenas se muestran como poderosos, autoritarios y conservadores y los indígenas como pobres, explotados e insurrectos socialistas. Los no indígenas se han apropiado de su condición de clase media y la asumen como preponderante y los indígenas se consideran una clase “popular” mayoritaria. Según este planteamiento, los unos estarían aburguesados y los otros proletarizados, causando una polarización de la identidad que hace que los indígenas o las clases “populares” prefieran un gobierno del MAS-IPSP y los “blancos” prácticamente cualquier otra alternativa (Loayza Bueno, 2021, pp. 105-106).

Otro tema a ser analizado es el liderazgo de Evo Morales que se ha caracterizado de forma recurrente como un liderazgo populista; aunque es sumamente complejo resumir y seleccionar un enfoque teórico único para explicar este fenómeno, en este trabajo he seleccionado un enfoque amplio y reciente que toma en cuenta diferentes nociones de populismo alrededor del mundo en general y en Bolivia en particular. Este lo considera principalmente como una estrategia política empleada por un tipo específico de líder que pretende gobernar basándose en el apoyo directo y sin intermediarios de sus seguidores y que se apoya en una crítica de la clase dirigente y una adulación de la gente común (Mudde & Rovira, 2017, pp. 4-5). Frecuentemente los populistas

también argumentan que la élite no solo es indiferente a los intereses del pueblo, sino que además trabaja en contra de su país; algunos autores consideran que el populismo puede fusionarse completamente con el nacionalismo cuando la distinción entre el pueblo y la élite es tanto moral como étnica. En este caso, las élites no solo son vistas como agentes de un poder extranjero, sino que estas mismas son consideradas extranjeras. Este es el caso específico de Evo Morales que, a lo largo de su trayectoria política, ha hecho una distinción sistemática entre el pueblo, mayoritariamente indígena, y las élites blancoides o extranjeras corruptas, jugando directamente con el equilibrio de poder racializado en Bolivia (Mudde & Rovira, 2017, pp. 13-14).

En cuanto al análisis del discurso realizado en la investigación, esta se concentra en los discursos persuasivos. El modelo de análisis del discurso persuasivo de base retórico-argumentativa de Arantxa Capdevila Gómez (2004) define a la retórica como la disciplina que estudia los discursos persuasivos en sociedades democráticas en las que estos discursos se transmiten al público través de los medios de comunicación. La persuasión solo es posible si tiene en cuenta al público al que se dirige. Para persuadir, es necesario que el mensaje tenga acuerdos generales consensuados por el público, que son la base para presentar el mensaje mediante procedimientos argumentativos. Los discursos persuasivos marcan un tipo de comunicación que consiste en conseguir un objetivo específico a través de la influencia que se tiene sobre los ámbitos afectivos y racionales de las personas, es decir, hay una intención manifiesta en la fuente del discurso que es reconocida por quienes lo reciben. Es en los discursos políticos electorales donde se manifiestan de forma más explícita las características de los discursos persuasivos, influidos por la presencia de los medios de comunicación (Capdevila Gómez, 2004, pp. 17-21).

Por último, la investigación ahonda en la construcción del relato político. De acuerdo con el enfoque del modelo canónico de la narración de Xavier Ruiz Collantes (2019), tal y como en el modelo anterior, el discurso político es un elemento esencial en la dinámica de poder en las sociedades democráticas cuyo gobierno se fundamenta en la democracia liberal y representativa. En este sentido, los discursos políticos electorales son básicamente relatos que procuran explicar o dar sentido a hechos que ocurrieron en el pasado, que ocurren en el presente y posiblemente a un proyecto futuro que se plantea ante el público como propuesta y que está en construcción. Este enfoque teórico se basa en el análisis de los relatos políticos como historias en desarrollo, sin olvidar que están contruidos argumentativamente para incitar a los electores a que se involucren en ellas (pp. 21-22). Según este enfoque, el discurso electoral es un discurso que se configura de manera estratégica para conseguir fines específicos y esencialmente está orientado a la participación de los ciudadanos en procesos electorales (Ruiz Collantes, 2019, p. 25). Aunque este enfoque es sumamente válido, especialmente tomando en cuenta la dinámica actual de las campañas electorales, considero que las crisis políticas también son momentos en los que se plantean discursos persuasivos que sirven para

generar acuerdos con el electorado; este es el caso concreto del conflicto postelectoral suscitado en Bolivia entre octubre y noviembre de 2019.

III. Metodología

El análisis cualitativo de la estructura y la enunciación de dos discursos del expresidente del Estado Plurinacional de Bolivia, Evo Morales Ayma, se realiza usando los dos enfoques teóricos de análisis del discurso expuestos en el marco teórico (Capdevila Gómez, 2004; Ruiz Collantes, 2019). Los dos discursos fueron obtenidos de la plataforma YouTube (Gestión Presidencial de Evo Morales, 2019; Unitel Bolivia, 2019) y fueron transcritos in extenso como parte de esta investigación para plantear esquemas que expliquen la posible construcción del discurso de golpe de Estado como estrategia de comunicación política, lo que permitirá entender cómo se configura esta narrativa (Díaz Meave, 2023)⁴. Para complementar este análisis y abordar uno de los elementos más característicos de los dos discursos analizados, la ausencia absoluta de la palabra “fraude”, me he apoyado en la teoría de encuadre o *framing*, de George Lakoff (2007).

La transcripción de los discursos analizados en el marco de este trabajo se realizó sobre la base de una versión simplificada y adaptada del método de transcripción discursiva de Du Bois propuesta en la asignatura de Teorías de la Enunciación y Géneros Orales del máster en estudios de Discurso (comunicación personal). Los códigos utilizados siguiendo esta propuesta dan cuenta de las pausas, los solapamientos, las interrupciones y mencionan otra información adicional relevante como la entonación, la duración de las pausas, las risas, los fragmentos ininteligibles, la intensidad de la enunciación y permite incluir comentarios sobre la transcripción. Esta metodología fue útil para identificar las diferentes etapas y los elementos que se relacionan con los dos principales enfoques teóricos que se utilizaron en el análisis de los discursos.

IV. Resultados

En este apartado se expone a profundidad la construcción de los dos discursos analizados, en el contexto de la crisis política post electoral entre octubre y noviembre de 2019, siguiendo las estrategias retórico argumentativas, las fases canónicas de la narración y las características de los no discursos para determinar si se recurre a estrategias discursivas propias de las campañas electorales.

IV.1. Discurso 1: Enunciar un golpe de Estado

El primer discurso analizado en el marco de este trabajo se produjo en una conferencia de prensa televisada, convocada por su gobierno, la mañana del 23 de octubre de

⁴ La transcripción de estos dos discursos, con las anotaciones y precisiones, según la metodología expuesta, puede consultarse en el trabajo de fin de máster en el que se basa este artículo (Díaz Meave, 2023).

2019, tres días después de los comicios. Esta es la primera intervención pública del expresidente después de que surgieran múltiples denuncias de fraude el mismo día de la elección ante la interrupción repentina del conteo de votos mediante el Sistema de Transmisión de Resultados Electorales (TREP) y antes de darse a conocer el resultado oficial de los comicios realizados el 20 de octubre; también es la primera vez que Evo Morales menciona el término golpe de Estado⁵.

IV.1.1. Modelo de análisis del discurso persuasivo de base retórico-argumentativa

La estrategia de este discurso es plantear ante los medios de comunicación la posibilidad o, más bien, la amenaza de un golpe de Estado. Evo Morales es el orador, el referente de este discurso es el resultado de la elección presidencial; este el motivo por el que los medios de comunicación asisten a la convocatoria del orador, la convocatoria de su gobierno. En la conferencia de prensa, esperan conocer la posición del presidente con respecto al conflicto postelectoral, esto es lo que les hace establecer un principio de cooperación. Los medios de comunicación nacionales e internacionales son el auditorio modelo elegido por el orador, él se refiere a su auditorio en un tomo amigable; además, el discurso se formula en un formato adaptado a ellos para que reconozcan y acepten la intención manifiesta expresada por el orador; así, el discurso está pensado para buscar su colaboración interpretativa. Aunque en el momento de la conferencia de prensa todavía no se conocen los resultados oficiales de la elección presidencial, la realidad sobre la que se asienta el discurso, el referente, es el del triunfo electoral de Evo Morales y de su partido político. Este también es el punto de partida, tanto del universo que construye el orador, que para fines de este análisis llamaremos mundo posible (MP), como de los mundos posibles futuros (MPF) contrapuestos que se construyen a través de las diferentes operaciones retóricas.

En el MP presente planteado por Evo Morales no se mencionan acusaciones de irregularidades o fraude en el proceso electoral. La palabra fraude no se menciona ni una sola vez; el orador habla de un afán de desconocer el voto, de no reconocer el triunfo o el voto indígena; pero no menciona el elemento que puede considerarse como el motivo central del conflicto que enmarca este discurso.

El golpe de Estado se presenta como el hecho retórico, el objetivo del discurso es dar a conocer que hay la amenaza de un golpe de Estado si no se acepta el resultado de la elección que favorece al partido de gobierno. En el texto retórico se construye una coherencia que tiene que ver con el triunfo electoral del partido político de Evo Morales, el triunfo presente y el triunfo histórico, se agradece una nueva victoria y se mencionan datos que pueden tomarse como extraídos de la realidad, aunque todavía no se cuenta con los resultados oficiales de los comicios. El orador menciona que está a la espera de

5 De acuerdo a la cronología establecida por Robert Brockman (2020) en su libro *21 días de resistencia: la caída de Evo Morales* (p. 120), este es el primer registro que se tiene de la denuncia de Evo Morales de "golpe de Estado".

estos resultados, pero también dice estar *segurísimo* de su triunfo en primera vuelta, sobre todo, porque cuenta con el voto del movimiento indígena, el voto del área rural. Este es un elemento que está presente a lo largo del texto retórico, la identificación del orador con el ser indígena, la persistencia del racismo y la discriminación que se manifiestan al no reconocer el voto indígena del área rural.

A través de las operaciones retóricas, el orador de este discurso traza una ruta que parte desde la porción del mundo que él quiere mostrar hasta el discurso que pronuncia. Existen elementos que podrían considerarse subjetivos, pero que tienen una estrecha relación con la realidad de Bolivia en los últimos años, que son mencionados en el discurso, como el valor de la conciencia del pueblo boliviano, que quizá podría leerse como el apoyo con el que contó por muchos años el denominado “proceso de cambio”, el crecimiento económico, la justicia social y la igualdad que también entran en la categoría de valores.

Cuando Evo Morales dice “*nuestro proceso es imparable*” expresa la otra intención subyacente de su discurso; esto se hace evidente al analizar la puesta en escena, la enunciación del discurso, que es marcadamente triunfalista. Lo primero que hace en este primer discurso es agradecer por el nuevo triunfo y de forma intencional deja fuera del texto retórico la derrota electoral que sufrió su gobierno en el referendo de febrero de 2016, sobre la posibilidad de modificar la CPE para poder postularse una vez más a la presidencia de Bolivia. Estamos ante una serie de acuerdos generales que se buscan con el auditorio, basados en la realidad, en presunciones acerca de la realidad, pero no en verdades o hechos. Esta es la base de la relación del orador con el auditorio, los medios de comunicación nacionales e internacionales. Los recursos argumentativos que se seleccionan en el discurso son los datos que los medios pueden manejar e interpretar, hechos que recuerdan y, por ende, presunciones que pueden admitir.

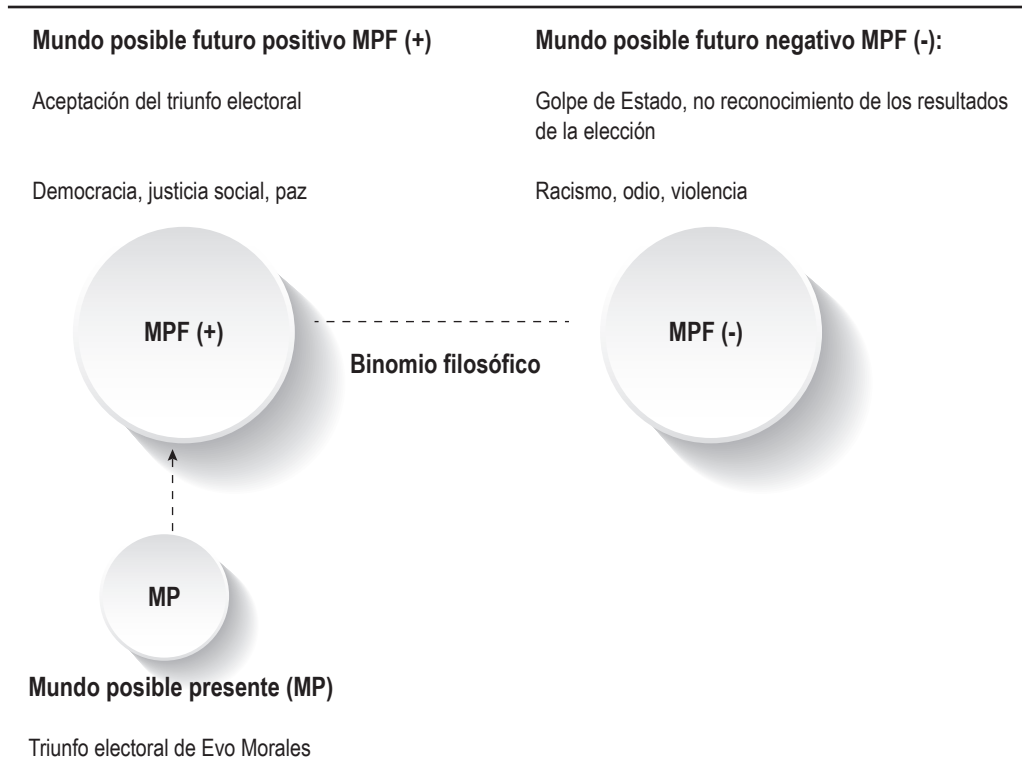
Toda la construcción textual del discurso se apoya en el contexto del triunfo electoral de Evo Morales y su partido, las ideas se ordenan y distribuyen a partir de este marco referencial para lograr la persuasión. Esto se visibiliza en la secuencia y la forma en la que se plasman las ideas, es decir, en cómo la macroestructura textual (el triunfo electoral y la amenaza de un golpe de Estado) se manifiesta en microestructuras en todo lo que se dice en el discurso y en la forma como se lo dice.

El orador del discurso busca nombrar elementos de una realidad que considera única: el triunfo electoral de su partido, nombrarlos, pero, al mismo tiempo, marcar la posibilidad de que exista una realidad alterna, no deseada, que rompa la solidaridad que existe entre aspectos que el auditorio, los medios de comunicación, relacionan con el resultado de las elecciones, como la cultura política democrática en Bolivia. El objetivo del orador es separar dos realidades que se contraponen, crear la polarización de dos mundos posibles para que el auditorio se vea obligado a adherirse a uno de ellos.

Para este discurso, el punto de partida es el MP presente del triunfo electoral, que es legítimo desde el punto de vista del orador y que lleva a prever dos mundos posibles

futuros (MPF), uno en positivo (+), en el que se acepta este triunfo de su partido y se asegura la continuidad de su gobierno; y otro negativo (-), que se sitúa en el polo opuesto del MP presente, el MPF del golpe de Estado. Esta contraposición de mundos posibles podría ilustrarse con la figura 1.

Figura 1.
Mundos posibles futuros en el discurso 1 de Evo Morales



Fuente: elaboración propia.

Los mundos posibles futuros que construye el orador a partir del mundo posible presente, la confirmación de su triunfo electoral, están contrapuestos, son un binomio filosófico. Uno de ellos tiene atributos positivos (+); tiene que ver con valores democráticos porque legitima su triunfo; se infiere como continuidad de los mundos posibles de sus otros mandatos; menciona los logros obtenidos, el crecimiento económico, la paz y la justicia social y no cuestiona el proceso electoral. El otro mundo posible futuro es negativo (-), es el golpe de Estado que se presenta como amenaza y que remite a elementos como la violencia, el odio, el racismo y que se sustenta a partir de la inacción del pueblo boliviano si no acude al llamado que recurrentemente hace Evo Morales para movilizarse o si cree en las mentiras que se difunden por las redes sociales.

IV.1.2. Modelo canónico de la narración de cinco fases: dislocación, contrato, competencias, ejecución y sanción

La *dislocación* se presenta en el primer discurso como razón del conflicto social y la crisis política que atraviesa Bolivia en ese momento: la amenaza de que se produzca un golpe de Estado. El sujeto dislocado es el gobierno de Evo Morales, el objeto de la dislocación es la elección presidencial que acaba de ocurrir. El focalizador de la dislocación es el orador, Evo Morales, quien es el primero en denunciar que está en proceso un golpe de Estado y establecer un diagnóstico completo de esta situación, haciendo un recuento de sus causas y de los responsables. Los agentes de la dislocación son varios. En un sentido amplio, se trata de la oposición a su gobierno; en palabras del orador, la derecha boliviana que cuenta con apoyo internacional; pero también se incluye aquí al racismo y la discriminación hacia los sectores populares, que impide que se reconozca el voto del área rural, del movimiento indígena.

Este discurso también deja latente la posibilidad de tomar acciones para defender la democracia como alternativa para responder a la dislocación. Parte del contrato que propone es la movilización social para ratificar el triunfo electoral de Evo Morales.

El *contrato* principal que se propone en este discurso al auditorio modelo, los medios de comunicación, es ratificar el triunfo de Evo Morales, aceptar los resultados de la elección que le dan la victoria a su partido, aunque existan acusaciones de irregularidades y todavía no se hayan hecho públicos los resultados oficiales. Mediante el discurso, también se incita a la movilización social para defender el voto que le da la victoria al gobierno de Evo Morales. El proponente de ambos contratos es el entonces presidente; según su discurso, los destinatarios del contrato son, en primera instancia, los medios de comunicación nacionales e internacionales y, en una segunda instancia, los movimientos sociales que lo apoyan, llamados a defender su voto.

Las *competencias* que poseen los destinatarios del contrato, los medios de comunicación y los movimientos sociales son diferentes. En el primer caso, está su alcance, su capacidad de llevar el mensaje del orador más allá de las fronteras de Bolivia y del lugar donde se produce el discurso; esta capacidad es reconocida por el orador. Con respecto a los movimientos sociales, en el discurso se reconoce su compromiso, la conciencia del pueblo boliviano que está informado sobre lo que está pasando, también su capacidad histórica de movilización. El apoyo popular con el que ha contado a través de los años, los logros alcanzados por el gobierno de Evo Morales con ese apoyo también podrían considerarse como competencias en el marco de este discurso. Al dirigirse al pueblo boliviano y a la comunidad internacional para defender la democracia, el orador se refiere a la misión que ha sido contratada y a las competencias con las que se cuenta para realizarla.

El resultado, la *ejecución*, la acción que se plantea en el relato de este discurso, es el triunfo del partido político del ex presidente Evo Morales; él es el héroe de este relato. Cuando se dirige a los medios de comunicación para, a través de ellos, *saludar* y

agradecer por el nuevo triunfo también está haciendo un recuento de las competencias adquiridas para alcanzarlo. El objeto de la misión, el foco de la ejecución, es el triunfo electoral de Evo Morales, este es el Estado futuro que se busca porque no ha sido ratificado oficialmente en el momento del discurso. El beneficiario del contrato es el pueblo boliviano, que también asume un rol narrativo de ayudante. La figura de antagonista la ocupa la oposición al gobierno de Evo Morales, es decir, quienes se oponen a aceptar los resultados de la elección que le dan el triunfo, que aparecen de forma explícita e implícita en el discurso.

Considerando que, en el momento del discurso, estamos ante una narración parabólica en la que todavía no se conocen los resultados oficiales de la contienda electoral, pero se deducen, el relato tiene dos posibles *sanciones*. La sanción positiva es la confirmación del triunfo electoral de Evo Morales, confirmado en el discurso mediante una serie de datos; la sanción negativa es el golpe de Estado que está en proceso, bajo la forma de las protestas que denuncian el fraude electoral en los diferentes departamentos y que el orador denuncia en su discurso. El sancionador es el orador, el que pronuncia el discurso, Evo Morales; él es quien describe las características del triunfo electoral y quien explica cómo se expresa un golpe de Estado. La frase más contundente del discurso, en su rol de sancionador, se da casi al inicio: “nuestro proceso es imparable”.

IV.2. Discurso 2: Renuncia

El segundo discurso es el que Evo Morales pronunció la tarde del 10 de noviembre para dar a conocer su renuncia a la presidencia de Bolivia, después de que se registraran varias renuncias de representantes nacionales y departamentales del partido de gobierno. Al pronunciar este segundo discurso, Evo Morales está acompañado por el entonces vicepresidente Álvaro García Linera y la ex ministra de salud Gabriela Montaña, ante las cámaras de la televisión estatal de Bolivia, con señal abierta a todos los medios de comunicación nacionales e internacionales, marcando así el desenlace, aunque quizá no necesariamente el final, del conflicto postelectoral.

La estrategia que se construye en el segundo discurso es la consumación del golpe de Estado, que se manifiesta mediante la renuncia de Evo Morales a la presidencia de Bolivia. La renuncia como consecuencia de los actos violentos y para pacificar al país es el referente, la base sobre la que se construye el texto retórico y el motivo que lleva a su ejecución. Toda la construcción discursiva de este discurso está concebida sobre la base del golpe de Estado consumado.

IV.2.1. Modelo de análisis del discurso persuasivo de base retórico-argumentativa

El MPF negativo delimitado por orador en el discurso anterior es el golpe de Estado consumado que ahora se plasma como mundo posible presente (MP), esto da cuenta de lo consistentes que son los dos discursos analizados.

La macroestructura de este discurso se ha construido a partir del primer discurso analizado, desde la primera enunciación del golpe de Estado. Al igual que en el primer discurso, el orador busca contar con la colaboración de una audiencia modelo, en este caso, la televisión estatal de Bolivia que abre su señal a los medios de comunicación nacionales e internacionales. El discurso se expresa tomando en cuenta el alcance nacional e internacional de esta audiencia, la comunicación se lleva a cabo en un formato familiar para esta audiencia, una conferencia de prensa que, sin embargo, no admite la intervención de los interlocutores. A lo largo del texto, el orador apela a la comunidad internacional para buscar su validación, para que *digan la verdad sobre este golpe de Estado*, o para hacer un llamado y agradecer la solidaridad de los movimientos sociales de otros países.

Hay una intención manifiesta en la fuente del discurso de enmarcar el referente, su renuncia, en el golpe de Estado consumado; este es el MP que delimita y la estrategia discursiva que construye y que guía el resto de las operaciones retóricas del discurso para persuadir al auditorio de que lo que ha ocurrido en Bolivia es un golpe de Estado.

La búsqueda de cooperación con el auditorio modelo toma como punto de partida elementos de la realidad que el enunciador ha decidido incluir en su discurso; también se apoya en presunciones, basadas en la realidad, pero que no son hechos comprobados o verdades que se comparten con él. Por ejemplo, se atribuye la responsabilidad sobre el hecho retórico, el golpe de Estado, a dos personas: Carlos Mesa, el principal candidato opositor, y Fernando Camacho, presidente del Comité Cívico de Santa Cruz. En esta misma lógica, el orador se refiere a un golpe cívico, también a un golpe político con el apoyo de grupos disidentes de la Policía, aunque no menciona al ejército. Es interesante notar que, en una parte del discurso, el orador hace referencia a la adhesión de movimientos sociales al golpe de Estado cuando menciona que algunos de ellos “tendrán que revisar el daño que le están haciendo a Bolivia” (Díaz Meave, 2023, p. 70).

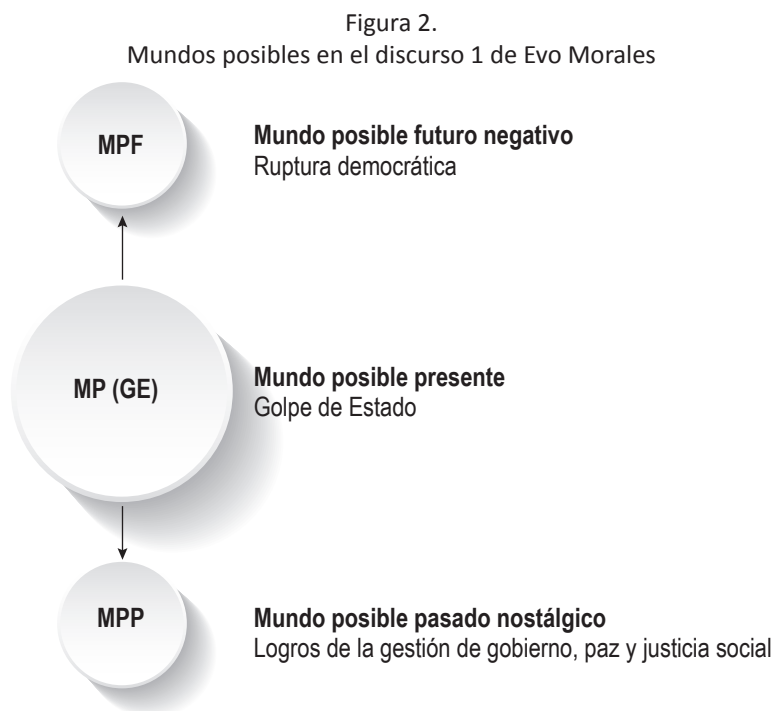
El orador se sitúa como víctima, esto puede constatarse cuando dice que su pecado es ser dirigente sindical y ser indígena, se apoya en el mundo posible presente del golpe de Estado para que ese rol tenga sentido. Este es el contexto en el que se lleva a cabo la construcción textual del discurso analizado. Todos los procedimientos argumentativos que se usan tienen que ver con la delimitación de ese mundo posible.

La renuncia de Evo Morales, el referente de discurso, enmarca la del entonces vicepresidente Álvaro García Linera y se da en el contexto de otras renunciaciones que son mencionadas en el discurso. Cabe notar que, en la mayoría de las menciones a la renuncia, el orador opta por usar la primera persona del plural; esto podría deberse a que, en la puesta en escena, al momento de pronunciar el discurso, está acompañado por otras autoridades, aunque en el texto también hace diferenciaciones entre su renuncia y la renuncia colectiva y da cuenta de una estrategia colectiva de renuncia al triunfo electoral.

Los elementos de la realidad seleccionados para poblar el MP en este discurso son presunciones basadas en la realidad para persuadir a la audiencia de que en Bolivia se ha consumado un golpe de Estado. La crisis política y el conflicto postelectoral son expresiones del MP que el orador busca configurar ante el auditorio.

El mundo posible del golpe de Estado que construye Evo Morales es ahora el único presente discursivo. Está poblado por la violencia, el amedrentamiento, el conflicto, elementos que el orador ha extraído de la realidad para incluirlos en su discurso y buscar la cooperación del auditorio y que también apelan a valores como la paz, la democracia y la justicia social con los que el auditorio puede identificarse. A diferencia de lo que se plantea en el primer discurso, este MP no tiene contraposición, pero articula otros mundos posibles en el pasado y en el futuro. El MPF es uno en el que posiblemente acabará la violencia y el conflicto como consecuencia de la renuncia del orador (sucesión causal), que responderá a los intereses de los responsables del golpe de Estado, la derecha, los grupos oligárquicos y que, por tanto, será negativo. También se evoca un mundo posible pasado (MPP), el de una Bolivia mejor que hubiera podido continuar si el golpe de Estado no se consumaba y que ahora se evoca con nostalgia de lo que no será. Los dos mundos posibles están conectados al único mundo presente que existe para este discurso: el golpe de estado.

Los mundos posibles de este discurso pueden ilustrarse como se presenta en la figura 2.



IV.2.2. Modelo canónico de la narración de cinco fases: dislocación, contrato, competencias, ejecución y sanción

En el segundo discurso, la *dislocación* es el golpe de Estado que, según el relato del orador, ha pasado, de ser una amenaza, a ser una realidad, y ha precipitado su decisión de renunciar a la presidencia de Bolivia. El sujeto dislocado es el proceso de cambio que ha liderado Evo Morales y el objeto de la dislocación es su renuncia a la presidencia. Nuevamente, el focalizador de la dislocación es el orador, Evo Morales, que apela al pueblo boliviano y a la comunidad internacional para que reconozcan que en Bolivia se ha consumado un golpe de Estado, haciendo un diagnóstico de lo que ha sucedido para llegar a este punto, de su trayectoria como presidente de Bolivia y un recuento de los responsables del golpe de Estado. Los agentes de la dislocación son los responsables del golpe de Estado; según el texto retórico, se trata de Carlos Mesa y Fernando Camacho, sectores de la Policía, la oligarquía y la derecha boliviana.

El *contrato* que se propone en este discurso es reconocer que lo que ha ocurrido en Bolivia es un golpe de Estado y, por ende, asumir las consecuencias, específicamente, la renuncia de Evo Morales a la presidencia de Bolivia, la renuncia de su vicepresidente y de otras autoridades, así como lo que ocurra ante esta interrupción de la sucesión constitucional. Nuevamente Evo Morales es el proponente del contrato, los destinatarios son los medios de comunicación, considerando su alcance nacional e internacional, el pueblo de Bolivia y la comunidad internacional dispuesta a reconocer el golpe de Estado.

La única *competencia* que poseen los destinatarios del contrato es la predisposición a aceptar, ratificar y reconocer el golpe de Estado, asumir esa realidad y seguir creyendo en el proceso de cambio, apoyar la lucha que sigue, desde las bases, con los movimientos sociales, los pueblos indígenas, a pesar de la renuncia, a pesar del golpe de Estado.

La resolución de la misión establecida en la fase del contrato y que tiene que ver con la única competencia necesaria para su *ejecución* es creer en el golpe de Estado, establecer ese mundo posible como realidad. El agente de esta misión es el orador del discurso que, en este caso, cumple el rol narrativo de sujeto perjudicado por la dislocación, pierde el gobierno y hace un recuento detallado de esa pérdida a lo largo de su discurso. Aquí también se presentan los antagonistas, los culpables del golpe de Estado: Carlos Mesa y Fernando Camacho, la derecha, la oligarquía boliviana, una facción de la Policía nacional. Estos son agentes inscritos en el relato que adquieren un rol protagónico al ser los causantes de la dislocación. El discurso se encarga de atribuirles cualidades negativas a su actuar y a sus valores, principios y creencias, incluso los increpa cuando les pide que “no maltraten, no perjudiquen y no utilicen al pueblo” (Díaz Meave, 2023 p. 70) reforzando así el rol de víctima del orador.

En este discurso, la *sanción* es negativa, es la constatación del hecho retórico, la conformación de que se ha producido un golpe de Estado. La situación a partir de esta

sanción se presenta como el final de un periodo de progreso, de bonanza económica y de justicia social; este llega a su fin porque se ha producido un golpe de Estado. Nuevamente, el sancionador del discurso es quien lo pronuncia, él dibuja el escenario presente y futuro que resulta del golpe de Estado.

IV.3. Los no-discursos

Aunque hubo otras intervenciones públicas y discursos pronunciados por Evo Morales durante ese periodo de crisis, los dos seleccionados para la investigación realizada son los únicos que se presentan en un formato de conferencia de prensa ante los medios de comunicación y marcan una cronología sobre su postura ante el conflicto postelectoral, es decir, su discurso, que es precisamente el objeto de este análisis. Dos aspectos resaltan en este discurso: la enunciación del término “pititas” y la instalación del “golpe de Estado”.

4.3.1. Los “pititas”

Durante la crisis política post electoral, el término “pititas” se consolidó para denominar al colectivo formado por cientos de miles de manifestantes y activistas digitales que protestaron por 21 días después de la elección y se atribuyeron el derrocamiento de Evo Morales, aunque también incluyó a quienes protestaron en 2016 cuando el expresidente pasó por alto los resultados del referendo sobre la posibilidad de su reelección. Este movimiento se autocalificó como amplio y diverso; sin embargo, algunos analistas han cuestionado estas características al tratarse de un movimiento conformado principalmente por personas de clase media acomodada de las ciudades (Molina, 2020). De cualquier manera, el uso de este término rompe la lógica de los discursos analizados y posiblemente responda a un tipo diferente de estrategia discursiva, tomando en cuenta otro tipo de audiencia.

4.3.2. No pienses en un fraude

Una de las características principales de los dos discursos analizados en este trabajo es que, a pesar de que ambos se desarrollan en un contexto de crisis política provocada por múltiples acusaciones y denuncias de fraude electoral en la elección presidencial del 20 de octubre de 2019, ninguno de ellos menciona la palabra “fraude”.

Tal y como señala la teoría de encuadre o *framing* de George Lakoff (2007), la ciencia cognitiva ha demostrado que las personas pensamos en términos de marcos, metáforas y metonimias, es decir, con estructuras conceptuales que están físicamente presentes en nuestros cerebros, y que, cuando los hechos no encajan en los marcos mentales que tenemos, esos marcos se mantienen y los hechos se ignoran. Esto explica que, frecuentemente apoyados en los mensajes que recibimos de los medios

de comunicación y de nuestro entorno, tomemos elementos de la realidad para crear encuadres que nos ayuden a sacar nuestras propias conclusiones (p. 59).

Los discursos analizados se apoyan en encuadres que eligen cuidadosamente las palabras y los conceptos que sirven para explicar la existencia de un golpe de Estado y que eliminan otras posibles explicaciones con respecto al origen del conflicto político. Hasta el momento en el que el expresidente pronuncia el primer discurso, nadie había mencionado el término “golpe de Estado”, él es el primero en hacerlo. A partir de ese momento, de ese discurso, tanto él como su entorno se dedicarán a sostener este discurso de forma sistemática como explicación de la crisis postelectoral en Bolivia acaecida entre octubre y noviembre de 2019; cambian así el marco del conflicto, que tuvo su origen en las protestas por la interrupción del sistema de conteo rápido del Tribunal Supremo Electoral y las subsecuentes acusaciones de fraude electoral, primero, la amenaza y, después, la consumación de un golpe de Estado.

Cambiar un encuadre significa cambiar la forma en la que las personas ven la realidad; esta es la función de los discursos analizados, cambiar el enfoque del conflicto y llevarlo de las acusaciones de fraude electoral en contra del partido de gobierno a la amenaza de un golpe de Estado en Bolivia. En este sentido, los discursos son exitosos, cumplen su propósito porque instalan en el imaginario colectivo la presencia de un golpe de Estado. Los medios de comunicación reproducen este mensaje, los adversarios de Evo Morales lo niegan; pero al hacerlo lo evocan, repiten una y otra vez que no hubo golpe de Estado, configurando discursivamente la nueva realidad de Bolivia (Lakoff, 2007, pp. 4-6).

En este sentido, no importa si efectivamente hubo un golpe de Estado en Bolivia, lo que importa es que este es el discurso que se impuso a partir de elementos tomados de la realidad para configurar un encuadre propicio. Conceptos como el de golpe de Estado no pueden imponerse por sí mismos, es necesario que puedan encajar con lo que ya está en la mente del público, de los medios de comunicación, de las personas (Lakoff, 2007, p. 16). Los procedimientos argumentativos que usan los discursos analizados se apoyan en la realidad socialmente aceptada, en elementos que son intrínsecos al conflicto político en Bolivia como la identidad nacional, el racismo y la discriminación.

La construcción del discurso de golpe de Estado en Bolivia crea, de este modo, un nuevo marco de referencia en el que, para los partidarios y seguidores del expresidente Evo Morales, solo tienen importancia los hechos que encajan en ese marco. Como sostiene el mismo Lakoff, no es que sean tontos, es que solamente aceptan los hechos que encajan en el marco que les conviene. El apoyo a Evo Morales y a su partido, el MAS-IPSP, que es un elemento central de los discursos analizados, también se entiende a través del concepto de encuadre. Por lo general, las personas no votan por sus intereses, votan por su identidad, es decir, por las personas con las que se identifican, y si su identidad encaja con sus intereses votarán por eso; pero siempre estará primero la identidad (Lakoff, 2007, pp. 17-18).

La teoría de encuadre o *framing* de Lakoff se concibe para darle impulso al progresismo (o la izquierda) en Estados Unidos ante el resurgimiento del conservadurismo (o la derecha) al empezar el siglo XXI, después de los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001. Este enfoque pone mucho énfasis en el rol de los medios de comunicación y en el poder político y económico que les permite a los grupos conservadores influir sobre los medios de comunicación. Considero que este enfoque puede aplicarse a cualquier contexto en el que el afán por preservar el poder es la prioridad absoluta, el valor más importante, para usar los términos de Lakoff. Este afán implica un esfuerzo de largo plazo que necesita de personas y de recursos económicos y comunicacionales que permitan forjar una estrategia; crear un encuadre es pensar de forma estratégica. Esto es exactamente lo que hace Evo Morales en los dos discursos analizados en este trabajo, concibe una estrategia discursiva para dejar de hablar de las acusaciones de fraude electoral y enmarcar el acontecimiento, es decir el conflicto político, con un hecho retórico: el golpe de Estado.

IV.4. Análisis final

Los procedimientos argumentativos que se utilizan para estructurar la realidad del triunfo electoral de Evo Morales, en ambos discursos, se refieren a todos los atributos positivos de su gobierno a través de los años, a los logros de su gestión, como el crecimiento económico, y al apoyo del voto del área rural; todo esto está enmarcado en la democracia, es decir, en la continuidad que se espera en el mundo posible futuro positivo y se contrapone a la amenaza de un mundo posible futuro negativo vinculado con la no aceptación de los resultados: el conflicto, la violencia y el racismo en el que se consolida el golpe de Estado. Ningún otro mundo es posible, no es posible aceptar una segunda vuelta electoral como parte de los mecanismos propios del sistema electoral boliviano, tampoco es posible que haya en el discurso, en cualquiera de los mundos posibles, las acusaciones de fraude.

Los argumentos del segundo discurso estructuran con detalle la realidad del golpe de Estado. Evo Morales inclusive menciona el momento exacto en el que empezó, toma elementos del presente que se conectan con los hechos violentos para ilustrar el MP del golpe de Estado, asumiendo el riesgo de crear una coherencia a través del discurso que se vincule con ese mundo posible concebido. También relaciona los elementos que ha seleccionado de la realidad, como su trayectoria política y su origen, su condición de primer presidente indígena de Bolivia o el tiempo exacto que ha sido presidente de Bolivia y los logros de su gobierno, para crear un sentido de nostalgia por el mundo posible pasado.

Los discursos analizados en este trabajo se construyen de forma similar, aunque tienen características diferentes. Ambos representan una estrategia discursiva que mantiene el gobierno de Evo Morales en el momento de la crisis post electoral frente a los medios de comunicación, aunque fuera de ese entorno controlado existan intervenciones del

expresidente que rompen esta lógica, como se ha visto en el marco de este análisis. Este es el caso del fenómeno conocido como “pinitas”, un término que él mismo acuñó al menospreciar las protestas que denunciaban un fraude electoral y que usó por primera vez en una concentración pública en Cochabamba el 24 de octubre de 2019, en la que dijo estar sorprendido de que dos o tres personas estén amarrando “pinitas” en las plazas y las calles para evitar el paso; en ese discurso, se preguntaba qué tipo de protestas eran esas, e incluso llegó a decir que él podía enseñar cómo se hacen marchas.

Toda historia necesita un marco; además de eliminar la noción de fraude, el marco del discurso de golpe de Estado es el racismo y la discriminación que han estado presentes a lo largo de la historia y la vida cotidiana de Bolivia. Como el golpe de Estado es enunciado desde la administración, desde el poder, para preservar el poder, con toda la atención de los medios de comunicación puesta sobre quien lo detenta, esta es la realidad que se impone, la ideología preponderante.

V. Discusión

La existencia de un golpe de Estado en 2019 es un tema que todavía genera debate en Bolivia. Aunque este artículo no plantea la resolución de esta controversia, el análisis que se plasma aquí busca conectar la visión, la intención y la forma de pensar del protagonista de ese momento, expresadas en, probablemente, los dos discursos más importantes de la crisis postelectoral, con una estrategia de comunicación política que sirva para explicar lo que pasó en el país en ese momento y que, en gran medida, sigue teniendo peso en cómo se configura el escenario político actual y futuro. El uso de enfoques teóricos actuales de análisis del discurso centrados en estrategias electorales puede convertirse en un aporte significativo en el campo de la comunicación política para entender el impacto de discursos enunciados en un contexto de crisis post electoral, es decir, analizar discursos más allá de las campañas electorales para conectar elementos de su enunciación con estrategias de comunicación política de crisis, sobre todo tomando en cuenta que en Bolivia y en todo el mundo, los escenarios postelectorales han presentado características particulares en los últimos años, como el caso de las últimas elecciones presidenciales en Brasil o en Estados Unidos.

Este trabajo no solamente abre la posibilidad, más bien subraya la necesidad de estudiar los discursos post electorales con la misma rigurosidad que los discursos que se desarrollan en el ámbito de las campañas electorales y como parte integral de las mismas. Este tipo de discursos, especialmente los que se dan en el marco de una crisis post electoral, son parte de la estrategia que siguen candidatos y líderes políticos que, no conformes con los resultados de una elección, utilizan todas las herramientas a su disposición para persuadir al electorado sobre su proyecto político y construir una realidad en la que su proyecto político sea la única alternativa posible.

VI. Conclusiones

Los dos discursos analizados son consistentes y siguen una estrategia discursiva que plantea una respuesta o una salida a una situación de crisis postelectoral. Son efectivos porque logran relacionar el hecho retórico —el tema sobre el cual se quiere persuadir, que en el caso de los discursos analizados es el golpe de Estado— con el texto retórico para imponer una realidad que, de hecho, hoy en día sigue presente en el imaginario de Bolivia.

Estos discursos también son efectivos por lo que no dicen: al no mencionar las acusaciones de fraude e irregularidades en la elección eliminan esta posibilidad de la realidad que construyen. La fuerza de estos discursos radica en quien los enuncia: Evo Morales es el presidente que más tiempo ha gobernado Bolivia en el momento en el que se producen los discursos. Los discursos se generan desde el poder y tienen la intención de preservar el poder.

Los mundos posibles contrapuestos que se plantean en el primer discurso reflejan la polarización que a partir de ese momento vive la sociedad boliviana. En este primer discurso, la manifestación del golpe de Estado está estrechamente relacionada con la no aceptación del contrato propuesto; es decir, el golpe de Estado es equivalente a la no aceptación de los resultados de la elección presidencial tal y como los concibe Evo Morales en su discurso, contundentes, definitivos y, principalmente, libres de cualquier cuestionamiento. No hay ninguna otra realidad posible. Todos los demás elementos de la realidad que caracterizan el momento de la crisis post electoral y el conflicto se conciben como formas en la que se expresa el golpe de Estado.

A partir del momento en el que se enuncia el golpe de Estado, esa es la realidad que se impone en Bolivia. La renuncia de Evo Morales se plantea en el segundo discurso como consecuencia de esa realidad y no de las acusaciones de fraude o los cuestionamientos a la elección. La enunciación del golpe de Estado es una estrategia de manejo de crisis postelectoral que busca persuadir al público y que para hacerlo utiliza los mismos recursos que los discursos de las campañas electorales. De acuerdo a las teorías de enunciación revisadas en este trabajo, para existir en un espacio semántico concreto, un programa como el de golpe de Estado, debe ser producido por primera vez en un discurso, debe ser instalado y puede reproducirse después para mantenerse vivo. Enunciar un golpe de Estado es una estrategia narrativa para plantear una hipótesis sobre un mundo posible. Por otro lado, no mencionar el fraude, crear un encuadre en el que esa palabra no existe podría ser considerada como una estrategia de comunicación política de crisis.

¿Por qué un discurso que se da en un contexto post electoral busca persuadir? Quizá porque, aunque no se diga, se tiene presente que existen otras alternativas posibles para entender un escenario de crisis post electoral. Los discursos de Evo Morales analizados en este trabajo son discursos planificados y controlados por su gobierno

que se pronuncian desde una posición de poder, siguen una estrategia discursiva que es evidente desde la operación retórica más profunda hasta la más superficial. En este sentido, no existen discursos que se contrapongan porque solamente hay una persona que tiene la facultad de hacer un diagnóstico sobre lo que pasa en el país que gobierna.

El discurso de golpe de Estado es un discurso persuasivo dirigido específicamente a los medios de comunicación; por eso está adaptado a ellos, se presenta en un formato que les es familiar. Los medios de comunicación son el canal elegido por quien emite el discurso para llegar al público nacional, pero también al internacional. A Evo Morales le interesaba especialmente la cobertura internacional sobre la crisis postelectoral porque históricamente varios medios internacionales simpatizaron con él.

Evo Morales rompe discursivamente con los principios de la cultura democrática vigentes en Bolivia con lo que dice en los discursos analizados al asumir que no hay otro camino democrático más que su reelección como presidente de Bolivia, aunque se puede argumentar que esta ruptura ya se había registrado en 2016, cuando ignoró los resultados del referendo sobre la posibilidad de reformar la constitución justamente para permitirle seguir siendo elegido.

El discurso de golpe de Estado moldea la realidad de Bolivia, no solamente en el momento de crisis postelectoral sino en lo posterior. El golpe de Estado enunciado por Evo Morales se establece como elemento central de la realidad socialmente construida y se plantea como parte fundamental del escenario político actual, afectando también la dinámica de la vida cotidiana en este país.

El afán de preservar el poder se hace visible en los dos discursos analizados en el marco de este trabajo. Evo Morales se apoya en la memoria histórica de Bolivia para justificar su victoria, para defenderla y evocar elementos que hacen a su identidad, a su origen, elementos que fueron los que lo convirtieron en un líder político con amplio apoyo popular. De la misma forma, en ambos discursos, acude a su experiencia personal y a la experiencia de su grupo para crear un modelo mental en el que no se cuestiona la validez de las elecciones.

Los discursos analizados en este trabajo tienen su origen en la posición que en ese momento tiene Evo Morales, son transmitidos al público a través de los medios de comunicación y responden a los intereses de la élite que está en el poder, reflejan los modelos mentales y las representaciones socialmente compartidas por esa élite y tienen el objetivo de legitimar su rol de dominación, manipular a la opinión pública e influir en la toma de decisiones.

Uno de los principales argumentos de Evo Morales en los discursos analizados, el racismo, tiene un fuerte asidero en la realidad de Bolivia. Este se convierte en el elemento central de los procedimientos argumentativos porque permite crear mundos

posibles contrapuestos y posicionarse no solamente como la víctima de su relato, sino también como el único capaz de poner fin al conflicto postelectoral y garantizar la paz social.

Estos discursos reflejan una estrategia de manejo de crisis concebida para ampliar el espectro cognitivo que permite eliminar cualquier cuestionamiento al proceso electoral y a la victoria del partido político de Evo Morales y que, mediante el uso estratégico del término “nosotros” en algunos momentos precisos para evocar su identidad y su origen, más allá de su identificación partidaria, construyen un relato en torno a la discriminación racial que conecta con un sentimiento muy presente en la mayor parte de la sociedad boliviana.

Me parece importante notar que existe una tendencia a pasar por alto señales de alerta sobre el afán de perpetuarse en el poder cuando estas vienen desde el espectro de la política con el que nos identificamos. Incluso los enfoques teóricos usados en este artículo (Lakoff, 2007; Van Dijk, 2009) caen en esta trampa, llamando progresistas a quienes se identifican con la ideología de izquierda, aunque en esencia no busquen instalar políticas progresistas y estén abocados a conservar el poder.

En el ámbito de campañas permanentes donde se desarrollan los discursos políticos en la actualidad, es indispensable abordar lo postelectoral, especialmente en un contexto de crisis porque solamente así se identifican las pautas de los escenarios futuros posibles.

La enunciación del golpe de Estado y la renuncia de Evo Morales marcan el final de su presidencia, pero no de su presencia en la política boliviana. El expresidente sigue siendo un personaje cuya opinión es buscada por los medios de comunicación y que marca la pauta del debate político en Bolivia. Aunque el candidato de su partido fue elegido como presidente de Bolivia con amplia mayoría en octubre de 2020, solamente unos meses después el MAS-IPSP registró varias derrotas en las elecciones locales de alcaldes y gobernadores; la más significativa quizá haya sido la derrota ante Eva Copa en la ciudad de El Alto. Adicionalmente, en los últimos dos años (2022-2023), se ha hecho más visible la ruptura que se generó en el interior de este partido a partir del manejo de la crisis postelectoral en octubre y noviembre de 2019.

Referencias

- Brockman, R. (2020). *21 días de resistencia: la caída de Evo Morales*. Libros de Bolivia.
- Capdevila Gómez, A. (2004). *El discurso persuasivo: la estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Universitat Autònoma de Barcelona; Universitat Jaume I; Universitat Pompeu Fabra; Universitat de València.

2019. Universitat Pompeu Fabra.

Gestión Presidencial de Evo Morales. (23 de octubre de 2019). *Conferencia de Prensa del Presidente Evo Morales del 23 de Octubre* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/VMJmjBmslHI>

Guevara Ordoñez, N. S. (2010). *La construcción de nación en Bolivia desde el discurso* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana]. Repositorio académico de la Pontificia Universidad Javeriana.

<https://doi.org/10.11144/Javeriana.10554.675>

Lakoff, G. (2007). *No pienses en un elefante* (M. Mora, Trad.). Editorial Complutense. (Obra originalmente publicada en 2004)

Latinobarómetro (2021). *Inicio*. <https://www.latinobarometro.org/>.

Loayza Bueno, R. (2021). Bolivia: el imaginario racial “blanco” bajo el gobierno de los “indios”. *Nueva Sociedad*, (292), 96-106.

<https://biblat.unam.mx/hevila/Nuevasociedad/2021/no292/8.pdf>

Molina, F. (13 de octubre de 2020). Los “pititas”, el movimiento contra Evo Morales que llega a las elecciones de Bolivia partido en dos. *El País*. https://elpais.com/internacional/2020-10-13/los-pititas-el-movimiento-contra-evo-morales-que-llega-a-las-elecciones-de-bolivia-partido-en-dos.html?event_log=oklogin

Molina, F. (2021). *Racismo y poder en Bolivia*. Oxfam; FES.

Mudde, C., & Rovira Kaltwasser, C. (2017). *Populism: A very short introduction* [Populismo: una muy breve introducción]. Oxford University Press.

Ruiz Collantes, X. (2019). *La construcción del relato político: crear historias para ganar votos*. Universitat Autònoma de Barcelona; Universitat Jaume I; Universitat Pompeu Fabra; Universitat de València.

Torrico Villanueva, E. R. (2021). La construcción de la identidad política en el discurso de Evo Morales (2006-2016). *Aportes de la Comunicación y la Cultura*, (30), 9-27. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-86712021000100002

Trigo, M. S. (2022). Mentiras y verdades: gasolina al fuego de la polarización. En R. Estensoro (Comp.), *Verdades y mentiras en los tiempos de la (des)información* (pp. 20-35). Fundación para el Periodismo; Konrad Adenauer Stiftung.

Unitel Bolivia. (10 de noviembre de 2019). *Renuncia el presidente y vicepresidente del Estado tras 19 días de movilizaciones* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/FPdB4IdQNDk>

Van Dijk, T. A. (2009). *Discurso y poder*. Gedisa.

Van Dijk, T. A. (2015). Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach [Estudios críticos del discurso: un enfoque sociocognitivo]. En R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Discourse Studies* (3.^a ed., pp. 62-85). SAGE.

Nota: Declaro que no tengo ningún conflicto de intereses en relación con la elaboración de este artículo.

Análisis de las movilizaciones tecnopolíticas feministas latinoamericanas en Instagram mediante un estudio de hastags

Analysis of Latin American feminist technopolitical mobilizations on Instagram through a hashtag study

Stephanie Morón Terrazas¹

Fecha de recepción: 19 de agosto de 2023

Fecha de aceptación: 12 de octubre de 2023

Resumen: En los últimos años desde 2015 con la explosión de “Ni Una Menos” en Argentina y el 2016 con la “Primavera Violeta” en México, las movilizaciones feministas han ido adquiriendo mayor importancia, fuerza y visibilidad en la región. Esto ocurrió debido a un fortalecimiento en las convocatorias a través del uso y reproducción de múltiples *hashtags* en redes sociales. El objetivo de este artículo es el estudio de las movilizaciones tecnopolíticas feministas latinoamericanas a partir de los *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografas_latam en Instagram, a partir de una serie de técnicas de análisis textual y visual correspondientes a los Métodos Digitales (Rogers, 2023), donde se obtuvo varias visualizaciones como frecuencias de *hashtags*, nubes de palabras, mapas de jerarquía de emojis y meta fotografías. Como resultado, se observó las prácticas digitales y la creación de narrativas de contestación, además de las dimensiones tecnológicas y sociales que representaron estas etiquetas durante el Día Internacional de la Mujer.

Palabras clave: *Hashtags*, movilizaciones, tecnopolítica, feminismo en Latinoamérica, Instagram, imágenes.

Abstract: In recent years, since 2015 following the explosion of “Ni Una Menos” (Not One [Woman] Less) in Argentina and in 2016 with “Primavera Violeta” (Violet Spring) in Mexico, feminist mobilizations have acquired a higher degree of importance, strength and visibility in Latin America. This has developed due to a strengthening of convening through the use and reproduction of multiple *hashtags* on social media. The objective of this article is the study of technopolitical feminist mobilizations in Latin America through the *hashtags* #8M2023 and #8M_fotografas_latam on Instagram through a series of visual and textual analysis techniques that correspond to the study of Digital Methods (Rogers, 2023) wherein several visualizations were obtained, such as *hashtag* frequencies, word clouds, hierarchy maps for emojis and meta pictures. As a result, digital practices and the creation of replying narratives were observed, as were the technological and social dimensions that these tags represented on International Women’s Day.

Keywords: Hashtags, mobilizations, technopolitics, feminism in Latin America, Instagram, images.

¹ Licenciada en Ciencias Políticas por la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”. Maestra y candidata a Doctora en Comunicación por la Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Docente del departamento de Medios y Cultura Digital de la Escuela de Humanidades y Educación del Tecnológico de Monterrey, Campus Puebla. ORCID: <https://orcid.org/my-orcid?orcid=0000-0003-4618-0759> – Correo electrónico: stephanie.moron.terrazas@tec.mx

I. Introducción

Actualmente, América Latina representa a la región en la que el feminismo se está potenciando de manera exponencial a partir de un proceso denominado por Rovira (2018) como un “devenir feminista de multitudes conectadas” (p. 223), donde las protestas físicas y digitales empezaron a visibilizarse a partir de la exigencia de justicia por la problemática de violencias en contra de la mujer y feminicidios durante los últimos años.

El tema de los femicidios o feminicidios² en América Latina, es uno de los problemas sociales más grandes y complejos de abordar en la actualidad ya que son la expresión más extrema de violencia en contra de las mujeres y las niñas. Esta problemática se desarrolla de manera sistemática, siendo el resultado de patrones culturales basados en una visión patriarcal produciendo una normalización de las violencias y muertes por razón de género que se desarrollan en el ámbito privado como el hogar (Mateos, 2018), en espacios públicos como el trabajo (entre otros) y en espacios digitales dentro de las redes sociales y el Internet.

El término feminicidio se creó desde un enfoque teórico feminista ante la falta de perspectiva de género para dictaminar sentencias de asesinatos de mujeres por el hecho de ser mujeres. Posteriormente, surgen otras variables para profundizar el concepto como los contextos culturales, políticos, religiosos y socioeconómicos. En este sentido, Marcela Lagarde (2006), precisa el término feminicidio como “el conjunto de hechos y conductas violentas contra las mujeres por ser mujeres, que conduce en algunas ocasiones al homicidio de algunas de ellas (...) no es homicidio en femenino, y esa diferencia no es un matiz, es un paradigma” (p. 220).

Dentro de los avances en materia legal se encuentran reformas normativas que tienen como principal razón el acceso a una vida libre de violencias para las mujeres y las niñas en 17 países³ de América Latina los cuales tipifican el delito de feminicidio, siendo un avance de leyes de segunda generación correspondientes a la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer o Convención Belém do Pará en 1994, que se diferencian de las leyes de primera generación que se elaboraron en el periodo correspondiente a la Agenda Regional de Género, las cuales tuvieron como marcos principales a la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer en 1979 (Comisión Económica para Latinoamérica y el Caribe [CEPAL], 2022).

Sin embargo, a pesar de existir este marco legal el problema de violencia de género y feminicidios continúa con fuerza en la región. Otro factor fundamental para la

² Términos que explican los asesinatos de mujeres por razón de género que se diferencia del término “homicidio”.

³ Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Estado Plurinacional de Bolivia, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana y Venezuela.

exacerbación de estos actos en los años recientes fue el confinamiento a causa de la declaración de la pandemia por el COVID-19 en marzo de 2020. Según datos de la CEPAL y el Observatorio de la Igualdad de Género de las Organización de las Naciones Unidas, en 2021, “al menos 4.473 mujeres fueron víctimas de feminicidio en 29 países y territorios de la región (4.445 en 18 países y territorios de América Latina y 28 en 11 países y territorios del Caribe), representando al menos 12 muertes violentas de mujeres por razón de género cada día durante el confinamiento” (2022, p. 3).

Ante este contexto de violencia contra las mujeres en la región, y a pesar de existir una serie de leyes en varios países, podemos observar un problema que aún no está resuelto y que dio lugar a un fenómeno de respuesta masiva de una nueva generación de mujeres. Estas empezaron a tomar las redes sociales para exponer vivencias propias, donde las experiencias personales cobran un rol fundamental en la creación de narrativas alternativas ante las narrativas hegemónicas patriarcales e institucionales que van de la mano con la falta de atención de los gobiernos e instancias jurídicas sumidas en el sistema patriarcal.

El ejemplo más emblemático y el origen de esta nueva generación (desde un punto de vista personal) comienza con el caso “Ni Una Menos” en Argentina en junio de 2015. Encendió las redes sociales como Twitter y Facebook a nivel nacional e internacional a partir de la indignación de un caso de feminicidio de una adolescente, la cual tuvo un impacto tan grande que poco tiempo después otros países replicaron lo acontecido como una forma de denuncia pública ante los casos de feminicidios.

De esta forma, los feminismos en América Latina pusieron como punto central de su agenda la lucha por la erradicación de las violencias de género y concientización acerca del tema, creando una acción política conjunta a pesar de las diferencias ideológicas, rehaciendo los feminismos en varios sentidos (Baer, 2016). Este fenómeno se ha desarrollado debido a un cambio en la manera en que las mujeres latinoamericanas a través de un proceso de subjetivación política, empiezan a percibir cómo este problema afecta sus vidas individualmente cuando son violentadas de alguna manera (ya sea en el ámbito privado como el hogar, o en el ámbito público como el trabajo o la calle).

Ante esto, deciden expresar sus experiencias a partir de narrativas contadas en primera persona a través de las redes sociales como Twitter, Instagram o Facebook, mediante el uso de ciertos *hashtags* (etiquetas), que van acompañadas de imágenes, fotografías, videos e ilustraciones, logrando obtener la respuesta de miles de mujeres quienes también vivieron experiencias similares en algún momento de sus vidas (Rovira, 2018).

En este sentido, es importante observar cómo, en los días representativos para la reivindicación de los derechos de las mujeres como el 8 de marzo (Día Internacional de la Mujer), se retoma el sentido de lucha. Así, deja de ser visto como un día de celebración, a medida que las mujeres van tomando y poniendo el cuerpo en las calles y creando narrativas en las redes sociales para exigir una vida libre de violencias y feminicidios.

Esta ola de feminismos latinoamericanos en red tiene la característica de hacer posible nuevas formas de organización propias a través del uso de las redes sociales digitales, sin quitar protagonismo a las marchas, protestas y movilizaciones físicas en las calles. No obstante, a través de estas plataformas, se logra una fuerza que fortalece a las convocatorias y debates feministas, como forma de estructura más orgánica.

Otra característica es que da lugar a la construcción de narrativas a partir del uso de *hashtags* relacionados con demandas y problemáticas de género, lo que da lugar al surgimiento del denominado “Feminismo del *Hashtag*” (Loza, 2014), donde encontramos las etiquetas #NiUnaMenos; #MiPrimerAcoso; #YoSiTeCreo; #AbortoLegalYa, entre otros. Estos se combinan para hacer nuevas formas de manifestación y protesta con mecanismos de comunicación propios de una generación tecnológica que aprovecha la potencialidad que otorga el uso de plataformas en el debate digital.

A partir de la etiqueta #NiUnaMenos, surgieron otros *hashtags* que hacían referencia a la misma problemática de la violencia de género, como #VivasNosQueremos y #NiUnaMas, generando la “explosión” de las movilizaciones feministas y sus *hashtags* en redes sociales. De esta manera, cada etiqueta feminista que se impone como tendencia, además de dar cuenta de una problemática de denuncia, es acompañada por otra u otras etiquetas que van tejiendo las conversaciones.

Este artículo es parte de la investigación que realicé para la tesis doctoral en Comunicación en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México titulada “Narrativas que hacen *hashtags* como formas de contestación propias de las movilizaciones tecnopolíticas feministas en América Latina”, donde se efectuó un análisis de 30 mil tuits descargados el 8 de marzo correspondientes a los años 2021, 2022 y 2023. Se estudiaron las protestas por el Día Internacional de la Mujer en la región. Este estudio está inmerso en la línea de investigación que analiza diversas movilizaciones tecnopolíticas en la región, donde se encuentran valiosos aportes de autores como Rovira (2017), Rovira y Morales i Gras (2023), Reguillo (2017), Sued (2020) o Portillo Sánchez et al. (2022).

Si bien esta investigación en general partió desde los estudios en Twitter, este artículo es el resultado de una serie de ejercicios de descarga de datos en Instagram. Para estos, se tomaron a los *hashtags* feministas como unidades de análisis a partir del aprendizaje para la implementación de los Métodos Digitales (Rogers, 2023), considerado como un nuevo paradigma metodológico para la investigación de fenómenos culturales que pasan por las redes sociales desde las redes sociales en el área de la Comunicación y las Humanidades Digitales.

La muestra fue recopilada en una base de datos de 585 imágenes que fueron descargadas de Instagram. Posteriormente, a partir de la aplicación de una serie de técnicas correspondientes a la analítica de datos textuales y visuales se analizó el uso de diversos *hashtags* feministas correspondientes al Día Internacional de la Mujer en

esta red social con el objetivo de responder la siguiente pregunta de investigación: “¿De qué manera se vinculan las movilizaciones tecnopolíticas feministas latinoamericanas con las prácticas digitales y la creación de narrativas de contestación en la red social Instagram mediante el uso de *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografas_latam desde un análisis textual y visual?”.

Se escogió el análisis de estas etiquetas en concreto ya que permitieron el monitoreo en uno de los días representativos para la reivindicación de los derechos de las mujeres como el ocho de marzo. Si bien estas movilizaciones y sus narrativas podrían ser estudiadas desde las marchas físicas en las calles mediante las consignas puestas en los carteles, graffitis y canciones a través de técnicas tradicionales cualitativas, se tomó la decisión de estudiarlas dentro de su materialidad digital debido a que los *hashtags* tienen la capacidad de representar comunidades, discursos o formaciones sociopolíticas, pero también son redes sociotécnicas que unen las causas sociales con el uso de la tecnología (Omena et al., 2020).

Teniendo en cuenta esta doble dimensión tecnológica y cultural que presenta el estudio de prácticas sociales y políticas en redes sociales, se puso atención a los datos y metadatos descargados para observar otros aspectos como el uso de múltiples etiquetas y de emojis en las descripciones de las fotografías. Además, la geolocalización que reveló en qué lugares de la región se desarrollan con más fuerza estas movilizaciones y las maneras en que se usan las redes sociales para visibilizar las demandas durante los días de protesta feminista.

II. Marco teórico y estado del arte

Uso de *hashtags* dentro de los feminismos en red

El objetivo principal de los feminismos en red es movilizar a multitudes conectadas de mujeres alrededor del mundo que cuestionan el privilegio de lo masculino en todos los ámbitos de la construcción de significado del mundo occidental, la predominancia de líderes y las militancias estructuradas (Rovira, 2018), y que además exponen, mediante sentimientos de indignación la visibilización de problemas en torno a casos de violencia de género, feminicidios, y legalización del aborto.

Si bien las movilizaciones feministas contemporáneas comparten esas características, no responden a un corpus concreto de organizaciones y demandas, ya que dependen del contexto local donde se desarrollan estos movimientos. Aun así los feminismos en red han sido fundamentales para potenciar las movilizaciones, generando legitimidad a partir del posicionamiento de temas feministas en la esfera pública digital para llegar a las instancias de gobierno y autoridades.

En este sentido, los feminismos en red permiten la creación de una lógica narrativa dentro de las redes sociales a través de las historias personales, creando así el

“Feminismo del *Hashtag*” (Loza, 2014) o los “femitags”, que se refieren a “*hashtags* de carácter feminista (...) cuyo éxito y permanencia en las conversaciones suceden porque los femitags ya no son meros elementos de indexación, sino que funcionan como etiquetas meta comunicativas” (Rovira & Morales i Gras, 2023, p. 4).

La creación de narrativas es un elemento clave dentro de los feminismos en red a partir del uso de *hashtags*. Estos se han convertido en importantes estructuras de organización: convocan y a la vez son la convocatoria, “permite contar historias personales de manera *on line* que distingue al feminismo del *hashtag* de otras formas de política feminista” (Clark, 2016, p. 2). Estos *hashtags* generan adhesión a la causa de manera instantánea, desarrollando narraciones en primera persona, que dan lugar a conversaciones y discursos que crean las mujeres dentro de estas plataformas, exponiendo los problemas que viven a través de un fenómeno de internacionalización y empatía, “haciendo que muchas mujeres jóvenes sin militancia previa en el feminismo se sientan interpeladas y formen parte de una nueva ola de movilizaciones” (Morón, 2019, p. 54).

Tecnopolítica feminista

La tecnopolítica es un concepto que surge con fuerza en el año 2013, para explicar el uso de la tecnología con fines políticos para analizar las acciones políticas dentro de Twitter del movimiento de los indignados en España por un grupo de investigadores y activistas del colectivo @Dataanalysis15m. Podemos definirla de la siguiente forma:

Conjunto de nodos heterogéneos, con altos índices de conectividad, dentro de una estructura abierta y policéntrica, cuya particularidad se centra en la participación de “multitudes conectadas” a través de dispositivos electrónicos en torno a objetivos concretos donde están inmersos elementos como las emociones, lenguaje, comportamientos, tiempo y espacio (Toret et al., 2013).

Las multitudes conectadas emergen a través de acontecimientos aumentados que dan lugar al sistema – red (como fue el caso del feminicidio de Chiara Páez que dio lugar a las movilizaciones con la consigna #NiUnaMenos), las cuales se vuelven virales. “Por ello, proponemos la noción de tecnopolítica como uso táctico y estratégico de las herramientas digitales para la organización, comunicación y acción colectiva como concepto clave para entenderlas” (Toret et al., 2013, p. 20).

En este sentido, la tecnopolítica se relaciona con el feminismo a partir de la experiencia de “un devenir feminista y hacker de la acción colectiva que es simultáneamente *in situ* y *online*” (Rovira, 2018, p. 223). Partiendo de esta idea, se define a la tecnopolítica feminista como un proceso donde las mujeres, usan la tecnología de las redes socio digitales con fines políticos para generar conexiones estratégicas que permitan transformar las relaciones de poder dentro de la estructura patriarcal, mediante la visibilización de problemas relativos al género como las violencias machistas

y es una continuación de la apropiación tecnológica a través de la politización de la vida cotidiana de las mujeres, que empezó con el ciberfeminismo de la década de los noventa del siglo pasado.

Narrativas de contestación

Rossana Reguillo (2017) señala:

Las narrativas de contestación son irrupciones que desobedecen el canon moderno que se atribuye a las revueltas, que han venido a desestabilizar el monopolio de la representación de lo real, disputando mediante la “tecnopolítica”, el poder de hacer – ver, hacer – creer de las narrativas dominantes que anulan o dificultan las posibilidades de auto representación para los ciudadanos y lo que es más importante: a través de este sistema “multicapas”, “obligan” a los medios convencionales a incorporar asuntos, temas e informaciones que transitan de la red a la calle y viceversa (p. 123).

De esta forma, se puede entender al concepto de “narrativas de contestación” como el conjunto de relatos o discursos que se utilizan para desafiar y resistir las estructuras de poder establecidas. Estas narrativas se construyen con el propósito de cuestionar, subvertir o transformar las normas, valores y prácticas dominantes en una sociedad o contexto determinado. El uso de estas narrativas puede manifestarse en diversas formas, como relatos literarios, discursos políticos, manifestaciones artísticas, testimonios personales y actualmente incluyen la creación de mensajes a partir del uso de redes sociales con el uso de los *hashtags*.

Las narrativas de contestación y la subjetivación política están estrechamente relacionadas en el contexto de los movimientos sociales y las luchas políticas ya que desempeñan un papel fundamental en este proceso de desanclaje o des-identificación debido a que, a través de estas narrativas, los sujetos construyen una comprensión compartida de las injusticias y opresiones existentes, se articulan demandas y se movilizan emociones y afectos. De esta forma, estas narrativas de contestación permiten a los individuos convertirse en sujetos políticos para formar una colectividad que los identifique con una causa política, además del desarrollo de una conciencia crítica y la búsqueda de un cambio social.

III. Metodología

La propuesta metodológica de este artículo está basada en un proceso de constante aprendizaje para obtener los conocimientos necesarios que permitieron la construcción e implementación de una metodología con técnicas capaces de recopilar datos dentro de redes sociales⁴. Este marco metodológico responde a una propuesta que

4 Extiendo un agradecimiento especial a la Dra. Gabriela Sued quien me permitió realizar la estancia de investigación en su Laboratorio de “Minería de Datos y Métodos Computacionales” durante el periodo enero-mayo de 2023 en el Posgrado de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México UNAM, para aprender la metodología y las técnicas correspondientes a los Métodos Digitales.

está sustentada a través de dos paradigmas para los estudios culturales del Internet: Métodos Digitales (Rogers, 2013; 2023) y Analítica Cultural (Manovich, 2017; 2020), los cuales abordan la relación existente de la web y las distintas actividades que los usuarios realizan dentro de esta, es decir, que es un método de investigación que sigue al medio y “hace aserciones sobre el cambio cultural y social a través del anclaje en línea” (Rogers, 2023, p. 41).

Es importante señalar que se se implementó la “secuencia de investigación para la correcta aplicación de una metodología con técnicas digitales de cuatro etapas: recolección, limpieza, procesamiento y visualización de datos” (Sued, 2020, p. 5). De esta manera, se comenzó con la recolección de datos, también se hizo una limpieza de la base de datos eliminando la información repetida, posteriormente se desarrolló el procesamiento de la información con técnicas textuales y visuales para finalmente lograr una serie de visualizaciones:

- Nube de palabras para analizar las geolocalizaciones de los países y lugares más mencionados
- Frecuencia de *hashtags* más usados
- Mapa de jerarquía de los *emojis* más usados
- Metafotografías con imágenes de Instagram relativas a las movilizaciones del #8M en varios lugares de América Latina

Para la descarga de bases de datos en Instagram se usó la técnica de recolección también conocida como “*scrapping*”, que consiste en la recolección automática de datos a través de un *software* (Marres & Weltevrede, 2013). Sued (2020) la señala como una “técnica específica del medio digital que permite la recolección automática de datos en línea” (p. 5).

Es decir, mediante el *scrapping* o rascado de datos de manera automática se obtiene una base de datos estructurada con el uso de interfaces, ya sean gratuitas o de pago, permitiendo la búsqueda y la descarga de información que se desprende directamente de la red social analizada, por lo que corresponden a las técnicas nativas digitales (Rogers, 2023).

El lunes 13 de marzo de 2023 se descargó de la plataforma Instagram dos bases de datos, la primera correspondiente a la búsqueda del *hashtag* #8M2023 dando como resultado una base de datos de 317⁵ imágenes, la segunda corresponde al *hashtag* #8M_fotografas_latam la cual arrojó una base de datos 268⁶ imágenes, obteniendo

5 El siguiente link permite acceder a la consulta de base de datos #8M2023 realizada: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1BnJoiayU8g4VlriX38cx38mLTyqbN8sTKcHEA4IRlzl/edit#gid=745523446>

6 El siguiente link permite acceder a la consulta de base de datos #8M_fotografas_latam realizada: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WoCzaaDfq7pI00YEpqL3fF9cTK9fy3z7/edit#gid=1159162498>

un total de 585 imágenes. El *software* que se utilizó para realizar el *scrapping* fue Phantombuster⁷, finalmente para el procesamiento de los datos, se usó páginas de minería de textos o *data mining* como *TextAnalysis*⁸ y *Hashtag Extractor*⁹.

Posteriormente se creó una serie de visualizaciones correspondientes a la analítica textual con las herramientas *RawGraphs*¹⁰ y *Voyant Tools*¹¹, que permiten la captura de grandes cantidades de datos para relacionarlos en categorías, temas o patrones de sentido como los gráficos de frecuencias, nubes de palabras y mapas de jerarquía a través de un determinado orden:

Este procedimiento es descrito como la transformación de información desestructurada y cualitativa a información estructurada y cuantitativa (...) En este sentido, la categoría no es completamente autónoma, ya que es la expresión visual de otro tipo de minería textual: las nubes de palabras manifiestan visualmente el análisis de frecuencia de palabras, así como los árboles temáticos lo son del análisis de temas relacionados, y los gráficos de red implican la expresión entre al menos dos entidades que entablan entre sí alguna relación (Sued, 2021, p. 8).

Por otra parte, también se utilizó la técnica de la analítica visual, que consiste en la representación de grandes cantidades de imágenes para estudiar redes sociales donde predominan las fotografías como Instagram y cuyo objetivo principal es analizar las prácticas culturales que los usuarios muestran mediante el uso de esta plataforma:

La analítica visual se refiere al análisis de imágenes digitales creadas y subidas por individuos en plataformas de fotografía compartida tales como Instagram, Flickr, Pinterest, Tumblr e, incluso, en Facebook y Twitter, con métodos digitales. Las imágenes son entendidas como artefactos culturales en los que se puede estudiar tanto la lógica de funcionamiento de las plataformas sociales como la representación social de espacios, objetos, sujetos y prácticas (Sued, 2021, p. 50).

Otra forma de llamar a esta técnica es la meta fotografía o *meta picture*, que se traduce en una colección de imágenes que se enmarcan en una forma de exhibición que permite una reflexión crítica de ellas (Rogers, 2021, p. 1). Para lograr estas visualizaciones, se usó la misma base de datos obtenidas por Phantombuster; estas fueron ordenadas en plantillas de *Google Sheets*. Para la descarga de las imágenes, se utilizó la extensión para Chrome de la aplicación *Tab Save* y finalmente fueron ordenadas por color mediante el software *Picarrange*¹².

7 Phantombuster. (2021b). Instagram profile scraper. <https://phantombuster.com/>

8 Página web para minería de textos y emojis. <https://labs.polsys.net/tools/textanalysis/>

9 Página web para la extracción de *hashtags* de las descripciones de las imágenes descargadas de Instagram para calcular frecuencias. <https://www.text-utils.com/hashtag-extractor/>

10 Rawgraphs (2018). *Density Design Lab*. <https://www.rawgraphs.io/>

11 Sinclair, S. & G. Rockwell. (2023). Cirrus. *Voyant Tools*. Retrieved August 19, 2023, from <https://voyant-tools.org/?stopList=keywords-f3ae3eb35eb6483aa5f840bdd34f3f88&whiteList=&visible=500&corpus=7f2aee78fff9d75d641790c11a85c75b&view=Cirrus>

12 Kai-Uwe Barthel. (2023). *Picarrange for IOS*. <https://visual-computing.com/>

IV. Resultados

Si bien Instagram es una aplicación que se caracteriza por las imágenes que suben las y los usuarios, también es importante el análisis de las descripciones que las acompañan, ya que representan el sentido o el significado que las personas otorgan a las fotografías mediante la indexación de *hashtags* clave según el tema y el uso de ciertos emojis que representan la parte afectiva que desean compartir. En este sentido, comenzaremos el análisis de resultados con las visualizaciones de las descripciones obtenidas de los metadatos a partir de dos técnicas de análisis textual, el cálculo de frecuencia de *hashtags* y *emojis* para observar cuáles fueron los más usados, y la creación de nubes de palabras que permitirá observar la geolocalización.

Teniendo en cuenta que la base de datos correspondientes a los *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografias_latam tienen un total de 585 descripciones, tomaría mucho tiempo analizar manualmente cada metadato, por lo que se aplicó la técnica de minería de datos que permite un análisis a través de herramientas especializadas para grandes cantidades de texto.

Esta perspectiva metodológica fue desarrollada por Moretti (2005) en su libro *Gráficos, mapas, árboles: Abstracciones literarias y representaciones visuales*, donde sostiene la idea de “mirada distante”. Esta propone alejarse de la lectura tradicional y cercana de textos literarios individuales y, en su lugar, adoptar un enfoque más amplio y comparativo para analizar patrones y tendencias literarias en un corpus extenso de obras.

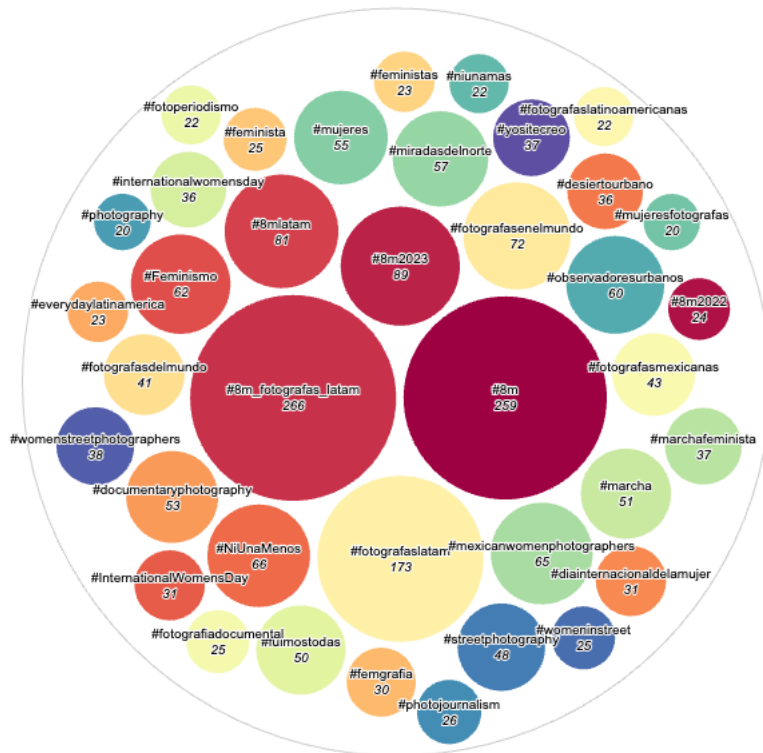
Las visualizaciones que se muestran representan la frecuencia de los *hashtags* más usados en las descripciones correspondientes a las 585 imágenes que fueron descargadas de Instagram durante el 13 de marzo de 2023 (figura 1). Se eligió esta figura para mostrar los datos a partir del “embalaje circular” donde los valores de los nodos están representados por cada *hashtag* dentro de una estructura de círculos anidados que se distinguen por el tamaño y color mediante el cálculo de frecuencia.

un sentido muy importante a la práctica fotográfica digital mediante la exposición de imágenes de las marchas feministas.

Por otra parte, aparecen dos países latinoamericanos donde el movimiento feminista se ha desarrollado exponencialmente en los últimos años mediante las etiquetas #Argentina y #México, lo que permite contextualizar estas movilizaciones a nivel regional. También se pueden observar distintas demandas y posicionamientos, empezando por la etiqueta #feminismos, la cual reconoce la variedad de pensamientos y visiones que hay dentro de esta ideología a partir de la interseccionalidad (Crenshaw, 1991).

Para la figura 2, el criterio de búsqueda fue el *hashtag* #8M_fotografas_latam, que es la etiqueta más usada para representar con mayor fuerza las prácticas fotográficas a partir de una visión feminista latinoamericana, retratando la jornada de movilizaciones en distintas ciudades, usando Instagram no solo como una red social donde se comparten fotografías relativas a actividades de la vida cotidiana, ya que también se la utiliza como un potenciador de temas políticos.

Figura 2
Frecuencia de *hashtags* más usados relacionados con #8M_fotografas_latam



En este sentido, las etiquetas que acompañaron a #8M_fotografas_latam fueron en su mayoría *hashtags* relacionadas al Día Internacional de la Mujer y a la fotografía como #8m2023, #8mlatam, #fotografaselmundo, #NiUnaMenos, #mexicanwomenphotographers, #Feminismo #observadoresurbanos, #8marzo, #mujeres

#documentaryphotography, #marcha, #fuimostodas, #streetphotography, entre otras.

La nube de palabras que se presenta en la figura 3 es una representación del análisis de las geolocalizaciones correspondientes a las 585 imágenes de los *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografas_latam a través de la minería de textos. Esto permite obtener una mirada distante (Moretti, 2005) de las palabras más mencionadas en relación con los lugares donde se compartieron las imágenes que dieron forma a la conversación en Instagram sobre las protestas por el Día Internacional de la Mujer.

Figura 3.
Nube de palabras de los países y ciudades más mencionadas



Fuente: elaboración propia mediante la herramienta de visualización de datos Voyant Tools.

Flores Mérida (2022) sostiene que “la representación visual de las frecuencias mediante una *nube de palabras*, despliega las palabras dentro de una imagen y les otorga a las mismas un tamaño proporcional a la frecuencia con que se presentan en el corpus” (p. 66). En este sentido, los países y ciudades que se ven más grandes fueron los más mencionados, mientras que los más pequeños representan lo contrario.

Dentro de la muestra recolectada se observa que el país más mencionado es México, teniendo la Ciudad de México (CDMX) mayor participación, seguido de los estados de

Puebla y Jalisco, entre otros. El segundo país más mencionado es Colombia, junto con la ciudad de Bogotá; también se observa la presencia de Ecuador, con ciudades como Quito y Guayaquil, y de Chile, con la ciudad de Santiago.

Los países y lugares con menor tamaño corresponden a Argentina, Bolivia y Uruguay. En el caso de Argentina, llama la atención, al ser uno de los países con mayor presencia de movilizaciones feministas, esto puede ser porque en este país no se usaron las etiquetas #8M203 y #8m_fotografas_latam de la misma manera que en México y Colombia. Si bien se puede estudiar un fenómeno general a través de un *hashtag*, el uso varía según el país y los contextos.

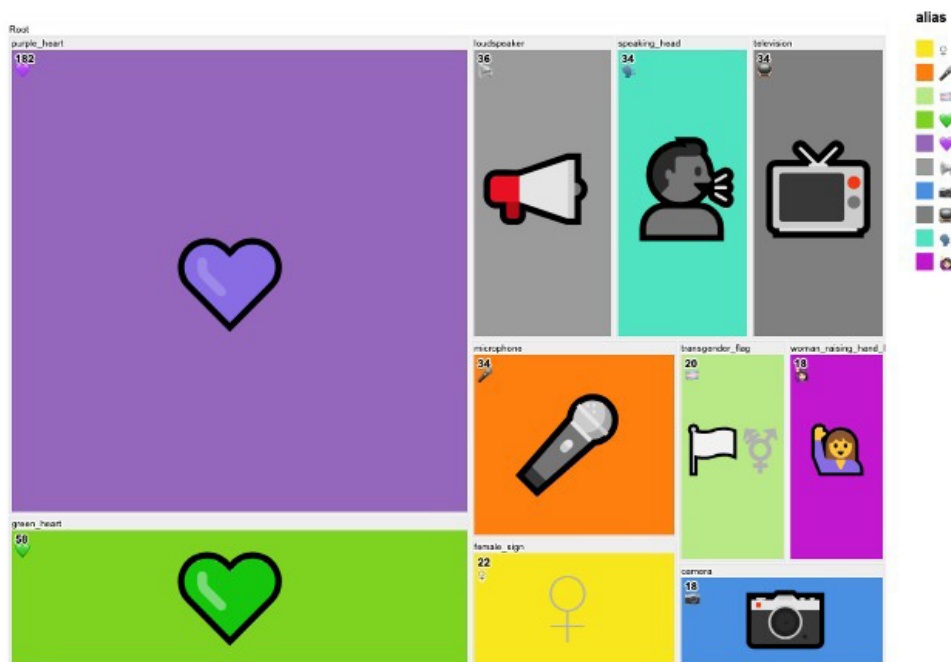
Se presentan a continuación visualizaciones representadas a través de la figura llamada *Treemap* o mapa de árbol, el cual muestra los datos de los emojis estructurados jerárquicamente mediante un área dividida por rectángulos, cuyo tamaño depende del cálculo de la frecuencia. En ambos casos, se muestran los diez emojis más utilizados en la descripción textual de las imágenes descargadas.

El objetivo principal es mostrar los sentimientos e ideas que están asociados mediante el uso de emojis como parte de la expresión digital de las protestas feministas en Instagram. Cabe mencionar que, para hacer la interpretación de los emojis relacionados con el contexto de las movilizaciones feministas, se buscó las definiciones de *Emojipedia*¹³.

Se puede observar que en la figura 4 correspondiente a #8M2023, el emoji más usado es el corazón morado, seguido del corazón verde; ambos muestran los colores más representativos de los movimientos feministas contemporáneos; el morado es el color tradicional del movimiento, el cual representa la lucha de las mujeres por los derechos, la igualdad y la libertad. Por otra parte, el verde es el color “nuevo” adoptado en los últimos años por las colectivas en América Latina que luchan por la legalización del aborto.

¹³ Es considerada como una enciclopedia y diccionario de emojis, su objetivo principal es señalar el significado de cada emoji creado en el estándar Unicode (codificación de caracteres para el almacenamiento e intercambio de textos a partir de la informática). <https://emojipedia.org/>

Figura 4
Mapa de jerarquía de emojis relacionados con el hashtag #8M2023



Fuente: Elaboración propia mediante la herramienta de visualización de datos Raw Graphs.

El tercer y cuarto emoji representan la dinámica de alzar la voz en las protestas, representados por el megáfono y por la cabeza de una persona hablando. Los siguientes dos emojis están representados por la televisión y el micrófono, los cuales hacen alusión a la amplificación del mensaje que se quiere dar a través del uso de redes sociales, convirtiéndose en un medio de comunicación alternativo.

El séptimo emoji más usado es la bandera transgénero, que representa a las mujeres transgénero que participan en las protestas feministas, visibilizando a las colectivas transfeministas. El octavo emoji está representado por la mujer con la mano levantada cuyo significado radica en la participación de las mujeres y en la fuerza de la protesta, también puede interpretarse que las mujeres alzan la mano porque tienen mucho que decir en términos de reclamos y demandas ante la sociedad y las autoridades.

En noveno lugar, se encuentra el símbolo de la mujer, usado generalmente para designar al sexo femenino, que es usado en las pañoletas feministas. Este emoji está directamente relacionado con el sentido que se le otorga al día. Finalmente, se encuentra la cámara

fotográfica, que hace referencia a las prácticas visuales en Instagram, donde el objetivo principal radica en compartir imágenes de momentos especiales del día.

Para la figura 5 correspondiente a #8M_fotografias_latam, si bien comparten la mayoría de los emojis de la figura 4, como el corazón morado y verde, el símbolo de mujer y la cámara, el emoji más usado es el fuego, que representa la fuerza de las movilizaciones y el sentimiento de “quemar todo” por la indignación que causa la problemática de las violencias de género, los feminicidios y las desapariciones de mujeres.

Figura 5
Mapa de jerarquía de emojis relacionados con el hashtag #8M_fotografias_latam



Fuente: Elaboración propia mediante la herramienta de visualización de datos Raw Graphs.

Otros emojis que representan fuerza, pero con una connotación positiva, son los destellos y la estrella brillante, que indican amor, unión y gratitud por ser una movilización profundamente afectiva donde miles de mujeres se conectan a través de una causa en común, compartiendo sus experiencias.

Analizar los emojis más usados permite entender la práctica de las usuarias de Instagram con relación a las protestas feministas, visibilizando lo emocional y los pensamientos compartidos dentro de la colectividad, generando un mayor compromiso por parte de las sujetas políticas con las causas de lucha. Goodwin y Jasper (2004) señalan que estas emociones se constituyen a través de significados sociales compartidos y que

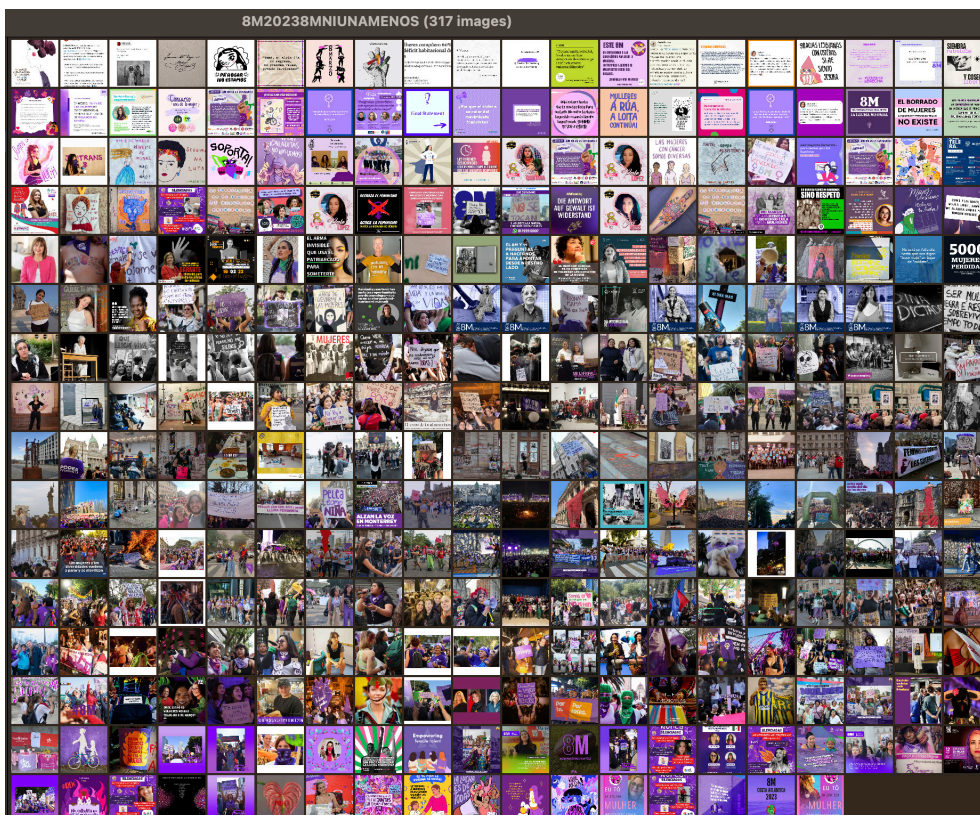
pueden ser clasificadas tanto en emociones afectivas (amor, respeto, confianza) como en emociones reactivas (enojo, odio, asco). Por otra parte, las emociones también ayudan a entender no solo la formación, sino también la permanencia de la acción colectiva a través del “shock moral” donde emerge una emoción con mucha fuerza que puede desencadenar un sentimiento afectivo como la compasión o una emoción reactiva como el enojo (Jasper, 1997).

En este sentido, según el significado que otorga la página Emojipedia, se puede intuir que estos emojis analizados representan emociones afectivas compartidas por las multitudes conectadas de mujeres (Rovira, 2017) que participan en las protestas en días como el ocho de marzo. Estos hacen visible las ganas que tienen de compartir experiencias mediante prácticas como hablar fuerte para ser escuchadas, posicionar la protesta en redes como Instagram para convertir esta plataforma en un medio de comunicación alternativo a los medios de comunicación tradicionales, apostando por una resistencia algorítmica, así como retratar los momentos más especiales de la jornada.

Para la realización de esta técnica de análisis visual llamada *meta picture* (Rogers, 2021), se usaron las imágenes de las bases de datos de 317 imágenes para #8M2023 y 268 para #8M_fotografías_latam, a través del *software* que permite la búsqueda y recolección de grandes cantidades de datos llamada Phantombuster. Posteriormente, se usaron técnicas de analítica visual o Image Sorter (Manovich, 2017) para estudiar cómo estos dos *hashtags* en particular crean una serie de patrones y narrativas de contestación feministas a partir de la agrupación de las imágenes por color.

La visualización de la figura 6 representa a la meta fotografía asignada por orden cromático por la herramienta Picarrange. Esta técnica de analítica de imágenes en línea (Rogers, 2021) da un sentido de análisis crítico e interpretativo de la cultura y las prácticas comunicativas en redes sociales donde predomina la visualidad. Bajo esta premisa, se encontraron tres patrones de imágenes correspondientes a las prácticas digitales por parte de las mujeres jóvenes latinoamericanas en Instagram: ilustraciones relacionadas por el Día Internacional de la Mujer, imágenes de la protesta y las consignas de los carteles expuestos en las movilizaciones.

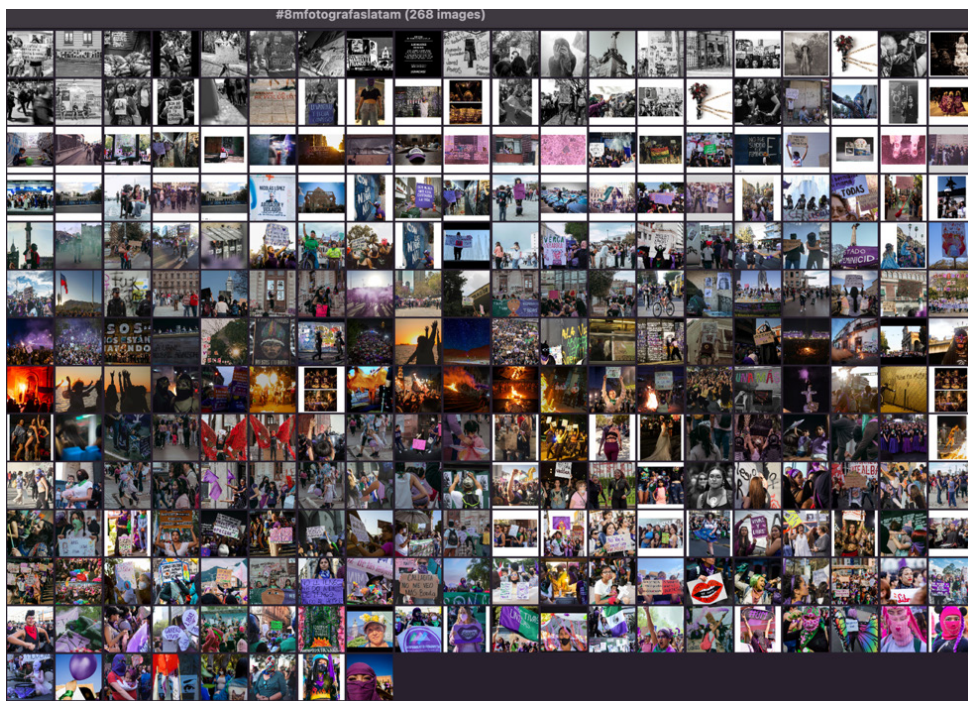
Figura 6
Metafotografía relacionada con el hashtag #8M2023



Fuente: elaboración propia mediante la herramienta de ordenamiento de imágenes Picarrange.

La meta fotografía de la figura 7, también asignada por orden cromático, presenta las imágenes de las protestas feministas en distintos lugares de América Latina a través de dos patrones. Estas son: fotografías en blanco y negro y fotografías a color donde predominan las distintas demostraciones de protesta como la intervención a monumentos, el encendido de hogueras colectivas en las plazas como símbolo de resistencia y lucha, las fotografías de las mujeres participando de las movilizaciones con sus carteles, ya sea en solitario o acompañadas de un grupo; también se observan graffitis y performances realizados en las calles.

Figura 7
Metafotografía relacionada con el hashtag #8M_fotografas_latam



Fuente: Elaboración propia mediante la herramienta de ordenamiento de imágenes Picarrange

Discusión

La intención de este artículo es desarrollar dos puntos importantes: el primero, en el interés personal de estudiar el impacto que las movilizaciones feministas latinoamericanas han generado dentro de los últimos años a través de procesos tecnopolíticos *on* y *offline* mediante el uso de redes sociales y las marchas físicas que ocurren simultáneamente a través de los conceptos: feminismos en red, tecnopolítica feminista y narrativas de contestación. El segundo está centrado en analizar los desafíos para los investigadores que emplean las técnicas de recolección de datos a partir de la mirada distante de Métodos Digitales.

El estudio del fenómeno de la potencia de las movilizaciones feministas latinoamericanas contemporáneas mediante el uso de hashtags feministas en redes sociales ha dado lugar a un proceso de *feministización* de las formas y de los marcos de significado a través una política de prefiguración propia de los nuevos movimientos sociales tecnopolíticos, más experimentales y más hackers (Rovira, 2018, p. 225).

A partir de esta lógica de *feministización* que propone Rovira (2018), se puede sostener que el activismo de las mujeres en los últimos años se ha ido expandiendo y ha logrado poner a los temas feministas contemporáneos en la esfera pública, promoviendo una nueva dinámica de auto reflexividad sobre temas de privilegios, igualdad de oportunidades, sexualidad y el debate sobre una vida libre de violencias machistas, por lo que estas movilizaciones no sólo son conversaciones entre mujeres ya que intentan involucrar a toda la sociedad en su conjunto.

Los feminismos en red apuestan por el encuentro con otros cuerpos potenciados por el ciberespacio. Esto abre la posibilidad de crear un conjunto de cuerpos unidos y rebeldes que se expresan tanto en las calles como en las redes mediante narrativas alternativas para contestar y confrontar a las narrativas hegemónicas desarrolladas por gobiernos, medios de comunicación y diversas ideologías o creencias.

La tecnopolítica feminista se presenta como una continuación de los estudios sobre la apropiación tecnológica a través de la politización de la vida cotidiana de las mujeres, que empezó con el ciberfeminismo de la década de los noventa. La característica fundamental de este concepto no sólo se centra en el uso estratégico de posicionamiento de hashtags con fines políticos por parte de activistas.

También es importante porque representa las “contienda multicampo que son superpuestas porque nunca existen una sola a la vez; longitudinales porque retoman el continuum de manifestaciones ocurridas en diferentes momentos a lo largo de la historia reciente; intertextuales a partir de las posiciones discursivas de los diferentes actores involucrados; e interconectadas porque refieren a la lucha feminista en general y suelen acompañarse en un sentido de reivindicación política múltiple y aglutinada” (Portillo Sánchez et al., 2022, p. 17).

Por este motivo, la tecnopolítica feminista toma bases del ciberfeminismo en el sentido de la apropiación tecnológica y el aprendizaje con una visión de género y un potencial subversivo desde manifestaciones online en redes sociales con el uso de *hashtags* que vinculan la idea de “*lo personal es político*” (Millett, 1970/1995) con las protestas físicas, paro de labores, intervenciones a monumentos y plazas públicas (entre otras actividades), pero sobre todo la tecnopolítica feminista permite la construcción de narrativas donde encontramos una serie de demandas cuyos temas principales giran al llamado a tomar las calles y las redes en contra de los feminicidios, en contra de la violencia sexual y por la legalización del aborto.

Valdría la pena retomar estas “contienda multicampo” en futuros estudios sobre movilizaciones tecnopolíticas feministas durante otras fechas representativas como el veintiocho de septiembre #28S (día de acción global por el acceso al aborto legal y seguro); veinticinco de noviembre #25N (día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer) o cuando ocurra algún acontecimiento de exigencia de justicia de algún caso en particular. Esto ayudaría a establecer parámetros de

comparación y diferencia de las narrativas de contestación que se presentan el ocho de marzo.

Metodológicamente, el presente artículo estudia una parte de los trazos digitales de las usuarias en Instagram mediante los hashtags #8M2023 y #8M_fotografas_latam desde una mirada distante que es una aproximación que plantean las y los teóricos de los Métodos Digitales y las Humanidades Digitales. Es decir, se trabaja con los mismos datos que se descargaron de Instagram, por lo que no es posible tomar en cuenta el universo total del objeto de estudio, no obstante, teniendo en cuenta la información sobre la geolocalización que se descargó proveniente de las fotografías, se puede obtener un panorama regional mediante un estudio de *small data*.

Para el desarrollo de este artículo, el número total de 585 imágenes fue el resultado de una muestra aleatoria recogida por el software Phantombuster, que descargó todas las imágenes de Instagram en las que encontró la presencia de los *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografas_latam, por lo que se consideró un corpus suficientemente importante para analizar las prácticas digitales de las movilizaciones en Instagram durante un día de descarga.

Si bien esta metodología está centrada en el estudio del *“big data”*, donde es posible analizar millones de datos de redes como Twitter, Instagram, TikTok y Twitch, 585 imágenes serían consideradas como *“small data”*, ya que depende del criterio de búsqueda que se aplica, el software que se usa para la descarga de datos y, sobre todo, los recursos con los que cuenta el investigador. En este sentido, esta metodología representa un reto en varios aspectos como el acceso a softwares especializados para la recolección de muchos datos y el aprendizaje del uso de estas herramientas computacionales.

V. Conclusiones

Respondiendo a la pregunta de investigación inicial, se puede sostener que las movilizaciones tecnopolíticas feministas latinoamericanas se vinculan con el uso de los *hashtags* #8M2023 y #8M_fotografas_latam en la red social Instagram desde lo textual como un registro digital de las distintas actividades acontecidas y de los pensamientos y emociones que generan en las mujeres las marchas multitudinarias del 8 de marzo. Se observa también que el uso de múltiples *hashtags* está relacionado con el posicionamiento de temas que las usuarias desean hacer para obtener mayor visibilidad dentro de la plataforma, convirtiéndose en un medio alternativo de información.

La creación, uso y reproducción de *hashtags* de estas movilizaciones, no sólo tienen que ver con la exposición del problema de las violencias en contra de la mujer, por ejemplo, para el análisis del *hashtag* #8M2023 se observan otras etiquetas relacionadas con casos de feminicidios, violencia sexual y acoso, dando como resultado la exigencia de

justicia. Para el caso del análisis de #8M_fotografias_latam, se encontró que etiquetas relacionadas representan las prácticas asociadas a compartir imágenes de la marcha desde una perspectiva de la fotografía documental de carácter feminista.

El *hashtag* #8M2023 se vincula desde lo visual a partir de las imágenes en Instagram para mostrar las distintas prácticas de protesta que las usuarias realizan en este día; mediante un ordenamiento cromático, se puede observar que las imágenes blancas en la parte superior y las moradas posicionadas en la parte inferior de la meta fotografía corresponden a ilustraciones e infografías realizadas por el Día Internacional de la Mujer. En la parte central, se observan imágenes de la marcha y las consignas de los letreros, permitiendo analizar las emociones reactivas de enojo que corresponden a las narrativas de contestación feministas.

El *hashtag* #8M_fotografias_latam por su parte, también se vincula desde la parte visual mediante el ordenamiento de las fotografías a partir de las imágenes que tienen colores y las imágenes en blanco y negro, exponiendo también diversas prácticas de protesta colectiva como las intervenciones a los monumentos, el encendido de hogueras y la exposición de consignas.

También se obtuvo un panorama de los distintos países que más participación tuvieron en la muestra, siendo México y Colombia los países con mayor representación. En el caso de Bolivia, observamos que si bien está reflejada en la nube de palabras, el tamaño que se le asignó es muy pequeño en comparación con otros lugares de la región. Esto sucedió porque, si bien las protestas feministas en las calles de ciudades como La Paz y Santa Cruz durante el Día Internacional de la Mujer se han masificado durante los últimos años, los registros digitales son pocos; esto quiere decir que aún no se adoptado con fuerza el uso estratégico de las redes sociales para los fines políticos que plantea el concepto de tecnopolítica, como, por ejemplo, el uso de un *hashtag* en específico para agrupar las imágenes de la marcha en el país. Esto se debe al contexto del uso de redes sociales que los usuarios y usuarias tienen en Bolivia, además de los costos para el acceso a Internet móvil en dispositivos como celulares y tabletas.

A través de las distintas visualizaciones, queda claro que la creación de narrativas de contestación está acompañada de un sentido político y de reivindicación feminista muy fuerte. Si bien esta práctica de creación de narrativas no nace dentro de los espacios digitales, es un fenómeno que queda expresado a través de los distintos *hashtags* que dan cuenta de la problemática de violencia de género, la exigencia de justicia y establecen la importancia del ocho de marzo como un día de lucha bajo la mirada del feminismo, razón principal por la que se tomó a los *hashtags* como unidad de análisis a partir de los Métodos Digitales.

Aunque estas narrativas de contestación presentan un deseo emancipador, también se debe analizarlas bajo una perspectiva crítica teniendo en cuenta que las mujeres y

diversas colectivas feministas se enfrentan a la falta de neutralidad de las redes sociales, desde la perspectiva tecnológica y la lógica mercantilista de las compañías dentro de la sociedad de plataformas gobernada por los algoritmos (Van Dijck, 2013), por este motivo estas narrativas de contestación y las prácticas tecnopolíticas feministas afrontan el desafío de permanecer visibles en las plataformas como Twitter e Instagram.

La solución ante este problema puede darse a través de dos visiones teórico-metodológicas que se complementan: la primera mediante el feminismo de datos que permite pensar a los datos que se producen dentro del sistema de plataformas, las cuales reconocen las estructuras de dominación y la falta de igualdad desde una visión de género (D'Ignazio & Klein, 2020).

Este enfoque pone su atención en los estudios del *big data* y de los algoritmos de manera crítica para la recolección, análisis y presentación de los datos. La segunda visión está centrada en la "datificación crítica" o el uso crítico de las redes sociales mediante una intervención de los algoritmos visibilizando contextos y narrativas alternativas a las convencionales (Ábrego & Flores Mérida, 2021), las cuales están ligadas al proceso de subjetividades políticas.

Si bien este devenir feminista de las multitudes conectadas creó un impacto que permitió la adhesión de muchas mujeres y la expansión de varias colectivas feministas en el continente a través de la creación de comunidades *online* y *offline*, también conviven con el reto permanente de permanecer visibles y mantener ese impacto, razón principal por la que los movimientos sociales necesitan un público más amplio que el núcleo activista.

Este es el motivo principal por el que diversas colectivas feministas a lo largo de la región, han tenido que adaptar una serie de formas comunicativas para exponer la temática de las violencias de género donde las creaciones de narrativas a partir de las experiencias personales, son esenciales para generar un impacto que les permita sortear las arbitrariedades del sistema de plataformas, donde los *hashtags* o etiquetas son de gran utilidad para darle un nuevo sentido a las protestas y movilizaciones feministas. Estas etiquetas además de tener la capacidad de representar comunidades, discursos o formaciones sociopolíticas también son redes sociotécnicas que unen las causas sociales con el uso de la tecnología.

Más allá de la reacción inmediata que podría provocar uno o varios *hashtags* cuando se genera un *trending topic* o tendencia, el estudio de contestación con enfoque feminista es esencial para entender las prácticas comunicativas con profundas potencialidades políticas que emergen desde las experiencias personales que son expuestas, resumidas y a las vez traducidas desde un activismo digital, generando una fuerte adhesión entre multitudes conectadas de mujeres, y sorteando los problemas de la estructura tecnológica y algorítmica.

Referencias

- Ábrego, V. H., & Flores Mérida, A. (2021). Datificación crítica: práctica y producción de conocimiento a contracorriente de la gubernamentalidad algorítmica. Dos ejemplos del caso mexicano. *Revista Administración Pública y Sociedad*, (11).
- Baer, H. (2016). Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism [Rehacer el feminismo: activismo digital, política corporal y neoliberalismo]. *Feminist Media Studies*, 16(1), 17-34. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1093070>
- CEPAL (2022). *Poner fin a la violencia contra las mujeres y niñas y al femicidio o feminicidio*. Cepal.org. Recuperado el 3 de noviembre de 2023 de <https://www.cepal.org/es/infografias/poner-fin-la-violencia-mujeres-ninas-al-femicidio-o-feminicidio-reto-clave-la>
- Comisión Económica para Latinoamérica y el Caribe. (2022). *Poner fin a la violencia contra las mujeres y niñas y al femicidio o feminicidio*.
- Clark, R. (2016). "Hope in a hashtag": the discursive activism of #WhyIStayed ["Esperanza en un hashtag": el activismo discursivo de #WhyIStayed]. *Feminist Media Studies*, 16(5), 788-804. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1138235>
- Crenshaw, K. (1991). Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color [Mapeando los márgenes: interseccionalidad, políticas de identidad y violencia contra las mujeres de color]. *Stanford Law Review*, 43(6), 1241-1299. <https://doi.org/10.2307/1229039>
- D'Ignazio, C., & Klein, L. (2020). *Data feminism* [Feminismo de datos]. MIT Press.
- Flores Mérida, A. (2022). Análisis de hashtags en Twitter: uso estratégico de plataformas de #verificado19s tras los sismos de 2017 en México. *Virtualis* 13(24), 58-83.
- Goodwin, J., & Jasper, J. M. (2004). Emotional dimensions of social movements [Dimensiones emocionales de los movimientos sociales.]. En D. A. Snow, S. A. Soule & H. Kriesi (Eds.). *The Blackwell Companion on Social Movements* (pp. 413-432). Blackwell Publishing.
- Jasper, J. M. (1997). *The art of moral protest: Culture, Biography, and Creativity on Social Movements* [El arte de la protesta moral: cultura, biografía y creatividad en los movimientos sociales.]. The University of Chicago Press.
- Lagarde, M. (2006). Del femicidio al feminicidio. *Desde el jardín de Freud*, (6), 216-225. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/jardin/article/view/8343/8987>
- Loza, S. (2014). Hashtag Feminism. #SolidarityForWhiteWomen, and Other #FemFuture [Hashtag Feminismo. #SolidaridadParaLasMujeresBlancas y otros #FemFuture].

- Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, (5). <https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/26991/ada05-hash-loz-2014.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Manovich, L. (2017). *Instagram y la cultura contemporánea*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Manovich, L. (2020). *Cultural Analytics* [Análisis cultural]. MIT Press.
- Marres, N., & Weltevrede, E. (2013). "Scraping the Social? Issues in Live Social Research" [“¿Raspar lo social? Problemas en la investigación social viva”]. *Journal of cultural economy*, 6(3), 313-335.
- Mateos, C. (2018). *Análisis crítico del discurso político de la violencia de género en España (2011-2016) y Ecuador (2006-2006)* [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio académico de la Universidad Complutense de Madrid. <https://docta.ucm.es/entities/publication/c3b5b29a-48bb-43ee-9598-04631f32d539>
- Millett, K. (1995) *Política sexual*. Cátedra. (Originalmente publicado en 1970)
- Moretti, F. (2005). *Graphs, maps, trees: Abstract models for a literary history* [Gráficos, mapas, árboles: modelos abstractos para una historia literaria]. Verso.
- Morón, S. (2019). *Análisis del Proceso Tecnopolítico y de Conectividad en movimientos feministas dentro de Facebook. Caso: Ni una Menos Bolivia* [Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana]. <https://ri.iberomx/bitstream/handle/iberomx/2428/016828s.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Omena, J. J., Teixeira Rabello, E., & Goez Mintz, A. (2020). Digital Methods for Hashtag Engagement Research [Métodos digitales para la investigación de la participación de hashtags]. *Social Media + Society*, 6(3), 1-18. <https://doi.org/10.1177/2056305120940697>
- Portillo Sánchez, M., Rodríguez Cano, C.A., & Pérez Luque, C. (2021). Tecnopolítica feminista, tiendas multicampo y derrumbamiento de muros. Una etnografía en red del #8M2021 en México. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 12(22), 1-22. <http://dx.doi.org/10.32870/Pk.a12n22.719>
- Reguillo, R. (2017). *Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio*. Ned Ediciones.
- Rogers, R. (2013). *Digital Methods* [Métodos digitales]. MIT Press.
- Rogers, R. (2021). Visual media analysis for Instagram and other online platforms. *Big Data & Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20539517211022370>

- Rogers, R. (2023). *Métodos Digitales*. ITESO.
- Rovira, G. (2017). *Activismo en red y multitudes conectadas*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Rovira, G. (2018). El devenir feminista de la acción colectiva: las redes digitales y la política de prefiguración de las multitudes conectadas. *Tecnocultura* 15(2), 223-240.
- Rovira, G., & Morales i Gras, J. (2023). Femitags en las redes y en las calles. 50 hashtags del Activismo Feminista en América Latina. *Profesional de la información* 32(3), 1-18. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.may.19>
- Sued, G. E. (2020). Repertorio de técnicas digitales para la investigación con contenidos generados en redes sociodigitales. *PAAKAT: Revista de Tecnología y Sociedad*, 10(19), 1-22. <https://doi.org/10.32870/pk.a10n19.498>
- Sued, G. (2021). Métodos Digitales para estudiar la cultura y la vida digital: fotografías mexicanas en Instagram. En D. Flores-Márquez & R. Gonzáles Reyes (Coords.), *La imaginación metodológica. Coordenadas, rutas y aspectos para el estudio de la cultura digital*. Editorial Tintable.
- Toret, J. (Coord.). (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectada. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. España. Internet Interdisciplinary Institute; Universitat Oberta de Catalunya.
- Van Dijck, J. (2013). *La cultura de la conectividad*. Siglo Veintiuno Editores.

Nota: Declaro que no tengo ningún conflicto de intereses en relación con la elaboración de este artículo.

Ensayos

Agenda para la construcción de los estudios de audiencias/usuarios y recepción en un contexto de digitalización, salud y postpandemia

Agenda for building audiences/users studies and reception in the context of digitalization, health, and post-pandemic

Tomás López Ramírez¹

Resumen: Este artículo es una revisión de la literatura sobre los estudios de audiencias/usuarios y recepción en un contexto de digitalización, salud y postpandemia. El objetivo es examinar la evolución de la investigación en este campo en los últimos años y determinar si se han abordado los desafíos planteados por agendas anteriores. Para ello, se llevó a cabo una revisión de 200 artículos, utilizando una sistematización en Excel. La base de datos se encuentra disponible en *Zenodo*, ofreciendo al lector la posibilidad de acceder y consultarla. Los resultados revelan la escasez de proyectos centrados en audiencias/usuarios y recepción en el área de la comunicación sanitaria, mostrando la necesidad de redefinir diferentes elementos en el contexto digital actual.

Palabras clave: Audiencias, usuarios, comunicación y salud, postpandemia, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Abstract: This article presents a comprehensive literature review on audiences/users and reception studies within the contexts of digitization, health, and the post-pandemic era. The primary objective is to critically assess the recent evolution of research in this domain and ascertain whether it has effectively addressed the challenges posed by earlier agendas. A meticulous review of 200 articles was conducted, employing a systematic approach using Excel. The database is readily accessible on *Zenodo*, granting readers the opportunity to retrieve and consult it. The findings underscore a notable dearth of projects dedicated to audiences/users and reception within the realm of health communication, thereby emphasizing the imperative to redefine various facets within the current digital landscape.

Key words: Audiences, users, health communication, post-pandemic, Information and Communication Technology (ICT).

¹ Doctorante en Estudios Socioculturales. Departamento de Estudios Socioculturales. Universidad Autónoma de Aguascalientes. Aguascalientes, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3938-7869> - Correo electrónico: lopezramireztom@gmail.com

I. Introducción

A finales de la década pasada, se llevó a cabo un minucioso análisis acerca de la investigación de las audiencias/usuarios en la sociedad red. Este análisis fue coordinado por Das e Ytre-Ane (2017) y presentó diversos desafíos intelectuales para el estudio de este campo. Entre ellos, se destacó la necesidad de reflexionar sobre las experiencias de audiencias/usuarios fragmentadas, individualizadas e hiperconectadas, en el contexto de las tecnologías intrusivas y el desarrollo de la internet de las cosas. Asimismo, se enfatizó en la importancia de un estudio crítico y sistemático de los mecanismos de vigilancia y los riesgos a los que se enfrentan las audiencias/usuarios en la era del Big Data.

Seis años después de este exhaustivo análisis, la presente revisión de literatura busca examinar la evolución de la investigación de las audiencias en los últimos siete años y determinar si este campo ha logrado responder a los desafíos intelectuales planteados por agendas previas. Cabe destacar que la contingencia del covid-19 trastocó todas las dimensiones de la esfera social, incluyendo el ámbito académico. Por ello, surge la interrogante acerca de cómo se está investigando el fenómeno de la recepción mediática y cuáles son los retos que se vislumbran en la postpandemia para este campo.

Bajo esta tesitura, el presente trabajo aborda inicialmente los estudios de audiencias en general y, posteriormente, se centra en aquellos relacionados con la salud. La intención de esta revisión de literatura es problematizar que, en el campo de la comunicación sanitaria, los proyectos con énfasis en audiencias/usuarios y recepción son escasos y se desenvuelven en un terreno árido.

Para ello, se han revisado 200 artículos a partir de una búsqueda general (audiencias/usuarios en diferentes ámbitos) y una búsqueda específica (audiencias/usuarios en salud) mediante una sistematización de almacenamiento llevada a cabo en el programa Excel. Los resultados muestran que los desafíos que enfrentamos quienes nos dedicamos al estudio de los fenómenos mediáticos desde el polo de la recepción están atravesados por la tecnología; sin embargo, no solo se trata de construir conocimiento a partir del desarrollo tecnológico, sino de repensar y deconstruir lo que por décadas se había dado por hecho en las investigaciones previas.

Esta revisión de literatura fue una exploración de los trabajos de investigación sobre audiencias/usuarios realizados en los últimos siete años con el fin de redefinir y ajustar el proyecto de una tesis doctoral denominada, hasta el momento de la realización de este artículo, “Juventudes mexicanas y búsquedas, usos y apropiaciones de recursos digitales sobre salud mental”.

II. ¿Audiencias, usuarios o recepción? La construcción teórica de las palabras clave

En la investigación de las audiencias/usuarios, se ha debatido acerca de su clasificación y su relación con la recepción mediática. Aunque estos términos no son sinónimos,

se encuentran estrechamente vinculados, ya que la apropiación de los mensajes mediáticos requiere de un sujeto receptor. En este sentido, es necesario considerar ambos conceptos como palabras clave para ampliar el espectro de resultados en la revisión de literatura sobre este tipo de investigaciones. Martín-Barbero (1984) plantea que la recepción implica prácticas cotidianas, procesos de producción y consumos culturales que construyen las realidades mediáticas.

Además, hoy en día se debate si aquellos que utilizan internet para obtener información deben ser considerados audiencias o usuarios. En este sentido, Orozco (2010) señala que el uso de las nuevas formas de comunicación implica una transformación en el papel de las audiencias y su agencia. Ser usuario implica una diferencia cualitativa en relación con ser solo receptor, ya que conlleva una reflexión que va más allá de la simple acción. Este debate sobre la denominación audiencias/usuarios no se trata de una deconstrucción, sino de una ampliación que refleja los cambios que han surgido en la actualidad. No se ha dejado de ser audiencia para convertirse exclusivamente en usuarios, son términos complementarios que se ajustan según las conductas cognitivas que surgen por el consumo mediático.

Por lo tanto, en la revisión de literatura sobre estudios de audiencias es importante explorar no solo la recepción de medios tradicionales, sino también los estudios enfocados en los usuarios de las distintas plataformas digitales. De hecho, en esta revisión bibliográfica realizada se han registrado investigaciones empíricas que han considerado a los usuarios de estas plataformas como audiencias, lo que sugiere la necesidad de ampliar el espectro de análisis en este campo.

III. Metodología

Las palabras clave utilizadas para la localización de los artículos fueron: audiencias, usuarios, recepción, comunicación, salud, covid-19 y pandemia. Cabe mencionar que es de suma importancia tomar en cuenta que se realizaron dos tipos de búsqueda denominadas, para este trabajo, “búsqueda general” y “búsqueda específica”; la primera responde al uso de las palabras “audiencias, usuarios, recepción y comunicación” con el propósito de encontrar, de manera natural, los estudios que se han realizado en materia de recepción mediática y así, poder establecer una aproximación a las tendencias en las que se están inscribiendo dichas investigaciones, mientras que la segunda se utilizó específicamente para hallar artículos relacionados con salud y pandemia.

En esta idea, el método al cual recurre dicha exploración documental es deductivo, ya que va de lo general a lo particular, es decir, parte de abordar los estudios de audiencias de manera general para después enfocarse en los estudios relacionados con salud y pandemia; de ahí que fueran necesarios los dos tipos de búsqueda utilizados (general y específica).

Las bases de datos en las que se hizo la exploración fueron las siguientes: Redalyc, Elsevier, SAGE Journals, Scielo, Ebsco, Scopus, Dialnet y Mendeley. Así como las memorias de los congresos de estas dos organizaciones: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) y la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Con base en esta búsqueda medianamente exhaustiva se constituyó un corpus de 200 artículos, de los cuales 141 artículos pertenecen a la búsqueda general y 59 a la búsqueda específica.

Los artículos de investigación que fueron de interés para el desarrollo de este proyecto son aquellos cuya estructura presentaba hallazgos concretos de una exploración empírica, es decir, que tenían básicamente una teoría, metodología y resultados del trabajo en campo. En cuanto al periodo elegido, se optó por definir un lapso que diera cuenta de las últimas transformaciones en el ámbito digital en Latinoamérica. Para ello se recurrió al informe de la Séptima Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe coordinado por Patiño et al. (2021) de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), del cual se puede rescatar que el mayor aumento de usuarios en internet, y por lo tanto de audiencias/usuarios inmersos en el mundo digital, en los últimos 12 años, ha sido entre el 2014 y 2015 con un incremento del 6,3%. En esta idea, respondiendo al propósito contextual (digitalización y postpandemia) de esta revisión de literatura se seleccionó un periodo comprendido entre el 2015 y el 2022.

El diseño del instrumento consistió en la elaboración de una base de datos construida en Excel (BDP)² con los siguientes criterios de clasificación: año de publicación, país del banco de datos, tipo de documento, país en donde se realizó el estudio, eje temático, referencia bibliográfica, objetivo del estudio, metodología, teoría, resultados y enlace para acceder al artículo.

Con el propósito de brindar al lector la posibilidad de acceder y consultar la base de datos cuando sea requerido, se ha optado por emplear la plataforma *Zenodo*, un sitio web especializado que permite compartir archivos con un DOI (Identificador de Objeto Digital) oficial. En este caso, el DOI correspondiente al archivo que almacena los artículos analizados es: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7988305>.

IV. Resultados

IV.1. Los estudios de audiencias/usuarios y recepción desde una perspectiva geográfica

¿Quiénes están hablando en la dinámica actual de la ciencia internacional en materia de comunicación con énfasis en los estudios de audiencias/usuarios y recepción?

² A esta base de datos del proyecto a partir de ahora se la denominará “BDP”.

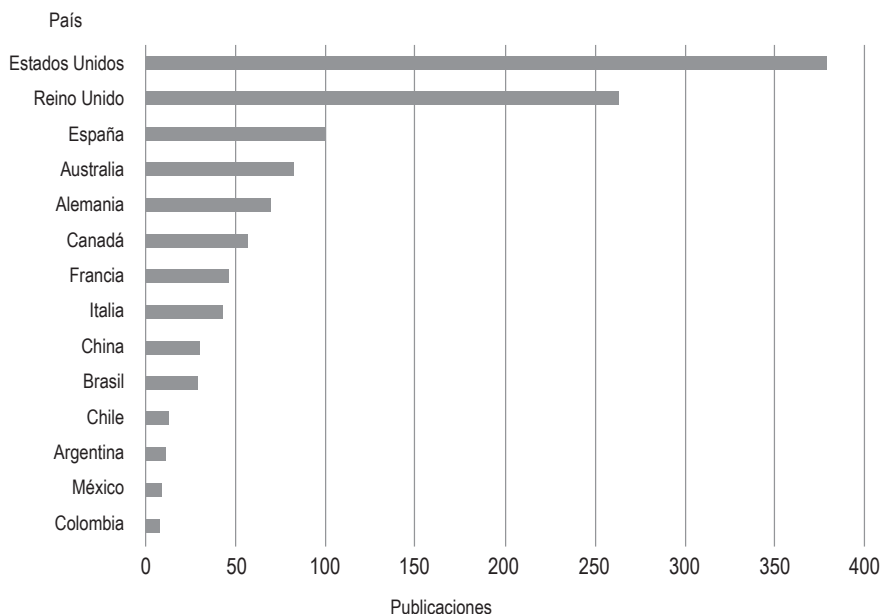
¿Cuáles son los países que se están preocupando por entender los comportamientos de las audiencias/usuarios y las formas en que estas adoptan los mensajes mediáticos contemporáneos? Los hallazgos que a continuación se presentan están basados en el banco de datos de Scopus y la BDP con el fin de hacer un mejor acercamiento a los estudios producidos por diferentes países.

Pranckuté (2021) ha denominado a Web Of Science (WOS) y Scopus como los titanes en la búsqueda de información bibliográfica del mundo académico actual, por lo que es importante situar una revisión en esta última plataforma desde un panorama geográfico para conocer los niveles de producción en el área de la investigación académica en distintos países. Sin embargo, se debe tomar en cuenta los límites de dicha búsqueda, ya que esta base de datos no representa la totalidad de los artículos publicados a nivel mundial, pero sí comparte su indexación de muchos de estos con otras como EBSCO, Elsevier y WOS. Además, debido a su calidad y alcance de cobertura, es uno de los pocos buscadores que cuenta con esta herramienta muy particular para clasificar todos los resultados por países, lo cual funciona como un punto de partida para hacer dicho acercamiento.

A continuación, se presenta una gráfica sobre la distribución de 1.648 trabajos durante el periodo seleccionado a partir de las palabras clave: audiencias/usuarios y recepción. Se eligieron los principales países con mayor producción en Scopus; no obstante, ninguno de los países de Latinoamérica figuraba en los primeros lugares por lo que, con el fin de realizar un análisis más profundo, se incluyeron los más destacados en este ámbito según SCImago³ (2021).

³ SCImago es una plataforma que publica indicadores sobre el impacto y la calidad de la producción científica de Scopus de Elsevier.

Figura 1
Estudios de audiencias/usuarios y recepción en 14 países según Scopus



Nota. Los datos fueron extraídos de Scopus en mayo de 2023.

Si bien es cierto que al seleccionar 14 países el número de artículos se reduce, del total de 78 regiones que abarcó la búsqueda de esta base de datos (Scopus), la mayoría se concentra solo en diez de estos, existiendo una distribución mínima en 68 territorios, como es el caso de los países latinoamericanos.

Ahora bien, el contraste es evidente entre los países considerados desarrollados y los que están en vías de desarrollo. Sin embargo, aun cuando la producción es menor (en gran parte por los límites de Scopus), se deja entrever un interés en el estudio de las audiencias a nivel global, situación que representa un indicio para afirmar que el tema es parte de la agenda de la investigación en ciencias de la comunicación.

Por otro lado, tomando en cuenta la BDP, también es importante considerar que en muchas ocasiones las publicaciones se realizan en diferentes lugares en los que se llevó a cabo el trabajo de campo. Por ejemplo, en la BDP era común encontrarse con publicaciones de Estados Unidos cuyas unidades de observación se encontraban en territorios australianos o latinoamericanos, lo cual es un reflejo de la inversión que cada nación hace en materia de divulgación científica. Además, se pudo detectar que el 76% de las metodologías novedosas⁴ registradas en la BDP que se han implementado

4 En este estudio se entiende por “metodologías novedosas” a aquellas formas de estudiar a las audiencias cuya relación con el desarrollo de los medios digitales es muy cercana.

en los últimos 7 años para el análisis de las audiencias pertenece a publicaciones en revistas de países como Estados Unidos, Australia, China y Alemania.

Lo anterior es una muestra del largo camino que queda por recorrer en Latinoamérica en cuanto a la investigación sobre la forma en que la ciudadanía interpreta sus realidades a partir de los mensajes mediáticos que consume. Por ello es importante continuar construyendo vías que contribuyan a la reflexión acerca de las motivaciones, relacionadas a los medios de comunicación, que impulsan a la acción.

IV.2. Los ejes temáticos

La búsqueda de artículos a partir de las palabras clave: audiencias, usuarios, recepción, pandemia, covid-19, comunicación y salud, permitieron hacer una aproximación a las líneas temáticas que están abordando los investigadores de la comunicación con énfasis en el estudio de las audiencias/usuarios y la recepción.

Como se mencionó anteriormente, se establecieron dos tipos de búsqueda: general y específica. En la siguiente tabla, se presentan los resultados de los estudios encontrados de manera general al buscar artículos sobre la recepción mediática en los diferentes tipos de audiencias/usuarios, pero también se incluyen los resultados de la búsqueda específica con el fin de que se entienda que de los 200 trabajos que constituyen el corpus, 59 de estos responden a una construcción intencional y no definen ninguna de las tendencias que se narran a continuación, por lo que las proporciones corresponden al total de la búsqueda general, que son 141 artículos.

Tabla 1
Ejes temáticos de la agenda para los estudios de audiencias y recepción

Eje temático	Publicaciones
Audiencias/usuarios en redes sociales	29
Audiencias/usuarios y cine	19
Audiencias/usuarios y género	8
Audiencias/usuarios y noticias	17
Audiencias/usuarios y páginas web	4
Audiencias/usuarios y política mediática	2
Audiencias/usuarios y programas de televisión (telenovelas, unitarios dramáticos y <i>talk shows</i>)	26
Audiencias/usuarios y series	17
Audiencias/usuarios y salud (búsqueda general)	14
Audiencias/usuarios y salud (búsqueda específica)	59
Otros	5
Total general	200

Nota. Elaboración propia.

En la tabla 1, se puede apreciar que existe un claro interés por la investigación científica de las audiencias/usuarios en las redes sociales, siendo esta la tendencia dominante que abarca el 21% del total (141) de los trabajos tabulados. Es importante destacar que este interés es especialmente notable en países como Estados Unidos y Reino Unido, lo cual se alinea con la premisa inicial de la revolución digital que se está experimentando en la actualidad. Sin embargo, surge la pregunta acerca de si este interés por generar conocimiento es suficiente para mantenerse al ritmo de los avances tecnológicos digitales y promover una reflexión teórica que dé contexto a los conocimientos generados por estas investigaciones.

Por otra parte, aun cuando este desarrollo digital pareciera eclipsar a los formatos tradicionales, resulta interesante identificar que la línea “*Audiencias y programas de televisión (telenovelas, unitarios y talk shows)*” continúa siendo un objeto de investigación predominante en el trabajo sobre la construcción de las realidades a partir de los mensajes mediáticos. Lo anterior indica que, aunque muchas personas han dejado atrás estos formatos, sigue prevaleciendo un número importante que recurre a los medios tradicionales o al uso de los multimedios (ser audiencia y ser usuario a la vez) y, por lo tanto, las investigaciones alrededor de este fenómeno permanecen vigentes (Briandana et al., 2020; Gamon, 2022; Graefer & Das, 2020; Khoshsaligheh et al., 2019; Zuninno & Focás, 2021).

También se pudo encontrar una tendencia creciente en los últimos siete años con respecto al análisis de la recepción de las series que, como pudo observarse en la BDP, la mayoría se encuentran en las plataformas de streaming (Acedo et al., 2018; Espinoza, 2021; Yilmazer & Aşık, 2021). Además, la construcción teórica sobre la manera en que las audiencias/usuarios se apropian de los discursos periodísticos (audiencias y noticias) se ha mantenido estable hasta la actualidad (Haw & Cover, 2020; Sixto-García et al., 2022).

Finalmente, y en gran parte por el contexto de la pandemia de covid-19, los estudios sobre audiencias/usuarios, recepción y salud han comenzado a sobresalir durante el periodo elegido, situándose como un eje temático importante pero árido de la investigación en comunicación con énfasis en estos tópicos.

IV.3. El contexto de la digitalización: legitimando nuevas metodologías

La expresión “nuevas metodologías” hace alusión a los nuevos escenarios en los que se puede recolectar la información para el estudio de las audiencias/usuarios hoy en día. De ninguna manera se trata de una relación entre los paradigmas epistemológicos y la producción del conocimiento sino más bien de los lugares emergentes en los que el ser audiencia y usuario ha cobrado mayor relevancia en la actualidad, como es el caso de las redes sociales virtuales o las plataformas digitales, y cuya labor de los investigadores ha sido adoptar técnicas de rastreo digital para el análisis de la recepción mediática.

Uno de los escenarios digitales al que han recurrido diferentes estudiosos del tema es Twitter. A continuación, se citan algunos ejemplos más destacados e interesantes de la BDP. Halpin et al. (2021) realizaron un estudio sobre el compromiso de la gente con los grupos de defensa en distintas partes del mundo a través de esta red social mediante una combinación de encuestas y rastreo digital que les permitieran conocer los niveles de interacción con estos grupos. Para ello, dieron seguimiento a una serie de publicaciones y las respuestas obtenidas; sus resultados les permitieron conocer que quienes interactúan con ellos no siempre son los públicos objetivos a los que desean llegar. Otro ejemplo se encuentra en el trabajo de Van Der Bom et al. (2018), quienes constituyeron un corpus de 11,623 tweets para analizar cualitativamente la respuesta inmediata de las audiencias en vivo de un programa de televisión llamado “*Benefits Street*”, utilizando como motores de búsqueda los hashtags #BenefitsStreet y #BenefitStreet.

Por otra parte, Facebook (FB) también se ha convertido en un punto de interés para los investigadores. En FB la participación de las audiencias/usuarios se encuentra definida por los comentarios que pueden realizar o los grupos que pueden conformar en esta plataforma. Lacalle Zalduendo & Gómez Morales (2017), por ejemplo, combinaron grupos de discusión como técnica de investigación y grupos constituidos en FB para describir la ficción televisiva en España; mientras que Onoja et al. (2022) analizaron directamente los comentarios en FB sobre la percepción de los nigerianos acerca de los conflictos entre agricultores y pastores, los autores encontraron que los usuarios expresan el dominio social contra la etnia Fulani en sus discursos. Finalmente, uno de los trabajos de la BDP en los que se utilizó una herramienta de software más sofisticada es el realizado por Inzunza (2018), sobre la recepción de la serie *House Of Cards*, a través de la aplicación Netvizz, la cual le permitió descargar las publicaciones de *House of Cards Latinoamérica*, las reacciones, los comentarios, el origen de esos comentarios, entre otros metadatos con los que pudo identificar empatías de tipo cognitivo y emotivo, puesto que hubo usuarios capaces de entender a través de las emociones y perspectivas de los personajes las publicaciones y escenas de la narrativa.

En cuanto a YouTube (YT), otra de las redes sociales más populares en la actualidad, se pueden rescatar los trabajos de Weij & Berkers (2019) y Rosenbusch et al. (2019) quienes, en sus respectivas investigaciones, recopilaron los comentarios de videos publicados en YT para analizar y medir las emociones expresadas en dichos textos; para ello, los segundos recurrieron al léxico de emociones del Consejo Nacional de Investigación y así responder a la pregunta: “¿por qué los usuarios conectados en las redes sociales en línea expresan emociones similares?”. Sus resultados muestran que las emociones a nivel de video y canal influyen de manera independiente en las emociones de la audiencia, lo que proporciona evidencia de los efectos de contagio y homofilia.

Otra de las metodologías emergentes de la década pasada y que actualmente ha comenzado a ganar terreno en el ámbito de la investigación en comunicación es la etnografía digital o netnografía. Algunos de los artículos de la BDP que recurrieron a esta técnica son aquellos elaborados por Chung (2015) y Yousaf & Xiucheng (2020), los cuales, a pesar de abordar contenidos diferentes, exploraron los comportamientos en distintos espacios digitales para explicar las culturas que expresan las audiencias/usuarios a partir de los contenidos que publican o comparten.

Como se pudo observar, las humanidades digitales han sido objeto de estudio de los investigadores en los últimos años, razón por la que han tenido que implementar nuevas estrategias para la recolección de información en este tipo de escenarios donde los datos suelen ser abundantes, de un origen cuya identidad en ocasiones se desconoce y percibidos por diversas comunidades científico sociales como pocos confiables.

En esta idea, surge la expresión “legitimando nuevas metodologías” puesto que, a lo largo de este recorrido medianamente exhaustivo, se ha podido demostrar que hay una tendencia importante sobre el análisis de lo que está en el mundo digital y la forma en que esto influye en la construcción de las distintas realidades que definen el entorno sociocultural de las personas. De manera que se vuelve importante el reconocer y divulgar las técnicas emergentes que se están implementando en el estudio de las audiencias y recepción alrededor del mundo.

IV.4. El contexto de la salud: la comunicación sanitaria desde el polo de la recepción

Los 73 trabajos⁵ inscritos en la línea temática “*audiencias/usuarios y salud*” son el resultado de una búsqueda minuciosa en las diferentes bases de datos y memorias de congresos. En esta exploración, se pudo observar que las investigaciones enmarcadas en el área de la comunicación y salud son, en su mayoría, análisis de los contenidos comunicativos (producción), situación que complicó la constitución del presente corpus, pero que también reveló que el terreno de los estudios de audiencias/usuarios y recepción en el ámbito de la comunicación y salud aún son parte de un terreno árido.

En la tabla 2, se muestra la distribución de los estudios empíricos hallados. El propósito de la tabulación no es aproximarse a la construcción de tendencias, sino más bien revelar tres puntos importantes: los rubros de la salud pública en los que se han enfocado los estudiosos del tema, las metodologías que se han utilizado, así como los resultados que han obtenido. Lo anterior se realiza con el fin de encontrar los aportes y desafíos que sean de utilidad para futuros proyectos.

Tabla 2
Estudios de audiencias y recepción enfocados en la salud

Rubros de la salud pública	Publicaciones
Salud en general (estilos de vida, información en salud, etc.)	31
Covid-19/Pandemia	15
Salud con énfasis en enfermedades crónico degenerativas	10
Educación y promoción de la salud	7
Adicciones	4
Nutrición	2
Discapacidades o capacidades diferentes	2
Salud mental	1
Salud y contaminación ambiental	1
Total	73

Fuente: elaboración propia.

El área de la comunicación y salud abarca diversos tipos de problemáticas sanitarias. Esta característica la sitúa como una especialidad con un amplio espectro dentro del rubro de la salud pública. Como se puede observar en la tabla, los temas con los que está relacionada son muy diversos, tales como: estilos de vida saludable, información, educación y promoción de la salud, contingencias sanitarias, adicciones, enfermedades crónico degenerativas, nutrición, discapacidades, salud mental e incluso salud y contaminación ambiental. Es decir, algunos proyectos se inscriben directamente en ciertos padecimientos concretos como el cáncer o el VIH, por mencionar dos ejemplos, mientras que otros abordan elementos importantes que deben mejorarse en cuestión de cómo comunicar la salud en general.

De acuerdo con la BDP, en los últimos siete años, las investigaciones se han interesado por generar aportes sobre los significados de salud-enfermedad; algunas otras han diseñado experimentos para descubrir los aspectos que aportan valor de persuasión a los mensajes de salud; también destacan aquellos estudios que están inclinados hacia lo tradicional, como la promoción de estilos de vida saludable. Además, el contexto de la digitalización ha despertado un gran interés en el uso de la internet como un eje importante en el desarrollo de la salud colectiva cuya pregunta común en todos estos es: ¿cómo busca información en salud la sociedad del siglo XXI? Por ejemplo, Sassenberg & Greving (2016) mostraron que la búsqueda en internet sobre enfermedades provoca una percepción positiva de la propia salud cuando la gravedad de la afección es alta. Otro ejemplo es el estudio de Dibb (2019), en el que buscó determinar de qué manera las personas que usan Facebook interpretan la información de comparación que ven en esta red social y si esto está asociado con las percepciones de salud física; sus resultados le permitieron aprobar dicha hipótesis.

Otro de los proyectos que resulta interesante es el de Myrick & Chen (2022) sobre el efecto Schadenfreude⁶ en la dinámica de las noticias que tienen que ver con salud-enfermedad. Los autores sostienen, a partir de los hallazgos de su investigación, que las audiencias/usuarios muestran cierto placer después de ver las noticias de enfermedades anunciadas por distintos personajes públicos, en particular, funcionarios de gobierno. Si bien el concepto de Schadenfreude no es nuevo, su uso en el rubro de la comunicación de la salud pública no es tan común, por lo que esta podría ser una oportunidad para aportar a la reflexión acerca de la forma en que construimos relaciones de empatía con los demás.

Siguiendo la línea anterior acerca de los sujetos informados, Lipsey & Shepperd (2019) proponen el concepto de “audiencias poderosas” para referirse a aquellos receptores que evaden información en salud para disminuir o controlar su riesgo, o bien, no enfrentarse a situaciones de crisis frente a la sobreinformación o desinformación, hecho que, para los autores se puede convertir en un arma de doble filo.

En esta revisión de la literatura también se han registrado trabajos relacionados con el uso de las terminologías con las que se habla de afecciones como el cáncer, el VIH o las discapacidades y que, como se puede observar en el trabajo de Pullen et al. (2020) en muchas ocasiones aún se continúan utilizando de una manera en la que se sigue contribuyendo a la construcción de estereotipos sobre estos estados de salud.

Con respecto a las herramientas metodológicas de estos 73 estudios, se resaltan los siguientes hallazgos: el 77% de los investigadores recurren a las encuestas o grupos focales como técnica de recolección de datos; USA, Australia, Reino Unido y Sudáfrica son los países que hacen uso de los experimentos de medición en la recepción de mensajes de salud y estudios longitudinales; solo cuatro estudios tienen una orientación mixta en su metodología. Esto último, sin duda, resulta importante por el poco interés que hay, al menos en este corpus, en enriquecer los resultados no solo desde un cuánto o un cómo, sino de una interacción entre múltiples posibles preguntas sobre un mismo fenómeno.

En cuanto a las teorías que fundamentan las investigaciones y que son pertinentes para el establecimiento de una agenda de los estudios de audiencias en un contexto de digitalización y postpandemia, se pueden destacar aquellas con un enfoque sociocultural de la comunicación como el modelo de creencias en salud, por citar un ejemplo. O bien, las relacionadas a la comunicación hipermedia, tales como: teoría de la gestión de la información motivada, la nueva sanidad y los nuevos pacientes en la web 2.0, alfabetización de la salud, tecnologías de la información y la comunicación en el sector salud y el Modelo Integral de Búsqueda de Información (CMIS) de David Johnson.

⁶ También conocido como el placer que alguien experimenta al ver el dolor de otra persona.

Finalmente, se registraron 15 estudios de audiencias y recepción sobre la pandemia de covid-19, lo que representa un 10% del total de los trabajos inscritos en el marco de la salud y postpandemia, lo cual es un indicio, por un lado, de que el tema está comenzando a ganar terreno, y por otro, que los esfuerzos se están destinando al análisis de los contenidos emitidos durante la contingencia y poco se ha dicho acerca de lo que las audiencias/usuarios hicieron con estas grandes cantidades de información, no solo referente al virus sino también en torno a los aspectos de salubridad en general que evidenció y despertó la emergencia sanitaria.

Los 15 trabajos anotados en la BDP que hablan acerca de la recepción de información sobre los contenidos con relación a la pandemia de covid-19 han abarcado los siguientes temas: Percepciones, miedos y riesgos, Medios de información, Autoridades políticas y redes sociales, Creencias de pandemia, Representaciones sociales, Antivacunas y vacunas, Percepción de fuentes gubernamentales, Mensajes institucionales del vocero de salud pública, Medios de obtención de información y Búsqueda de información sobre otras enfermedades en contexto de pandemia (Fernandes et al., 2021; Garcés-Prettel et al., 2021;; Márquez et al., 2021; Muñiz & Corduneanu, 2020; Paredes et al., 2022; Weerakoon et al., 2022; Wheatley, 2022).

Los estudios sobre audiencias/usuarios, recepción y pandemia revelan que la contingencia sanitaria trastocó todos los aspectos de nuestra vida cotidiana y evidenció que en términos de comunicación y salud aún falta un arduo camino que construir, ya que, además de que las creencias sigan siendo una parte fundamental del desarrollo de la salud pública, las nuevas tecnologías vuelven urgente y necesaria la alfabetización mediática, digital y en salud.

IV.5. Caminos de conocimiento en la era tecnológica: retos y repensamientos

En la era tecnológica actual, los avances y desarrollos científicos plantean retos significativos a la construcción del conocimiento. La revisión de literatura realizada ha permitido analizar los caminos trazados por las investigaciones previas y reflexionar sobre las implicaciones teóricas y prácticas de estos hallazgos. Los resultados obtenidos generan importantes interrogantes y destacan la necesidad de repensar los procesos de investigación y el papel de la tecnología en la generación y aplicación del conocimiento.

Desde una perspectiva teórica, Castells (2014) y Fuchs (2018) han reflexionado sobre el impacto de la tecnología en la sociedad y en los procesos de producción y distribución del conocimiento. Según Castells, vivimos en una “sociedad red” donde las TIC han reconfigurado las estructuras sociales y han generado nuevos desafíos en la construcción del conocimiento. Fuchs, por su parte, resalta la importancia de analizar críticamente las implicaciones de la tecnología en la generación de conocimiento y argumenta que el acceso a la información no garantiza una comprensión profunda ni una evaluación crítica de la misma.

La revisión de literatura realizada revela una serie de hallazgos y tendencias significativas en el ámbito de la comunicación y la salud, que plantean desafíos y oportunidades en la era tecnológica. Los estudios revisados han demostrado que el impacto de las redes sociales y las plataformas digitales en la recepción comunicativa y la toma de decisiones en salud es innegable (Greenhalgh et al., 2020; Laranjo et al., 2015). Estos avances tecnológicos han transformado radicalmente la forma en que las personas acceden, interpretan y comparten información relacionada con su bienestar.

Sin embargo, la revisión de literatura también revela la necesidad de repensar los enfoques teóricos tradicionales en el estudio de la comunicación y la salud en el contexto digital. Autores como Castells (2014) y Jenkins (2016) señalan la importancia de comprender las redes de indignación y esperanza en la era de internet, así como la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Estos marcos teóricos proporcionan una base crítica para examinar las dinámicas emergentes de participación, desinformación y empoderamiento en la comunicación de la salud.

Es fundamental reconocer que la incorporación de las nuevas tecnologías en la comunicación de la salud plantea desafíos éticos, regulatorios y metodológicos que requieren una atención rigurosa. Couldry (2018) y Fuchs (2018) han subrayado la necesidad de una perspectiva crítica en la comprensión de los medios sociales y su influencia en los comportamientos de salud. Estas reflexiones invitan a cuestionar las implicaciones sociales, políticas y económicas de la digitalización de la comunicación en el campo de la salud.

Los estudios revisados destacan la relevancia de los avances tecnológicos en la comunicación de la salud, pero también revelan la importancia de repensar y reevaluar los marcos teóricos existentes en el contexto de la era tecnológica. La comprensión crítica de los caminos de construcción de conocimiento en este campo es fundamental para abordar los retos y aprovechar las oportunidades que la tecnología ofrece en la promoción de la salud y el bienestar de todas las personas.

IV.6. Entonces, ¿cuál podría ser la guía en el contexto de la postpandemia?

Morales-Camacho (2021) sostiene que en la era de la postpandemia se debe reflexionar acerca de la forma en que estamos construyendo el conocimiento para el entendimiento humano. En el caso de la investigación de las audiencias/usuarios existen muchas aristas sobre las cuales debería centrarse la atención de los investigadores; sin embargo, para el desarrollo de este trabajo se mencionan cuatro aspectos importantes que pueden funcionar como guía para la postpandemia.

Se ha visto que las tendencias actuales se inscriben principalmente en la participación de las audiencias/usuarios en las redes sociales, generando un fenómeno al que se le ha denominado en este artículo “legitimando nuevas metodologías”; en este sentido,

es un momento importante en la historia de la investigación en comunicación en el que es necesario promover la imaginación metodológica sin olvidar la rigurosidad, y pensar en la colaboración como un aspecto necesario en la investigación actual.

Con base en la búsqueda general, se pudo corroborar que el terreno de los estudios de audiencias y recepción en salud aún son parte de un terreno árido, de manera que se vuelve importante invitar a quienes investigan en el campo de las audiencias y recepción a regresar a ver esta línea de investigación como un rubro importante en los problemas de salud pública.

Los estudios que se registraron revelan que hay una búsqueda activa de información por parte de los usuarios; no obstante, pocos estudian la recepción de esta información que las personas eligen o deciden consumir. Es decir, ¿a qué caminos los está dirigiendo esta gestión de información motivada? En este orden de ideas, se vuelve importante continuar generando conocimiento sobre los modos de obtención de información y los sentidos que adquieren estas prácticas en la manera en que viven sus problemas de salud.

En la tabla 3, se enlistan los siguientes retos y repensamientos que pueden funcionar como una guía para quienes nos dedicamos a la investigación de los fenómenos mediáticos desde el polo de la recepción.

Tabla 3

Retos y repensamientos en los estudios de audiencias/usuarios en el contexto de la postpandemia

Área de oportunidad	Retos y repensamientos
Cambios en los patrones de consumo de medios	Fragmentación de audiencias en plataformas digitales
	Mayor diversidad de canales y contenidos
	Necesidad de comprender los nuevos hábitos de consumo
Desafíos metodológicos	Incorporación de enfoques mixtos y multimodales
	Uso de análisis de big data y minería de datos
	Adaptación de técnicas tradicionales de investigación a entornos digitales
Privacidad y ética en la investigación	Protección de datos personales y confidencialidad
	Consideración de la privacidad de las audiencias y usuarios
	Darles voz a las audiencias/usuarios detrás de los algoritmos
Nuevas formas de participación y engagement	Promoción de la participación de las audiencias y usuarios
	Comunidades digitales
	Búsqueda de información en salud por parte de las audiencias/usuarios
Intersecciones entre la salud y la comunicación	Estudio de la recepción de información sobre salud en entornos digitales
	Análisis de la influencia de las redes sociales en las decisiones de salud
	Exploración de las barreras y facilitadores en la comunicación de la salud
Impacto de la desinformación y fake news	Identificación de noticias falsas y contenido engañoso
	Estudio de las consecuencias de la desinformación en la salud pública
	Desarrollo de estrategias para contrarrestar la propagación de la desinformación

Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla 3, en el contexto de la digitalización y la postpandemia, los estudios de audiencias y usuarios enfrentan retos significativos que requieren un enfoque crítico y flexible. Los cambios en los patrones de consumo de medios, marcados por la fragmentación de audiencias en plataformas digitales y la diversidad de canales y contenidos, plantean la necesidad de repensar los enfoques tradicionales de investigación. Los métodos mixtos y multimodales, el análisis de big data y la adaptación de técnicas de investigación se vuelven esenciales para comprender la complejidad de las audiencias/usuarios en este nuevo contexto.

V. Conclusiones

La reflexión acerca del impacto de las tecnologías en la configuración simbólica de las culturas emergentes continúa siendo un tema de vital importancia para el análisis de las audiencias/usuarios. La discusión acerca de si son audiencias, usuarios o audiencias/usuarios sigue presente en la literatura y debe ser abordada en el contexto de la complejidad del fenómeno comunicativo actual. En este sentido, la revisión sistemática de estudios en este campo revela que la digitalización ha sido un tema recurrente en más del 70% de las investigaciones analizadas de la última década.

Esta exploración bibliográfica ha permitido conocer que los desafíos intelectuales propuestos por Das (2017) en el decenio anterior han sido parte de la investigación en este campo, ya que la digitalización ha estado presente en más del 70% de los estudios analizados. Sin embargo, frente a la contingencia sanitaria, los retos deben redefinirse y algunos, incluso, construirse desde cero, ya que nos encontramos en un escenario de constantes transformaciones.

Por lo tanto, es necesario incrementar los esfuerzos para generar conocimiento sobre las audiencias/usuarios en relación con la comunicación sanitaria, con el fin de comprender mejor la cultura de la salud en el contexto de las nuevas tecnologías. La pandemia ha dejado en claro la importancia de la información en las decisiones que toman las personas con respecto a su salud; no obstante, el acceso libre a grandes cantidades de información en línea plantea interrogantes sobre la calidad de la información que las personas están consumiendo y las direcciones a las que estas los están llevando.

En este orden de ideas, cobra importancia que continuemos explorando la relación entre las audiencias/usuarios y las nuevas tecnologías en el contexto actual, prestando especial atención al papel de estas en la construcción de su identidad y en el consumo de información relacionada con la salud. Solo así podremos entender las complejas dinámicas que están surgiendo en este campo y diseñar estrategias eficaces para abordar los desafíos que se presentan hoy en día.

VI. Referencias

- Acedo, B. E. I., Cázare, P. M. R., Cuevas, M. F., & Rodríguez, L. F. R. (2018). Percepciones de realismo en Black Mirror: Estudio de recepción en audiencias mexicanas. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 15(29). <https://doi.org/10.55738/alaic.v15i29.488>
- Briandana, R., Sofian, M. R., & Azmawati, A. A. (2018). Pay Tvs and Audience Reception: Intercultural Responses to K-Drama on Indonesian Audience [Televisores de pago y recepción del público: respuestas interculturales al K-Drama en el público indonesio]. *International Journal of Communication Research*, 8(4), 285-293.
- Castells, M. (2014). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza Editorial.
- Chung, J. E. (2015). Antismoking campaign videos on YouTube and audience response: Application of social media assessment metrics [Vídeos de campaña antitabaco en YouTube y respuesta de la audiencia: aplicación de métricas de evaluación de redes sociales]. *Computers in Human Behavior*, 51, 114-121. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.061>
- Couldry, N. (2018). *Media, society, world: Social theory and digital media practice* [Medios, sociedad, mundo: teoría social y práctica de los medios digitales]. Polity.
- Das, R., & Ytre-Arne, B. (2017). *Audiences, towards 2030. Priorities for audience analysis* [Audiencias, hacia 2030. Prioridades para el análisis de audiencias]. University of Surrey.
- Dibb, B. (2019). Uso de las redes sociales y percepciones de la salud física. *Heliyon*, 5(1). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2018.e00989>
- Espinoza, A. H. (2021). Fans y fanfictions, prácticas de lectura, apropiación y producción analizadas desde la estética de la recepción: el caso de Juego de tronos y Canción de hielo y fuego. *Desde el Sur*, 13(1). <http://dx.doi.org/10.21142/des-1301-2021-0003>
- Fernandes, S., Nascimento, M., Chagas, J., Angelo, J., Rocha, A., & Souza, V. (2021). Facebook e pandemia da COVID-19: Um estudo sobre o compartilhamento de crenças online [Facebook y la pandemia de COVID-19: un estudio sobre cómo compartir creencias en línea]. *New Trends in Qualitative Research*, 8, 78-87. <https://doi.org/10.36367/ntqr.8.2021.78-87>
- Fuchs, C. (2018). *Social media: A critical introduction* [Redes sociales: una introducción crítica] (2.ª ed.). Sage.
- Gamon, T. (2022). Sus cuerpos son nuestro futuro: el compromiso de los hombres

- vietnamitas con los dramas televisivos coreanos como una tecnología del yo. *Revisión de estudios asiáticos*, 1-19. <https://doi-org.dibpxy.uaa.mx/10.1080/10357823.2022.2098924>
- Garcés-Prettel, M., Navarro-Díaz, L. R., Jaramillo-Echeverri, L. G., & Santoya-Montes, Y. (2021). Representaciones sociales de la recepción mediática durante la cuarentena por la COVID-19 en Colombia: entre mensajes y significados. *Cadernos de Saúde Pública*, 37. <https://doi.org/10.1590/0102-311X00203520>
- Graefer, A., & Das, R. (2020). Hacia un enfoque contextual: Audiencias, televisión y humor 'ofensivo'. *Revista Europea de Estudios Culturales*, 23(2), 149-164. <https://doi.org/10.1177/1367549417742014>
- Greenhalgh, T., Wherton, J., Shaw, S., & Morrison, C. (2020). Video consultations for covid-19 [Videoconsultas por covid-19]. *Bmj*, (368). <https://doi.org/10.1136/bmj.m998>
- Halpin, D. R., Fraussen, B., & Ackland, R. (2021). Which Audiences Engage with Advocacy Groups on Twitter? Explaining the Online Engagement of Elite, Peer, and Mass Audiences with Advocacy Groups [¿Qué audiencias interactúan con los grupos de defensa en Twitter? Explicación de la interacción en línea de audiencias de élite, pares y masas con grupos de defensa]. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 50(4), 842-865. <https://doi.org/10.1177/0899764020979818>
- Haw, A., Fozdar, F., & Cover, R. (2020). Resistencia a la deshumanización de los solicitantes de asilo en la esfera pública mediada de Australia: una perspectiva de la audiencia. *Medios. Cultura y Sociedad*, 42(6), 898-914.
- Inzunza, A. B. (2018). *Recepción de House of Cards a través de sus seguidores en Facebook* [Ponencia]. XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, San Pedro, Costa Rica.
- Jenkins, H. (2016). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Khoshsaligheh, M., Ameri, S., Khajepoor, B., & Shokoohmand, F. (2019). Amateur subtitling in a dubbing country: The reception of Iranian audience [Subtitulado amateur en un país de doblaje: la acogida del público iraní]. *Observatorio (OBS*)*, 13(3). <https://doi.org/10.15847/OBSOBS13320191439>
- Lacalle Zalduendo, C., & Gómez Morales, B. (2017). La recepción televisiva española en la era multipantalla. *Comunicación y Sociedad*, (30), 197-216.
- Laranjo, L., Arguel, A., Neves, A. L., Gallagher, A. M., Kaplan, R., Mortimer, N., Mendes, G. A., & Lau, A. Y. (2015). The influence of social networking sites on health

- behavior change: a systematic review and meta-analysis [La influencia de los sitios de redes sociales en el cambio de comportamiento en materia de salud: una revisión sistemática y un metanálisis]. *Journal of the American Medical Informatics Association*, 22(1), 243-256. <https://doi.org/10.1136/amiajnl-2014-002841>
- Lipsey, N. P., & Shepperd, J. A. (2019). El papel de las audiencias poderosas en la evasión de la información sobre salud. *Ciencias Sociales y Medicina*, 220, 430-439. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2018.11.037>
- Martín-Barbero, J. (1984). De la Comunicación a la Cultura. Perder el "objeto" para ganar el proceso. *Signo y pensamiento*, 3(5), 17-24.
- Márquez, A. E., Calleja, C. I. R., & Quezada, R. M. H. (2021). La crisis institucional del SARS-CoV-2 en México: percepciones y representaciones sociales. *Razón y Palabra*, 25(112), 72-95. <https://doi.org/10.26807/rp.v25i112.1844>
- Morales-Camacho, M. F. (2021). 2021: ¿El inicio de la postpandemia? *Relaciones Internacionales*, 94(1). <https://orcid.org/0000-0002-7823-9308>
- Muñiz, C., & Corduneanu, V. I. (2020). Percepción de riesgo y consumo mediático durante el inicio de la pandemia de COVID-19 en México. *Más poder local*, (41), 44-47.
- Myrick, J. G., & Chen, J. (2022). Schadenfreude después de ver las noticias: cómo responde el público a la cobertura mediática de los partisanos que revelan enfermedades. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(1), 135-155. <https://doi.org/10.1177/10776990211008534>
- Onoja, I. B., Bebenimibo, P., & Onoja, N. M. (2022). Critical Discourse Analysis of Online Audiences' Comments: Insights From The Channels TV's Facebook Audiences' Comments On Farmers-Herders Conflicts News Stories in Nigeria [Análisis crítico del discurso de los comentarios de las audiencias en línea: información de los comentarios de las audiencias de Facebook de los canales de televisión sobre las noticias sobre conflictos entre agricultores y pastores en Nigeria]. *SAGE Open*, 12(3). <https://doi.org/10.1177/21582440221119470>
- Orozco, G. (2010). Múltiples maneras de estar en lo comunicativo: espectadores, audiencias y usuarios. *Comunicación: estudios venezolanos de comunicación*, (151), 27-32.
- Paredes, J. L., Navarro, R., Andrade-Piedra, J. L., Hinostroza, N., Echevarría, J., & Webb, C. (2022). Conocimientos, actitudes y percepción sobre el rol de los medios de comunicación respecto a la COVID-19 en estudiantes de Medicina de una universidad peruana. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 39(1), 70-76. <http://dx.doi.org/10.17843/rpmpesp.2022.391.9702>

- Patiño, A., Poveda, L., & Rojas, F. (2021). *Datos y hechos sobre la transformación digital*. CEPAL.
- Pranckutė, R. (2021). Web of Science (WoS) and Scopus: The titans of bibliographic information in today's academic world [Web of Science (WoS) y Scopus: los titanes de la información bibliográfica en el mundo académico actual]. *Publications*, 9(1), 12. <https://doi.org/10.3390/publications9010012>
- Pullen, E., Jackson, D., & Silk, M. (2020). Observando la discapacidad: percepciones de la audiencia del Reino Unido sobre los Juegos Paralímpicos, la igualdad y el cambio social. *Revista Europea de Comunicación*, 35(5), 469-483. <https://doi.org/10.1177/0267323120909290>
- Rosenbusch, H., Evans, A. M., & Zeelenberg, M. (2019). Transferencia de emociones multinivel en YouTube: desenredando los efectos del contagio emocional y la homofilia en las audiencias de video. *Ciencias de la personalidad y la psicología social*, 10(8), 1028-1035. <https://doi.org/10.1177/1948550618820309>
- Sassenberg, K., & Greving, H. (2016). La búsqueda en Internet sobre enfermedades provoca una percepción positiva de la propia salud cuando la gravedad de la enfermedad es alta: un estudio de cuestionario longitudinal. *Revista de investigación médica en Internet*, 18(3). <https://doi.org/10.2196/jmir.5140>
- Sixto-García, J., Silva-Rodríguez, A., Rodríguez-Vázquez, A. I., & López-García, X. (2022). Redefining journalism narratives, distribution strategies, and user involvement based on innovation in digital native media [Redefiniendo las narrativas periodísticas, las estrategias de distribución y la participación de los usuarios a partir de la innovación en los medios nativos digitales]. *Journalism*, 24(6), 1322-1341. <https://doi.org/10.1177/14648849211062766>
- Van Der Bom, I., Paterson, L. L., Peplow, D., & Grainger, K. (2018). 'It's not the fact they claim benefits but their useless, lazy, drug taking lifestyles we despise': Analysing audience responses to Benefits Street using live tweets ["Lo que despreciamos no es el hecho de que reclamen beneficios, sino su estilo de vida inútil, perezoso y consumidor de drogas": análisis de las respuestas de la audiencia a Benefits Street mediante tweets en vivo]. *Discourse, Context & Media*, 21, 36-45. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.11.003>
- Weerakoon, S. M., Henson-Garcia, M., Valerio-Shewmaker, M. A., Messiah, S. E., & Knell, G. (2022). Contributions of Trustworthiness, Health Literacy, and Self-Efficacy in Communicating With COVID-19 Vaccine-Hesitant Audiences: Web-Based Survey Study [Contribuciones de la confiabilidad, la alfabetización sanitaria y la autoeficacia en la comunicación con audiencias indecisas sobre la vacuna COVID-19: estudio de encuesta basado en la web]. *JMIR Formative Research*, 6(8).

<https://doi.org/10.2196/38076>

Weij, F., & Berkers, P. (2019). La política del activismo musical: la recepción en YouTube occidental de las actuaciones punk de las Pussy Riot. *Convergencia*, 25(2), 287-306. <https://doi.org/10.1177/1354856517706493>

Wheatley, D. (2022). Irish audiences and news information from official sources during Covid-19 [Audiencias irlandesas e información noticiosa de fuentes oficiales durante el Covid-19]. *Administration*, 70(3), 7-32. <https://doi.org/10.2478/admin-2022-0017>

Yousaf, S., & Xiucheng, F. (2020). Humanizing stigmatized places: Inter-group contact and attitude change toward Pakistan and Iran in the ‘Humans of New York’ Facebook space [Humanizar lugares estigmatizados: contacto intergrupal y cambio de actitud hacia Pakistán e Irán en el espacio de Facebook “Humanos de Nueva York”]. *Journal of Business Research*, 116, 666-679. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.015>

Yilmazer, S., & Aşik, O. (2021). A reception investigation on the image of Turkish-Ottoman women presented in the Diriliş Ertuğrul series [Una investigación de recepción sobre la imagen de las mujeres turco-otomanas presentada en la serie Diriliş Ertuğrul]. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 21(3), 747-768. <https://doi-org.dibpxy.uaa.mx/10.18037/ausbd.1001648>

Zuninno, E., & Focás, B. (2021). La corrupción como problema público en la televisión argentina: interacción entre medios y audiencias. *Anagramas Rumbos y sentidos de la comunicación*, 20(39), 129-155. <https://doi.org/10.22395/angr.v20n39a6>

Nota: Declaro que no tengo ningún conflicto de intereses en relación con la elaboración de este artículo.

Documentos

Los sentidos en disputa en torno a la clase media: Entrevista a Amaru Villanueva Rance¹

The meanings in dispute around the middle class: Interview with Amaru Villanueva Rance

Claudia Andrea Rivera Sotelo²

Resumen: Se presenta una entrevista a Amaru Villanueva Rance realizada en 2018 por Claudia Andrea Rivera Sotelo en la que se enfoca el problema sobre la conceptualización difusa de las clases sociales en Bolivia, enmarcada en aspectos como la estratificación social, el ascenso social, la etnicidad, la discriminación en un país que ha atravesado profundos cambios sociales y a la vez tensiones que han generado disputas discursivas. Como parte de la investigación, Rivera Sotelo decide explorar la estructura de las clases sociales en Bolivia, en particular, la complejidad de la conformación de relaciones afectivas de pareja de distintas clases sociales, en el contexto de la poscolonialidad.

Palabras clave: Clase social, clase media, discursos, ascenso social, discriminación, reproducción de clase social, disputa discursiva, Bolivia.

Abstract: An interview with Amaru Villanueva Rance conducted in 2018 by Claudia Andrea Rivera Sotelo is presented, focusing on the issue of the diffuse conceptualization of social classes in Bolivia. The discussion is framed within aspects such as social stratification, social ascent, ethnicity, and discrimination in a country that has undergone profound social changes and, at the same time, tensions that have generated discursive disputes. As part of the research, Rivera Sotelo decides to explore the structure of social classes in Bolivia, particularly the complexity of the formation of affective relationships between individuals of different social classes, in the context of postcoloniality.

Keywords: Social class, middle class, discourses, social ascent, discrimination, reproduction of social class, discursive dispute, Bolivia.

1 Entrevista realizada por Claudia Andrea Rivera Sotelo. Agradecemos especialmente al Lic. César Llanos Llanos, Responsable del Área de Video y Programación del Secrad, de la UCB, por su apoyo en la mejora del audio de la entrevista.

2 Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana, "San Pablo" Sede La Paz. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-9305-7457> - correo electrónico: claudiariverasite@gmail.com

Introducción

Para quienes lo conocimos, Amaru Villanueva Rance (1985-2022) irradiaba una estupenda lucidez llena de humor y finura. Estaba abierto a todas las posibilidades creativas o emprendimientos, que ejecutaba, siempre asertivamente. Estuvo a cargo de la revista *Bolivian Express*, que creó en 2009, acompañado de compañeros como Rodrigo Barrenechea. Fue docente de la Universidad Católica Boliviana, en La Paz, invitado entonces por la Dra. Alba María Paz Soldán; cabe decir que brilló en las aulas donde dictó clases. Fue director del Centro de Investigaciones Sociales de la Vicepresidencia y gestor, junto con otros académicos de Bolivia, del proyecto Biblioteca del Bicentenario. El impacto de este proyecto bibliográfico lo vemos en el aporte que está brindado a la producción de sentido en universidades y espacios de investigación, si no en los ávidos lectores y lectoras quienes actualmente tienen acceso a este tesoro bibliográfico. Mientras terminaba su doctorado en Sociología, que realizó en la Universidad de Essex, trabajó en la Friedrich-Ebert-Stiftung, Bolivia. Amaru obtuvo una licenciatura en Filosofía, Política y Economía y una maestría en Ciencias Sociales de Internet en la Universidad de Oxford. Por donde él ha pasado, hay un camino abierto de diálogos y proyectos, sensibilidad y agudeza, amistad, además de una ética de trabajo que reconocemos quienes tuvimos el honor de trabajar con él.

Además del valor humano que conservamos como obsequio de la vida, recibimos un manajo de escritos que nos deja como legado, entre los cuales se encuentra una de sus últimas preocupaciones, a la que dedicó su formación doctoral y que la entrevista que se publica en este número refleja: la de los sentidos discursivos que se van generando en torno a la clase media en Bolivia. De acuerdo con la fecha de realización de la entrevista, Amaru se encontraba en Bolivia en pleno trabajo de campo. Estaba recogiendo información primaria y documental, estaba realizando entrevistas; de hecho, días antes de la entrevista que publicamos, había realizado una en la ciudad de El Alto, en el barrio Mercedario. Todo indica que la vasta información que iba a recogiendo lo estaba conduciendo a la generación de sentidos y de conceptualizaciones en torno a lo que él estaba definiendo como clase social, estratificación social, ascenso social, racismo, etnicidad, sin dejar de un lado el sentido político ineludible del concepto.

De esta manera, estas reflexiones colocan sobre la mesa el diálogo conceptual sobre la emblemática “clases a medias”, analizada en el contexto de la realización de su investigación doctoral, que ponen en cuestión lecturas dicotómicas sobre las “dos Bolivias” de Reinaga o la “clase media tradicional” (decadente) y una “nueva clase media” (ascendente), de García Linera (Villanueva, 2018b: pp. 1, 7), en medio de los complejos sentidos políticos atribuidos (Villanueva, 2019).

El enfoque del análisis del discurso lo despojó parcialmente del enfoque marxista que no permitía realizar determinadas preguntas, a las cuales, por ejemplo responde esta entrevista. Una de éstas es si en una resignificación de clase sería necesario afirmar

que “clase significa nivel de ingresos”, como lo precisa en esta entrevista. Por otro lado se interroga, en otro momento de la entrevista, sobre cuál es el sentido o sinsentido de este concepto: “Para mí es un significante casi vacío, hoy por hoy, la clase media es todo y es nada”.

Ya lo había mencionado en otro texto, cuando precisa que “imaginar y diseminar un concepto de clase” no podría entenderse como “un ejercicio inútil o ficticio” (2018a, p. 177), sino que más bien puede ser entendido como una “categoría en disputa, apropiada por unos y criticada por otros” (2018b, p. 1), o “disputa discursiva” (2018b, p. 12) protagonizada por políticos, instituciones e intelectuales en torno a este “concepto gelatinoso” de clase, en alusión a una afirmación del académico Jorge Komadina (2018b, p. 12).

Asimismo, en la entrevista, brinda importantes reflexiones sobre lo que entiende como trayectoria de ascenso social, el prestigio social, la reproducción de clase social, los sentidos de discriminación provenientes de la tradición colonial o aquellos que pueden filtrarse en ésta, y el último eslabón del mismo, que sería el de la formación de parejas. En esta entrevista, emergen también las reflexiones sobre los sentidos discursivos que se otorgan a la clase social. Y ahonda en nuevas vetas críticas: se cuestiona sobre cierta fascinación estética de lo popular, pero con un sentido enrarecido, casi como “un simulacro”, con cierto rasgo colonial.

La entrevista que presentamos forma parte de la tesis de grado “La discriminación y estratificación social en la construcción de relaciones afectivas representada en la teleserie ‘Sigo siendo el Rey’”, presentada el año 2023, para optar a la licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede La Paz. La entrevista se realizó en La Paz, el 15 de mayo de 2018. Fue realizada en el marco de una investigación sobre la estratificación social en Bolivia, en la cual se problematizó el modo en el que una serie televisiva local, *Sigo siendo el Rey* (Agazzi, 2017) y con el guion de Juan Pablo Piñero abordan la “discriminación en la construcción de relaciones afectivas de distintas clases sociales por parte de la sociedad paceña y alteña” (Rivera, 2023). Como parte de la investigación, se exploró la estructura de las clases sociales en Bolivia, en particular, la complejidad de la conformación de relaciones afectivas de pareja de distintas clases sociales, en el contexto de la poscolonialidad.

No tenemos información de cuántas entrevistas le fueron realizadas a Villanueva Rance ni en qué momento de su vida profesional y académica fueron hechas; pero queda claro que este documento se constituye en un valioso material que puede aportar al conocimiento de su pensamiento y de sus reflexiones teóricas sobre el tema que lo tuvo atento durante los últimos años de su vida.

A continuación, se presenta la entrevista con la cual buscamos aportar a la construcción de la memoria de uno de los intelectuales bolivianos más brillantes de la segunda década de este siglo. Esperamos que este documento pueda contribuir al conocimiento de su

trabajo intelectual que –estamos seguros– marcó un camino para la configuración, o tal vez para solo un pensar, de las clases sociales en Bolivia.

Referencias

- Agazzi, P. (Director). (2017). *Sigo siendo el Rey*. Digital Telecommunications Century.
- Rivera Sotelo, C. A. (2023). *La discriminación y estratificación social en la construcción de relaciones afectivas representada en la teleserie 'Sigo siendo el Rey'* [Tesis de licenciatura en Comunicación Social], Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Sede La Paz.
- Villanueva Rance, A., Paz Gonzales, E. & Rance, S. (2022). Middle Class: not a good idea? En A. Grimson, M. Guizardi y S. Merenson, *Middle class identities and social crisis: Cultural and political perspectives on the "Global Rebellion"* (pp. 86-106). Routledge
- Villanueva Rance, A. (2019). "Clases a medias" – the changing contours of Bolivian middle classes. En A. Goudsmit, K Maclean & W. Moore (eds.), *Revolutions in Bolivia* (pp. 86-95). University of London Published by the Anglo-Bolivian Society. https://www.researchgate.net/publication/327510458_La_clase_media_imaginada#fullTextFileContent
- Villanueva Rance, A. (2018b). La clase media imaginada. https://www.researchgate.net/publication/327510458_La_clase_media_imaginada#fullTextFileContent
- Villanueva Rance, A. (2018a). "Las clases medias y la democracia: cuatro aproximaciones (y media) a la relación entre clase social y preferencia política en Bolivia". En: *Andamios*, 7 (3), 107-120. https://www.oep.org.bo/wp-content/uploads/2018/09/revista-andamios_nro_7.pdf

Entrevista

¿Podrías comenzar presentándote?

Claro, mi nombre es Amaru Villanueva. Soy estudiante doctoral de sociología en la Universidad Essex y actualmente también trabajo como asesor aquí, en la Biblioteca del Bicentenario y en el Centro de Investigaciones Sociales. Previamente fui Director, pero ahora estoy enfocado en la tesis.

¿Podría explicar qué es la clase emergente?

Antes de entrar en ese término, tendría que puntualizar que, desde donde estudio estos temas, no doy por sentada ninguna de esas categorías, las de categorización social. Es decir, no es que yo parto de una idea de lo que es una clase media o una clase emergente y a partir de ahí, de una forma deductiva, voy estudiándolas. Mi interés por sobre todo es estudiar discursos, es decir, cómo se va creando una categoría de una clase emergente, por ejemplo, es decir, cuándo surgen, quién la utiliza para referirse a quién y creo que estos términos de clase social suelen ser polisémicos y suelen ser enunciados, tanto de forma interna como externa, en antropología en inglés solemos decir *emic*, quiere decir “desde adentro”, del grupo en cuestión para autodefinirse o *etic* (que no se confunda con *ethics* o ética en español), que quiere decir “desde afuera”, es decir qué categorías usan personas ajenas a estos grupos para referirse a ellos, que pueden ser políticos, intelectuales o académicos, ¿no? Volviendo al tema de la clase emergente, yo sería incapaz de definirla, porque yo no estoy en ninguna posición de autoridad para decir qué es y qué no es; lo que podría decir es que académicos, políticos, los medios y, en algún nivel, el discurso cotidiano emplean ese término para referirse a grupos que anteriormente eran subalternos o discriminados o excluidos y que hoy tienen una nueva prominencia.

Lo que está en cuestión ahí, no se sabe desde cuándo, es decir, un grupo emergente es un grupo que en los últimos 30 años ha salido, en los últimos 10 años o en los últimos 50, porque incluso si ves estudios históricos, a partir de la década de los veinte o de los treinta, sin ir muy lejos, personas como Simón I. Patiño en algún momento era una historia de una persona que había conseguido una gran fortuna a pesar de sus circunstancias de vida o a pesar de tener un contexto familiar *mestizo* o *cholo* en los ojos de algunos. Entonces, es un tema que a mí no me queda claro. Emergencia, ¿desde cuándo?, para empezar. Y segundo, hay todo un tema de estructura y agencia, que es otro tema clásico en la sociología... se puede hablar de grupos, así como se puede hablar de un cardumen de pescados o de peces en realidad, donde grupos, contingentes grandes de personas tienen trayectorias de ascenso, movilidad, migración, como si fueran un todo, un ente.

Pero obviamente ahí dentro hay miles o millones de historias individuales que podrían no estar ligadas, es decir, no es que hay un motor central de ascenso social que impulsa a las personas [ilegible] a través de sus agencias, sus decisiones, sus oportunidades encuentran posibilidades de ascenso social. Entonces nuevamente es un tema que yo pondría en cuestión, la idea de referirse a un grupo en ascenso, ¿cómo delimito sus contornos?, ¿quién es y quién no es parte?, y no hay una respuesta única a eso, ¿no? He mencionado a esta serie, hay estudios de caso, hay personas específicas y creo que es un punto de partida más útil para hablar de esos temas.

¿En qué consiste un ascenso social?

Nuevamente, no es mi opinión, es simplemente cómo se representa. Ascenso social se refiere a la acumulación de marcadores de estatus, distinción, jerarquía o clase cambiantes. Esos capitales podrían ser distintos, depende de qué paradigma usas. Si es un paradigma bourdiano, podrías decir que es un capital económico, social, cultural. Si tuvieras un paradigma más weberiano o más marxista o marxiano, podrías decir que una persona experimenta ascenso en la medida en la que cambia de una ocupación manual a una ocupación no manual, por ejemplo. Pero hay otros marcadores de ascenso, que tal vez están ligados al tema que estás estudiando: una persona podría no cambiar su ocupación o podría no mejorar su ingreso económico, pero de pronto adquirir acceso a ciertos círculos que antes le eran negados; pueden ser educativos, pueden ser plurisociales, pueden ser varios, pueden ser conversaciones, posibilidades de sociabilidad... entonces hay muchos vectores dentro de los cuales puedes analizar la movilidad social.

Entonces, ¿en qué características nos basamos para hablar de clases sociales en la ciudad de La Paz?

El mismo punto. No hay un solo paradigma. No podría crearte una taxonomía. Te puedo decir que últimamente el Gobierno, por ejemplo, ha estado usando un paradigma de estratificación social más basado en ingresos, es decir, se ha estado refiriendo al estrato medio de ingresos como una clase media, por ejemplo. Para mí, esos dos términos no son semejantes, ese es un discurso que no viene netamente del gobierno; si bien está en base a datos que son recopilados por el INE [Instituto Nacional de Estadística], a través de la encuesta de hogares donde cada año se va midiendo que la proporción de la población pertenece a la pobreza extrema, pobreza moderada, estratos medios bajos, estratos medios altos, estratos muy altos; es una categorización muy estándar.

Ese esquema yo pienso que viene de dos fuentes principalmente: en primer lugar, del Banco Mundial, que a partir de la década de los ochenta, por sobre todo, se ha enfocado en temas de disminución de pobreza; y la creación misma de una *categoría*

de pobreza basada en términos económicos te genera automáticamente una categoría contraria, que son personas que no están en situación de pobreza. Entonces, ¿qué lo llamamos? Lo llamamos “ingresos medios”. Entonces, a mí me interesa saber porqué a partir de los ochenta, hasta los noventa, este estrato medio de ingresos en el discurso político, en el discurso de cooperación técnica, se ha ido transformando de estrato medio de ingresos a clase media, porque clase anteriormente significaba otra cosa, o sea, clase, yo diría que en Latinoamérica o en Bolivia particularmente, desde la década de los treinta hasta la década de los ochenta significaba “ocupación”. Es decir, un paradigma materialista de la estratificación social; no se fijaban en quién ganaba más o quién ganaba menos porque había una equivalencia entre el trabajo, por ejemplo, manual, campesino, el tema del problema del indio; eso estaba ligado sí a un nivel de ingresos y a un nivel de posición dentro de la sociedad, a un nivel de acceso a recursos políticos o cargos. Ha habido una transposición, es decir, de clases, significar en términos materialistas, históricos: ocupación, es decir, proletariado, burguesía, qué es el campesinado, qué son los mineros, eso era clase social.

Hoy por hoy, ha cambiado ese discurso, me parece que clase significa nivel de ingresos. Lo que me parece un poco raro de esa categoría de estrato medio de ingresos, por ejemplo, en torno al cual gira gran parte de este debate es que es un segmento tan heterogéneo, que agrupa casi el 60% de la población, agrupa a personas que ganan desde 500 a 786 al mes por persona, no sé exactamente cuánto es. Por encima de ese monto, una persona sale de la pobreza moderada, es decir, poder cubrir sus necesidades caloríficas, de vivienda y de salud básicas. Para mí, una persona que gana 900 bolivianos al mes no es automáticamente parte de una “clase media”, porque esa categoría, de pronto, incluiría arquitectos, abogados, empleadas domésticas, vendedores ambulantes... Ahí me parece que hay que hilar más fino, no podemos tomar a ese grupo de 60% de población como un solo estrato o una sola clase.

A partir de la fundación de la ciudad de El Alto, ¿de qué manera ha cambiado la estructura social?

Es como un lugar de tránsito, no solo de transformación social, sino en todo tipo de transformaciones. Como lo has dicho, un lugar de paso entre la ciudad y la provincia que se extiende indefinidamente hacia fuera. A ver, para empezar, nuestra categoría tradicional de análisis era urbano-rural. Si te fijas en cómo se define el área urbana y el área rural, en términos estadísticos, dependiendo de qué año, a veces es como una persona que vive en un asentamiento poblacional de más de cinco mil personas o de diez mil personas. Eso incluiría mucho más que El Alto, incluso un lugar como Sorata, para ponerte un ejemplo; Achacachi, ni hablar; son urbes. El tema urbano rural tradicionalmente no es simplemente el tema de ciudades capitales, también incluye ciudades intermedias y también pequeños asentamientos poblacionales; entonces para mí también hay una ligera imprecisión ahí.

Tradicionalmente hemos usado dos categorías para analizar el tránsito de las personas, cuando, en realidad, tal vez necesitamos unas cinco categorías, que podrían ser: metropolitana, una categoría que tiene que ver con una urbe grande, una capital departamental, un área, digamos, periurbana, puede ser un barrio marginal, una ciudad intermedia, una ciudad secundaria, un área rural, un asentamiento poblacional. Entonces, efectivamente, cuando llegan a El Alto, pasan de estar contabilizados, en términos estadísticos, dentro de la población rural, pasan a ser contabilizados dentro de la población urbana.

Pero una persona, por ejemplo, hoy, que vive en Sopocachi, si se pone a pensar en una persona que vive, digamos, en la periferia de El Alto no comparte una condición de vida, porque la persona que vive, digamos, en un barrio alteño alejado especialmente, podría no tener alcantarillado, podría no tener saneamiento, luz eléctrica, una serie de servicios que relacionamos con el área metropolitana, por lo menos central. En definitiva, creo que la transformación más importante ahí es que suele ser de un sistema de vida en el cual los ingresos se generan a través del trabajo agrario, rural, a veces de subsistencia, puede ser el cultivo de papa, puede ser la crianza de camélidos. Es un sistema de subsistencia no basado tanto en el ingreso económico, a pesar de que sí tiene que ver una especie de inserción al mercado, porque también tienen que adquirir algunos productos a formar parte, tal vez puede ser de comerciantes ambulantes.

Ahora, si tú te pones a pensar, bueno, qué ofrece mejores condiciones de vida o qué tiene más estatus, ahí yo me declaro agnóstico. O sea, una persona que es agricultor de subsistencia, que vive tranquilamente o no, pero sí seguramente con algunos problemas de salud, tal vez su familia con problemas de alfabetización, si es que no hay una escuela cercana, o tal vez los niños no terminan... bueno, es una forma de subsistencia. Pero me parece que al entrar a una ciudad como El Alto o a una ciudad como La Paz, entran a una nueva forma de discriminación y subalternidad. O sea, para mí, no es un ascenso social automático, es como que alguien pasa de ser un comunario con o sin tierras, dependiendo, con cierto estatus. Pueden haber sido autoridades, digamos, en su comunidad de origen, con cierto respeto, con ciertas posibilidades, por lo menos, para la alimentación básica, y el momento en que migran, nuevamente entre comillas, "a la ciudad", a pesar de que es un área periurbana, no automáticamente van a conseguir mayores posibilidades de vida. Más bien yo creo que van a caer en cuenta de manera más pronunciada en su estatus de subalternidad frente al resto de la sociedad por sus limitadas oportunidades de trabajo, sin desarrollar actividades de agricultura, por ejemplo. Si se tienen que comprar toda su alimentación y no tienen un ingreso, podrían incluso estar en mayor riesgo de caer en la indigencia.

Luego podemos eventualmente en una o dos generaciones hablar de un nivel de ascenso; no estamos hablando de ningún nivel de ascenso. Muchas de esas personas que llegan no es que llegan a estudiar necesariamente, llegan a trabajar. Y, de repente,

si tienen hijos, sus hijos sí, ya terminan el colegio, y en la medida que terminan el colegio, también podrían ser profesionales. O de repente pasaron a ser de comerciantes ambulantes a tener un pequeño capital, a tener un puesto, a estar afiliados a alguna asociación gremial. Como, te digo, es que hay millones de historias ahí dentro; pero, para mí, no es un ascenso social automático.

En términos de cultura, de costumbres, ¿qué afronta el campesino que decide emigrar a la ciudad?

Yo sólo puedo hablar de esto como un observador externo, no es una vivencia que yo conozca; no creo que mi palabra pueda llevar algo de autoridad respecto a qué pasa y qué no pasa más allá de lo que tú o yo vemos todos los días en la calle o en la tele. Lo que yo sí te podría lanzar son algunas interrogantes casi sociológicas. Para empezar, mucho se ha hablado del sincretismo cultural, que tiene muchas manifestaciones; puede estar entre lo católico y lo autóctono; también puede estar entre lo popular y el consumo conspicuo, digamos, de clase media. Es decir, muchas de esas personas seguramente van a seguir practicando costumbres, creencias, formas de vida que han heredado de su existencia anterior, que puede ser en provincia en una comunidad rural. Pero al llegar a la ciudad van a entrar a los circuitos culturales de muchos tipos.

No solamente te hablo del tema más folklorizado, más conspicuo, que es la cultura del preste, del cholet, que son las expresiones más visibles. Pero sí me preguntaría, por ejemplo, ¿qué tipo de música se escucha en la ciudad a comparación del área rural?, y, ¿en qué medida eso se va a recombinar? Es que podríamos pensar muy alegremente que las personas simplemente van a combinar ambos y va a ser como una síntesis entre las dos cosas. Pero yo creo que en cualquier trayectoria, digamos, de ascenso social, especialmente cuando es aspiracional, lo que una persona suele intentar es adaptarse a un patrón de consumo cultural semejante al del grupo al que quiere tener acceso. Podría ser otra la trayectoria; podría ser una persona que va de [la ciudad de] El Alto a la zona Sur [de la ciudad de La Paz], digamos, a un colegio. De repente, en una o dos generaciones una persona ya no estudia en Viacha sino que sus hijos ya estudian en el Franco [colegio privado de la ciudad de La Paz], digamos, esa persona tiene muchos recursos para poder lograr esa trayectoria.

Es muy posible que esa adolescente no esté enraizada –eso he escuchado en mis papás, en mi mamá, no sé– tal vez intente sintonizar qué es lo que escucha en su entorno, y utilizar una vestimenta, escuchar una música similar. Ahí se va formando parte de nuestro perfil cultural. A mí, en lo personal, me parece un poco... se habla mucho de la cultura popular, qué es casi un eufemismo, por no decir la cultura chola o la cultura de un grupo subalterno que tiene mayores ingresos, de repente. A veces, puede ser un despiste, porque, te digo mucha atención hay en el cholet, en el preste y en la fiesta. Y eso me parece que invisibiliza otras formas, no es que las personas

participan de la cultura. Y hay todo. Tú vas a ir a El Alto, puedes escuchar desde Justin Bieber hasta Yarita Lizeth, hasta Los Kjarkas. No podemos hablar del conjunto con una sola trayectoria de movilidad en consumo cultural.

¿Cómo está representado el prestigio social en la ciudad de El Alto y cuál sería un prestigio social en la Zona Sur?

Esa es una pregunta súper interesante. Nuevamente, esto es anecdótico, lo he estudiado un poco. Ayer, por ejemplo, estaba entrevistando a gente de El Alto, fui al barrio del Mercedario donde están estos edificios del condominio La Whipala, de Vivienda Social. El lugar común o en todo caso lo que esperaríamos pensar ahí, es que el sistema de distinción, jerarquía y estatus, predominante en la Zona Sur, nuevamente, no es una sola porque habría que excluir Ovejuyo y habría que excluir Chasquipampa, quién sabe, pero bueno, digamos San Miguel, Achumani, lugares tradicionales, tradicionalmente quizá ha sido sí, más genotípico, más basado en apellido, más basado en vestimenta, en consumo y hay circuitos que te permiten ingresar o ser parte de círculos sociales; el educativo es uno importante, dónde vas al colegio, dónde van al colegio tus hijos.... los clubes, el Club de Tenis, el Club de Golf, son lugares que te exponen, que te permiten ser parte de ciertos circuitos, no sólo de consumo cultural, sino son grupos sociales realmente.

Ahora, yo no te podría hablar que hay un sistema completamente distinto de clases en El Alto porque, en todo caso, hay una continuidad, es decir, una persona que vive en la Zona Sur podría ir a visitar a El Alto y recibir cierta aceptación en términos de su prestigio, su estatus, puede intentar ir a ver a un compadre pueden recibirlo con guirnaldas o no, pueden también discriminarlo y lo mismo, viceversa, es decir, la persona que vive en El Alto, eventualmente transita la Zona Sur. No son mundos separados. Entonces, como te digo, aquí es el tema de pertenencia múltiple dentro de estructuras de jerarquía. Una persona dentro de su barrio podría tener su estatus, puede ser un dirigente de la junta vecinal pero de pronto viaja a la Zona Sur a trabajar de jardinero, algo así, puede ser ninguneado, puede ser discriminado por varios factores.

Creo que la entrada más fácil, más tradicional es decir que es un tema fenotípico, que simplemente tiene que ver con el color de piel. Pero me parece que a nivel subjetivo por lo menos se configura la clase de una forma mucho más compleja, tiene que ver con vestimenta, tiene que ver con formas de hablar, y sí, también tiene que ver con apellidos, el auto en el que llega una persona a una reunión puede incidir en el estatus que percibe el grupo que recibe a la persona, no sabe si esa persona está endeudada o si se prestó o cómo llegó a adquirir esos bienes, pero ya va tal vez de forma imprecisa dentro de cada sector. Ahora, en El Alto, una cosa que sí me fijé, a pesar de que sí hay una continuidad porque no un es mundo aislado, ni hermético, que está por fuera de la Zona Sur. Podrías decir que, dentro de El Alto mismo, por ejemplo, el tema fenotípico me parece que sigue siendo un tema que marca. Digamos, mi abuela es de pollera,

mi abuelo es de provincia. Tengo una tía de pollera, tiene rasgos bastante... casi afros, te diría. Es una persona que puede decir cosas súper racistas, a pesar de su estatus de subalternidad. Ella es comerciante, dejó de ser cholita, y toda su vida es como que le importó mucho decir: "Ah no, es que éste es blanconcito o blanconcita". A pesar de ella no serlo, es una cosa que ella parecería que valoraba en otros, en sus propias sobrinas. Allí interpreta, lee y reproduce clase a partir de un tema fenotípico, a pesar de no ser parte de una clase dominante.

Te lo digo como un ejemplo, y lo mismo estoy seguro que en El Alto, por ejemplo, también hay personas que por un color de piel, quizá intenten aparentar o proyectar un estatus mayor al de su grupo inmediato, incluso al de su propia familia, puede ser. Pero en todo caso creo que es un tema menos marcado dentro de El Alto porque es una sociedad más heterogénea en términos étnicos, igual con pinzas, siempre hay que tocar el término raza, es muy difícil estudiarlo sociológicamente, pienso.

Ayer cuando iba a entrevistar a ese señor, en el Mercedario, ellos venden departamentos a 35 mil dólares, que son de Vivienda Social. Y la gente iba a preguntar y decía "estos departamentos tan caros", porque a ellos les parecía carísimo 35 mil dólares, lo que para la ciudad es "wow", un departamento de tres dormitorios, el precio es súper accesible, allí [en El Alto] no. Por lo que yo entiendo, lo que suelen hacer las familias allí es que ahorran 5 mil dólares, se compran un terreno, por alejado que sea, no importa, y luego peso a peso, ladrillo ladrillo van a ir construyendo primero un cuartito, luego dos, luego la cocina, no sé qué... entonces invertir de entrada 35 mil en un departamento es bastante dinero. Y no te hablo de los grandes comerciantes, importadores, exportadores, las familias de Sica Sica, no, te hablo de una familia mediana. Y cuando iban a preguntar y, cuando preguntaban y decían: "¿Y por qué tan caro estos departamentos?", el crédito tampoco lo entendían muy bien, la persona de la agencia estatal de Vivienda, les decía "esto no es para gente pobre, esto es para gente de ingresos medios" (por no decir clase media) es decir, una clase media alteña estaría entrando a vivir ahí, en esos edificios, es una forma de vivienda no tradicional en ese contexto. Entonces, sí, tal vez, igual es un término, es un concepto que hoy no es tan útil analíticamente el de consumo conspicuo, pero puede igual ser un marcador de clase en un contexto como el alteño.

Has manejado el término "reproducción de clases" ¿qué es?

Reproducción de clases es, a mi entender, cuando internalizas ciertos valores, vectores de diferenciación, y los proyectos. Tú puedes reproducir clases sin ser parte de los vectores dentro de los cuales se están reproduciendo. Entonces, como el ejemplo que di de la tía que a pesar de no ser "blanca" o "blancona", había internalizado la idea de que eso es un valor social que denota estatus y que lo reproduce a través de su valoración subjetiva.

¿Esto genera cierto rechazo con la gente que no no tiene los mismos valores, digamos, que lo que tú te estás apropiando?

¿Cómo? Sí, como en el caso de la tía que mencioné, o sea, quiere mantener un estatus, diferencia, tal vez tiene más estatus que otra cosa. Entonces tal vez tiene menos estatus de lo que yo proyecto.

No entiendo muy bien. A ver, el ejemplo que te ponía con la llamada para coordinar la entrevista, el tema digamos de la construcción familiar. O sea, a mí me da la impresión de que el alteño quiere mantener a su familia con gente de El Alto, lo mismo en la Zona Sur. Entonces, ¿qué pasa cuando un joven que ya tiene gustos culturales de un tipo tiene una relación amorosa, digamos, con alguien de El Alto? ¿Ese tipo de rechazo es lo que genera la reproducción de clases?

Creo que no es tan así, no es que piense que los alteños o incluso los de Gran Poder, que se queden ahí porque simplemente no quieren mezclarse y que igualmente en la zona Sur porque intenten no mezclarse; lo sorprendente ahí es que podrían ambos grupos compartir una especie de sistema de valores semejante en términos de distinciones de clase. Por eso te digo, creo que la gente suele pensar que la reproducción de clase simplemente es como que yo tengo estatus y, por lo tanto, voy a preservar mi estatus reproduciendo o replicando mis privilegios. O sea, metiendo a mis hijos en el mismo colegio que yo he estudiado, asegurándome que se asocien con ciertas personas, esta reposición de clases, pero es un tema relacional porque muchas veces también vemos, en mi opinión, que personas que podrían tener un estatus social subalterno, es decir, personas que son ya sea discriminadas, excluidas sistemáticamente, pueden llegar a internalizar esos mismos valores que los excluyen y aceptarlos como válidos. Digamos que una persona es excluida por muchas razones, puede ser por su color de piel, por su educación, puede ser por el barrio donde viven.

En el nivel que esa persona experimenta un acomplejamiento al respecto, proyecta ese acomplejamiento sobre sus hijos, por ejemplo, y hace que ellos también se avengüencen o que busquen una cosa distinta, es como que negar, también están reproduciendo clase y están reproduciendo una clase que no les favorece, en ese caso. Te doy otro ejemplo: conozco a un señor que tiene mucho dinero, visiblemente más dinero que el resto de los vecinos del edificio donde vive. Tiene hijos que, claro, ahora es como que tienen una prosperidad económica. Pero ellos discriminan, por ejemplo, al portero del edificio, que tú dirías étnicamente en términos de su contexto social, tal vez tiene más en común con ellos que con el resto de la clase media tradicional con la que viven, son quienes más lo discriminan. Para mí también eso es un mecanismo de reproducción de clase.

Ahora, creo que llegas a un tema importante, el tema ya sea endogámico, exogámico, como lo quieras definir con quiénes forman pareja o con quienes se casan, con

quienes forman familia, los intergrupos. En la visión de mi tutor doctoral, porque hemos hablado largo de estos temas, y me decía que no sólo en Bolivia, en casi cualquier parte del mundo donde estudias movilidad social, mezclas, uno de los últimos eslabones en esa cadena es el tema de formación de parejas. Podríamos decir que estamos entrando a un tipo de sociedad donde si vas a ir a un colegio que era tradicionalmente muy excluyente, muy exclusivo, muy homogéneo en términos étnicos incluso, donde hay, sí, todo tipo de familias, apellidos. Dices: “wow, está cambiando”. O sea, incluso tal vez en algunos años sí, llegas al Club de Tenis, lo mismo, veas desde un Quispe, un Mamani, hasta un Argandoña, no sé, ¿no? Y digas “wow, algo está cambiando”. Pero, como te decía, me parece que el último eslabón es... Sí, es que hay otra trayectoria de ascenso, no solo de ascenso social. No es que hay un solo norte social, en mi visión, donde todas las clases intentan conseguir los mismos patrones de estatus, jerarquía, distinción.

Porque si fuera ese el caso, entonces todas las familias tradicionales siempre estarían apuntando ahí, y las familias no tradicionales estarían apuntando pero con menor éxito a llegar ahí, lo que algunos argumentan es que puede estar emergiendo, o sea, como una elite paralela; yo no sé en qué medidas son equiparables o no sus estatus porque así como esta persona no puede entrar a este grupo, a esa persona tal vez también le sea difícil entrar, por ejemplo, a bailar con transporte pesado, en el Gran Poder.

Pero si es que hubiera una trayectoria paralela de creación de status y jerarquía, entonces el tema es que son muy intercambiables. Una persona que está en El Alto, por ejemplo, podría decir, ¿por qué ruta se decanta? O sea, intenta ser parte de los circuitos tradicionales que han definido la clase durante las últimas décadas. Y eso, meter a sus hijos al [colegio] Alemán, conseguir un alto nivel educativo, vivir en ciertos barrios, entrar al Club de Golf, Club de Tenis. Puedo decir que es un proceso de convergencia social. Pero la persona se podría decantar por otra ruta, es decir, no me importa eso, lo que yo quiero es, sí, acumular, tener mis camiones, puedo seguir viviendo en El Alto, puedo ser más millonario que la gente de esos otros barrios y seguir manejándolos aparte, no intentar conseguir un nivel educativo alto, pero sí intentar acumular cierta riqueza, sí intentar pasar preste, ¿no? Me refiero a la persona que está en esta situación... no hay un determinismo social que dice todos van a apuntar hacia mismo norte.

Y la gente que parte, digamos, de a medio camino, no necesariamente de una periferia, sino que ya crece en crece en Ciudad Satélite me imagino, es más difícil que una persona a esta altura quiera cruzar...

No sé. Claro que pueda querer cruzar es que depende, depende. Como te digo, subjetivamente vamos formando nosotros criterios de lo que supuestamente nos denota distinción, estatus, jerarquía, clase, y en la medida que aceptamos y buscamos eso, pues digamos una persona de Ciudad Satélite puede decir, sí, lo que yo quiero

para mis hijos o lo que yo quiero para mí es eso. Y trabajar incansablemente durante años para ingresar al Club de Tenis, ingresar al Alemán y ser parte de la ciudad letrada, digamos. Y su vecino de al lado puede tener otra visión completamente distinta “¿Qué me importa a esa gente? Lo que yo quiero es aquí seguir construyendo, yo no me quiero ir de Ciudad Satélite”, puede decir.

Y en un caso al revés, alguien que, no sé yo, sale del colegio San Ignacio, estudia en la Universidad Católica o en la UPB [Universidad Privada de Bolivia], ¿esa aspiración hacia el área rural, digamos, también existe?

Es que no sé si hacia el área rural, pero suponte, como lo llamemos, este sistema de distinción y jerarquía que ciertamente en algún nivel es distinto de este, yo creo que sí lo vemos menos, estamos ahorita hablando anecdóticamente más que lo que vemos, sabemos, pensamos, pero es menos probable que una persona que con ese bagaje se decante por el otro lado, diga: “realmente yo quiero eso”. No sé si es imposible, pero me parece menos frecuente. Y ahí sí, no sé qué pasará en 20 años, pero si esa fuera una trayectoria de una posibilidad de ascenso social más común. A ver, imagínate, estamos hablando de sociología especulativa en realidad, si una persona intentara... una chica que sale del Alemán, una familia, digamos, cuyo abuelo o bisabuelo era vicepresidente, digamos, pero te hablo de hace 80 años, ¿no?, una familia, un linaje, una estirpe. Si de pronto, bueno, su familia tal vez un poco, no sé si venida menos económicamente o qué, pero sí con ciertos patrones educativos, culturales viera en su conveniencia decir: “Ah, hay un señor del transporte pesado que tal vez viene de provincia que tal vez no tiene el nivel educativo, pero puede conferirte otro tipo de estatus económico o nivel, si su pareja es posible siquiera en principio, ahí hay un quiebre social mucho más interesante, que es el que estamos viviendo ahora.

Esto tiene que ver con la aceptación social, me imagino.

¿De quién a quién?

La del entorno, o sea, qué piensa tu familia, de tu pareja, de su estatus, de su prestigio, desde cualquier parte de la ciudad.

Sí. Seguro. Somos parte de un sistema de valores que heredamos también; podemos rebelarnos también frente a eso. Quizá la familia es súper *jailona* pero tal vez ellos se puedan decantar por otro sistema de valores que es otro incluso, quizá es una cosa más bohemia o más hippie. Pueden decir: “No, para mí el que tiene valor social no es la persona que tiene sus grandes casas o pertenece a esos clubes, sino la persona que yo quisiera que trabaje en las industrias culturales o que viaje”. Tal vez podría decir que hay sistemas dominantes de norte social de ascenso y hay también personas que están muy por fuera del sistema de clases y quieren otras cosas.

En cuanto a la integración social, ¿ha habido un cambio realmente a partir del gobierno de Evo Morales?

Sí, pero aquí no hay que confundir correlación no es causalidad simplemente, ¿no? Sí, sería tentador políticamente decir: “Sí, Evo Morales ha sacado a las personas de este contexto. Puede ser en parte cierto, es decir, me parece que sí es un gobierno que tiene políticas sociales orientadas a la redistribución de la riqueza y puedo puntualizar unas tres o cuatro. Podría ser digamos el incremento del salario mínimo de doscientos cuarenta bolivianos a más de dos mil; podrían ser las transferencias directas, los bonos, pueden ser de maternidad, de Juancito Pinto, la Renta Dignidad ya existía como Bonosol antes, pero son transferencias que de alguna manera el Estado centraliza recursos y los redistribuye.

Entonces, sí, si lo viéramos en términos económicos, ha bajado, por ejemplo, el índice Gini de Bolivia. Bolivia, la última vez que me fijé, el año 2000, el año 2002, 2003, tenía el índice Gini más alto del Continente. Y hoy está en cuarto o quinto lugar, o sea, por encima de Bolivia, hasta donde yo vi, datos del Banco Mundial, estarían Colombia, estaría Paraguay, está Perú, está Chile. Bolivia hoy tiene, en teoría, un Gini de 0,46, cuando hace 10, 15 años tenía un Gini de 0,62. O sea, sigue siendo un país muy desigual en términos económicos, pero es un país menos desigual, incluso a nivel regional. Si tú o yo fuéramos econométricos, hiciéramos una regresión multivariada y quisiéramos decir: “¿A qué le atribuimos esta reducción en la desigualdad social?”, podríamos decir, bueno, la política social del Gobierno tiene cierto efecto, cierta influencia. No es un paradigma el cual yo trabajo, pero es el tipo de cosas que ellos harían. El 45% de la reducción de la desigualdad se debe a la política social del gobierno de Morales. Y otros factores podría decir que son exógenos. Puedo decir que el crecimiento económico del país, que se puede ver en el incremento del precio de las materias primas o de las exportaciones primarias, los hidrocarburos en este caso. Esa sería la respuesta de una persona que diga: “No, no es que el presidente o el gobierno haya mejorado la situación social, eso iba a pasar de todas formas”, ¿no? Es muy difícil cuantificar esto.

En todo caso lo que sí diría es que hay procesos de transformación social que son de más larga data que la actual gestión del gobierno; no es que el 2005 de pronto algo cambia y la persona sale de la pobreza, son los símbolos de estatus, jerarquía, esas cosas vienen pasando hace décadas, si no hace un siglo, y creo que en algunos períodos en la historia pasan de forma más acelerada que en otros, y tal vez en los quince años, trece años, doce, trece años que estamos viviendo, sí, tal vez lo hemos visto de una forma más acelerada. Pero no podemos cometer una falacia al atribuirle causalidad a un tema del cual no conocemos todas las variables que afectan eso.

Ahora hay otro tema que quizás es más sutil, que no tiene que ver solo con la inversión pública, el gasto social, o la producción de desigualdad en términos muy fríamente

económicos. Hay sistemas de valores que también están cambiando. Entonces se me ocurren dos cosas: primero, para darte un ejemplo, para acceder a cargos públicos por ejemplo, para ser un vocal del Tribunal Supremo Electoral o del Órgano Electoral, en algún momento, para hacer las convocatorias así como para ciertas diputaciones, había cupos reservados para personas, entre comillas, indígenas. Personas que pueden o no serlo, o sentirse, de pronto tienen un interés en querer demostrar que sí lo son. De pronto alguien puede decir: “Sí, yo tengo que demostrar que soy aimara, porque voy a incrementar mis posibilidades de acceder a un cargo público, de status”. Entonces ahí empieza a operar lo que algunos llamarían la etnicidad táctica, ¿no? Es decir, una cosa que antes era un antivalor. Es decir, bueno, creo que el lugar común antes es que una persona tenía que blanquearse o rechazar a su contexto étnico para poder acceder a esos cargos técnicos, cargos públicos. Y que hoy es lo contrario.

Una persona que tal vez tenga todas las credenciales técnicas, más bien tenga que indigenizarse para incrementar sus posibilidades de acceder a ciertas posiciones de prestigio. Es un capital político, por ejemplo. El ser vocal, por ejemplo, no te hace rico, pero sí te da cierto estatus y poder dentro del sistema social. Entonces, tal vez por cómo están marcadas las reglas, desde la [Asamblea] Constituyente, etcétera, van cambiando los valores que confieren estatus. En esa circunstancia, yo no pienso necesariamente que eso vaya a ser que ya no haya vuelta atrás; podría haber otro gobierno que no maneje esto, para el cual ya no se maneje el tema de etnicidad como una valoración positiva y, por lo tanto, podría volver a ser un antivalor.

No es un cambio estático, tal vez circunstancial. Pero tengo un amigo sociólogo, no lo voy a mencionar por nombre, porque no tengo permiso de citarlo, y él venía a Bolivia poco por la altura. Pero sí iba a Cochabamba, cuando venía, cada tres o cuatro años. Y él me dijo: “Yo no sé qué ha pasado o qué no ha pasado en estos últimos 13 años”; pero él me decía: “Una cosa muy marcada que he notado, es que el indio ya no baja la mirada. Y yo decía: “¿Cómo?” Y él decía: “Bueno, tienes un taxi o eres un portero o algo, y ya no hay una especie de deferencia de bajar la mirada, casi en aceptación del status. Sí, puede seguir sirviendote la persona, puede seguir haciendo lo que hace, pero te mira de frente”. Era el barómetro que él usaba para decir que algo ha cambiado aquí. Y es posible, o sea, me parece que esto más simbólico también es importante.

Independientemente de Evo Morales, una persona que se ve a sí misma en una persona así. Una persona puede ser del área rural, puede ser un cocalero, puede ser un agricultor que piense: “Yo algún día podría llegar a ser presidente o mi hijo o mi hija podría llegar a ser presidente” está viviendo en otro país que no era el de hace 20 años.

¿Sigue existiendo una tensión racial?

Claro.

¿Tiene que ver con estereotipos también?

No sé qué tiene que ver. Es que nuevamente con pinzas, ese término racial. Ya ni siquiera sé a qué se refiere. Obvio, un gobierno como por arte de magia, con una varita mágica no puede eliminar como por arte de magia el racismo, porque es un tema que las personas lo tienen internalizado y no va a depender de un cambio de gobierno. Es un proceso de mucha mayor larga duración. Tal vez cambie lentamente en 50 o en 100 años, muy gradualmente. Una persona, cada ciudadano, cada individuo que ya no arrastre ciertas taras sociales, para incluir o excluir a otro en base a algún un fenotipo, por ejemplo, esa sería la interpretación más literal de lo que significa racial. Pero no sé, en mi visión, lo étnico, por no decir racial, no se denota simplemente a través de un color de piel, es una serie de formas de hablar, vestimenta, comportamientos, círculos, a través de los cuales interpretamos el contexto del cuerpo de una persona, por lo tanto, la posición que tenemos que otorgarle en una interacción social. El prejuicio obvio que está ahí, pero no se me ocurre como cambiaría eso en un tiempo tan corto.

Para terminar, ¿qué rol social juega la que se conoce como clase media?

Para mí es un significante casi vacío, hoy por hoy, la clase media es todo y es nada. Yo puedo tener una idea cotidiana, no sociológica, de lo que es la clase media en base a lo que yo veo en la calle y otros barrios, son cierto tipo de perritos, son ciertos tipos de vestimenta. Yo podría inferir, pensar: "Ah, son parte de un grupo". No sé, ni la élite agroindustrial o minera del país tampoco son un grupo subalterno; pero es tan grande. Lo que sí podría decir es que en torno a los sentidos que se disputan en torno a la clase media, hay una convergencia, hay una mezcla de todos estos grupos de los cuales hemos hablado, no son grupos discontinuos; para mí no existe la cultura popular, como una idea de que hay este mundo y hay este otro mundo, y no se mezclan; se puede hablar de vectores de valoración social que se entremezclan.

Una cosa que me llama la atención, por ejemplo, hoy es esa estetización de lo popular. Una persona, puede ser de la zona Sur, una persona que tiene cierto estatus tradicional, de pronto como que le gusta... no son lugares populares, es un simulacro, ir a *Typica* [un café local], ir a comer a *Popular* [un restaurante de comida gourmet], un platito de plata, comerse un *chairo*. Eso lo estudia *Mircko Vera*, hace años, que la alimentación incluso de las élites paceñas también ha sido criolla, no es que las élites tradicionalmente comían *filete mignon*, siempre comían *saice* [guiso local popular], en parte por las empleadas que trabajan ahí o la herencia familiar.

El tema del *Electropreste*, por ejemplo, igual, es como que hay todo ese simulacro: "Uy, sí, yo también voy a ser parte del mundo popular", pero, como un objeto de fascinación casi estética. Pero, claro, si te están llevando en un bus desde San Miguel hasta el *Electropreste* y te están volviendo a llevar, es como que te están teletransportando, es un safari cultural. No está realmente empapándote de pueblo y decir, no es comer

agachadito al lado de una señora de un mercado, es otra cosa. Pero lo que sí veo es que con toda esa fascinación que existe por el mundo del Gran Poder, por el cholet, por todo esto, repercute también en las personas de clase media o clase media alta más tradicional. Quienes ven esto y dicen: “Ah, esto es interesante”, tal vez está cambiando, pero para mí tampoco se traduce en una aceptación genuina; puede ser una forma de marcar diferencia aún más pronunciada: “Yo me doy el lujo de ir al Electopreste para dejar muy en claro que de que yo lo puedo instrumentalizar”. Pues es casi otra forma de dominación es como apropiarse del código, ocuparlo y salir.

Muchísimas gracias por su tiempo.

La universidad católica: un lugar para sentirse en casa³

The Catholic University: A Place to Feel at Home

Mons. Giovanni Cesare Pagazzi⁴

Resumen: En este discurso, presentado el 6 de septiembre de 2023 en la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” sede La Paz, Bolivia, con motivo del reconocimiento otorgado por la Santa Sede a la Universidad Católica Boliviana por su historia, calidad y servicio eclesial, monseñor Cesare Pagazzi reflexiona sobre la importancia de la educación en el carácter formativo de una universidad, y de manera particular, la universidad católica, en la búsqueda de la verdad y con la esperanza de encontrarla. Para el autor, tener conciencia del sentido de una universidad como el “alma mater”, es entendido como alentar y animar.

Palabras clave: Universidad Católica, universidad y formación, religión católica, Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Santa Sede, Dicasterio para la Cultura y Educación del Vaticano.

Abstract: In this speech, delivered on September 6, 2023, at the Bolivian Catholic University, renowned for its rich history, academic excellence, and ecclesiastical dedication, Monsignor Cesare Pagazzi contemplates the profound significance of education in shaping the character of a university, particularly one grounded in the Catholic tradition, as it embarks on a quest for truth with unwavering hope. The author underscores the importance of recognizing the university as the ‘alma mater,’ a nurturing and inspiring entity.

Palabras clave: Catholic University, university and education, Catholicism, Bolivian Catholic University ‘San Pablo,’ Holy See, Vatican Dicastery for Culture and Education

³ Discurso presentado el 6 de septiembre de 2023, en las instalaciones de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” sede La Paz, con motivo del reconocimiento otorgado por la Santa Sede a la Universidad Católica Boliviana por su historia, calidad y servicio eclesial. En esa ocasión, se entregó el Decreto de Erección Canónica que sitúa a la U.C.B. entre las 53 universidades católicas reconocidas por la Santa Sede.

⁴ Secretario de la Sección Educación del Dicasterio para la Cultura y Educación del Vaticano. Doctor en Teología por la Pontificia Universidad Gregoriana (1996). Correo electrónico: pagazzi@istitutogp2.it

En nombre del Prefecto del Dicasterio para la Cultura y la Educación, el Cardenal José Tolentino de Mendonça, y en el mío propio, agradezco la grata invitación a esta celebración que conmemora un importante acontecimiento para la Universidad Católica Boliviana: su reconocimiento canónico por parte de la Santa Sede, a través del Dicasterio para la Cultura y la Educación. Se trata de un momento significativo para la Iglesia y la sociedad bolivianas, así como para la Iglesia universal, ya que la Universidad Católica Boliviana se integra más plenamente a la red de Institutos académicos que le ayudan a ejercer la misión evangelizadora en el mundo, por medio de la educación superior.

Con gran afecto, saludo a las Autoridades eclesíásticas, en particular, a Mons. Oscar Aparicio Céspedes, Gran Canciller de esta distinguida casa de estudios, así como a los Señores Obispos y Arzobispos que nos acompañan. Saludo, de igual manera, al Rector Nacional, el Reverendo Padre José Fuentes Cano, y a todas las demás Autoridades académicas, con un agradecimiento particular a la Doctora Ximena Peres Arenas, Rectora de la Sede La Paz, que acoge este evento. Saludo a la Secretaria general, a los Vicerrectores, a los señores Decanos y a los Directores de departamentos, a los Docentes y a todo el Personal administrativo, tan necesario para que la coreografía de la universidad sea ágil y elegante. Saludo, también, y muy en especial, a todos ustedes, queridos estudiantes.

Si la palabra “universidad” deriva de “universo”, que significa “el conjunto de todas las cosas”, el adjetivo “católica” la refuerza e inspira. En efecto, “católico” significa “según el todo”, “a partir de todas las cosas”. “Católico” es, pues, un lugar donde todos se sienten en casa, es decir, un ambiente donde cada quien se reconoce mutuamente, donde no solo hablan las personas, sino también las cosas, y donde uno está libre del miedo, sentimiento que aprisiona e inclina hacia el mal. La universidad, y con mayor razón la universidad católica, es el lugar donde se siente en casa quien ama la verdad y, por tanto, la busca, quizá sólo tímidamente, pero con la esperanza de encontrarla. Que ningún buscador de la verdad se sienta excluido de esta universidad, dondequiera que él se encuentre en este momento de su camino. Lo que importa no es si está cerca o lejos de su meta, sino si está en camino, en lucha por alcanzarla. Dos son las insignias del buscador de la verdad: la pasión por la justicia y el deseo de paz. Por ello, todos los apasionados por la justicia y todos los que anhelan la paz sean bienvenidos en esta casa.

En esta casa, la verdad se busca “católicamente”, es decir, “según el todo”, “a partir de todas las cosas”, gracias también a las perspectivas que ofrecen las distintas áreas de enseñanza, estudio e investigación: desde la ingeniería a la economía y la empresa, desde la comunicación a la informática, desde el diseño, desde el derecho a las ciencias políticas, desde las humanidades, desde la filosofía a la medicina, desde la teología. Cada uno de estos enfoques tiene su propio estatuto epistemológico y un método digno de respeto. Sin embargo, la investigación, la enseñanza y el estudio se afinan

aún más en la medida en que no se limitan a la observación de su propio objeto de interés, sino que, respirando profundamente la atmósfera universitaria, se ejercitan o rehabilitan en una mirada “según el conjunto”, gracias a una interdisciplinariedad y transdisciplinariedad que pueden ser estructuradas en momentos precisos, pero, ante todo, vividas cotidianamente. Siempre será loable y provechoso que en la Universidad Católica se respire un aire interdisciplinar y transdisciplinar. En efecto, la observación extremadamente estrecha o focalizada puede volverse fijada, obsesiva y, por tanto, excluyente e injusta. Tendrá la precisión de una mira, pero perderá de vista el panorama completo de la realidad, el entero paisaje de la verdad.

Necesitamos mentes, corazones, manos a la altura del escenario completo de la realidad, del país entero de la verdad, no sólo de una de sus plazas o callejones. Por ello, ayudemos a formar mentes católicas, capaces de ver y conocer “según el todo”, dotadas de una visión panorámica del misterio del mundo, del misterio del hombre, del misterio de Dios. Ser verdaderamente universitarios, hombres y mujeres con una visión panorámica, es una manera de ser verdaderamente “católicos”: sentir, desear, pensar y creer “según el todo”. Así, ser verdaderamente católico es tener una cierta mente universitaria; esto puede aplicarse también a la persona más sencilla, incluso a la menos instruida, pero, quizás, con una mente capaz de albergar toda la realidad, sus centros y sus periferias, sus esplendores y sus oscuridades, sus fortalezas y sus fragilidades, la vida y la muerte, y la vida después de la muerte.

Los hombres y mujeres de estudio e investigación son hombres y mujeres valerosos. En efecto, nadie se lanzaría hacia algo que aún no conoce sin coraje o valentía, que es el principio de toda acción. Es un impulso primario y fundador, sobre el que se engancha la fidelidad, es decir, la virtud de la perseverancia. Fidelidad que exige también el estudio. Sin coraje y valentía, no hay búsqueda, no hay fidelidad.

Uno de los momentos más complejos y estimulantes para un niño es dar su primer paso sin el apoyo de sus padres y de algún mueble. Ciertamente, estas ayudas fueron necesarias y prepararon al niño para ese momento, pero caminar solo es una experiencia de otro orden; una cosa muy distinta. Se requieren muchas acciones: mantenerse en equilibrio, mirar al frente y al suelo, evitar obstáculos de todo tipo y mover el cuerpo en la dirección deseada. Todas estas cosas hay que hacerlas al mismo tiempo. A esto se añade el comprensible miedo a caerse. El miedo lleva a un exceso de precaución, a veces sustentado por un pensamiento demasiado escrupuloso. Si el niño organizara mentalmente la secuencia de acciones a realizar, enumerándolas y clasificándolas en un orden preciso, se asustaría aún más. Si quisiera prever y medir cada movimiento y todas las variables de un acto tan complejo, pospondría sin cesar dar el primer paso, hasta el día, ciertamente imposible, en que lo tuviera todo bajo control. Pretender la certeza del éxito antes de actuar nos llevará a nunca actuar. Y, aun así, nadie puede ocupar su lugar; el pequeño se enfrenta a su propia e insustituible singularidad: depende de él, de nadie más. ¿Qué es lo que concretiza su deseo de caminar en el primer paso?

¿Qué hace que tienda un puente sin pilares sobre la oscuridad vacía del miedo, la indecisión o los pretextos asustadizos? El coraje, la valentía. Se afirma y se impone, nadie sabe cómo, nadie sabe desde dónde, ese “no sé qué”, el fiat lux del coraje. En el bullicio del alma, tanto inmóvil como agitada por vacilaciones y excusas, irrumpe una decisión inicial, tajante, drástica e ineluctable que, protestando contra la inercia de una conciencia demasiado avisada, demasiado pulida, calculadora o escrupulosa, crea algo nuevo. Al no gustarle los adornos (ni mentales ni emocionales), el coraje va directo al grano; apunta a lo necesario, evitando todo lo que disipe la fuerza de la decisión inicial. Por eso, el coraje se asemeja a la pobreza evangélica, esa virtud que ve en lo superfluo una pérdida indecente de tiempo y energía. “Bienaventurados los pobres de espíritu” también porque, en general, tienen coraje de sobra.

Impulsado por el augurio de triunfar y la disponibilidad de caer, incluso con el riesgo de lastimarse, el niño enciende el fuego sagrado, mucho más misterioso que la química que lo produjo. El coraje no lo convierte en el aventurero temerario o imprudente, que juega con el miedo y la muerte para darse una “estatura maquillada” o conseguir una sacudida antidepressiva. En todo caso, lo convierte en aventurado, es decir, el que arriesga su vida en nombre de la vida. Y aquí está el principio, la inauguración de una nueva etapa en la vida del pequeño. Hay un antes y un después de ese paso decisivo.

En una expresión rústica, pero maravillosa, el filósofo judío Vladimir Jankélévitch afirma que “el diablo no puede hacernos daño, pero sí puede infundirnos miedo. El diablo se resquebraja ante nuestra inocencia y nuestro coraje”. Nos infunde miedo para apagar nuestro coraje. Puede querernos temerarios, imprudentes, pero no valientes, porque en la valentía –como en el primer paso del niño o del que comienza a buscar– resplandece la imagen y la semejanza de Dios. Él, en efecto, es el Valiente (con mayúscula) porque, desde siempre, Dios es Padre, fuente y origen de todo ser, junto con el Hijo, por quien “todas las cosas fueron creadas” (Col 1,16) y el Espíritu Santo que las ilumina y las sostiene. Usando la expresión de San Juan, podríamos decir que “En el principio era la valentía” y nada ni nadie habría llegado a existir sin él. Una piedra, una hoja, un lobo, una estrella, un hombre y una mujer, por ejemplo, son signos de la valentía eterna de Dios.

Hoy, más que nunca, el mundo y la Iglesia necesitan hombres y mujeres valientes, porque la valentía es, también, el otro nombre de la esperanza. Ustedes son buscadores de la verdad, por tanto, apasionados por la justicia, deseosos de paz. Son hombres y mujeres que se esfuerzan por ver la realidad “según el todo”. Por eso son valientes ciertamente. Que nuestra entera Universidad se distinga aún más por la valentía, convirtiéndose en un prestigioso centro de investigación, promotor de pensamientos y de personas creativas, capaces de ver en la complejidad de las cosas no un obstáculo, sino un punto de partida; no una preocupación, sino, ante todo, una posibilidad. Por favor, que nuestra entera Universidad encienda el fuego del coraje y la valentía.

Según una tradición que se remonta a la universidad más antigua del mundo occidental, la de Boloña, Italia, los estudiantes llaman “Alma mater” a la universidad en la que se formaron. La expresión latina significa “madre que nutre”, “madre que consuela”. Es una imagen poderosa, ya que transporta al estudiante al principio mismo de su existencia. Tras el nacimiento, la sensación de plenitud, garantizada por el vientre materno, se prolonga con la figura vigilante, protectora y envolvente de la madre. La palabra “mamá”, procede del latín *māmma*, que significa “pecho”, “seno”. La lactancia materna está en estrecha continuidad con la alimentación intrauterina, una prolongación del embarazo y del vínculo entre el niño y el útero, hasta el punto de convertirse en su sustituto.

La lactancia materna no termina simplemente con la satisfacción de una necesidad fisiológica, ya que activa un entorno afectivo completo que desencadena el reconocimiento mutuo entre la madre y el hijo, promotor de la autoconciencia del recién nacido, gracias al primer intercambio de miradas y sonrisas y a los primeros ecos vocales. Sin estos gestos originales es casi imposible que el niño llegue a decir: “yo”. Es una experiencia de tal implicación y satisfacción que la leche de la madre, e incluso su solo olor, son capaces de calmar al bebé cuando llora de hambre, dolor o soledad. Sin embargo, la lactancia también está marcada por una experiencia creciente de separación entre el bebé y la madre: el niño no puede permanecer todo el tiempo unido al pecho, sino que alterna entre la toma y la abstinencia, hasta llegar al destete, la separación completa del pecho. La delicadeza y la complejidad del destete son proporcionales a la indecible intensidad del apego experimentado en el útero y en el pecho. El recién nacido llora y grita lleno de angustia al percibir incluso la separación momentánea de la madre. Siente esta separación como mortal, tan insoportable que por ello grita desesperado. Los gritos y llantos de un recién nacido, por ejemplo, al despertarse durante la noche, tocan las cuerdas más profundas del alma. Tal vez la madre ya esté cerca, en la habitación contigua; probablemente ya esté de camino, viniendo hacia él, pero el pequeño vive ese momento de ausencia como una eternidad, una separación existencial que lo hunde en la desesperación. No está en absoluto abandonado; de hecho, incluso recibe cuidados nocturnos continuos; pero la violencia de su reacción y el dramatismo de sus gemidos, manifiestan exactamente una percepción contraria. En cualquier caso, la madre debe favorecer el desprendimiento progresivo del niño de la falsa imagen de sí mismo que resulta de la satisfacción plena, típica del amamantamiento. Poco a poco, el bebé debe experimentar la discontinuidad de la mujer: está y no está, viene y se va, se muestra y desaparece. La primera reacción del niño es el repudio resentido hacia la madre, puesto que ya no se ajusta a sus expectativas de plenitud. Sin embargo, si desde el principio la madre le da al niño suficientes pruebas de fiabilidad, él comenzará a subsanar sus vacíos o carencias. Para ello cuenta con la ayuda de la propia madre que, como diría Donald Winnicott, se presenta “en un estado de idas y vueltas”, adaptándose alternativamente a la capacidad actual del niño para encontrarla y dejándose buscar tal como ella es en

realidad, es decir, sin corresponder única y plenamente a las expectativas de su hijo. Ciertamente, esta dinámica no es posible sin que el pequeño experimente la separación, la distancia y la falta de la madre; pero si esto funciona, el niño sentirá que la mamá es fiable, a pesar de no estar tan disponible como él quisiera. De este modo, aprende a estar solo, iniciando una nueva fase de la vida, caracterizada por la capacidad de jugar, es decir, de crear, de inventar el mundo, poniéndose en movimiento. Poco a poco, empieza a involucrarse con las cosas y las personas, gracias a la inventiva y al respeto de las reglas propias de cualquier juego. Si la madre fuera una presencia asfixiante, el niño no se abriría a la creatividad del juego. Sin vacíos o sensación de abandono, no hay juego. Este proceso de ir y venir, de ausencia y retorno, de abandono y presencia, capacita al infante para entrar en el juego, en la vida, en la fe. No es un regalo ya hecho, sino el don de una conquista. Y toda esta dinámica comienza a partir de una condición: la esperanza de la madre.

El comportamiento de la madre que empieza a dejar solo al niño está motivado por la esperanza de que el niño consiga estar solo. Sin la esperanza en el poder del niño, la madre no lo dejaría nunca, ni un solo momento. En este sentido, la chispa de todo es el reconocimiento de una fuerza, la esperanza en un poder. La madre es madre porque anima, alienta, impulsa. En primer lugar, no impone una tarea (“¡Tienes que hacerlo!”), sino que advierte una potestad: “¡Tú puedes hacerlo!”. Mirando a su hijo recién nacido, incluso aún con los ojos cerrados o la mirada perdida, le está diciendo: “¡Tú puedes regresarme la mirada!”; y, tarde o temprano, el pequeño la mirará a los ojos. Sonriéndole, aunque el rostro del recién nacido sea casi inexpresivo, ella le está diciendo: “¡Tú puedes sonreír!”. Y, tarde o temprano, el bebé lo hará. Repitiéndole las primeras palabras “mamá”, “papá”, le está confirmando: “¡Tú puedes hablar, responder!”. Y el niño, tarde o temprano, hablará. De igual manera, dejándolo solo, le declara: “Tu puedes jugártela, habitando la realidad, escuchando sus ‘¡Sí!’ y sus ‘¡No!’”. La buena madre es la iniciadora y la vigilante del “¡Tú puedes!”; por eso, donde otros acusan, ella ve posibilidades; donde otros señalan caídas y fracasos, ella capta la capacidad de levantarse de nuevo. En su hijo no ve solo victorias o solo derrotas, sino que percibe, en cada caso, ocasiones, posibilidades.

Afirmar, entonces, que la universidad es el “alma mater” significa reconocer su capacidad de alentar, de animar. Incluso el coraje de estar solos; solos cuando se estudia, solos cuando se busca la verdad, la justicia y la paz y se está rodeado de quienes no quieren la verdad, la justicia y la paz. Solos cuando llegamos y nos encontramos ante una responsabilidad que es exclusivamente nuestra y no delegable. La universidad es una comunidad que llena la vida de conocimientos, relaciones y afectos, pero cumplirá plenamente su misión en la medida en que sepa destetar hombres y mujeres a la altura de sus propios deberes y a la altura de sus propios poderes; capaces de honrar el “¡Tú debes!”, pero también el “¡Tú puedes!”, sin excusas, ni justificaciones.

Todo esto vale aún más, y con mayor razón, para una universidad católica, dado que Dios mismo se presenta como una madre que nutre y amamanta, un Alma Mater, de acuerdo con la conmovedora imagen que cierra el libro del profeta Isaías:

Todo esto vale aún más, y con mayor razón, para una universidad católica, dado que Dios mismo se presenta como una madre que nutre y amamanta, un Alma Mater, de acuerdo con la conmovedora imagen que cierra el libro del profeta Isaías:

Ustedes serán amamantados y llevados en brazos,
y sobre las rodillas serán acariciados.
Como una madre consuela a su hijo,
así los consolaré yo;
en Jerusalén serán consolados.
Ustedes lo verán y se alegrará su corazón,
sus huesos serán frondosos como la hierba.
(Is 66,12b-14)

Gracias.

Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL-FELAFACS

First Latin American Communication Congress CIESPAL-FELAFACS

José Luis Aguirre⁵

Resumen: Quito, Ecuador fue sede del “Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL-FELAFACS”. La cita de tres jornadas, 19, 20 y 21 de octubre de 2023, permitió reunir al mayor conjunto de docentes, investigadores, estudiantes y comunicadores de América Latina bajo la temática de los desafíos y tensiones entre el pensamiento latinoamericano y las prácticas comunicacionales contemporáneas, rumbo al 2030. Mediante exposiciones, conferencias magistrales y trabajo en mesas según distintas temáticas se pudo estimular la recuperación de las clásicas líneas del pensamiento comunicacional crítico de Latinoamérica entre ellas la de comprometerse con una comunicación con sentido humanizador, inclusivo y democrático.

Palabras clave: Economía política de la comunicación, comunicación popular en América Latina, comunicación y poder, comunicación y cambio social

Abstract: Quito, Ecuador, played host to the “First Latin American Communication Congress CIESPAL-FELAFACS.” This three-day event, held on October 19th, 20th, and 21st, 2023, convened the largest gathering of educators, researchers, students, and communicators from across Latin America, focusing on the challenges and tensions between Latin American ideologies and contemporary communication practices leading into 2030. Through exhibitions, keynote lectures, and discussions spanning various themes, the congress successfully rekindled the fundamental tenets of critical communication thought in Latin America, emphasizing a commitment to communication imbued with a humanizing, inclusive, and democratic ethos.

Keywords: Political economy of communication, popular communication in Latin America, communication and power, communication and social change

⁵ Comunicador social, Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Magíster en Ciencias Sociales, Iowa State University, USA. Director del Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo (SECRAD), investigador de la comunicación. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede La Paz. La Paz. E-mail: jaguirre@ucb.edu.bo ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5933-8813>

Introducción

En Quito, Ecuador entre los días 19, 20 y 21 de octubre de 2023 se realizó el “Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL-FELAFACS”, (Centro Internacional de Estudios Superiores de la Comunicación para América Latina y Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social) el mismo que reunió a más de 300 docentes, investigadores, estudiantes y comunicadores de la Región para debatir y hacer propuestas sobre los desafíos y tensiones entre el pensamiento latinoamericano y las prácticas comunicacionales contemporáneas, rumbo al 2030.

Los tres días de trabajo del Congreso permitieron escuchar conferencias, recibir exposiciones de trabajos en función de grupos temáticos, y, sobre todo, se generaron los espacios de discusión y análisis mediante paneles para que referentes propios de la comunicación latinoamericana fueran retomados. Tal es el caso del necesario enfoque de y por una comunicación popular, democrática y humanizadora.

El Congreso, en sus tres jornadas, pudo desarrollar 8 paneles, 3 talleres prácticos y 9 mesas temáticas, las que permitieron la exposición de 85 ponencias científicas que fueron elaboradas según las temáticas del evento. Además, el Congreso comprendió el desarrollo de tres conferencias magistrales, las que correspondieron a César Bolaño (Brasil), con el tema “Economía Política de la Comunicación y de la Cultura”; a Claudia Villamayor (Argentina), quien expuso sobre “La Comunicación Popular en América Latina. Desafíos y perspectivas desde un enfoque de género”, y finalmente a Raúl Fuentes Navarro (México), quien presentó la ponencia “La Comunicación en América Latina: cuestiones renovadas de poder y de saber”.

De modo central y como producto de la reflexión del Congreso se pudo cerrar el mismo con la presentación y lectura del documento continental titulado “Declaración de Quito”. Este comprende 14 puntos en los que se hace evidente la postura crítica de los comunicadores reunidos acerca de aspectos académicos, tecnológicos, de amenaza al medio ambiente y de la necesaria convivencia pacífica en el mundo, entre otros puntos. La Declaración supone también una agenda en la que se deberán refrescar posturas reflexivas sobre la dinámica de las comunicaciones en el continente, sobre todo ante una urgente necesidad de devolver a la comunicación su carácter dinámico y democratizador.

El Congreso también comprendió un momento de homenaje a destacados comunicadores del pensamiento crítico de América Latina y así CIESPAL confirió su Medalla de Oro y Diploma de Honor a Michele Mattelart; Daniel Prieto Castillo y Mario Kaplún.

Los países y delegaciones de académicos, estudiantes y estudiosos de la comunicación social fueron: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay,

Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.

Quito, con este Congreso, se volvió a colocar como el referente del estudio y reflexión de la comunicación social del continente, papel que jugó de modo determinante en distintas épocas, desde su creación en 1959. Considero valioso compartir este documento, con el objetivo de abrir el debate sobre la importancia de de la comunicación en América Latina.

Una información ampliada se puede obtener en: <https://ciespal.org/>

Declaración de Quito

En la ciudad de Quito, a los 21 días del mes de octubre del 2023, las organizaciones de comunicación; facultades de comunicación social y periodismo; personas académicas, investigadoras y estudiosas de la comunicación, reunidas en el marco del Primer Congreso de Comunicación Latinoamericana CIESPAL-FELAFACS,

CONSIDERANDO:

Que, el capitalismo, en todas sus formas, es la causa de las desigualdades y la destrucción de los ecosistemas.

Que, la mirada e imaginarios antropocéntricos afectan gravemente a los ecosistemas que nos dan vida.

Que, la desigualdad de género y las violencias por razones de género, provoca graves afectaciones y discriminaciones sociales, políticas y económicas inaceptables.

Que, los conflictos bélicos, viejos y nuevos, ponen de relieve la ausencia de diálogos y la necesidad de trabajar, renovar y reforzar la comunicación para la paz.

Que, la pandemia por COVID-19, demostró la incapacidad para generar modelos de comunicación más participativos alejados de la virtualidad, mostrando claramente todos los riesgos de la hiperdigitalización de la vida.

Que, los planes de estudios de las carreras y programas de comunicación social y periodismo, no se orientan hacia los desafíos que la humanidad necesita afrontar.

Que, la exclusión educativa, (profundizada en la postpandemia), genera mayor inequidad e injusticia social.

Que, consideramos, junto con la UNESCO, que la hiperinformación, desinformación y noticias falsas generan infodemia e infoxicación y ponen en riesgo las democracias.

Que, la persistente concentración mediática, afecta a la democratización de la comunicación poniendo en riesgo la pluralidad.

Que, los avances en Políticas Nacionales de Comunicación, aporte fundamental del pensamiento crítico latinoamericano, han sido frenados por intereses económicos y políticos globales.

Que, la violencia, persecución y censura contra periodistas, se ha incrementado alarmantemente, como consecuencia de la falta de protocolos adecuados de parte de los medios y la inacción de los Estados.

Que, la precarización de las condiciones de trabajo de las personas que laboran en los medios, afecta la independencia y la calidad en el ejercicio de la comunicación.

Que, la alfabetización crítica mediática sigue estando ausente en los planes de estudio, en todos los niveles educativos.

Con estas consideraciones, DECLARAMOS:

1. Frente al capitalismo y auge del neoliberalismo, la comunicación debe intervenir en favor de las transformaciones ecosistémicas con visión de justicia social, de género y climática.
2. Proponemos incorporar a la comprensión de la comunicación, enfoques de derechos humanos, de género, afrodescendientes e interculturalidad.
3. Repensar el antropocentrismo para considerar la mirada biocéntrica, sin la cual, no se garantiza el derecho a vivir la vida.
4. Rechazamos el extractivismo en todas sus formas, especialmente, el referido al campo académico. Proponemos que se incluyan políticas de investigación y nuevas metodologías apegadas al territorio.
5. Proponemos modelos de medición propios, para la calidad de las investigaciones y superar las métricas mercantilistas.
6. Los planes de estudio y mallas curriculares de las carreras de comunicación social y periodismo de Latinoamérica, deben ser revisadas en torno a propuestas críticas que den mayor énfasis a la investigación, estudio y construcción de teorías y metodologías favorecedoras de las ecotransiciones.
7. Reconocemos el impacto potencial que tiene la mala práctica en la producción y difusión de información, en la salud mental de quienes reciben información a través de los medios, sean estos digitales o abiertos. Las y los periodistas, deben asumir su responsabilidad en el marco de los códigos éticos que impidan la circulación de noticias falsas.

8. Instamos a los Estados a incluir en sus políticas públicas de comunicación, garantías para el ejercicio digno, seguro y ético de la labor periodística.
9. Los Estados deben garantizar la redistribución equitativa de frecuencias del espectro radioeléctrico y facilitar, incluida la financiación, que los medios de comunicación comunitarios, populares, ciudadanos y alternativos, puedan constituirse en el elemento fundamental para la diversidad de las culturas, idiomas, formas organizativas y de resolución de conflictos, basados en el bien común y las formas colectivas de comprender el mundo.
10. Reiteramos la necesidad de que las políticas públicas deben contemplar la equidad y el respeto de género en todas sus expresiones, trasladándose a las narrativas y prácticas mediáticas.
11. Reconocemos que la enseñanza, la investigación y la práctica de la comunicación deben ser sensibles al diálogo entre las multipistemologías y las multiontologías y que respondan al trabajo con y para las comunidades.
12. Que la investigación y el trabajo en comunicación, deben tener una clara vinculación con las demandas sociales orientadas a los territorios y al bien común, siendo un eje transversal en todo el proceso de formación.
13. Es fundamental desarrollar investigaciones y producir contenidos que disputen el control en el mercado de las imágenes y los regímenes dominantes de visualidad con objetivos decoloniales y anti imperialistas.
14. Que las instituciones latinoamericanas deben aplicar acciones innovadoras y de cooperación para impulsar el avance de la comunicación.

Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL-FELAFACS

Reseñas

El “racismo” como un utensilio

“Mi delito es ser indio”. Política y racismo en Bolivia (2006-2021)

María Teresa Zegada C. y Gabriela Canedo V.

CERES, Plural, La Paz, 2023



Rafael Loayza Bueno⁶

Desde la lucha de los derechos civiles en Estados Unidos en los años sesenta, que puso al racismo y a las “relaciones raciales” en el pico del interés público, la academia tuvo la necesidad de desarrollar reflexiones que, además de explicarlo, permitieran atenuar las contingencias de sus formas más prevalentes. La “opresión, explotación y la revuelta”, individualizadas en las sociedades post-coloniales y post-esclavistas como las secuelas recurrentes del racismo, tendieron a mostrarlo como la anomalía que ponía en apremio al orden social de las sociedades de Occidente. Esta reflexión fue posible desde que las expotencias coloniales (Gran Bretaña, Francia y España) sumadas a las sociedades que usufructuaron del esclavismo y la servidumbre (particularmente Estados Unidos y América Latina) se vieron atestadas por desagregaciones poblacionales descendientes de los sometidos de antaño en busca de remediar su despojo, paradójicamente infringido durante la ocupación colonial y el tráfico de esclavos.

De pronto, la sociedad europea y americana empezó a mirar formas de diferenciación “decadentes” en las zonas periurbanas de sus ciudades más emblemáticas, que se habían encubierto en los paradigmas de la narrativa de modernidad, democracia y libertad. Londres, París, Madrid y Buenos Aires se empezaron a llenar de genealogía pakistaní, marroquí y boliviana (entre otras). Y, por otro lado, mientras Nueva York, Sao Paulo y Rio de Janeiro acumularon la pobreza en los afrodescendientes (arrinconados en los guetos de Harlem y en las favelas) Lima, Quito y La Paz (entre otras) no podían

⁶ Docente de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” sede La Paz. Orcid: <https://orcid.org/0009-0003-9107-4573>
- correo electrónico: rloayzab@ucb.edu.bo

contener las migraciones internas de indígenas rurales que empezaron a tensionar a los herederos "criollos" del poder colonial. Las ansiedades resultantes, xenófobas y racistas (merced a las disputas por el espacio público y el trabajo) activaron un sentimiento de "mea culpa" en los gestores públicos, que motivó a la comunidad académica a desarrollar los estudios coloniales y los paradigmas del multiculturalismo. En Bolivia, como en la mayoría de los países postcoloniales de América Latina, ya que la diferenciación ha brotado del testimonio de la pobreza correlacionada a la etnicidad, la desigualdad ha sido atendida por aquel "multiculturalismo culposo" en los noventa, en una ola de reformas alentadas por los ex poderes coloniales citados e instituciones globales tales como el Banco Mundial y las Naciones Unidas. En este contexto, las políticas multiculturales produjeron, desde las élites castellanohablantes, "revisiones críticas alrededor de diferencia cultural, autoridad social y discriminación política, revelando los momentos antagónicos y ambivalentes de la sociedad moderna" (Bhabha, 2004, p. 212).

Precisamente, Michael Banton puntualiza que, desde los años sesenta, el concepto de "racismo" fue "llamado a servir nuevos propósitos", transformándose en una "idea política" capaz de proponer una nueva forma de "inequidad social" (Banton, 2019, p. 190). Pues bien, "Mi delito es ser indio", de María Teresa Zegada y Gabriela Canedo, atiende acertadamente la proposición de Banton, que distingue al "racismo" como "idea política", desde un sofisticado análisis, primero histórico, que hace un recorrido teórico sobre la relación entre el concepto y la idea de etnicidad a través de la trayectoria histórica del país y, luego analítico, sumergiéndose en aquellos hechos que representan axiomáticamente el uso de la "categorización racial" como herramienta para la socialización política.

En un contexto en el que académicos y analistas bolivianos han empezado a mirar la tracción entre lo étnico y racial (particularmente desde las correlaciones positivas que existen entre la identidad aymara y quechua con la preferencia electoral a favor del Movimiento al Socialismo), el enfoque de las autoras es refrescante y puntilloso, especialmente encajado en el prisma del entendimiento de la relación de dependencia recíproca entre los procesos de construcción de la identidad y los políticos. Hábilmente, el argumento central del libro presenta al "racismo" como un utensilio de "politización de lo social" que se desarrolla en ambos polos del espectro de la polarización actual, y que se transfigura en un recurso elástico para la construcción de electorados vigorosos y de movimientos sociales capaces de afectar a la política. Esta premisa se desarrolla a lo largo del libro, recorriendo los eventos de la "etnicización" que ajustaron el carácter "indigenista" en el alegato político del primer periodo del MAS, las elecciones fallidas de 2019 y las tensiones raciales resultantes, el gobierno azaroso de Janine Añez y el encumbramiento de Arce como Presidente, para explicar el ascenso de la "racialización" en la política nacional.

Ciertamente, la correlación entre condición económica e identidad es la primera instancia de politización de lo racial, pues los sucesores de los subalternados son “representados” de “pobres y sometidos”, mientras que los otros de “boyantes y poderosos”, resultando en una pugna que es inevitablemente política. Así, la diferenciación racial de la sociedad boliviana, alimentada por las evidencias del despojo económico indígena, vino del carácter central de la identidad desde las narrativas de las luchas de Katari, Willka y la Alianza de Clases de la Revolución Nacional. Llegó, primero, del sentido de origen común partido y evidenciado en el proceso censal del 2001 (en el que la mayoría indígena fue representada desde el despojo económico) y posteriormente, de un sentido de destino tendente a la desagregación perfeccionado por la pugna por el poder. Stuart Hall diría que la identidad étnica en Bolivia se construyó tanto sobre la base del “reconocimiento del origen dividido”, como de las “características compartidas” de pobreza del grupo y “la lealtad y la solidaridad establecidas en este fundamento” (Hall & Du Gay, 2011, p. 15). Este sentido de origen desemejante está relacionado con los significados del “yo” estereotipado que encuentra en la diferencia al motor de la movilización política (Giddens & Sutton, 2014, pp. 214-215).

Richard Jenkins (2002) argumenta que el nacionalismo, la más política de las identidades sociales, comprende por definición “identificación”, diferenciación, categorización y naturalmente “inclusión y exclusión”. Consecuentemente, la etnicidad y sus personificaciones manifiestas en las percepciones de la raza y el racismo (epifenómenos del ajuste de las identidades diferenciadas de origen) son específicamente formas organizadas y consistentes de entender el mundo (p. 84).

En otras palabras, racismo y nacionalismo son ideologías que emergen del sentido dispar de origen y ascendiente, transformándose en formas de conocimiento que decretan la forma en la que el mundo es, y más crucialmente, la forma en la que debería ser. Precisamente, María Teresa y Gabriela, explican en esta elaborada obra cómo se presenta la aprehensión racial como una tensión entre comunidades diferenciadas que producen ideología (racismo y racialización), como una tensión entre dos actores distinguibles que agencian el hecho político desde la polarización. Finalmente, hay que decir que este libro no solamente es imprescindible para entender los sucesos pasados del país, sino necesario para estimar los futuros, particularmente en un contexto en el que la salud democrática de Bolivia está apremiada por las tensiones de la identidad.

Referencias

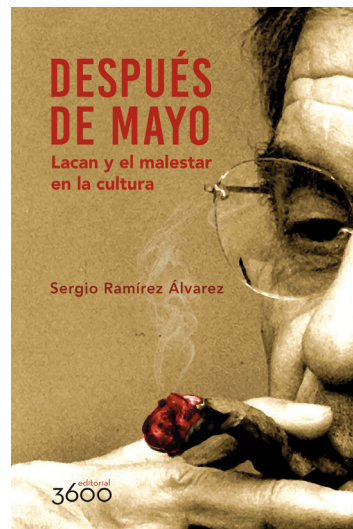
1. Banton, M. (2019). *The Idea of Race*. Routledge
2. Bhabha, H. (2004). *The Location of Culture*. Routledge.
3. Giddens, A. & Sutton, P. (2014). *Conceptos esenciales de sociología*. Alianza Editorial.
4. Hall, S. Du Gay, P. (comps.) (2011). *Cuestiones de la identidad cultural*. Amorrortu.
5. Jenkins, R. (2001). *Rethinking ethnicity: arguments and explorations*. Sage.

Un encuentro entre el psicoanálisis y la sociología⁷

Después de Mayo. Lacan y el malestar en la cultura

Sergio Ramírez Álvarez

Editorial 3600, La Paz, 2023



Dra. María Elena Lora⁸

Buenas tardes amigos, colegas, Sergio:

Voy a partir del principio de que el legado de un libro y la presencia de Sergio hoy, junto al inmenso recorrido en su quehacer, supone, que él no necesita, en realidad, presentación alguna. Por esto, es un gusto para mí poder, más bien, compartir con ustedes algo de la vida del amigo, el alumno y el colega. Más adelante algunas apreciaciones sobre este libro.

Sergio se abre a una serie de interrogantes y nos convoca a develar las heridas causadas por el (des) orden moral de la época actual y el malestar civilizatorio. Nos conduce a examinar cómo “la dignidad del ser humano ya no es el punto de partida en la sociedad”, sino “el privilegio” que algunos reciben cuando logran encajar dentro de los límites del sistema y viven con el riesgo permanente de caer en saco roto, el de los desafiados, los expulsados, los desechos cosificados y arrojados a un “no mundo”.

Durante su formación, sus viajes y la experiencia de los acontecimientos políticos vividos, a fines del año 2019, le permitieron una lectura y una interpretación que va a

⁷ Discurso presentado en la presentación del libro de Sergio Ramírez Álvarez, en el Espacio Simón I., Patiño, La Paz, Bolivia, el 20 de octubre de 2023.

⁸ Psicoanalista clínica. Miembro del Observatorio Latinoamericano de Autismo y miembro de la Asociación Mundial de Psicoanálisis Decana de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” sede La Paz, Bolivia. Orcid: <https://orcid.org/0009-0007-2540-6663> - correo electrónico: mlora@ucb.edu.bo

ir desplegando en distintos momentos en torno al psicoanálisis, la política y los lazos sociales. Asimismo, trata de transmitir y hacer de la vida tan plena de incertidumbres un espacio de reflexiones, solidaridad y compromiso con los otros.

Su deseo de leer, investigar y escribir comenzó muy temprano, desde el colegio y la posterior elección de una carrera como la sociología. Lo que ustedes no saben es que Sergio tuvo un encuentro “contingente inesperado” con la sorpresa del psicoanálisis lacaniano, que lo llevó a iniciar un camino propio, intelectual y académico.

En este ritmo de estudio tan dedicado y delicado, era imposible no llegar a apasionarse por el psicoanálisis. Así, estos tres elementos, el compromiso social, la academia y el “deseo de saber”, definen al amigo que tenemos hoy aquí y que supo articular a partir de estas zonas de interés, verdaderas fortalezas, a base de dedicación, esfuerzo, reflexión, compromiso y todo, todo para un mayor aporte a la condición humana.

Esta perspectiva lo llevó a apostar por el psicoanálisis y su porvenir, en tanto el psicoanálisis en el siglo XXI se ha convertido en una cuestión social, vale decir, que un psicoanalista no se desentiende de ninguna manera de la vida ciudadana.

Cuento esto porque el bagaje recibido le permitió, luego, comprender con amplitud de mente y la intimidad que nos habita lo que él interpreta como lazo social, discurso, sociedad y cultura, saber que fue producto de su estudio de maestría, con el resultado que hoy nos presenta, el libro *Después de mayo: Lacan y el malestar en la cultura*. En este, despliega un retrato de la situación política, económica y social en la que se vive; la de una época donde lo simbólico decae, la política desaparece y la democracia simplemente se convierte en un ritual; en esta, la sociedad se deshilacha, contaminada por el miedo y el recelo. Se trata de un recelo que impide toda cercanía, o todo lazo:

Miller explica que la proximidad del Otro es lo que funda el racismo: cuando hay acercamiento entre los que suscriben un discurso y los que quedan segregados se genera una confrontación de modos de gozar incompatibles, por lo que es sencillo amar al prójimo cuando está muy alejado, pero ya resulta difícil cuando se acerca: “Se trata siempre, en las historias racistas, de la manera que el Otro tiene de obtener un plus de goce” (Miller 2010: 221-2) p. 160).

La actualidad, en este siglo XXI, una de las transformaciones más significativas que producen un aplastamiento y encarcelan la subjetividad es el énfasis puesto en los programas y valores relacionados con el funcionamiento sincronizado del discurso científico y el del capital, que incluyen un mecanismo de evacuación (tanto para la basura industrial, como para lo humanos desechables); de este modo, una vez que se agota el valor de mercancía, solo queda el sujeto transmutado en “desecho” y cae en el sumidero del sistema, como resto descartable.

Aún así, en medio de este escenario desesperanzador, el autor nos interpela para encarar esta herida:

Poco antes del final de *El malestar en la cultura* Freud sentenciará al “ama a tu prójimo como a ti mismo” como un mandato incumplible, una inflación del amor que en tal magnitud no puede tener otra consecuencia que rebajar su valor. No obstante, considera este mandamiento como la más fuerte defensa en contra de la agresión humana y por consiguiente correlativo del superyó de la cultura (p. 88).

Esta manera de analizar el discurso actual del sistema y la condición trágica humana no se limita a denunciar las relaciones de poder, las presiones del mercado o una clase política mercenaria del capital; sino que señala lo perturbador que es este discurso, pues no hace posible, la existencia de un afuera, de un discurso “alternativo”, puesto que “el afuera” solo existe bajo la forma de los residuos, especialmente los desechos humanos. Ante toda esta situación, se producen estallidos de violencias horrorosas. Desde el terrorismo de estado, los asesinatos de mujeres y de niños, hasta migrantes anónimos que pierden la vida. Y todo el tiempo, la única respuesta a este dolor es la mostración de imágenes (TV) o que solo se hable de cifras, cifras de muertos; es la manera de deshumanizar y de cosificar a los semejantes. Son cifras, son dinero o una catástrofe más.

Esta constatación abre esta reflexión en su carácter constatativo:

[Jacques-Alain Miller] cree que si Lacan pensara las cosas hoy “su formalización del discurso capitalista sería distinta”. Aunque sí, en una conversación privada, allá en los años 60, ante la interrogante del propio Miller, que pensaba que había algo totalmente inédito en lo que Mao Tse-Tung trataba de hacer, Lacan le respondió acerca de lo que ocurrida en China: “En Pekín, como en todas partes, el amo es el dinero” (Miller en Ranzani 2022) (pp. 188-189).

Nadie está preparado para una experiencia que supone enfrentarse a lo inconcebible. Son estos fenómenos los que convocan e interpelan al psicoanálisis. Y es vital colocarnos como psicoanalistas, en este punto de encrucijada, junto a otros saberes (estudios de género, sociología, antropología, etc.) para trabajar e incluir la noción de complejidad, que implica flexibilidad para utilizar pensamientos complejos, tolerancia ante las contradicciones, capacidad para mantener la tensión entre los aspectos antagónicos de lo que observamos y así, trabajar con recursos complejos, con la aspiración de un enriquecimiento mutuo de saberes y sin la pretensión de arribar a conclusiones cerradas, ni definitivas ni dogmáticas.

Esta es una de las aristas que nos enseña el psicoanálisis, en tanto que permite aprehender “algo más” que explicaciones estereotipadas o universales. El libro que hoy Sergio nos comparte pone en evidencia, cómo el psicoanálisis convoca a la llamada “práctica entre varios”, donde se trata de poner a prueba, el escuchar lo distinto, lo singular, que permita una variabilidad de construcción de lazos.

Como nos propone el autor: “aunque de manera pasajera, son los discursos [los institucionales, las discusiones, los otros modos de leer] los que envuelven la vida

cotidiana de las personas que, finalmente, se encuentran en tensión con el modo singular de hacer lazo de cada sujeto (p. 209).

Sergio, gracias por la entrega, el compromiso y el precioso libro que recoge una paradoja analítica: la virtud infernal del psicoanálisis de hablar de lo que no se puede decir y donde hay que inventar, crear, vale decir, construir nuevos lazos.

Gracias.



Lineamientos editoriales

I. MISIÓN

El *Journal de Comunicación Social* es una revista académica que es editada por el Departamento de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” sede La Paz, Bolivia (UCB). Está dirigida a investigadores e investigadoras interesadas en el campo de las ciencias sociales y de la comunicación social. Su publicación es bianual (julio y diciembre). Su objetivo es la difusión de conocimiento por medio de la publicación de artículos originales, concluidos e inéditos que generen debate sobre fenómenos sociales desde una perspectiva comunicacional. Asimismo, publica ensayos, artículos teóricos, metodológicos, de revisión de la literatura, documentos históricos así como reseñas vinculadas con esta área en particular y de las Ciencias Sociales en general.

El *Journal de Comunicación Social* 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; sociología de la religión y comunicación; estudios transdisciplinarios y entradas a la comunicación desde un campo de conocimiento que entre en diálogo con la comunicación. Está dirigida a investigadores especializados y relieves contribuciones de que contemplen la participación de investigadores júnior, tanto de la Carrera de Comunicación Social como de otros espacios académicos e institucionales de otros puntos del país y de la región, para fortalecer la formación de investigadores de la Universidad Católica Boliviana y de otros espacios académicos.

II. TIPOS DE ARTÍCULOS QUE PUBLICA EL *JOURNAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL*

Los trabajos que publica el *Journal de Comunicación Social* pueden enmarcarse en las áreas descritas en el anterior apartado o en áreas que aborden temáticas relacionadas que vinculen la comunicación —enlazada a las Ciencias Sociales en general— con otros campos de conocimiento. Las secciones que se publican son las siguientes:

Artículos de investigación

Reporta a detalle una investigación original e inédita (incluyendo estudios de caso). Como tal, debe describir el proceso de investigación con una introducción, revisión del estado del arte y marco teórico, descripción de los métodos empleados, resultados y un apartado interpretativo con discusión y conclusiones.

Ensayos y otras contribuciones

En esta sección, se publican avances de investigación, revisión de la literatura, artículos teóricos o metodológicos, entrevistas, ensayos, conferencias, que se plantean como contribuciones académicas al conocimiento de las problemáticas precisadas en los objetivos de esta convocatoria.

Documentos

En ocasiones, la revista publica documentos inéditos o editados que sean relevantes en relación con el campo temático de esta revista.

Reseñas

Son textos breves que aportan reflexiones y análisis novedosos, pertinentes y sustentados sobre alguna obra trascendente o de reciente publicación, enmarcada en las líneas de investigación de la revista.

III. INSTRUCCIONES PARA AUTORAS Y AUTORES

1. 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 la revista lo publica. Los artículos deberán ser enviados en versión digital, siguiendo las siguientes normas:

2. 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 de Comunicación Social* asume que el autor, al 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. Sin embargo, luego del envío, cada manuscrito será filtrado por el sistema informático URKUND-OURIGINAL de verificación de originalidad y apropiada citación de fuentes, una herramienta destinada a detectar el plagio, independientemente del idioma en que esté escrito el texto.

Luego del envío del manuscrito, el cuerpo editorial le enviará al autor una declaratoria que será devuelta con su nombre y firma, como etapa previa a la evaluación por pares. Este documento sirve como garantía de que el manuscrito cumple con todos los requisitos de la revista, señalados tanto en este apartado, como en el punto 5 (Autores).

3. Aspectos formales

La extensión del manuscrito oscila entre seis mil y diez mil palabras, incluida la lista de referencias. Debe presentarse en Word MS, en páginas tamaño carta, con tipo de letra Times New Roman, a 12 puntos e interlineado sencillo.

4. 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 e insertar un pie de página en el que incluyan los siguientes datos: cargo del autor (o los autores), nombre del departamento, unidad o institución académica en la que trabaje el autor (o en cuyo marco institucional se hizo la investigación), ciudad y país, y su número de

identificación o registro en ORCID. Por último, un correo electrónico de contacto. Todos estos elementos deben ir separados por un punto.

Si el autor o alguno de los autores no tuviera afiliación institucional, simplemente indicarán la ciudad y el país separados por comas en lugar del departamento y la universidad, con la precisión: investigador independiente. En caso de que el autor o autores hubieran cambiado de afiliación institucional desde la elaboración del artículo, debe incluirse el nombre del departamento o unidad donde trabaja actualmente.

El autor debe precisar en una nota, luego del apartado de referencias, que el artículo no representa conflicto de intereses con alguna institución o con la institución con la cual trabaja. Asimismo, debe precisar, si fuera necesario, si la organización para la que el autor trabaja desea expresar que el contenido del manuscrito no representa la posición de esa institución.

c) Resumen

Su extensión máxima debe ser de 120 palabras. 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 (séptima edición). Debajo, debe aportar una apropiada traducción al inglés del resumen.

d) Palabras clave

Máximo seis, con su traducción apropiada al inglés.

e) Cuerpo del manuscrito

En el caso de un artículo de investigación empírica, el autor debe dividir 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 mínima 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. Un sumario de los hallazgos.

Marco teórico y estado del arte

Este apartado debe presentar una revisión de la literatura, así como el paradigma, las teorías y los conceptos que fueron implementados para la recolección de datos y la argumentación, además debe explicarse la relación de estos recursos teóricos con el problema de investigación.

Metodología

En este apartado, debe presentarse de manera sucinta el proceso de recolección de datos, incluyendo el universo y tiempo de la investigación, las técnicas de implementación, los actores involucrados y una descripción del proceso de elección de los mismos (presentar el proceso de muestreo).

Resultados

Se deben presentar los datos más relevantes, obtenidos a partir de la investigación, en función a los propósitos planteados. (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.)

Discusión

Presentación de las discusiones que plantearía el autor con las teorías implementadas, en función a los datos recolectados y las interpretaciones construidas. Aquí pueden añadirse los temas que quedan pendientes para investigaciones futuras y qué recomendaciones o abordajes propondría el autor.

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. El autor también podrá presentar la discusión y las conclusiones en un solo apartado.

f) Referencias

Se debe titular como “Referencias” a la parte de su manuscrito donde están las referencias bibliográficas. Los cuatro principales elementos que debe incluir una referencia son: el apellido y la inicial del nombre del autor (quién), la fecha (cuándo), el título (qué) y la fuente (dónde). Estas referencias deben elaborarse acorde con el sistema de citación de la APA (séptima 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.

A continuación, se brindan ejemplos de referencias más frecuentes. Para publicaciones específicas, se sugiere remitirse al Manual APA (séptima edición).

Título de libro

Dyer, R. (1986). *Cine y homosexualidad*. Laertes.

Libro con dos autores

Berger, P. L., & Luckmann, T. (2015). *La construcción social de la realidad* (S. Zuleta, Trad.). Amorrortu. (Obra originalmente publicada en 1979)

Libro traducido

Lippmann, W. (2003). *La opinión pública* (B. Guinea, Trad.). Cuadernos de Langre. (Obra originalmente publicada en 1922)

Capítulo de libro

Charmaz, K. (2013). La teoría fundamentada en el siglo XXI: Aplicaciones para promover estudios sobre justicia social. En N. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), *Manual de investigación cualitativa: Vol. 3. Las estrategias de investigación cualitativa* (pp. 270-325). Gedisa.

Reseña de un libro en una revista científica

Collado Alonso, R. (2023). Un tratamiento desde la raíz para el deterioro de la sociedad de la información y la comunicación. [Reseña de *Comunicación radical. Despatriarcalizar, decolonizar y ecologizar la cultura mediática* de S. Andrés y M. Chaparro]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 1-2. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2023-1930>

Torres-Mazuera, G. (septiembre-diciembre 2022). El derecho en movimiento. Once ensayos de sociología jurídica [Reseña de *El derecho en movimiento. Once ensayos de sociología jurídica* de Antonio Azuela]. *Estudios Sociológicos*, 40(120), 923-930. <https://doi.org/10.24201/es.2022v40n120.2286>

Nota: en el caso de que la reseña no tenga título, transcribir el título del libro.

Artículo de revista científica con URL

Lavagnino, N. (2013). Cinco tesis en torno a las arquitecturas del lenguaje histórico: A cuarenta años de Metahistoria de Hayden White. *Signos Filosóficos*, 15(30), 119-149. <https://signosfilosoficos.izt.uam.mx/index.php/SF/article/view/517>

Artículo de revista científica con DOI

Saldivia Mansilla, C., Faúndez Reyes, B., Sotomayor Llanos, S., & Cea Leiva, F. (2017). Violencia íntima en parejas jóvenes del mismo sexo en Chile. *Última Década*, 25(46), 184-212. <https://dx.doi.org/10.4067/S071822362017000100184>

Artículo de revista publicado en otro idioma

Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships [Construcción de identidad en Facebook: Empoderamiento digital en relaciones ancladas]. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012>

Página de Facebook

Página Siete. (s. f.). *Inicio* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperada el 18 de abril de 2023, de <https://www.facebook.com/paginasiete>

Publicación en redes sociales

Company Pomar, F. [@FelipeCompanyPo]. (16 de julio de 2022). *Desde su estreno el 16 de junio de 1978, Grease es la palabra. Ha sido un placer dedicarle este divertido* [Fotografía adjunta] [Tuit]. Twitter. <https://twitter.com/FelipeCompanyPo/status/1537530675707928576?s=20>

Nota: en los casos de redes sociales, el texto del *post*, tuit u otro tipo de mensaje no excederá las 20 palabras.

Artículo de prensa

Monasterios, P. (8 de marzo de 2020). Entre nostalgia y nuevas aventuras, Mi Socio vuelve para “reunir” al país. *Página Siete*. <https://www.paginasiete.bo/cultura/2020/3/8/entre-nostalgia-nuevas-aventuras-mi-socio-vuelve-para-reunir-al-pais-248930.html>

Tesis

Neira Castillo, C. (2004). *El discurso religioso, un discurso simbólico* [Tesis de licenciatura, Universidad de Chile]. Repositorio académico de la Universidad de Chile. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/110115>

Publicación en una página web

Messenger, J., Vadkert, Z., & Uherezky, A. (2020). *El teletrabajo durante la pandemia de COVID-19 y después de ella*. Organización Internacional del Trabajo. https://www.ilo.org/global/publications/WCMS_758007/lang-es/index.htm

Película

Loayza, A. (Director). (2022). *Utama* [Película]. Alma Films.

Video de YouTube

Educatina. (11 de octubre de 2012). *Giddens: La teoría de la estructuración - Sociología – Educatina* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=a0i57Rmyrvq>

Episodio de podcast

Aguirre, J. L. (Conductor). (8 de marzo de 2021). Entrevista “Dr. Luis Ramiro Beltrán Salmón” [Episodio de podcast]. En *Spotify*. SECRAD. <https://open.spotify.com/episode/44yAxFuT7vcrXoKBoX7MAU?si=aWIHxNy0S823QdABtdOdlw>

Post de blog

Costa, J. (20 de febrero de 2008). 15 axiomas para los Dircom. *Público Meta*. http://publicometa.fullblog.com.ar/15_axiomas_para_los_dircom_por_joan_costa_01203492094.html

5. Sobre los autores

Los autores dan fe de la calidad académica de los manuscritos que remiten a la revista y del cumplimiento de los procedimientos éticos que prevengan casos de plagio (apartado 2) y autoplagio (apartado 7.3).

6. 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, debe hacerlo de manera transparente. Para cualquier consulta que el investigador tenga sobre este y otros temas, puede dirigirse a los responsables editoriales de la revista, mencionados al final de la convocatoria o consultar los lineamientos del Committee on Publication Ethics, COPE.

Al final de cada artículo de investigación, el autor debe precisar en una nota, luego del apartado de referencias, que el artículo no representa conflicto de intereses con alguna institución o con la institución con la cual trabaja. Asimismo, debe precisar, si fuera necesario, si la organización para la que el autor trabaja desea expresar que el contenido del manuscrito no representa la posición de esa institución.

La evaluación de todos los manuscritos se realiza 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.

La revista toma con mucha responsabilidad el cuidado de verificar que los artículos realizados den cuenta de una investigación efectivamente realizada. En el caso de que se evidencie falseamiento de datos, el artículo es rechazado.

En el caso de que se evide que hay un conflicto de intereses que no sea expresamente declarado por el autor, la revista se reserva el derecho de no publicarlo.

7. Criterios de selección

El *Journal de Comunicación Social* publica usualmente seis artículos, de los cuales al menos tres son resultados de investigación; publica también reseñas u otros que se agrupan en una sección aparte. Los manuscritos deben cumplir con las siguientes características:

7.1. 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 y/o de las Ciencias Sociales.
- Contribuya en la formación de recursos humanos al haberse originado en una investigación que incorpore a investigadores noveles o alumnos de la institución.

7.2. Pertinencia

La pertinencia está definida por el grado de relación que guarda el artículo con las líneas de investigación de la revista y de la carrera de Comunicación Social y con temas que estén enlazados con los objetivos de la presente convocatoria.

7.3. 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.

7.4. 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.

7.5. 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 la revista, presentadas al inicio de esta convocatoria.

8. Proceso de selección por pares

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 evaluadores externos, quienes son especialistas en las temáticas presentadas en cada manuscrito. Cada artículo se enviará con un código, que será el único elemento de identificación, junto al título del trabajo.

La evaluación de todos los manuscritos se realiza 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. A partir de la fecha de recepción del documento, los pares evaluadores tendrán dos semanas para completar la planilla de evaluación. Esta consiste en cuatro posibilidades:

- 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.
- Aprobado con ajustes menores, sin necesidad de una segunda revisión: los editores del Journal de Comunicación Social transmiten las recomendaciones al autor, para que pueda subsanarlas en el transcurso de una semana. Luego, los editores verifican que el artículo responda a todas las correcciones, para que el manuscrito sea incorporado a la revista.
- Aprobado con necesidad de reenvío y segunda revisión. En este caso, el autor será notificado y deberá hacer los cambios según las solicitudes de ajuste y corrección expresados, y enviarlos en el transcurso de dos semanas. El par evaluador tendrá dos semanas para enviar la planilla de evaluación.
- Rechazado. En caso de que la dictaminación sea negativa, en la planilla se brinda una breve justificación del rechazo del documento. El autor será notificado y podrá volver a postular su manuscrito (ajustado con base en las recomendaciones expuestas) para un siguiente número.

En el caso de que no haya consenso en la dictaminación, el artículo puede ser enviado a un tercer lector o, si se lo viera pertinente, el editor general de la revista determinará su publicación o no.

9. Lineamiento de ética y buenas prácticas

Es de especial interés para *el Journal de Comunicación Social* cuidar la calidad académica en cada número, por lo cual vela por los principios éticos de las contribuciones que se publican en la revista. Por este motivo, se cuida el anonimato en todas las fases de evaluación. También se valoran trabajos que contribuyan a la publicación conjunta de investigadores experimentados y jóvenes investigadores.

Los autores deben prestar especial atención a la protección de la identidad de las fuentes primarias de la investigación y a la gestión de la autorización de publicación de las fuentes.

Asimismo, deben responsabilizarse por el contenido del artículo presentado, respecto a la originalidad, la veracidad, el uso de fuentes y la coautoría.

La revista considera de especial importancia que las contribuciones sean escritas con un lenguaje inclusivo, libre de prejuicios por razones de edad, discapacidad, género, origen social, orientación sexual o religiosa, entre otros. En el caso de que se identificara sesgos discriminatorios o excluyentes en los contenidos o en la escritura, solicitará los ajustes que vea convenientes o rechazará el artículo.

Por último, el autor debe asumir la responsabilidad legal de lo afirmado.

10. Derechos de autor

El Journal de Comunicación Social declara que respeta los derechos de los autores, con base en la Ley 1322 de Derecho de Autor en Bolivia, tomando en cuenta el Reglamento de Derecho de Autor del Estado Plurinacional de Bolivia.

El artículo 6º de esta Ley “declara la protección de los derechos de los autores sobre sus obras literarias, artísticas y científicas, cualesquiera que sean el modo o la forma de expresión empleado y cualquiera sea su destino”.

La revista respeta los derechos morales sobre su obra, que son perpetuos, inalienables, imprescriptibles e irrenunciables, por lo que la contribución enviada a la revista siempre conserva la autoría. Por otro lado, declara que es de acceso libre, es decir, que no pretende ningún aprovechamiento económico de los derechos de autor patrimoniales de sus publicaciones. En este sentido, afirma que los y las autoras conservan todos los derechos de autor de su artículo.

En el caso de que el o la autora deseen reproducir total o parcialmente su artículo en otros medios, luego de que se haya publicado su artículo en la revista, pueden enviar una nota al Comité Editorial de la revista, para comunicarle esa decisión. Asimismo, en el medio donde realice la publicación, el o la autora debe insertar una nota de pie de página en la cual precise que el artículo ha sido publicado originalmente en el *Journal de Comunicación Social*, detallando el volumen, el número de la revista y el DOI del artículo.

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 la revista lo publique o le comunique al autor que no será publicado.

El *Journal de Comunicación Social* apoya la protección a los derechos de autor de cada contribución bajo el soporte de la siguiente normativa:

- Ley 1322 (1992). Bolivia: Ley de Derecho de Autor, 13 de abril de 1992 Ley de Derecho de autor
- Decreto Supremo 23907 (1994). Bolivia: Decreto Supremo Nº 23907, 7 de diciembre de 1994

11. Acceso abierto

Journal de Comunicación Social es una revista de acceso abierto libre y gratuito. El contenido digital de cada artículo está disponible de manera gratuita en línea; por lo tanto, es posible la descarga de todos sus artículos publicados con mención de fuente.

Como parte de su política de acceso abierto, la revista publica las contribuciones enviadas por los autores, bajo autorización expresa de estos autores, sin que medie una retribución económica.

Es del interés de la revista que las contribuciones que sean publicadas en cada número tengan una amplia difusión, en tanto que consideramos que los aportes que brindan pueden contribuir al diálogo académico en el campo de las ciencias sociales.

En este sentido, la revista está de acuerdo con que los artículos y reseñas puedan ser consultados, descargados y compartidos con fines académicos. Asimismo está abierta a que las contribuciones pueden ser reproducidas en cualquier medio siempre que sean realizadas con fines propiamente académicos y sin fines de lucro (cc BY NC SA). La revista autoriza, entonces, su publicación siempre que se cite la fuente.

La revista se encuentra bajo la licencia Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional, tomando en cuenta la importancia de la difusión del conocimiento científico con pares de toda la región. Por otro lado, es una política institucional de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” contribuir a la difusión de la producción intelectual en repositorios de acceso abierto.

Se debe subrayar que la revista respeta los derechos de autor y propiedad intelectual de los contenidos depositados en su sitio, amparada en la Ley 1322 y su Reglamento de Derecho de Autor del Estado Plurinacional de Bolivia.

Declaraciones

Journal de Comunicación Social se suscribe a las siguientes declaraciones internacionales que promueven el acceso abierto:

- The Budapest Open Access Initiative (BOAI) (2002)
- The Bethesda Statement on Open Access Publishing (2003)
- Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities (2003).

12. Envíos

Journal de Comunicación Social es una publicación bianual que se publica en julio y diciembre de cada gestión. Se admitirán contribuciones durante todo el año; la fecha límite para la presentación de contribuciones para el número de julio será el 3 de marzo y para el número de diciembre, el 3 de agosto. Los artículos deben ser enviados al siguiente correo: journalcom.lpz@ucb.edu.bo

13. Contactos

Para mayor información, se puede consultar a:
Claudio Rossell Arce
Editor general del *Journal de Comunicación Social*

e-mail: crossell@ucb.edu.bo
Celular: (+591) 69770487
Teléfono (+591-2) 2782222 (int. 2888)
Departamento de Comunicación Social
Universidad Católica Boliviana "San Pablo" sede La Paz

14. Referencias sobre el tipo de contribuciones científicas y otros aspectos relacionados

Sobre tipos de artículos que publica el Journal de Comunicación Social

American Psychological Association. (2010). Manual de publicaciones de la American Psychological Association (3.a ed. en español de la 6.a ed. en inglés). El Manual Moderno.

American Psychological Association. (2020). Publication Manual of the American Psychological Association [Manual de publicaciones de la American Psychological Association] (7.a ed.). American Psychological Association.

Delgado, P. (s. f.) ¿Qué es un ensayo académico? Centro de lectura y escritura, Universidad Autónoma de Occidente. <https://tinyurl.com/yysxpflm>

Mayer, P. (2009). Guidelines for writing a review article [Pautas para escribir un artículo de revisión] [Folleto científico]. http://ueberfachliche-kompetenzen.ethz.ch/dopraedi/pdfs/Mayer/guidelines_review_article.pdf

Orum, A. M. (2001). Case Study: Logic [Estudio de caso: Lógica]. En N. Smelser & P.

Baltes (Eds.), International encyclopedia of the social & behavioral sciences [Enciclopedia internacional de las ciencias sociales y del comportamiento] <https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/00750-6>

Types of journal articles [Tipos de artículos de revista]. (s. f). <https://www.springer.com/gp/authorseditors/authorandreviewertutorials/writing-a-journal-manuscript/types-ofjournal-articles/10285504>

Sobre la presentación del manuscrito (atribución apropiada de fuentes y los elementos del artículo)

Howard, R. (1995). Plagiarism, authorships, and the academic death penalty [Plagio, autoría y pena de muerte académica]. *College English*, 57(7), 788-806.

What is plagiarism? [¿Qué es el plagio?]. (2017). <https://www.plagiarism.org/article/whatis-plagiarism>

Words we're watching: 'Patchwriting' [Palabras que estamos viendo: "Redacción de parches"]. (s. f.). <https://www.merriamwebster.com/words-at-play/words-were-watching-patchwriting>

American Psychological Association. (2010). Manual de publicaciones de la American Psychological Association (3.a ed. en español de la 6.a ed. en inglés). El Manual Moderno.

Sobre los autores (conflictos de intereses y originalidad)

Barbour, V. (2016). Discussion/guidance document on handling competing interests [Documento de debate/orientación sobre el manejo de intereses en competencia] [Folleto del Committee on Publication Ethics, COPE, versión

1] https://publicationethics.org/files/u7140/Discussion_document_on_handling_competing_interests.pdf

Elsevier. (2017). Ethical guidelines for journal publication [Pautas éticas para la publicación de revistas] (Versión 2.0). https://www.elsevier.com/data/assets/pdf_file/0009/300888/Ethicalguidelines-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 [Editorial WAME en conflicto de intereses; Conflicto de intereses en revistas médicas revisadas por pares: Posición de la Asociación Mundial de Editores Médicos (WAME) sobre un problema desafiante] <http://wame.org/wame-editorial-on-conflict-of-interest>

James, A., & Horton, R. (2003). The Lancet's policy on conflicts of interest [La política de The Lancet sobre conflictos de intereses]. *The Lancet*, 361(9351), 8-9. <https://doi.org/10.1016/S0140->

Elsevier. (2017). Ethical guidelines for journal publication [Pautas éticas para la publicación de revistas] (Versión 2.0). https://www.elsevier.com/data/assets/pdf_file/0009/300888/Ethicalguidelines-for-journal-publication-V2.0-May-2017-Elsevier.pdf

Departamento de Comunicación Social
Universidad Católica Boliviana "San Pablo" sede La Paz
Calle 2 de Obrajes, La Paz, Bolivia
e-mail: journalcom.lpz@ucb.edu.bo
Teléfono (+591-2) 2782222 (int. 2888)

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.lpz@ucb.edu.bo

Sitio web: lpz.ucb.edu.bo



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
BOLIVIANA
LA PAZ

Departamento de
Comunicación Social